

Münchener Anwaltshandbuch Gewerblicher Rechtsschutz

Bearbeitet von

Dr. Gordian N. Hasselblatt, Prof. Dr. Sönke Ahrens, Dr. Heike Blank, Rudolf Böckenholt, Prof. Dr. Christian Czychowski, Markus Deck, Gert Dittert, Dr. Heiko Dobel, Dr. Andreas Ebert-Weidenfeller, Dr. Matthias Eck, Dr. Christofer Eggers, Dr. Leopold von Gerlach, Dr. Nikolas Gregor, Ulf H. Grundmann, Dr. Dennis Heinson, Dr. Ulrike Helling, Dr. Klaus Ikaas, Andrea Jaeger-Lenz, Susanne Karow, Dr. Philipp Koehler, Jan F. Krekel, Dr. Hubertus Labes, Dr. Andrea Lensing-Kramer, Dr. Malte Lieckfeld, Dr. Torsten Lörcher, Philipp Lotze, Dr. Markus Lubitz, Thomas Manderla, Dr. Carsten Menebröcker, Dr. jur. Claudia Milbradt, Christian Musiol, Prof. Dr. Axel Nordemann, Dr. Almut Pflüger, Dr. Johann Pitz, Thomas Raab, Dr. Ulrich Reese, Dr. Jan Phillip Rektorschek, Dr. Sabine Rojahn, Dr. Sascha Sajuntz, Gerd Schoenen, Dr. Thomas Schulte-Beckhausen, Dr. Dirk Smielick, Alexander Späth, Dr. Oliver Spuhler, Dr. Nina Stolzenburg, Dr. Robert Strasser, Dr. Tobias Timmann, Dr. Swen Vykydal, Dr. Jens Wagner, Prof. Dr. Harald Wiggenhorn

5. Auflage 2017. Buch. L, 1994 S. In Leinen

ISBN 978 3 406 70071 2

Format (B x L): 16,0 x 24,0 cm

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Gewerblicher Rechtsschutz](#)

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

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Gordian N. Hasselblatt (Hrsg.)
Münchener AnwaltsHandbuch
Gewerblicher Rechtsschutz



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Münchener Anwalts Handbuch

Gewerblicher Rechtsschutz

Herausgegeben von

Prof. Dr. Gordian N. Hasselblatt LL.M.

Rechtsanwalt in Köln

Professor für Gewerblichen Rechtsschutz an der McGeorge School of Law,
University of the Pacific, Sacramento/California

Professor für Internationales Designrecht am Chicago-Kent College of Law, Chicago/Illinois

Bearbeitet von:

Prof. Dr. Sönke Ahrens, Rechtsanwalt in Hamburg; *Dr. Heike Blank*, Rechtsanwältin in Köln; *Dr. Rudolf Böckenholt* LL. M., Rechtsanwalt in Bremen; *Prof. Dr. Christian Czychowski*, Rechtsanwalt in Berlin; *Markus Deck* M. C. J., Rechtsanwalt in Düsseldorf; *Gert Dittert*, Rechtsanwalt in Köln; *Dr. Heiko Dobel*, Rechtsanwalt und Sachverständiger für Rechtsdemoskopie in München; *Dr. Andreas Ebert-Weidenfeller*, Rechtsanwalt in Bremen; *Prof. Dr. Matthias Eck*, Rechtsanwalt in Stuttgart; *Dr. Christofer Eggers*, Rechtsanwalt in Frankfurt a.M.; *Dr. Leopold von Gerlach*, Rechtsanwalt in Hamburg; *Dr. Nikolas Gregor* LL. M., Rechtsanwalt in Hamburg; *Ulf H. Grundmann*, Rechtsanwalt in Frankfurt a.M.; *Prof. Dr. Gordian N. Hasselblatt* LL. M., Rechtsanwalt in Köln; *Dr. Dennis Heinson* LL. M., Attorney-At-Law (New York), Rechtsanwalt in Hamburg; *Dr. Ulrike Helling* LL. M., Rechtsanwältin in München; *Dr. Klaus Ikas*, Rechtsanwalt in Stuttgart; *Dr. Andrea Jaeger-Lenz*, Rechtsanwältin in Hamburg; *Susanne Karow*, Rechtsanwältin in Hamburg; *Jan F. Krekel* LL. M., Rechtsanwalt in München; *Dr. Hubertus Labes*, Rechtsanwalt in Hamburg; *Dr. Andrea Lensing-Kramer*, Rechtsanwältin in Düsseldorf; *Dr. Malte Lieckfeld* LL. M., Rechtsanwalt in Hamburg; *Dr. Torsten Lörcher*, Rechtsanwalt in Köln; *Philipp Lotze*, Rechtsanwalt in Hamburg; *Dr. Markus Lubitz* LL. M., Dipl.-Kfm., Rechtsanwalt in Pullach; *Dr. Thomas Manderla*, Rechtsanwalt in Düsseldorf; *Dr. Carsten Menebröcker* LL. M., Rechtsanwalt in Köln; *Dr. Claudia Milbradt*, Rechtsanwältin in Düsseldorf; *Christian Musiol*, Rechtsanwalt in Köln; *Prof. Dr. Axel Nordemann*, Rechtsanwalt in Berlin; *Dr. Almut Pflüger*, Rechtsanwältin und allg. beeidete und gerichtl. zertifizierte Sachverständige für Rechtsdemoskopie in München; *Dr. Johann Pitz*, Rechtsanwalt in München; *Thomas Raab*, Rechtsanwalt in München; *Dr. Jan Phillip Rektorschek*, Rechtsanwalt in München; *Dr. Sabine Rojahn*, Rechtsanwältin in München; *Dr. Sacha Sajuntz*, Rechtsanwalt in Hamburg; *Gerd Schoenen*, Rechtsanwalt in Köln; *Dr. Thomas Schulte-Beckhausen*, Rechtsanwalt in Köln; *Dr. Dirk Smielick*, Rechtsanwalt in Köln; *Alexander Späth*, Rechtsanwalt in Düsseldorf; *Dr. Oliver Spuhler*, Rechtsanwalt in München; *Dr. Nina Stolzenburg*, Rechtsanwältin in Hamburg; *Dr. Robert Straßer*, Rechtsanwalt in München; *Dr. Tobias Timmann*, Rechtsanwalt in Düsseldorf; *Valeska Töbelmann* LL. M., Rechtsanwältin in Köln; *Dr. Sven Vykydal*, Rechtsanwalt in Frankfurt a.M.; *Dr. Jens Wagner*, Rechtsanwalt in Hamburg; *Prof. Dr. Harald Wiggenhorn*, Hochschullehrer in Aschaffenburg

5., überarbeitete Auflage 2017



Zitiervorschlag:
MAH GewRS /*Bearbeiter* § ... Rn. ...


DIE FACHBUCHHANDLUNG

www.beck.de

ISBN 978 3 406 70071 2

© 2017 Verlag C. H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
Satz, Druck und Umschlaggestaltung: Druckerei C. H. Beck, Nördlingen

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

Vorwort zur 5. Auflage

All diejenigen, die dieses Werk in die Hand nehmen, werden sicherlich beipflichten, dass es wohl kaum eine spannendere Materie gibt als die ebenso komplexe wie facettenreiche Welt des *Geistigen Eigentums*. Was die Tätigkeit im *Grünen Bereich* gleichermaßen faszinierend wie anspruchsvoll gestaltet, ist die Notwendigkeit, mit all den Neuerungen auf den verschiedenen Märkten sowie insbesondere der rapide voranschreitenden Rechtsentwicklung Schritt zu halten. Und insoweit hat sich seit Erscheinen der 4. Auflage im Jahre 2012 sehr viel getan, so dass es für die Neuauflage höchste Zeit wurde.

Es würde den Rahmen dieses Vorwortes sprengen, auch nur den Versuch zu unternehmen, zumindest cursorisch auf die wichtigsten Änderungen und Neuerungen der letzten fünf Jahre einzugehen. Gewissermaßen stellvertretend seien hier genannt die UWG-Novelle 2015, die Richtlinie zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen sowie die umfassende Reform des Europäischen Markenrechts; all diese Materien werden selbstverständlich im vorliegenden Handbuch umfassend dargestellt. Gleiches gilt, in bewährter fundierter und zugleich praxisorientierter Manier, für alle weiteren Felder des Gewerblichen Rechtsschutzes und des Wettbewerbsrechts. Insgesamt befindet sich das Handbuch auf dem Stand Mai 2017. Davon abweichend basiert die Darstellung des Unionsmarkenrechts bereits auf der ab 1. Oktober 2017 geltenden Nummerierung der Vorschriften der UMV.

„Never change a winning team“, heißt es so schön im Volksmund. Und dies trifft im Wesentlichen auch auf die vorliegende Auflage zu, da der Großteil der Autorinnen und Autoren seit der ersten Stunde an diesem Handbuch mitwirken. Allerdings haben sich im Autorenkreis auch einige Veränderungen ergeben. Nach Erscheinen der 4. Auflage verstorben ist der verehrte und für seine zugleich besonnene wie präzise Arbeitsweise geschätzte Kollege *Dr. Philipp Koehler*, dem besonderer Dank gebührt für die bisherige Bearbeitung des Kapitels „Gewerbliche Schutzrechte in der Insolvenz“, das ab der 5. Auflage dankenswerterweise in den versierten Händen von Rechtsanwältin *Valeska Töbelmann* liegt. Auf eigenen Wunsch scheidet aus *Dr. Helmut Eichmann*, der sich seit der 1. Auflage um die Rechtsdemoskopie und seine Bedeutung für die anwaltliche Praxis verdient gemacht hat. Sein wertvoller Beitrag wird ab der vorliegenden Auflage kompetent fortgeführt von *Dr. Almut Pflüger* und *Dr. Heiko Dobel*. Des Weiteren sind auf eigenen Wunsch ausgeschieden *Dr. Astrid Link*, *Dr. Alexander von Bossel*, *Dr. Martin Feyock*, *Dr. Karsten Gutsche* sowie *Dr. Ulrich Reese*. Außer den bereits Genannten sind zum Kreis der Autoren neu hinzugekommen *Dr. Heike Blank*, *Dr. Nina Stolzenburg*, *Dr. Nikolas Gregor*, *Dr. Dennis Heinson*, *Dr. Malte Lieckfeld*, *Dr. Jan Phillip Rektorschek* und *Dr. Tobias Timmann*. Allen ausgeschiedenen, amtierenden und neu hinzutretenden Autorinnen und Autoren sei an dieser Stelle herzlichst gedankt für ihr Engagement und ihren damit verbundenen Beitrag zum Erfolg dieses Handbuches. Besonderer Dank für die über Jahre hinweg hervorragende Betreuung und exzellente Lektorierung des Werkes gebührt *Dr. Thomas Schäfer*, *Dr. Burkhard Schröder* und der ebenso unermüdlichen wie umsichtigen *Gabriele Atzenhofer*.

