

Examenskurse/Referendariat

# Wettbewerbs- und Kartellrecht, Gewerblicher Rechtsschutz

Examenskurs für Rechtsreferendare

von

Prof. Dr. Helmut Haberstumpf, Stephan Husemann

6. Auflage



Verlag C.H. Beck München 2015

Verlag C.H. Beck im Internet:

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 67766 3

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG



**beck-shop.de**

## Wettbewerbs- und Kartellrecht Gewerblicher Rechtsschutz

Examenskurs für Rechtsreferendare

von

Dr. Helmut Haberstumpf

Vors. Richter am Landgericht a.D.  
Honorarprofessor an der Universität Bamberg

und

Stephan Husemann

Richter am Landgericht  
nebenamtl. Arbeitsgemeinschaftsleiter für  
Rechtsreferendare

6., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage 2015

# beck-shop.de

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 67766 3

© 2015 Verlag C.H. Beck oHG  
Wilhelmstraße 9, 80801 München  
Druck und Bindung: Druckhaus Nomos  
In den Lissen 12, 76547 Sinzheim  
Satz: Uhl + Massopust GmbH, Aalen

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier  
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

## Vorwort zur 6. Auflage

Die anhaltend rasante Entwicklung auf allen Gebieten des Wettbewerbs- und Immaterialgüterrechts seit Erscheinen der Voraufgabe machte erneut eine umfangreiche Überarbeitung des Buches erforderlich. Das Inkrafttreten der 8. GWB-Novelle wurde zum Anlass genommen, das nationale und europäische Kartellrecht zusammen zu fassen, dessen Darstellung zu straffen und übersichtlicher zu gestalten. Angesichts der wachsenden Bedeutung des Urheberrechts, wo der EuGH in den letzten Jahren immer deutlichere Spuren hinterlässt, erfolgte eine völlige Neubearbeitung dieses Rechtsgebietes. Sie akzentuiert vor allem die dogmatischen Grundlagen und vertieft das System der Rechte des Urhebers. Ein neuer Lösungsfall behandelt ausführlich die aktuellen Fragen der Nutzung von Werken im Internet mittels Streaming und Framing. Das Design- und Geschmacksmusterrecht erhielt einen eigenen Abschnitt. Einen weiteren Schwerpunkt bildet die erweiterte Haftung von Nichttätern und -teilnehmern, insbesondere von Telemediendiensten für fremde Rechtsverletzungen. Im Übrigen konnte der bewährte Aufbau beibehalten und durch Berücksichtigung der neuen Entwicklungen in Rechtsprechung und Rechtspraxis vertieft werden. Das Buch bietet somit einen aktuellen und umfassenden Überblick über die behandelten Rechtsgebiete, der sich nicht nur zur Vorbereitung auf das Examen, sondern auch zur schnellen Einarbeitung und Information für nicht spezialisierte Juristen eignet. Es befindet sich auf dem Stand Mitte Oktober 2014, wobei auch auf absehbare Gesetzesänderungen, die zu Beginn des kommenden Jahres wirksam werden, hingewiesen wird.

Innerhalb des Autorenteam betreibt nun Stephan Husemann neben den Abschnitten über das Lauterkeitsrecht und die gerichtliche Durchsetzung der gegebenen Ansprüche auch das Kartellrecht.

Nürnberg, im Oktober 2014

*Helmut Haberstumpf und Stephan Husemann*

## Vorwort zur 1. Auflage

Das Manuskript für das vorgelegte Werk geht aus der Arbeitsgemeinschaft „Wahlfachgruppe Wirtschaft: Wettbewerbs- und Kartellrecht, Gewerblicher Rechtsschutz“ hervor, die ich seit einigen Jahren im Rahmen der Referendarausbildung zur Vorbereitung auf die 2. juristische Staatsprüfung in Bayern abhalte. Dabei musste ich feststellen, dass es ein diese vielfach miteinander verknüpften Rechtsgebiete insgesamt abdeckendes und zur Prüfungsvorbereitung geeignetes Lehr- und Lernbuch, an dem man sich hätte orientieren können, nicht gibt. Die Lücke soll mit diesem Werk geschlossen werden. Es richtet sich zwar am Prüfungsstoff aus, der für die 1. und 2. Staatsprüfung in Bayern vorgegeben ist, kann aber selbstverständlich auch zur Vorbereitung auf die entsprechenden Wahlfächer in den anderen Bundesländern verwendet werden, da deren Umfang teilweise gleich ist, in keinem Fall jedoch über den Bayerns hinausgeht.