Einmal mehr danken der Verlag, die Autorinnen und Autoren sowie der Herausgeber für die überaus positive Akzeptanz dieses Werkes und nehmen weiterhin Ergänzungs- und Änderungswünsche sehr gern entgegen. Möge auch die vorliegende Ausgabe dieses von Praktikern für Praktiker geschriebenen Handbuches ihren festen Platz in Ihrer Beratungspraxis finden.

Köln, im Juli 2017

Prof. Dr. Gordian N. Hasselblatt LL. M.

Aus dem Vorwort zur 1. Auflage

Der Schutz geistigen Eigentums einschließlich der Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs ist in aller Munde. Neue Technologien, das Zusammenwachsen der Märkte, zusätzliche Vertriebswege und veränderte, teils aggressivere Marketingstrategien der Mitbewerber zwingen Unternehmen zu größerer Diversifizierung der eigenen Produkte. Im Idealfall gilt es, ohne Sonderschutz- oder sonstige Rechte Dritter zu verletzen, auf fremden Leistungsergebnissen, insbesondere gestiegenem Fortschritt in Wissenschaft und Technik, aufzubauen und zugleich die eigenen Leistungen einschließlich Werbe- und Absatzmethoden vor Abkupferung, Ausbeutung oder Schädigung zu schützen. All dies vollzieht sich in zunehmendem Maße in einem internationalen Umfeld, sei es durch Vertrieb eigener Leistungen im Ausland oder der Auseinandersetzung im fairen Wettbewerb mit ausländischen Konkurrenzserzeugnissen im Inland.

Entsprechend groß ist die Bedeutung der weiten Gebiete des Wettbewerbsrechts und Gewerblichen Rechtsschutzes für die forensische und beratende Praxis. In jedem dieser Bereiche erfordert die kompetente Beratung die sichere Kenntnis des materiellen Rechts und ggf. besonderer Verfahrensabläufe. Dabei hat der Praktiker – oftmals auch bei nicht grenzüberschreitenden Rechtsangelegenheiten – neben zahlreichen nationalen Vorschriften eine Vielzahl internationaler Bestimmungen zu beachten. Zudem erfordert die Tätigkeit im *grünen Bereich* vielfach, wenn nicht gar regelmäßig, interdisziplinäres Denken. Nicht selten berühren wettbewerbsrechtliche Fragestellungen patent-, marken-, geschmacksmuster- oder urheberrechtliche Problemkreise, die es parallel oder typischerweise vorrangig zu überprüfen gilt; auch führt etwa die Beurteilung der Einführung eines neuen Produktes – über das reine Unlauterkeitsrecht hinaus – schnell in Spezialmaterien des Lebensmittel-, Heilmittelwerbe- oder Kosmetikrechts. Die Kette weiterer interdisziplinärer Aufgabenstellungen ließe sich fast beliebig erweitern.

Diesem breit angelegten Spektrum trägt das vorliegende Handbuch Rechnung, indem es – in prozeduraler und materieller Hinsicht – alle für die tägliche Praxis im Wettbewerbsrecht und Gewerblichen Rechtsschutz relevanten Bereiche abdeckt. Einer knappen Einführung folgt ein ausführlicher Verfahrensteil, an den sich Darstellungen zum Unlauterkeitsrecht, zu verwandten Rechtsgebieten (inklusive Presse- und Rundfunkrecht, internetbezogene Rechtsprobleme, Heilmittelwerbe-, Lebensmittel- und Kosmetikrecht) und zum Gewerblichen Rechtsschutz anschließen. Im Marken-, Patent-, Geschmacksmuster- und Urheberrecht werden neben dem nationalen Recht auch die Schutzmöglichkeiten der jeweiligen internationalen Abkommen anschaulich erläutert.

Das Handbuch ist von Praktikern für Praktiker geschrieben, und richtet sich gleichermaßen an den Newcomer wie den erfahrenen Anwalt und Unternehmensjuristen. Zahlreiche Praxistipps, Formulierungsbeispiele und Checklisten sowie die im Rahmen des möglichen vereinheitlichte Struktur der einzelnen Darstellungen erlauben einen leserfreundlichen und schnellen Zugriff auf Problemstellungen und -lösungen.

Köln, im Juli 2001

Dr. Gordian N. Hasselblatt LL.M.

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungs- und Literaturverzeichnis	XXXV

Teil A. Allgemeiner Teil

§ 1	Einführung in die Besonderheiten des Gewerblichen Rechtsschutzes (Hasselblatt)	1
§ 2	Grundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes (Hasselblatt)	27

Teil B. Verfahrensfragen

§ 3	Wettbewerbs- und anderschutzrechtliche Ansprüche (Spubler/Vykydal)	43
§ 4	Außergerichtliches Verfahren (Pitz)	96
§ 5	Wettbewerbsprozess – Gerichtliches Verfahren (Lensing-Kramer/Timmann)	109
§ 6	Zuständigkeiten der Gerichte (Rojahn/Rektorschek)	153
§ 7	Außergerichtliche Streitbeilegung (Labes/Lörcher)	167
§ 8	Tätigwerden der Zollbehörden – Grenzbeschlagnahme (Wagner/Stolzenburg)	212
§ 9	Rechtsdemoskopie (Pflüger/Dobel)	238
§ 10	Gebühren und Kosten (Rojahn/Rektorschek)	291

Teil C. Europarecht

§ 11	Europarecht (Milbradt)	311
------	------------------------------	-----

Teil D. Unlauterkeitsrecht

§ 12	Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3 Abs. 1–Abs. 4 S. 1 UWG) (Ebert-Weidenfeller)	355
§ 13	Ausnutzen besonderer Schutzbedürftigkeit von Verbrauchern (§ 3 Abs. 4 Satz 2 UWG, § 4a Abs. 2 Satz 2 UWG) (Menebröcker)	396
§ 14	Lehre vom Rechtsbruch (§ 3a UWG) (Dittert)	420
§ 15	Herabsetzung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 1 UWG) (Krekel)	447
§ 16	Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG) (Blank)	463
§ 17	Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz (§ 4 Nr. 3 UWG) (Deck)	472
§ 18	Gezielte Behinderung (§ 4 Nr. 4 UWG) (Gregor)	513
§ 19	Aggressive geschäftliche Praktiken (§ 4a UWG) (Ebert-Weidenfeller)	544
§ 20	Verbot irreführender geschäftlicher Handlungen (§§ 5, 5a UWG) (Ahrens)	568
§ 21	Tarnung des kommerziellen Zwecks geschäftlicher Handlungen (§ 5a Abs. 6 UWG) (Böckenholt)	639
§ 22	Vergleichende Werbung (§ 6 UWG) (Eck/Ikas)	662
§ 23	Unzumutbare Belästigung (§ 7 UWG) (Manderla)	689
§ 24	Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse (§ 17 UWG) (Blank)	709
§ 25	Wettbewerbs- und zivilrechtlicher Know-how-Schutz (Musiol)	721
§ 26	Verwertung von Vorlagen (§ 18 UWG) (Blank)	742
§ 27	Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 19 UWG) (Blank)	747

Teil E. Verwandte Rechtsgebiete

§ 28	Presserecht (Sajuntz/Wiggenhorn)	751
§ 29	Rundfunkrecht (Helling)	778
§ 30	Rechtsfragen der Telemedien (Lotze/Heinson)	814
§ 31	Domainenrecht (Jaeger-Lenz/Lieckfeld)	860
§ 32	Heilmittelwerberecht (Grundmann)	940

Inhaltsübersicht

§ 33	Lebensmittelrecht (<i>Eggers</i>)	966
§ 34	Kosmetikrecht (<i>Schulte/Beckhausen</i>)	1016
Teil F. Markenrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht		
1. Abschnitt. Markenrecht		
§ 35	Markenrecht (<i>Raab</i>)	1039
§ 36	Die internationale Registrierung von Marken (<i>Karow</i>)	1136
§ 37	Unionsmarkenrecht (<i>Hasselblatt</i>)	1157
2. Abschnitt. Technische Schutzrechte		
§ 38	Patentrecht (<i>Schoenen</i>)	1312
§ 39	Europäisches Patentrecht (<i>Smielick</i>)	1363
§ 40	Internationales Patentrecht (PCT) (<i>Smielick</i>)	1428
§ 41	Gebrauchsmusterrecht (<i>Schoenen</i>)	1445
§ 42	Arbeitnehmererfindungsrecht (<i>Schoenen</i>)	1453
3. Abschnitt. Nichttechnische Schutzrechte		
§ 43	Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (<i>Nordemann/Czychowski</i>)	1470
§ 44	Internationales Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (<i>Nordemann/Czychowski</i>)	1685
§ 45	Designrecht (<i>v. Gerlach</i>)	1713
§ 46	Internationales Designrecht (<i>v. Gerlach</i>)	1740
§ 47	Gemeinschaftsgeschmacksmusterrecht (<i>Späth</i>)	1747
Teil G. Lizenz- und F&E-Verträge, Kartellrecht		
§ 48	Lizenzverträge (<i>Straßer</i>)	1781
§ 49	Forschungs- und Entwicklungsverträge (<i>Smielick</i>)	1816
§ 50	Kartellrechtliche Aspekte (<i>Lubitz</i>)	1863
Teil H. Besonderheiten in der Insolvenz		
§ 51	Gewerbliche Schutzrechte in der Insolvenz (<i>Töbelmann</i>)	1883
Sachverzeichnis		1903

Inhaltsverzeichnis

Teil A. Allgemeiner Teil

§ 1 Einführung in die Besonderheiten des Gewerblichen Rechtsschutzes

I. Bedeutung des Wettbewerbsrechts und Gewerblichen Rechtsschutzes für die Praxis	2
1. Nationale Beratungspraxis	2
2. Multinationale Beratungspraxis	2
3. Besondere Herausforderungen für die Beratungspraxis	4
II. Materien des Wettbewerbsrechts und angrenzende Gebiete	6
1. Wettbewerbsrecht	7
2. Benachbarte Rechtsgebiete	10
III. Materien des gewerblichen Rechtsschutzes	11
1. Schutz gewerblichen und geistigen Eigentums	11
2. Gemeinsame Schutzprinzipien	12
IV. Verfahrensbesonderheiten	16
1. Verfahren vor speziellen Ämtern, Behörden und Gerichten	16
2. Behördliche Verfahren	17
3. Außergerichtliches Verfahren	17
4. Gerichtliches Verfahren	18
V. Generelle Erwägungen für die Mandatsannahme und -bearbeitung	20
1. Prozedurale Aspekte	20
2. Materielle Aspekte	21
3. Überlappung der Rechtsgebiete	22
4. Exakte Sachverhaltsfeststellung	22
5. Vieraugenprinzip	22
6. Technisches Verständnis, Marktkennntnisse	23
7. Aktivlegitimation	23
8. Ansprüche, Antragsfassungen	23
9. Zeitfaktor	24
10. Strategische Aspekte	25
VI. Ziele des vorliegenden Handbuchs	25
VII. Hinweise zur Benutzung	26

§ 2 Grundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes

I. Einführung	27
1. Nationales Recht	29
2. Europäisches Unionsrecht	30
3. Internationale Abkommen	30
II. Rechtsgrundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes	32
1. Nationale Gesetze/Verordnungen/Staatsverträge	32
2. Europäisches Unionsrecht	38
3. Multilaterale Abkommen	40
4. Bilaterale Abkommen	41

Teil B. Verfahrensfragen

§ 3 Wettbewerbs- und sonderschutzrechtliche Ansprüche

I. Der Unterlassungsanspruch	44
1. Grundlagen	44
2. Wiederholungsgefahr	45

Inhaltsverzeichnis

3. Erstbegehungsgefahr	46
4. Unterlassungsklage	47
II. Der Auskunftsanspruch	51
1. Allgemeines	51
2. Allgemeine Grenzen der Auskunftspflicht	53
3. Der unselbstständige Auskunftsanspruch	55
4. Der selbstständige Auskunftsanspruch	59
5. Der Rechnungslegungsanspruch	59
6. Prozessuale Fragen	61
III. Der Schadensersatzanspruch	63
1. Allgemeines	63
2. Die Anspruchsgrundlagen	64
3. Anspruchsvoraussetzungen	65
4. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruches	71
5. Prozessuale Fragen	77
IV. Weitere Ansprüche	79
1. Der Beseitigungsanspruch	79
2. Der Widerrufsanspruch	81
3. Der Anspruch auf Urteilsveröffentlichung	84
4. Der Bereicherungsanspruch	85
5. Der Gewinnabschöpfungsanspruch gemäß § 10 UWG	87
6. Der Besichtigungsanspruch	88
7. Der Rückrufanspruch	91
V. Verjährung	94
§ 4 Außergerichtliches Verfahren	
I. Abmahnung	96
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	96
2. Inhalt der Abmahnung	98
3. Formalien	99
4. Unberechtigte Abmahnung	101
5. Kosten	102
II. Strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung	102
1. Rechtliche Bedeutung	102
2. Inhalt	103
3. Rechtsfolgen	104
III. Aufbrauchsfristen	104
1. Rechtliche Bedeutung	104
2. Einräumung und Inhalt	105
3. Wirkung und Rechtsfolgen	106
IV. Schutzschrift	106
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	106
2. Bedeutung und Inhalt der Schutzschrift	107
3. Hinterlegung der Schutzschrift	108
4. Kosten	108
§ 5 Wettbewerbsprozess – Gerichtliches Verfahren	
I. Vorüberlegungen	110
1. Einleitung	110
2. Checklisten	110
II. Einstweiliges Verfügungsverfahren	111
1. Zuständiges Gericht	111
2. Verfügungsanspruch	112
3. Verfügungsgrund (insbes. Dringlichkeit)	117
4. Glaubhaftmachung	121
5. Gerichtliche Entscheidung	122

Inhaltsverzeichnis

6. Vollstreckungsschutz/Aufbrauchsfristen	124
7. Vollziehung/Zustellung einer einstweiligen Verfügung	125
8. Rechtsbehelfe	127
9. Schadenersatzanspruch nach § 945 ZPO	132
III. Abschlussverfahren	135
1. Sinn des Abschlussschreibens/der Anschlussabmahnung	135
2. Erforderlichkeit des Abschlussschreibens/der Anschlussabmahnung	136
3. Inhalt des Abschlussschreibens/der Anschlussabmahnung	136
4. Abschlusserklärung	138
IV. Wettbewerbsrechtliche Klagearten	139
1. Unterlassungsklage	140
2. Schadenersatzfeststellungsklage	140
3. Klage auf Auskunftserteilung/Rechnungslegung	141
4. Beseitigungsklage	142
5. Negative Feststellungsklage	142
V. Vollstreckungsverfahren	143
1. Allgemeine Grundsätze und Voraussetzungen der Zwangsvollstreckung	143
2. Unterlassungsvollstreckung (§ 890 ZPO)	144
3. Handlungsvollstreckung	148
VI. Muster	149
 § 6 Zuständigkeiten der Gerichte	
I. Rechtsweg	153
1. Ordentlicher Rechtsweg	153
2. Zuständigkeit des Arbeitsgerichts	154
3. Schiedsgerichtsbarkeit und Einigungsstellen	155
II. Sachliche und funktionelle Zuständigkeit	156
III. Örtliche Zuständigkeit	157
1. Besonderheit des § 14 UWG	157
2. Gerichtsstände nach § 14 Abs. 1 UWG	158
3. Gerichtsstand des Tatortes § 14 Abs. 2 UWG	159
IV. Internationale Zuständigkeit	163
1. Rechtsstreitigkeiten mit Auslandsbezug	163
2. Anwendbares Recht	166
 § 7 Außergerichtliche Streitbeilegung	
I. Einleitung	167
1. Verfahrensalternativen der außergerichtlichen Streitbeilegung	167
2. Vor- und Nachteile der verschiedenen Verfahren	169
3. Außergerichtliche Streiterledigung im gewerblichen Rechtsschutz	173
4. Andere Verfahrensarten im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes	175
II. Mediation als zu einem unverbindlichen Ergebnis führendes Streiterledigungsver- fahren	176
1. Einführung	176
2. Rechtliche Grundlagen eines Mediationsverfahrens	177
3. Voraussetzungen für die Durchführung eines Mediationsverfahrens	178
4. Ablauf eines Mediationsverfahrens	181
III. Schiedsgerichtsbarkeit als zu einem verbindlichen Ergebnis führendes Streiterledi- gungsverfahren	188
1. Rechtliche Grundlagen eines Schiedsverfahrens	188
2. Voraussetzungen für die Durchführung eines Schiedsverfahrens	189
3. Ablauf eines Schiedsverfahrens	194
IV. Beratungsschecklisten	208
 § 8 Tätigwerden der Zollbehörden – Grenzbeschlagnahme	
I. Einführung	212
1. Hintergrund und rechtliche Grundlagen	212

Inhaltsverzeichnis

2. Entstehungsgeschichte	213
3. Ausmaß des Problems	214
II. Grenzbeschlagnahme auf Grundlage der PPVO	215
1. Gegenstand, Anwendungsbereich und Begriffsbestimmungen	215
2. Antragsverfahren	219
3. Tätigwerden der Zollbehörden	223
4. Haftung	229
5. Kosten	230
III. Grenzbeschlagnahme auf Grundlage nationalen Rechts in Deutschland	231
1. Anwendungsbereich	232
2. Antragstellung	233
3. Beschlagnahme	234
4. Einziehung	235
5. Widerspruch	235
6. Rechtsmittel des Verfügungsberechtigten nach dem OWiG	236
7. Antrag des Rechtsinhabers auf vollziehbare gerichtliche Entscheidung	236
8. Haftung	237
9. Kosten	237
§ 9 Rechtsdemoskopie	
I. Einführung	240
1. Besonderheiten der Rechtsdemoskopie	240
2. Besonderheiten der Fachgebiete	241
3. Fachkenntnisse des Anwalts	241
II. Methodik	242
1. Durchführung der Umfrage	242
2. Fragebogen	243
3. Split/Teilgruppen/Kontrollgruppen	249
4. Pretest	251
5. Stichprobe	251
6. Fehlertoleranz	253
7. Retrospektive Ermittlungen	254
III. Beteiligte Verkehrskreise	256
1. Deutschland	256
2. Europäische Union	259
IV. Rechtsgebiete	261
1. Irreführung	261
2. Verkehrsgeltung/Verkehrsdurchsetzung	262
4. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz/Bekannte Marke	271
5. Erhöhte Kennzeichnungskraft	273
6. Verwechslungsgefahr	274
7. Sonstige Fragestellungen	276
V. Orientierungswerte	279
1. Grundsatz	279
2. Irreführungsgefahr	279
3. Verkehrsgeltung	280
4. Verkehrsdurchsetzung	280
5. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz/Bekannte Marken	282
6. Erhöhte Kennzeichnungskraft	283
VI. Gutachten	284
1. Inhalt	284
2. Form	284
3. Bearbeitungsdauer	285
4. Kosten	285
5. Kostenerstattung	286
6. Auswahl des Gutachters	286
VII. Zivilgerichtliches Hauptsacheverfahren	287
1. Beweisantrag	287

Inhaltsverzeichnis

2. Beweisbeschluss	287
3. Stellungnahme der Parteien	287
4. Einweisungstermin	288
5. Erläuterungstermin	288
6. Beweiswürdigung	288
7. Privatgutachten	289
VIII. Zivilgerichtliches Eilverfahren	289
1. Glaubhaftmachung	289
2. Gegenglaubhaftmachung	290
IX. Lösungsverfahren	290
1. Feststellungen zum Schutzhindernis	290
2. Beweiswürdigung bei Privatgutachten	290
 § 10 Gebühren und Kosten	
I. Allgemeine Grundsätze	291
II. Vorprozessuale Kosten	291
1. Abmahnung	291
2. Abmahnung durch Verbände	296
3. Schutzschriften	296
4. Kostenregelung im Verfahren vor der Einigungsstelle	297
5. Besichtigungsverfahren	297
III. Prozesskosten	298
1. Einstweiliges Verfügungsverfahren	298
2. Hauptsacheverfahren	300
IV. Erstattungsfähigkeit einzelner Kosten	301
1. Testkauf-, Detektiv- und Recherchekosten	301
2. Kosten eines Privatgutachtens	302
3. Patentanwaltskosten	303
4. Rechtsanwaltskosten im Nichtigkeitsverfahren	304
5. Reisekosten, Kosten des Verkehrsanwalts und Übersetzungskosten	304
V. Vollstreckungskosten	305
VI. Streitwertfestsetzung	306
1. Grundsätze für die Streitwertbemessung	306
2. Streitwertminderung gemäß § 12 Abs. 4 UWG	308
VII. Vergütungsvereinbarungen	309

Teil C. Europarecht

§ 11 Europarecht	
I. Strukturprinzipien des Gemeinschaftsrechts	312
1. Binnenmarktkonzept	312
2. Verhältnis des Gemeinschaftsrechts zum nationalen Recht	313
II. Rechtsquellen des Gemeinschaftsrechts	315
1. Primärrecht	315
2. Sekundärrecht	316
III. Auslegung und Vollzug des Gemeinschaftsrechts	317
1. Auslegungsmethoden	318
2. Vorabentscheidungsverfahren	319
3. Folgen einer nicht fristgerechten Umsetzung des Gemeinschaftsrechts	320
IV. Grundfreiheiten der Gemeinschaft und nationales Lauterkeitsrecht	323
1. Freiheit des Warenverkehrs	323
2. Dienstleistungsfreiheit	333
3. Niederlassungsfreiheit	336
V. Durchsetzung gewerblicher Schutzrechte in der EG	337
1. Artikel 345 AEUV	337