Meine langjährige Praxis als Zivilrichter in den auf diesen Gebieten spezialisierten Spruchkörpern des LG Nürnberg-Fürth und des OLG Nürnberg ist in das Manuskript ebenso eingeflossen wie meine pädagogischen Erfahrungen aus der Leitung der Arbeitsgemeinschaft und der Lehrtätigkeit an den Universitäten Bamberg und Erlangen-Nürnberg auf dem Gebiet des Urheber- und Verlagsrechts. Mein Ziel ist es, eine umfassende und übersichtliche Darstellung der behandelten Rechtsgebiete vorzulegen, die es ermöglicht, sich sehr schnell in die Materie einzuarbeiten. Die Erläuterungen sind dabei auf die konkreten Bedürfnisse des 1. und 2. Staatsexamens ausgerichtet, können aber durchaus auch für nicht spezialisierte Anwälte von Gewinn sein. Auf dogmatische Feinheiten wird weitgehend verzichtet und das Schwergewicht auf die herrschende Praxis gelegt, die vor allem durch die höchstrichterliche Rechtsprechung des BGH und neuerdings in stärkerem Maße des EuGH geprägt wird. Den wichtigsten Abschnitten sind Checklisten beigefügt, die die Anspruchsvoraussetzungen im Verletzungsprozess systematisch aufzählen. Hinweise zur Prüfung sollen Tipps geben, die während der Vorbereitung beachten werden sollten und dem Ziel dienen, einige typische Fehler in der Prüfung zu vermeiden. Um zu einer gewissen

Lernzielkontrolle zu gelangen, sind Fälle – mit Lösungsskizzen im Anhang – eingestreut, die meist verfahrens- und materiellrechtliche Fragen aufwerfen und möglichst auch die Verbindung der einzelnen Teilgebiete des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes demonstrieren sollen.

## Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	XIII
Literatur .....	XVII
<b>A. Wettbewerbsordnung der Bundesrepublik Deutschland .....</b>	<b>1</b>
I. Schutzobjekte des Kartell- und Wettbewerbsrechts .....	1
II. Der Gewerbliche Rechtsschutz .....	2
III. Einfluss des Europäischen Gemeinschaftsrechts .....	4
1. Freier Waren- und Dienstleistungsverkehr .....	4
2. Die Bedeutung von Verordnungen und Richtlinien .....	5
a) Wirkung von Verordnungen und Richtlinien .....	5
b) Stand der Harmonisierung .....	6
IV. Territorialitätsprinzip und anwendbares Recht .....	8
<b>B. Besonderheiten bei der Durchsetzung von Ansprüchen .....</b>	<b>10</b>
I. Die Ansprüche .....	10
1. Unterlassungsanspruch .....	10
a) Verletzungsunterlassungsanspruch .....	10
b) Vorbeugender Unterlassungsanspruch .....	11
2. Beseitigungsanspruch .....	11
3. Schadensersatzanspruch .....	12
a) Verschulden .....	12
b) Konkrete Schadensberechnung .....	12
c) Dreifache Schadensberechnung .....	12
4. Bereicherungsanspruch .....	13
5. Ansprüche auf Auskunft und Rechnungslegung .....	14
a) Akzessorischer Anspruch (§ 242 BGB) .....	14
b) Selbstständiger Anspruch auf Auskunft über Herkunft und Vertriebswege .....	14
6. Anspruch auf Vorlage, Besichtigung von Sachen .....	15
7. Anspruch auf Gewinnabschöpfung .....	15
8. Anspruch auf Urteilsbekanntmachung .....	16
II. Gläubiger und Schuldner der Ansprüche .....	16
1. Aktivlegitimation .....	16
a) Unmittelbar Verletzter, Mitbewerber .....	16
b) Erweiterte Klagebefugnis nach § 8 Abs. 3 Nr. 2–4 UWG .....	18
2. Passivlegitimation .....	19
a) Täter und Teilnehmer .....	19
b) Erweiterte Haftung von Nichttätern und -teilnehmern .....	20
c) Haftung für fremdes Verhalten .....	23
d) Schuldner des Schadensersatzanspruchs .....	24
III. Die außergerichtliche Durchsetzung der Ansprüche .....	24
1. Die Abmahnung .....	24
a) Voraussetzungen .....	24
b) Rechtsfolgen .....	25
2. Die Unterwerfung .....	26
a) Beseitigung der Wiederholungsgefahr .....	26
b) Der Unterwerfungsvertrag .....	26
IV. Die gerichtliche Durchsetzung der Ansprüche .....	28