Inhaltsverzeichnis

2. Artikel 34/36 AEUV	338
3. Art. 102 AEUV	344
VI. Sekundärrecht	345

Teil D. Unlauterkeitsrecht

§ 12 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3 Abs. 1–Abs. 4 S. 1 UWG)

I. Begriff der unlauteren geschäftlichen Handlung	356
1. Rechtlicher Rahmen und Rechtsentwicklung	356
2. Zweite UWG-Novelle 2015	357
3. Schutzzweck des UWG	358
4. Systematik des UWG	359
5. Angriffsrichtung unlauteren Wettbewerbs	360
II. Unlautere geschäftliche Handlungen nach § 3 UWG	361
1. Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG	361
2. § 3 Abs. 2 UWG	365
3. § 3 Abs. 1 UWG	367
III. Wettbewerbsrechtliche Grundbegriffe	370
1. Waren und Dienstleistungen	370
2. Marktteilnehmer	371
3. Geschäftliche Handlung	374
4. Verbraucherleitbild	379
5. Spürbarkeit	380
6. Unternehmerische Sorgfalt	382
7. Verhaltenskodex	383
IV. Anspruchsberechtigter und Anspruchsgegner nach § 8 UWG	383
1. Anspruchsberechtigung gemäß § 8 Abs. 3 UWG	383
2. Rechtsmissbrauch nach § 8 Abs. 4 UWG	389
3. Anspruchsgegnerschaft nach § 8 Abs. 2 UWG	392
V. Bearbeitungsscheckliste	394

§ 13 Ausnutzen besonderer Schutzbedürftigkeit von Verbrauchern (§ 3 Abs. 4 Satz 2 UWG, § 4a Abs. 2 Satz 2 UWG)

I. Allgemeines	396
1. Grundlagen	396
2. Systematik	398
II. Beurteilungsmaßstab (§ 3 Abs. 4 UWG)	399
III. Ausnutzen besonderer Schutzbedürftigkeit	400
IV. Geistige oder körperlicher Beeinträchtigungen	400
V. Alter	400
VI. Geschäftliche Unerfahrenheit	401
1. Schutz von Kindern und Jugendlichen	401
2. Schutz sonstiger Verbraucher	414
VII. Ausnutzung der Leichtgläubigkeit	416
VIII. Ausnutzung der Angst	416
1. Spezialregelungen zum Schutz der Verbraucher	417
2. Ausnutzen von Angst nach § 4a Abs. 2 Satz 1 Nr. 3, Satz 2 UWG	417
IX. Ausnutzung einer Zwangslage	418
X. Beratungsscheckliste	419

§ 14 Lehre vom Rechtsbruch (§ 3a UWG)

I. Bedeutung	420
II. Zweck der Regelung	421
III. Konzeptionswandel des Rechtsbruchtatbestandes	422
1. Unterscheidung zwischen wertbezogenen und wertneutralen Normen	422

Inhaltsverzeichnis

2. Änderung der Rechtsprechung ab 1997	425
3. Änderungen durch die UWG-Novellen	426
IV. Der Rechtsbruchtatbestand des § 3a UWG	427
1. Geschäftliche Handlung	427
2. Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift	428
3. Wettbewerbsbezug der verletzten Norm	428
4. Spürbarkeitsschwelle gemäß § 3a UWG	429
5. Verzicht auf subjektive Voraussetzungen	430
V. Einzelne Bereiche	431
1. „Normen zum Schutz der Volksgesundheit“	431
2. „Vorschriften zum Schutz der Rechtspflege“	434
3. Berufs- oder standesrechtliche Werbeverbote	435
4. Betriebs- und produktionsbezogene Vorschriften	436
5. Verbraucherschutzvorschriften und Allgemeine Geschäftsbedingungen	437
6. Steuervorschriften	439
7. Vorschriften des EU-Beihilferechts	439
8. Ausschließlichkeitsrechte	439
9. Marktzutrittsregelungen	440
10. Weitere Vorschriften	441
VI. Vertragsverletzungen	442
1. Ausgangspunkt	442
2. Eigener Vertragsbruch	442
3. Fremder Vertragsbruch	443
§ 15 Herabsetzung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 1 UWG)	
I. Überblick	447
1. Normzweck	447
2. UWG-Reform 2015	448
II. Abgrenzungen	448
1. Vergleichende Werbung, § 6 Abs. 2 Nr. 4 und 5 UWG	448
2. Tatsachenbehauptungen, § 4 Nr. 2 UWG (aF § 4 Nr. 8 UWG)	449
3. Rufausbeutung, § 4 Nr. 3b) UWG (aF § 4 Nr. 9b) UWG)	450
4. Behinderung, § 4 Nr. 4 UWG (aF § 4 Nr. 10 UWG)	450
5. Aggressive geschäftliche Handlungen, § 4a UWG	450
6. Andere Rechtsgebiete	451
III. Voraussetzungen	452
1. Geschäftliche Handlung gegen Mitbewerber	452
2. In Form einer Herabsetzung oder Verunglimpfung	454
3. Unlauterkeit	454
IV. Feststellung der Unlauterkeit – Umstände des Einzelfalls maßgeblich	456
1. Einzelfallprüfung	456
2. Unwahre Tatsachenbehauptungen	458
3. Wahre Tatsachenbehauptungen	458
4. Werturteile	459
5. Besondere Fallgestaltungen	460
V. Aufweichung der Grenzen bei „Gegenangriff“	462
§ 16 Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG)	
I. Allgemeines	463
II. § 4 Nr. 2 Alt. 1 UWG	464
1. Tatbestandsvoraussetzungen des § 4 Nr. 2 Alt. 1 UWG	464
2. Rechtsfolgen	469
III. § 4 Nr. 2 Alt. 2 UWG	470
1. Unterschied zu § 4 Nr. 2 Alt. 1 UWG	470
2. Vertraulichkeit	470
3. Berechtigtes Interesse	471
4. Rechtsfolgen	471
IV. Beratungsscheckliste	471

Inhaltsverzeichnis

§ 17 Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz (§ 4 Nr. 3 UWG)

I. Allgemeines – Grundsatz der Nachahmungsfreiheit und dessen Bedeutung	473
1. Förderung des Fortschritts durch Nachahmungsfreiheit	473
2. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: Sonderrechtsschutz	473
3. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: unlautere Nachahmung	474
4. Verhältnis Sonderrechtsschutz – wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz ..	475
5. Verhältnis zu anderen UWG-Tatbeständen	480
II. Nachahmungstatbestände	481
1. Gegenstand der Nachahmung	481
2. Unmittelbare Leistungsübernahme/(fast) identische Nachahmung	482
3. Nachschaffende Leistungsübernahme	484
III. Anspruchsberechtigter, Anspruchsgegner, Ansprüche	485
1. Schutzberechtigter	485
2. Anspruchsgegner	485
3. Geschäftliche Handlung	486
4. Unterlassungsanspruch	486
5. Schadensersatzansprüche	487
6. Auskunfts- und Rechnungslegungsanspruch	488
IV. Wettbewerbliche Eigenart	490
1. Definition	490
2. Wechselwirkung zu anderen Anspruchsvoraussetzungen	491
3. Anforderungen im Vergleich zu sondergesetzlichen Schutzanforderungen	491
4. Ästhetisch-künstlerische Gestaltungen/Design	493
5. Warenkennzeichnungen und -gestaltungen, sonstige äußere Gestaltungen	493
6. Wettbewerblich eigenartige technische Merkmale	493
V. Verkehrsbekanntheit	495
1. (Gewisse) Bekanntheit als Anspruchsvoraussetzung	495
2. Gesteigerte Bekanntheit	496
VI. Besondere Unlauterkeitselemente	496
1. Vermeidbare Herkunftstäuschung (§ 4 Nr. 3a) UWG)	497
2. Rufausbeutung (§ 4 Nr. 3b) UWG)	500
3. Behinderung	502
4. Vertrauensbruch und Verwertung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen (§ 4 Nr. 3c) UWG)	503
VII. Besondere Fallgestaltungen	504
1. Modeschöpfung/Saisonschutz	504
2. Computerprogramme	506
3. Ersatzteil- und Zubehöranbau	508
4. Einschieben in fremde Serie	509
5. Systematische Nachahmung	510
6. Nachahmung fremder Werbung	510
VIII. Subjektive Voraussetzungen	510
IX. Beratungsscheckliste	511

§ 18 Gezielte Behinderung (§ 4 Nr. 4 UWG)

I. Überblick	514
1. Normzweck	514
2. Entstehungsgeschichte und Verhältnis zum Unionsrecht	515
3. Geschäftliche Handlung	515
4. Behinderungen	515
5. Gezieltes Handeln (Unlauterkeit der Behinderung)	515
6. Bagatellschwelle	516
II. Absatzbehinderung	517
1. Kundenbezogene Behinderung	517
2. Produktbezogene Behinderung	522
3. Vertriebsbezogene Behinderung	523
4. Kontrollvereitelung (Kontrollnummernbeseitigung)	525

Inhaltsverzeichnis

III. Bezugsbehinderung	527
IV. Werbebehinderung	528
1. Werbevereitelung	528
2. Nachahmung von Werbung	529
3. Zeichenbeseitigung	529
4. Zeichenmissbrauch	529
5. Ambush Marketing	530
V. Betriebsstörung	530
1. Abmahnung und Schutzrechtsverwarnung	530
2. Testmaßnahmen	532
3. Abwerbung von Beschäftigten	534
VI. Boykott	536
1. Überblick	536
2. Voraussetzungen	536
3. Rechtfertigungsgründe	538
VII. Preiskampf	539
1. Preisunterbietung	540
2. Rechts- und Vertragsbruch	541
3. Niedrigpreisaktionen bei Markenartikeln	541
4. Darlegungs- und Beweislast	542
VIII. Bearbeitungsschecklisten	542
 § 19 Aggressive geschäftliche Praktiken (§ 4a UWG)	
I. Einführung	544
II. Abgrenzung zu anderen Unlauterkeitstatbeständen	546
1. § 3 UWG	546
2. § 3 Abs. 4 S. 2 UWG	547
3. § 3a UWG	547
4. §§ 5, 5a UWG	547
5. § 7 UWG	547
III. Tatbestandsvoraussetzungen	548
IV. Mittel der aggressiven geschäftlichen Handlung	549
1. Belästigung	549
2. Nötigung	550
3. Unzulässige Beeinflussung	552
V. Maßgebliche Kriterien zur Bestimmung einer aggressiven Geschäftspraktik	565
1. § 4a Abs. 2 S. 1 UWG	565
2. § 4a Abs. 2 S. 2 UWG	566
 § 20 Verbot irreführender geschäftlicher Handlungen (§§ 5, 5a UWG)	
I. Allgemeines	569
1. Systematische Einordnung	569
2. Schutzzweck	578
3. Anwendungsbereich	579
4. Ansprüche	581
5. Anspruchsberechtigte	581
II. Definition der Irreführung	582
1. Begriff und wettbewerbsrechtliche Relevanz	582
2. Maßstab	583
3. Interessenabwägung	587
III. Art der Irreführung	590
1. Objektiv unzutreffende Angaben	590
2. Mehrdeutige Angaben	591
3. Nicht ernst gemeinte Angaben	593
4. Objektiv zutreffende Angaben	594
5. Äußerungen Dritter	596
6. Alleinstellungswerbung	597

Inhaltsverzeichnis

IV. Gegenstand der Irreführung	600
1. Angaben	600
2. Die wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG)	600
3. Anlass des Verkaufs (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG)	607
4. Die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG)	612
5. Aussagen oder Symbole im Zusammenhang mit Sponsoring oder einer Zulassung (§ 5 Abs. 1 Nr. 4 UWG)	615
6. Die Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur (§ 5 Abs. 1 Nr. 5 UWG)	616
7. Einhaltung eines Verhaltenskodexes (§ 5 Abs. 1 Nr. 6 UWG)	616
8. Rechte des Verbrauchers (§ 5 Abs. 1 Nr. 7 UWG)	616
9. Geschäftliche Handlungen ohne Wertungsvorbehalt (§ 3 Abs. 3 UWG iVm Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG)	617
V. Antragstellung	625
VI. Beweisfragen	627
VII. Beratungs-Checkliste	629
VIII. Irreführung durch Unterlassen, § 5a UWG	630
1. Allgemeine Einordnung	630
2. Wesentliche Informationen	631
3. Angebote, die dem Verbraucher einen Geschäftsabschluß ermöglichen	633
4. Unionsrechtlich festgelegte Informationsanforderungen	636
§ 21 Tarnung des kommerziellen Zwecks geschäftlicher Handlungen (§ 5a Abs. 6 UWG)	
I. Einleitung	639
1. Verfassungsrechtliche Spannungslage	639
2. Gesetzliche Ausprägungen	640
II. Tatbestand	642
III. Werbung in redaktioneller Form	643
1. Formen	643
2. Haftung	655
3. Antragsfassung	656
IV. Äußerungen Dritter	658
1. Wissenschaftliche Publikationen	658
2. Warentests	658
3. Rankings	659
4. Sonstige Empfehlungen	659
5. Haftung	659
V. Tarnung des Werbenden und des werblichen Kontakts	660
VI. Bearbeitungscheckliste	661
§ 22 Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)	
I. Bearbeitungs-Checkliste	662
II. Rechtsentwicklung	663
III. Auslegungsgrundsätze	663
IV. Tatbestand und Abgrenzung	664
1. Begriff der vergleichenden Werbung (§ 6 Abs. 1 UWG)	664
2. Andere Werbevergleiche	668
V. Zulässigkeitsvoraussetzungen	669
1. Allgemeines	669
2. Bedarfs- und Zweckidentität (§ 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG)	671
3. Ursprungsbezeichnungen	672
4. Vergleichbare Eigenschaften (§ 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG)	673
5. Irreführungsverbot (§ 5 UWG)	677
6. Vermeidung von Verwechslungsgefahr (§ 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG)	679
7. Verbot der Rufausbeutung (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 Alt. 1 UWG)	681

Inhaltsverzeichnis

8. Diffamierungsverbot (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 Alt. 2 und Nr. 5 UWG)	684
9. Schutz des Originalanbieters (§ 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG)	686
VI. Beweislast	687
 § 23 Unzumutbare Belästigung (§ 7 UWG)	
I. Allgemeines	689
II. UWG-Reform	690
1. Gemeinschaftsrechtliche Vorgaben	690
2. Regelung des § 7 UWG	691
III. Belästigung nach § 7 Abs. 1 UWG	691
1. Ansprechen in der Öffentlichkeit	692
2. Haustürwerbung	694
3. Laienwerber	695
4. Werbung am Unfallort	696
5. Unverlangt zugesandte Ware	696
IV. Belästigung nach § 7 Abs. 2 UWG	698
1. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG	698
2. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG	700
3. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	704
4. Transparenzgebot nach § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG	707
V. Rechtsverfolgung	707
 § 24 Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse (§ 17 UWG)	
I. Allgemeines zu §§ 17–19 UWG	709
II. Begriff des Geschäfts-/Betriebsgeheimnisses	710
1. Bezug der Tatsache zum Unternehmen	711
2. Fehlende Offenkundigkeit	711
3. Geheimhaltungswille	713
4. Objektives Geheimhaltungsinteresse	713
5. Beispiele geschützten Know-hows	714
III. Die Tatbestände des § 17 UWG	714
1. § 17 Abs. 1 UWG: Geheimnisverrat	714
2. § 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG: Betriebsspionage	716
3. Geheimnishehlerei	717
IV. § 17 Abs. 3 UWG: Versuchsstrafbarkeit	719
V. § 17 Abs. 4 UWG: Besonders schwere Fälle	719
VI. Strafe, Strafverfolgung	719
VII. Beratungsscheckliste	720
 § 25 Wettbewerbs- und zivilrechtlicher Know-how-Schutz	
I. Einleitung	721
1. Begriffsbestimmung	721
2. Konstellationen anwaltlicher Beratung	722
II. Schutz außerhalb vertraglicher Beziehungen	723
1. Schutz nach § 4 Nr. 3 lit. c UWG	723
2. Schutz nach § 4 Nr. 4 UWG	723
3. Schutz nach § 3a UWG	724
4. Schutz nach § 3 UWG	724
5. Schutz nach § 823 Abs. 1 BGB	726
6. Schutz nach § 823 Abs. 2 BGB	727
7. Schutz nach § 826 BGB	727
8. Sonstige Vorschriften	727
III. Schutz innerhalb vertraglicher Beziehungen	727
1. Allgemeines	728
2. Sonderfall: Arbeitsverhältnis	731
3. Sonderfall: Sonstige Dienstverhältnisse	732

Inhaltsverzeichnis

4. Sonderfall: ausgeschiedene Arbeitnehmer/Dienstverpflichtete	732
5. Sonderfall: Handelsvertreter	735
6. Sonderfall: Vertrag mit Subunternehmern/Kooperationspartnern	735
IV. Rechtsfolgen der Verletzung von Know-how	735
1. Ansprüche	735
2. Verfahrensarten	738
3. Sachliche Zuständigkeit	738
4. Sonderproblem Antragsfassung	739
5. Sonderproblem Offenkundigkeit	740
6. Pro und Contra einer Abmahnung	741
7. Beratungsscheckliste Verletzungsfall	741
 § 26 Verwertung von Vorlagen (§ 18 UWG)	
I. Allgemeines	742
II. Tatbestand	743
1. Täterkreis	743
2. Tatgegenstand	743
3. Tathandlung	745
4. Subjektiver Tatbestand	745
III. Versuchsstrafbarkeit	745
IV. Strafe, Strafverfolgung	746
 § 27 Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 19 UWG)	
I. Allgemeines	747
II. Die Tatbestände des § 19 UWG	747
1. Täterkreis	747
2. § 19 Abs. 1 UWG: Versuchte Verleitung	747
3. § 19 Abs. 2, 1. Alt. UWG: Sich bereit erklären	748
4. § 19 Abs. 2, 2. Alt. UWG: Annahme des Erbietens	748
5. § 19 Abs. 2, 3 Alt. UWG: Verabredung	748
6. Subjektiver Tatbestand	748
III. Straflosigkeit bei Rücktritt	748
IV. Strafe, Strafverfolgung, zivilrechtliche Rechtsfolgen	749

Teil E. Verwandte Rechtsgebiete

 § 28 Presserecht	
I. Einleitung	752
1. Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen	752
2. Besonderheiten bei der Bildberichterstattung	755
3. Rechtswidrigkeit der Berichterstattung	759
4. Journalistische Sorgfalt und Verschulden	763
II. Unterlassung	765
1. Voraussetzungen	765
2. Prozessuale Durchsetzung	766
III. Gegendarstellung	766
1. Rechtsgrundlagen	767
2. Anspruchsinhaber und Anspruchsgegner	767
3. Voraussetzungen	768
4. Gerichtliche Durchsetzung	770
5. Erfüllung des Anspruchs	771
6. Gegendarstellungen in elektronischen Medien	772
7. Checkliste zur Gegendarstellung	773
IV. Berichtigung	773
1. Voraussetzungen	773

Inhaltsverzeichnis

2. Inhalt des Anspruchs	774
3. Verfahrensfragen	775
V. Schadenersatz und Geldentschädigung	775
1. Schadenersatz	775
2. Geldentschädigung	776
 § 29 Rundfunkrecht	
I. Anwaltliche Beratungsfelder	779
II. Rechtsgrundlagen	779
1. EU-Richtlinie „Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen“	780
2. Rundfunkstaatsvertrag	781
3. Telemedien- und Telekommunikationsgesetz	782
4. Rundfunkrechtliche Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts	782
III. Duales Rundfunksystem	783
1. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	783
2. Privater Rundfunk	785
3. Telemedien und Rundfunk	786
IV. Zulassung zur Veranstaltung von Rundfunk	786
1. Rechtsnatur der Zulassung	787
2. Zulassungsgremien	787
3. Zulassungsvoraussetzungen	787
4. Zuständigkeit der Landesmedienanstalten	791
5. Zulassungstreitigkeiten	791
6. Checkliste: Zulassungsantrag	793
V. Werbung	793
1. Begriff	794
2. Adressaten der Werberegulungen	795
3. Rahmenbedingungen der Werbevorschriften	795
4. Werbeverbote	799
5. Erscheinungsformen erlaubter Werbung – Merchandising und Licensing	803
6. Gewinnspiele	803
7. Checkliste: Werbeverbote	804
VI. Sponsoring	804
1. Definition	804
2. Art der Finanzierung	805
3. Gegenstand des Sponsorings	806
4. Ausgestaltung des Sponsorenhinweises	806
5. Grenzen des erlaubten Sponsorings	807
VII. Teleshopping	809
1. Formen des Teleshopping	809
2. Gebote, Verbote und Beschränkungen	810
VIII. Telemedien	810
1. Begriffsinhalt	811
2. Anbieter	811
3. Zulassungs- und Anmeldefreiheit	811
4. Verantwortlichkeiten	812
5. Pflichten der Anbieter	813
 § 30 Rechtsfragen der Telemedien	
I. Einleitung	815
1. Technische Grundlagen zu Websites	815
2. Technische Grundlagen zu Apps	816
3. Websites und Apps als Telemedien	816
II. Informationspflichten	819
1. Telemedien- und Rundfunkrecht	819
2. Fernabsatz	822
3. Elektronischer Geschäftsverkehr	824