1. Zulässigkeitsfragen	28
a) Rechtsweg und Zuständigkeit	28
b) Klagebefugnis	30
c) Rechtsschutzbedürfnis	30
2. Besonderheiten im Zusammenhang mit dem Streitgegenstand	30
a) Streitgegenstand	30
b) Zulässigkeitsfragen	31
c) Begründetheitsfragen	32
3. Streitwert	32
4. Das Verfahren der einstweiligen Verfügung	33
a) Zulässigkeit	33
b) Begründetheit	33
c) Entscheidung und Vollziehung	34
d) Rechtsbehelfe des Antragsgegners	35
e) Abschlussverfahren	35
f) Schadensersatz nach § 945 ZPO	36
5. Zwangsvollstreckung	36
<b>C. Kartellrecht</b>	<b>37</b>
<b>I. Überblick</b>	<b>37</b>
1. Funktionen des Kartellrechts	37
2. Verhältnis zwischen europäischem und nationalem Kartellrecht	38
a) Zwischenstaatlichkeitsklausel	38
b) Verhältnis bei Fällen mit EU-Bezug	38
3. Sachlicher Geltungsbereich des Kartellrechts	39
<b>II. Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen (§ 1 GWB, Art. 101 AEUV)</b>	<b>39</b>
1. Grundzüge	39
2. Tatbestandsvoraussetzungen	40
a) Verbotsadressat	40
b) Verbotenes Verhalten	41
c) Wettbewerbsbeschränkung	42
d) Spürbarkeit	43
e) Keine immanente Schranke	43
3. Keine Freistellung vom Kartellverbot	44
a) Gruppenfreistellungsverordnungen	44
b) Besondere Freistellungstatbestände des GWB	46
c) Einzelfreistellung	47
4. Rechtsfolgen bei Verstößen gegen das Kartellverbot	48
a) Zivilrechtliche Folgen	48
b) Öffentlich-rechtliche Folgen	49
<b>III. Machtmissbrauch (§§ 18 ff. GWB, Art. 102 AEUV)</b>	<b>49</b>
1. Grundzüge	49
2. Verbotenes Verhalten von marktbeherrschenden Unternehmen (§§ 18, 19 GWB, Art. 102 AEUV)	50
a) Feststellung des relevanten Markts	50
b) Marktbeherrschende Stellung	51
c) Verbotenes Verhalten	52
d) Rechtsfolgen	53
3. Verbotenes Verhalten von Unternehmen mit relativer oder überlegener Marktmacht (§ 20 GWB)	53
a) Verbotsadressat	53
b) Verbotenes Verhalten	53
c) Rechtsfolgen	54
4. Allgemeingültige Verbote (§ 21 GWB)	54
a) Boykottverbot (§ 21 Abs. 1 GWB)	54
b) Sonstige Verbote	55
<b>IV. Fusionskontrolle</b>	<b>55</b>