Inhaltsverzeichnis

4. Elektronischer Geschäftsverkehr mit Verbrauchern, insbesondere „Button-Lösung“	824
5. Preisangaben	825
6. Alternative Streitbeilegung in Verbrauchersachen	826
III. Spezielle Fragestellungen	827
1. Suchmaschinenmarketing: Metatags und Keyword-Advertising	827
2. Internetwerbung durch Texte, Banner und Inline-Ads	830
3. Links	833
4. Framing und Inline Linking	836
5. Filehosting und Filesharing	837
6. Cookies und Nutzerverfolgung (User-Tracking)	838
IV. Elektronische Post und Push-Dienste	840
1. Elektronische Post, insbesondere E-Mail	840
2. Push-Dienste	841
V. Online-Auktionen	842
1. Ausgewählte Aspekte	842
2. Sniper-Software	843
VI. Haftung der Betreiber von Suchmaschinen	844
1. Allgemeine Suchmaschinen	845
2. Spezielle Suchdienste	845
VII. Haftungsprivilegierung nach dem TMG	846
1. Eigene und fremde Informationen	846
2. Prüfpflicht	848
3. Haftungsprivilegierung einzelner Verbreitungsarten	849
4. Domain-Administratoren	853
5. Haftung der DENIC	854
VIII. Datenschutz im TMG	855
1. Geltungsbereich	855
2. Unterrichtung	856
3. Elektronische Einwilligung	856
4. Erhebung ohne Einwilligung	856
5. Datenverwertung im Falle des Missbrauchs	857
6. Pflichten zur IT-Sicherheit	857
7. Unrechtmäßige Erlangung der Kenntnis von Daten	857
8. Facebook „Like“-Button	858
§ 31 Domainrecht	
I. Einleitung	861
1. Gerichtszuständigkeit	861
2. Anwendbares Recht	865
II. Entstehung von Domains	868
1. Besonderheiten von Domains	868
2. Anmeldeverfahren für Domains	869
3. Allgemeine Hinweise zur Vermeidung von und zum Vorgehen bei Domainau- seinandersetzungen	882
III. Außergerichtliche Streitbeilegung	885
1. .de-Domains: Dispute-Eintrag und Abmahnung	885
2. Verschiedene generische Top-Level-Domains sowie ausgewählte Länderdo- mains: Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) und Rules ..	886
3. Zusätzliche Streitbeilegungsmechanismen für bestimmte generische Top-Level- Domains	894
4. Zusätzliche Streitbeilegungsmechanismen bei neuen generischen Top-Level- Domains	895
5. Länderdomains	897
6. Subdomains (.de.com und com.de)	897
7. .eu-Domains	897
IV. Gerichtsverfahren um Domains in Deutschland	906
1. Schutz des prioritätsälteren Kennzeichens gegen die prioritätsjüngere Domain ..	906

Inhaltsverzeichnis

2. Schutz der prioritätsälteren Domain gegen das prioritätsjüngere Kennzeichen ..	922
3. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	925
4. Überblick über Ansprüche, Anspruchsgrundlagen und Anspruchsumfang	928
5. Störer	931
6. Besonderheiten bei .eu-Domains	934
V. Vollstreckungsfragen	935
VI. Übertragung von Domains und Rechtsgeschäfte mit Domains	937
1. .de-Domains	937
2. Domains unter generischen Top-Level-Domains	938
3. .eu-Domains	938
4. Länderdomains	938
VII. Ausblick	939
 § 32 Heilmittelwerberecht	
I. Einführung	941
II. Allgemeines	941
III. Anwendbarkeit	942
1. Begriff „Werbung“	942
2. Arzneimittel	944
3. Medizinprodukte	946
4. Kosmetika	947
5. Gegenstände	948
6. Therapien	948
7. Krankheitsbegriff	948
8. Räumlicher Geltungsbereich	949
IV. Generelle Werbebeschränkungen	950
1. Werbung durch ausländische Unternehmen	950
2. Irreführungsverbot	950
3. Gutachtenwerbung	952
4. Werbegaben	953
5. Fernbehandlung	954
V. Restriktionen bei der Werbung für Arzneimittel und Medizinprodukte	955
1. Fehlende arzneimittelrechtliche Zulassung	955
2. Homöopathische Arzneimittel	956
3. Teleshopping/Einzeleinfuhr ausländischer Arzneimittel	957
4. Werbung in Packungsbeilagen	957
5. Pflichtangaben	958
VI. Restriktionen bei der Publikumswerbung	959
1. Fachkreise	960
2. Verschreibungspflichtige Arzneimittel	960
3. Psychotrope Stoffe	961
4. Hinweise auf Krankheiten im Sinne des § 12 HWG	961
5. Einzelne Werbeverbote gemäß § 11 HWG	961
VII. Sanktionen	963
1. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	964
2. Straftaten und Ordnungswidrigkeiten	964
VIII. Checklisten	964
 § 33 Lebensmittelrecht	
I. Einleitung	967
1. Einführung	967
2. Lebensmittelrecht und Wettbewerbsrecht	968
3. Definition des Lebensmittels	969
II. Grundsätze der Lebensmittelkennzeichnung	976
1. Anwendbarkeit der Lebensmittelinformationsverordnung	976
2. Verantwortlicher im Sinne der LMIV	977
3. Art der Kennzeichnung	978

Inhaltsverzeichnis

III. Kennzeichnungselemente im Einzelnen	981
1. Pflichtkennzeichnungselemente	981
2. Fakultativ-obligatorische Kennzeichnungselemente	999
3. Werbebehauptungen in der Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln ..	1004
IV. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche – Lebensmittelrechtliche Besonderheiten	1007
1. § 3a UWG	1007
2. Lebensmittelrechtlicher Täuschungsschutz	1008
3. Krankheitsbezogene Werbung	1011
4. Besonderheiten im Verfahren – Das Nebeneinander von öffentlich-rechtlicher Überwachung und Zivilrecht	1013
§ 34 Kosmetikrecht	
I. Rechtsgrundlagen	1017
1. EG-Kosmetik-Richtlinie	1017
2. EG-Kosmetikverordnung	1017
3. Nationale Bestimmungen	1017
II. Definitionen	1018
1. Kosmetikerzeugnis	1018
2. Abgrenzung zu Arzneimitteln, Lebensmitteln, Medizinprodukten und Biozid- Produkten	1021
III. Materielles Recht	1025
1. Sicherheitsanforderungen an kosmetische Mittel	1025
2. Verantwortlichkeit	1028
3. Sicherheitsbewertung, Produktinformationsdatei, Notifizierung	1028
4. Art. 19 KosmetikVO Kennzeichnung	1029
5. Werbeaussagen Art. 20 KosmetikVO	1032
6. Sonstige gesetzliche Bestimmungen	1034
IV. Verfahrensfragen	1036
1. Zivilrechtliche Ansprüche	1036
2. Verwaltungsrechtliche Maßnahmen	1036
3. Strafrechtliche Folgen	1036
V. Beratungsscheckliste	1036

Teil F. Markenrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht

1. Abschnitt. Markenrecht

§ 35 Markenrecht

I. Einleitung	1040
II. Anwendungsbereich und Grundsätze	1041
1. Marken und sonstige Kennzeichen	1041
2. Entstehung des Schutzes	1042
3. Inhaber	1042
4. Priorität	1043
III. Voraussetzungen des Markenschutzes	1043
1. Als Marke schutzfähige Zeichen, § 3 MarkenG	1044
2. Absolute Schutzhindernisse, § 8 MarkenG	1045
3. Markenschutz durch Verkehrsgeltung (Benutzungsmarke)	1061
4. Relative Schutzhindernisse	1063
IV. Geschäftliche Bezeichnungen	1082
1. Überblick	1082
2. Unternehmenskennzeichen	1082
3. Werktitelschutz	1086
V. Schutzwirkungen	1087
1. Rechte aus der Marke	1088
2. Rechte aus der geschäftlichen Bezeichnung	1099
3. Schranken des Markenschutzes	1101

Inhaltsverzeichnis

VI. Die Marke als Gegenstand des Vermögens	1112
1. Übertragung des Markenrechts	1112
2. Dingliche Rechte, Zwangsvollstreckung und Insolvenz	1113
3. Lizenzen	1114
VII. Eintragungsverfahren	1116
1. Überblick	1116
2. Anmeldung	1117
3. Prüfungsverfahren	1119
4. Eintragung und Veröffentlichung	1121
5. Schutzdauer und Verlängerung	1121
VIII. Widerspruchsverfahren	1121
1. Überblick	1121
2. Formalien	1122
3. Einrede der fehlenden Benutzung	1122
4. Entscheidung	1124
5. Abgrenzungs-/Vorrechtsvereinbarungen	1124
6. Eintragungsbewilligungsklage	1124
IX. Lösungsverfahren	1125
1. Überblick	1125
2. Löschung wegen Verfalls	1125
3. Nichtigkeit wegen absoluter Schutzhindernisse	1127
4. Nichtigkeit wegen des Bestehens älterer Rechte	1128
X. Erinnerung, Beschwerde und Rechtsbeschwerde	1129
XI. Kollektivmarken	1130
XII. Geografische Herkunftsangaben	1130
XIII. Verletzungsverfahren	1132
XIV. Beratungsschecklisten	1133

§ 36 Die internationale Registrierung von Marken

I. Grundzüge der internationalen Registrierung	1137
1. Das Madrider System	1137
2. Die Verträge und ihre Parteien	1137
3. Die Verfahrensarten	1139
4. Die Bundesrepublik Deutschland als Vertragspartei des Madrider Verbandes	1141
II. Die internationale Registrierung deutscher Marken nach dem PMMA	1141
1. Der Antrag auf internationale Registrierung (Art. 3 Abs. 1–3 PMMA)	1141
2. Die internationale Registrierung	1147
3. Schutzverweigerung durch die Behörden der Vertragsparteien	1147
4. Abhängigkeit von der Heimatmarke (Art. 6 Abs. 2–4 PMMA)	1150
5. Schutzdauer und Verlängerung einer internationalen Registrierung (Art. 7 PMMA, Regeln 30, 31 GAusfO)	1150
6. Nachträgliche Schutzerstreckung (Art. 3 ter Abs. 2 PMMA iVm § 123 MarkenG; Regel 24 GAusfO)	1151
7. Fortdauer internationaler Registrierungen in Nachfolgestaaten (Regel 39 GAusfO)	1151
8. Änderungen (Regel 25–27 GAusfO) und Berichtigungen (Regel 28 GAusfO) der internationalen Registrierung	1151
9. Eintragung einer Lizenz (Regel 20 bis GAusfO) oder einer Verfügungsbe- schränkung des Inhabers (Regel 20 GAusfO) in das internationale Register	1152
III. Die Schutzbewilligung international registrierter ausländischer Marken in der Bundesrepublik Deutschland	1152
1. Wirkung der internationalen Registrierung (§§ 112, 124 MarkenG)	1152
2. Schutzverweigerung wegen absoluter Schutzhindernisse oder auf Grund Widerspruchs (§§ 113, 114 iVm § 124 MarkenG)	1153
3. Nachträgliche Schutzzentziehung (§§ 115, 124 MarkenG)	1154
4. Die Regelungen der Benutzungsfrist bei schutzerstreckten IR-Marken (§§ 115 Abs. 2, 116, 117 iVm § 124 MarkenG)	1154

Inhaltsverzeichnis

5. Umwandlung einer internationalen Registrierung (Art. 9 quinquies PMMA, § 125 MarkenG)	1155
IV. Anhang	1155
1. Beratungsscheckliste für die internationale Registrierung von Marken	1155
2. Verzeichnis der Formblätter der internationalen Behörde	1156
3. Nützliche Informationsseiten für die internationale Registrierung	1156
§ 37 Unionsmarkenrecht	
I. Einleitung	1159
1. Allgemeines	1159
2. EU-weites Markenrecht	1160
3. Prinzipien der Autonomie, der Koexistenz und der Einheitlichkeit	1161
4. Neufassung der UMV (23.3.2016/1.10.2017)	1162
5. Konsequenzen der EU-Erweiterungen (2004, 2007 und 2013)	1163
6. Konsequenzen eines EU-Austritts Großbritanniens („Brexit“)	1164
7. Beitritt zum Madrider Protokoll	1167
8. Territoriale Reichweite der Unionsmarke	1168
II. Die Unionsmarke im Überblick	1169
1. Vorzüge der Unionsmarke	1169
2. Nachteile	1170
III. Materielles Recht	1170
1. Inhaber von Unionsmarken	1170
2. Erwerb ausschließlich durch Eintragung	1171
3. Als Marke schutzfähige Zeichen (Art. 4 UMV)	1172
4. Zeichenformen im Einzelnen	1176
5. Allgemeine Prüfungsgrundsätze für die absoluten Versagungsgründe in Art. 7 UMV	1191
6. Absolute Schutzhindernisse im Einzelnen (Art. 7 UMV)	1196
7. Relative Eintragungshindernisse (Art. 8 UMV)	1223
8. Rechte aus der Unionsmarke	1249
9. Schranken des Markenschutzes	1255
10. Unionsmarke als Gegenstand des Vermögens	1274
IV. Verfahrensfragen	1278
1. Allgemeines	1278
2. Anmeldung und Eintragung der Unionsmarke	1286
3. Widerspruchsverfahren	1293
4. Besondere Verfahrensarten	1295
5. Verletzungsprozesse	1302
V. Zusammenfassung	1308
VI. Beratungsschecklisten	1308
2. Abschnitt. Technische Schutzrechte	
§ 38 Patentrecht	
I. Vorbemerkung	1313
II. Allgemeines	1314
1. Schutzvoraussetzungen	1314
2. Kategorien	1320
3. Schutzzumfang	1321
III. Anmelde-/Erteilungsverfahren	1325
1. Anmeldung	1325
2. Recherche/Prüfung/Erteilung	1328
3. Teilung der Anmeldung	1330
4. Prioritätsrecht	1330
IV. Einspruch	1331
1. Allgemeines	1331
2. Frist	1331
3. Gebühr	1332

Inhaltsverzeichnis

4. Zulässigkeit	1332
5. Prüfung	1334
6. Beitritt des angeblichen Patentverletzers	1335
7. Kosten	1335
V. Nichtigkeitsverfahren	1335
1. Kläger	1335
2. Beklagter	1335
3. Nebenintervention	1336
4. Verfahren	1336
5. Kosten	1337
6. Vergleich	1337
7. Beschränkungsverfahren	1337
VI. Jahresgebühren	1338
VII. Rechtsmittel	1338
1. Beschwerde gegen Beschlüsse des DPMA	1338
2. Rechtsbeschwerde gegen Beschlüsse des Bundespatentgerichtes	1340
3. Berufung gegen Urteile im Nichtigkeitsverfahren	1340
VIII. Wiedereinsetzungs-/Weiterbehandlungsverfahren	1341
1. Wiedereinsetzung	1341
2. Weiterbenutzungsrecht	1341
3. Weiterbehandlung	1341
IX. Das Patent als Gegenstand des Vermögens	1342
1. Recht auf das Patent	1342
2. Übertragung	1342
3. Lizenzen	1343
4. Verpfändung	1343
X. Das Verletzungsverfahren	1343
1. Mandatsannahme und Vorüberlegungen	1343
2. Die Verletzungsklage	1349
3. Die Klageerwiderung	1358
XI. Beratungsschecklisten	1361
1. Checkliste Patentanmeldung	1361
2. Checkliste Auslandsanmeldungen	1362
3. Checkliste Einspruch	1362
§ 39 Europäisches Patentrecht	
I. Grundlagen	1364
1. Das Europäische Patentübereinkommen	1364
2. Territoriale Wirkung	1366
3. Fristen	1366
4. Vertretung/Vollmacht	1368
II. Materielles Recht	1369
1. Kategorien von Erfindungen	1369
2. Technischer Charakter	1370
3. Ausnahmen von der Patentierbarkeit	1373
4. Neuheit	1377
5. Erfinderische Tätigkeit	1380
6. Gewerbliche Anwendbarkeit	1383
7. Schutzbereich	1383
8. Das europäische Patent als Gegenstand des Vermögens	1384
III. Anmeldung/Erteilungsverfahren	1386
1. Anmeldung	1386
2. Eingangs- und Formalprüfung	1390
3. Europäischer Recherchenbericht	1390
4. Veröffentlichung der europäischen Patentanmeldung	1391
5. Prüfung der europäischen Patentanmeldung	1392
6. Erteilung des europäischen Patentes	1395
7. Validierung	1396

Inhaltsverzeichnis

IV. Jahresgebühren	1397
V. Einspruch	1398
1. Beteiligte des Einspruchsverfahrens	1398
2. Formalerfordernisse	1399
3. Begründung	1400
4. Prüfung	1402
5. Kosten	1402
VI. Beschränkungs- und Widerrufsverfahren	1403
1. Statthaftigkeit	1403
2. Formalerfordernisse	1404
3. Verfahren/Entscheidung	1404
4. Wirkung	1405
VII. Rechtsmittel	1405
1. Beschwerde	1405
2. Antrag auf Überprüfung durch die Große Beschwerdekammer	1409
VIII. Wiedereinsetzung/Weiterbehandlung	1411
1. Wiedereinsetzung	1411
2. Weiterbehandlung	1412
IX. Verletzungs- und Nichtigkeitsverfahren	1412
1. Ansprüche bei Verletzung nach deutschem Recht	1412
2. Grenzüberschreitende Verletzungen	1413
3. Nichtigkeitsverfahren	1414
X. Europäisches Patent mit einheitlicher Wirkung/Einheitliches Patentgericht	1415
1. Europäisches Patent mit einheitlicher Wirkung	1415
2. Einheitliches Patentgericht	1421
XI. Beratungsschecklisten	1426
XII. Anschriften und Internetadressen	1427
§ 40 Internationales Patentrecht (PCT)	
I. Grundlagen	1428
1. Allgemeines	1428
2. Vertretung/Vollmacht	1429
3. Fristen	1430
II. Die internationale Patentanmeldung nach dem PCT	1432
1. Die PCT-Anmeldung	1432
2. Priorität	1434
3. Die Zuerkennung eines internationalen Anmeldetages	1435
4. Die Veröffentlichung der PCT-Anmeldung	1436
5. Territoriale Wirkung	1436
6. Übertragung der PCT-Anmeldung	1436
III. Die internationale Recherche	1437
1. Die internationale Recherche	1437
2. Die ergänzende internationale Recherche	1438
IV. Die internationale vorläufige Prüfung	1439
1. Antrag auf internationale vorläufige Prüfung	1439
2. Prüfungsverfahren/Änderungen/Stellungnahmen	1440
3. Der Prüfungsbericht	1441
V. Die nationale/regionale Phase	1441
1. Eintritt in die nationale/regionale Phase	1441
2. Verfahren in der regionalen Phase beim EPA	1442
3. Patent Prosecution Highway	1443
VI. Beratungsscheckliste	1444
VII. Anschriften und Internetadressen	1444
§ 41 Gebrauchsmusterrecht	
I. Abgrenzung zum Patent	1445
1. Allgemeines	1445

Inhaltsverzeichnis

2. Kategorie	1445
3. Neuheit und Neuheitsschonfrist	1446
4. Erfinderischer Schritt	1446
5. Laufzeit	1447
6. Schutzbereich und -wirkung	1447
II. Anmeldung und Eintragung	1447
1. Antrag	1447
2. Eintragung	1447
3. Änderungen	1447
4. Teilung	1448
5. Abgezweigtes Gebrauchsmuster	1448
6. Recherchantrag	1449
III. Lösungsverfahren	1449
1. Parteien	1449
2. Verfahren	1449
3. Beschwerde	1450
IV. Einige Besonderheiten des Gebrauchsmusterverletzungsverfahrens	1450
V. Beratungsschecklisten	1452
1. Gebrauchsmusteranmeldung	1452
2. Abgezweigtes Gebrauchsmuster	1452
 § 42 Arbeitnehmererfindungsrecht	
I. Inanspruchnahme und Vergütung	1453
1. Vorbemerkungen	1453
2. Arbeitnehmererfindung	1454
3. Meldepflicht	1454
4. Inanspruchnahme	1454
5. Vergütungsanspruch	1456
6. Art und Höhe der Vergütung	1459
7. Betriebsgeheime Erfindung	1464
II. Verfahrensrecht	1464
1. Schiedsstellenverfahren	1464
2. Gerichtliches Verfahren	1467
3. Abschnitt. Nichttechnische Schutzrechte	1470
 3. Abschnitt. Nichttechnische Schutzrechte	
 § 43 Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	
I. Überblick	1471
1. Urheberrecht, was ist das eigentlich?	1471
2. Sinn und Zweck des Urheberrechts	1473
3. Überblick über die gesetzlichen Regelungen des Urheberrechtsgesetzes	1475
4. Ausblick	1475
II. Beratung zum Entstehen des Urheberrechts	1479
1. Entstehen des Urheberrechts: Keine Formalitäten	1479
2. Prioritätsverhandlung	1479
3. Erlöschen des Urheberrechts: Die Schutzfrist	1479
4. Urheberrolle	1480
III. Übertragbarkeit und Vererbung des Urheberrechts	1480
1. Übertragbarkeit des Urheberrechts	1480
2. Vererblichkeit des Urheberrechts	1482
IV. Vertragsberatung	1485
1. Allgemeines/Einführung in das Urhebervertragsrecht	1485
2. Historische Situation/rechtspolitische Entwicklung/EU-Rahmenbedingungen	1485
3. Status Quo der Rechtslage	1486
4. Vertragsgestaltung in besonderen Bereichen	1528
5. Verwertungsgesellschaften	1558