1. Voraussetzungen .....	56
a) Aufgreifkriterien .....	56
b) Eingreifkriterien .....	56
2. Verfahren .....	56
<b>D. Lauterkeitsrecht .....</b>	<b>58</b>
I. Überblick .....	58
II. Geschäftliche Handlung .....	59
1. Verhaltensbezug .....	59
2. Unternehmensbezug .....	60
3. Wettbewerbsbezug .....	60
III. Unlauterkeit .....	61
1. „Schwarze Liste“ .....	61
2. Die Fallbeispiele des § 4 UWG .....	63
a) Unangemessene unsachliche Beeinflussung (Nr. 1) .....	63
b) Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit (Nr. 2) .....	65
c) Schleichwerbung (Nr. 3) .....	65
d) Gewährung von Zuwendungen ohne Angabe der Bedingungen (Nr. 4) .....	66
e) Transparenzgebot bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen (Nr. 5) .....	66
f) Kopplungsverbot bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen (Nr. 6) .....	67
g) Herabsetzung eines Mitbewerbers (Nr. 7) .....	67
h) Anschwärzung (Nr. 8) .....	67
i) Ausbeutung (ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz, Nr. 9) .....	68
j) Gezielte Behinderung (Nr. 10) .....	70
k) Rechtsbruch (Nr. 11) .....	72
3. Irreführende geschäftliche Handlungen (§§ 5, 5a UWG) .....	75
a) Angaben .....	76
b) Irreführung .....	76
c) Irreführung durch Unterlassen (§ 5a UWG) .....	79
d) Interessenabwägung .....	80
e) Darlegungs- und Beweislast .....	80
4. Vergleichende Werbung (§ 6 UWG) .....	81
a) Anwendungsbereich (Abs. 1) .....	81
b) Verhältnis zu anderen Vorschriften .....	82
c) Unlauterkeitskriterien (Abs. 2) .....	82
5. Generalklauseln (§ 3 Abs. 1 und 2 UWG) .....	83
a) Verbrauchergeneralklausel .....	84
b) Allgemeine Generalklausel .....	84
IV. Geschäftliche Relevanz .....	85
1. Notwendigkeit und „Ort“ der Prüfung .....	85
2. Maßstab der Prüfung .....	85
V. Sondertatbestände .....	86
1. Unzumutbare Belästigungen (§ 7 UWG) .....	86
a) Allgemeines .....	86
b) Spezialtatbestände (§ 7 Abs. 2 UWG) .....	87
c) Generalklausel (§ 7 Abs. 1 UWG) .....	88
2. Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen (§ 17 UWG) .....	88
a) Objektiver Tatbestand .....	89
b) Subjektiver Tatbestand .....	89
c) Rechtsfolgen .....	89
VI. Wettbewerbsrechtliche Einwendungen und Einreden .....	89
1. Abwehr .....	89
2. Verjährung (§ 11 UWG) .....	90
3. Verwirkung .....	90
4. Unclean-hands-Einwand .....	90
VII. Checkliste: Wettbewerbsprozess .....	91

<b>E. Marken- und Kennzeichnungsrecht</b> .....	92
I. Überblick .....	92
II. Markenrecht .....	93
1. Markenfähigkeit .....	94
2. Erwerb, Inhaberschaft und Verlust des Markenschutzes .....	94
a) Eingetragene Marke .....	94
b) Markenschutz kraft Verkehrsgeltung .....	96
c) Notorisch bekannte Marke .....	96
3. Wirkung des Schutzrechts .....	97
4. Benutzung der Marke .....	97
a) Benutzungshandlung .....	97
b) Markenmäßige Benutzung .....	98
5. Eingriff in das Markenrecht .....	99
a) Identitätsschutz (§ 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) .....	99
b) Verwehlungsschutz (§ 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) .....	100
c) Bekanntheitsschutz (§ 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG) .....	102
6. Ohne Zustimmung des Markeninhabers .....	103
7. Einwendungen und Einreden des Verletzers .....	103
a) Einrede des besseren Rechts und Koexistenzlagen .....	103
b) Einwand des Rechtsmissbrauchs und der Verwirkung .....	104
c) Bestandskraft der Eintragung einer Marke mit jüngerem Zeitrang nach § 22 MarkenG .....	104
d) Benutzung von Namen und beschreibenden Angaben, Ersatzteilgeschäft .....	105
e) Einwand der Erschöpfung .....	105
f) Einrede der Verjährung .....	106
g) Einrede der mangelnden Benutzung .....	106
h) Einrede der Löschungsreife .....	107
8. Die Marke im Rechtsverkehr .....	107
9. Ansprüche wegen Markenrechtsverletzung .....	108
III. Schutz geschäftlicher Bezeichnungen .....	108
1. Erwerb, Inhaberschaft und Verlust des Kennzeichnungsschutzes .....	108
a) Unternehmenskennzeichen .....	108
b) Werktitel .....	110
2. Wirkung des Schutzrechts .....	111
3. Einwendungen und Einreden des Verletzers .....	111
IV. Geographische Herkunftsangaben .....	112
V. Checkliste: Marken- und Kennzeichenverletzungsprozess (Unterlassungsanspruch) .....	112
<b>F. Patent- und Gebrauchsmusterrecht</b> .....	115
I. Patentrecht .....	115
1. Erwerb, Inhaberschaft und Ende des Patentschutzes .....	115
a) Patentfähigkeit .....	115
b) Erwerb des Patentrechts .....	117
c) Rechtsinhaber .....	118
d) Ende des Patentschutzes .....	118
2. Wirkungen des Patentrechts .....	118
a) Wirkungen der Patentanmeldung .....	118
b) Wirkungen des Patents und Schutzzumfang .....	119
3. Einwendungen und Einreden .....	120
4. Das Patentrecht im Rechtsverkehr .....	120
II. Checkliste: Patentverletzungsprozess (Schadensersatzfeststellung) .....	121
III. Gebrauchsmusterrecht .....	122
<b>G. Urheberrecht</b> .....	123
I. Erwerb, Inhaberschaft und Verlust des Urheberrechts .....	123

1. Das urheberrechtlich geschützte Werk	123
a) Geistiger Gehalt	124
b) Individualität	125
2. Urheberschaft	125
3. Ende des Urheberrechts	126
II. Inhalt des Urheberrechts	126
1. Urheberpersönlichkeitsrecht	126
a) Veröffentlichungsrecht (§ 12 UrhG)	126
b) Recht der Anerkennung der Urheberschaft (§ 13 UrhG)	126
c) Änderungsverbot (§§ 14, 39 UrhG)	127
2. Verwertungsrechte	127
a) System der Verwertungsrechte	127
b) Begriff der Öffentlichkeit	127
c) Vervielfältigungsrecht (§ 16 UrhG)	128
d) Verbreitungsrecht (§ 17 UrhG)	128
e) Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (§ 19a UrhG)	129
f) Senderecht (§§ 20 – 20b UrhG)	130
3. Bearbeitungsrecht und freie Benutzung	130
4. Vergütungsansprüche	131
5. Schranken des Urheberrechts	131
a) Zitatrecht (§ 51 UrhG)	132
b) Vervielfältigung zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch (§ 53 UrhG)	132
III. Rechtsfolgen der Urheberrechtsverletzung	132
IV. Urheberrecht im Rechtsverkehr	133
1. Einräumung von Nutzungsrechten	133
2. Verfügung über Nutzungsrechte	134
3. Urhebervertragsrecht	134
V. Verwandte Schutzrechte	135
VI. Internationales Urheberrecht	136
VII. Checkliste: Urheberrechtsprozess (Auskunftsklage für Schadensersatzanspruch)	136
<b>H. Design- und Geschmacksmusterrecht</b>	<b>138</b>
I. Eingetragenes Design	138
1. Erwerb, Dauer und Inhaberschaft	138
2. Inhalts und Durchsetzung des Rechts	139
II. Gemeinschaftsgeschmacksmuster	140
<b>Anhang</b>	<b>141</b>
Lösungsskizze zu Fall 1:	141
Lösungsskizze zu Fall 2:	142
Lösungsskizze zu Fall 3:	144
Lösungsskizze zu Fall 4:	145
Lösungsskizze zu Fall 5:	147
Lösungsskizze zu Fall 6:	148
Lösungsskizze zu Fall 7 (BGH GRUR 1996, 210 ff. – Vakuumpumpen):	150
Lösungsskizze zu Fall 8:	152
Lösungsskizze zu Fall 9:	154
Lösungsskizze zu Fall 10 (OLG Nürnberg WRP 1996, 242 – Hotel am Stadtpark):	155
Lösungsskizze zu Fall 11:	157
Lösungsskizze zu Fall 12:	159
Lösungsskizze zu Fall 13:	162
Lösungsskizze zu Fall 14 (BGH GRUR 1986, 803 – Formstein):	163
Lösungsskizze zu Fall 15:	164
Lösungsskizze zu Fall 16:	168
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>171</b>