Inhaltsverzeichnis

V. Beratung im Verletzungsfall	1563
1. Liegt eine durch das UrhG geschützte Leistung vor?	1564
2. Urheberrechtlich relevante oder urheberrechtsfreie Handlungen?	1595
3. Welches Recht ist durch die Handlung betroffen?	1595
4. Die zeitliche Schranke des Urheberrechts: Besteht der Schutz noch?	1620
5. Schutzzumfang: Vervielfältigung, Bearbeitung oder freie Benutzung?	1622
6. Ist die Handlung von einer Nutzungsrechtseinräumung umfasst?	1629
7. Gesetzlich erlaubte Handlungen: Schrankenbestimmungen	1630
8. Aktivlegitimation: Geht der Berechtigte vor?	1650
9. Passivlegitimation: Verantwortlichkeit	1654
10. Folgen von Urheberrechtsverletzungen	1661
11. Schutz technischer Maßnahmen und Urheberstrafrecht	1680
§ 44 Internationales Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	
I. Überblick	1685
II. Fremdenrecht	1686
1. Schutz für deutsche Urheber und Inhaber verwandter Schutzrechte im Hinblick auf im Ausland erschienene Werke oder erbrachte Leistungen	1686
2. Schutz für ausländische Urheber und Inhaber verwandter Schutzrechte	1686
3. Schutz für ausländische Urheber und ausländische Inhaber verwandter Schutzrechte über Internationale Konventionen	1687
III. Internationales Privatrecht	1700
1. Internationales Urhebervertragsrecht	1701
2. Internationales Urheberdeliktsrecht	1703
IV. Urheberrecht in der Europäischen Union	1705
V. Erschöpfung	1711
§ 45 Designrecht	
I. Einleitung	1714
II. Designs und andere Schutzrechte	1714
1. Urheberrecht	1715
2. Patent- und Gebrauchsmusterrecht	1716
3. Schriftzeichenrecht	1716
4. Markenrecht	1716
5. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	1717
III. Schutzvoraussetzungen	1718
1. Erscheinungsform eines Erzeugnisses	1718
2. Neuheit	1720
3. Eigenart	1720
4. Entwerfer oder Rechtsnachfolger	1722
5. Kein Ausschluss nach § 3 Designgesetz	1722
IV. Anmeldung, Eintragung und Verlängerung	1723
1. Allgemeine Erwägungen	1723
2. Anmeldung	1724
3. Sammelanmeldung	1727
4. Aufschiebung der Bekanntmachung	1727
5. Beanspruchung einer Priorität	1728
6. Kosten	1729
8. Verlängerung	1730
V. Übertragung und Lizenzierung	1730
1. Übertragung	1730
2. Lizenzierung	1732
VI. Ansprüche und Durchsetzung	1732
1. Unterlassungsanspruch	1733
2. Ergänzende Ansprüche	1735
3. Durchsetzung designrechtlicher Ansprüche	1737

Inhaltsverzeichnis

§ 46 Internationales Designrecht

I. Einleitung	1740
II. Internationale Verträge	1740
III. Das Haager Musterabkommen	1741
IV. Die Mitglieder des Haager Abkommens	1742
V. Anmeldevoraussetzungen	1743
VI. Anmeldung	1743
VII. Veröffentlichung, Eintragung und Verlängerung	1744
VIII. Kosten	1745

§ 47 Gemeinschaftsgeschmacksmusterrecht

I. Einleitung	1748
II. Materielles Recht	1748
1. Inhaberschaft	1748
2. Schutzvoraussetzungen	1749
3. Schutzzumfang und -dauer	1757
4. Schutzwirkungen	1758
5. Gemeinschaftsgeschmacksmuster als Gegenstand des Vermögens	1761
6. Nichtigkeit	1763
III. Verfahrensfragen	1765
1. Vertretung	1765
2. Sprachen	1765
3. Eintragungsverfahren	1765
4. Berichtigung, Änderung	1770
5. Übertragung	1770
6. Wiedereinsetzung	1771
7. Besondere Verfahren	1771
8. Rechtsbehelfe gegen Entscheidungen des Amtes	1773
IV. Verletzungsverfahren	1774
1. Zuständigkeitsfragen	1774
2. Parallele Klagen aus einem Gemeinschaftsgeschmacksmuster und einem nationalen Geschmacksmuster	1775
3. Anwendbares Recht	1775
4. Ansprüche, Durchsetzung	1775
5. Verteidigungsmöglichkeiten des Beklagten	1777
6. Grenzbeschlagnahme	1778
7. Strafverfahren	1779
V. Beratungsschecklisten	1779

Teil G. Lizenz- und F&E-Verträge, Kartellrecht

§ 48 Lizenzverträge

I. Allgemeines/Grundlagen	1782
1. Begriff und Bedeutung einer „Lizenz“	1782
2. Arten von Lizenzen und Nutzungsrechten	1783
3. Rechtsnatur des Lizenzvertrages	1784
4. Pflichten der Vertragsparteien	1784
5. Sonstige Besonderheiten bei der Vertragsgestaltung	1786
6. Formerfordernisse	1788
7. Beendigung des Lizenzvertrages	1788
8. Notleidende Lizenzverträge	1790
II. Einzelne Vertragsarten	1790
1. Markenlizenzvertrag	1790
2. Patentlizenzvertrag	1792
3. Urheberrechtlicher Lizenzvertrag	1794
4. Softwareüberlassungsvertrag	1796

Inhaltsverzeichnis

III. Vertiefung: Gestaltung internationaler Film- und Fernsehlizenzverträge	1800
1. Vertragsmuster	1800
2. Internationaler Schutzstandard	1801
3. Anforderungen an die konkrete Vertragsgestaltung	1802
4. Notleiden von Lizenzverträgen durch Insolvenz	1807
IV. Tipps für die Beratungs- und/oder forensische Praxis	1808
1. Beratungsscheckliste: Verhandlung von Lizenzverträgen	1808
2. Beratungsscheckliste: Ausarbeitung des Lizenzvertrages	1809
3. Vertragsmuster: Verfilmungsvertrag mit Lizenz	1809
4. Anlage: Rechteklausel	1811
 § 49 Forschungs- und Entwicklungsverträge	
I. Grundlagen	1817
1. Bedeutung von Forschungs- und Entwicklungsverträgen	1817
2. Arten von F&E-Verträgen	1817
3. Rechtsnatur	1819
II. Die Gestaltung von F&E-Verträgen	1820
1. Allgemeine Grundsätze	1820
2. Präambel	1821
3. Begriffsdefinitionen	1821
4. Vertragsgegenstand	1821
5. Durchführung der F&E-Arbeiten	1822
6. Background/Nutzungsrechte und Informationspflichten	1824
7. Forschungs- und Entwicklungskosten/Vergütung	1825
8. Abschluss der F&E-Arbeiten/Abnahme	1826
9. Rechte an den F&E-Ergebnissen	1827
10. Verwertung der F&E-Ergebnisse	1831
11. Geheimhaltung	1834
12. Gewährleistung/Haftung	1834
13. Vertragsdauer/Kündigung	1836
14. Nichtangriffsverpflichtung	1837
15. Anwendbares Recht	1838
16. Gerichtsstand/Schiedsgerichtsklausel	1839
17. Sonstiges	1839
18. Schlussbestimmungen	1840
III. Kartellrechtliche Beurteilung	1841
1. Grundlagen	1841
2. GFVO F&E-Verträge	1842
3. Verhältnis der GFVO F&E zu anderen Gruppenfreistellungsverordnungen	1849
IV. Besonderheiten bei der Zusammenarbeit mit Hochschulen	1852
1. Allgemeine Anmerkungen zur Vertragsgestaltung	1852
2. § 42 ArbNErfG	1853
3. Vertragsbausteine	1855
4. Kartellrechtliche Beurteilung	1856
V. Muster eines F&E-Auftrags	1857
VI. Beratungsscheckliste	1861
 § 50 Kartellrechtliche Aspekte	
I. Relevanz des Kartellrechts im gewerblichen Rechtsschutz	1863
II. Europäisches Kartellrecht und seine Systematik	1863
1. Art. 101 AEUV	1863
2. Missbrauchsaufsicht nach Art. 102 AEUV	1867
3. Rechtsfolgen eines Kartellrechtsverstosses	1868
III. Parallele Geltung des nationalen Kartellrechts	1868
1. Vertikale und horizontale Vereinbarungen	1868
2. Missbrauchsaufsicht	1869

Inhaltsverzeichnis

IV. Technologietransfer-Vereinbarungen	1869
1. Technologietransfer-Gruppenfreistellungsverordnung	1869
2. Anwendung von Art. 101 Abs. 3 AEUV im Einzelfall	1878
V. Markenlizenzen	1878
VI. Allgemeine Urheberrechtslizenzen	1879
VII. Lizenzen als bloße Nebenabrede	1880
VIII. Prozessuale Beweislast	1880

Teil H. Besonderheiten in der Insolvenz

§ 51 Gewerbliche Schutzrechte in der Insolvenz

I. Einleitung	1883
II. Die Verwertung gewerblicher Schutzrechte durch den Insolvenzverwalter	1884
1. Gewerbliche Schutzrechte als Gegenstand der Insolvenzmasse	1884
2. Verwertung gewerblicher Schutzrechte durch den Insolvenzverwalter	1885
3. Beschränkungen der Verwertungsbefugnisse	1886
III. Lizenzverträge in der Insolvenz	1887
1. Allgemeines	1887
2. Reformansätze zur Behandlung von Lizenzverträgen in der Insolvenz	1888
3. Das Wahlrecht des Insolvenzverwalters	1888
4. Keine analoge Anwendung von § 108 InsO auf Lizenzverträge	1889
5. Keine vollständige Erfüllung im Sinne von § 103 Abs. 1 S. 1 InsO	1890
6. Ausübung des Wahlrechts	1891
7. Rechtsfolgen der Erfüllungsablehnung	1893
IV. Vertragliche Gestaltungsmöglichkeiten zur Sicherung von Ansprüchen des Lizenznehmers in der Insolvenz des Lizenzgebers	1895
1. Aufschiebend bedingte Übertragung des lizenzierten Rechts	1896
2. Lizenzkauf	1897
3. Unwiderrufliche Lizenz	1897
4. Erwerb abgeleiteter Nutzungsrechte	1897
5. Sicherungsabtretung und Pfandrecht	1898
6. Nießbrauch	1899
7. Treuhandlösung	1900
V. Lösungsklauseln für den Insolvenzfall	1900
VI. Beratungsschecklisten	1901
Sachverzeichnis	1903



beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG