

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; *Dr. Christian Böbler*, Rechtsanwalt in Frankfurt a.M.; *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. Christof Eggers*, Rechtsanwalt in Frankfurt a.M.; *Cathérine Elkemann* LL.M., Rechtsanwältin in Hamburg; *Dr. Martin Gerecke* M. Jur. Rechtsanwalt in Hamburg; *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; *Susanne Karow*, Rechtsanwältin in Hamburg; *Jan F. Krekel* LL.M., Rechtsanwalt in München; *Dr. Hubertus Labes*, Rechtsanwalt in Hamburg; *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 Meerbusch; *Dr. Carsten Menebröcker* LL.M., Rechtsanwalt in Köln; *Dr. Katja Middelhoff*, Rechtsanwältin 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. Sascha 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. Christian Tenkhoff* LL.M., Rechtsanwalt in München; *Dr. Tobias Timmann*, Rechtsanwalt in Düsseldorf; *Valeska Töbelmann* LL.M., Rechtsanwältin in Köln; *Dr. Suen Vykdyal*, Rechtsanwalt in Frankfurt a.M.; *Prof. Dr. Harald Wiggenhorn*, Hochschullehrer in Aschaffenburg, *Adrian Zarm* LL.M., Rechtsanwalt in Köln.

6., überarbeitete Auflage 2022



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

www.beck.de

ISBN 978 3 406 77665 6

© 2022 Verlag C. H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
Satz, Druck und Bindung: Druckerei C. H. Beck, Nördlingen
(Adresse wie Verlag)
Umschlaggestaltung: Kunst oder Reklame, München


chbeck.de/nachhaltig

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

Vorwort zur 6. Auflage

Das Rechtsgebiet des *Grünen Bereichs* erfreut sich im Wirtschaftsleben anhaltend großer, wenn nicht gar zunehmender Beliebtheit. Angesichts des Facettenreichtums dieser ebenso spannenden wie komplexen Materie und deren immenser kommerzieller Bedeutung vermag dies nicht wirklich zu überraschen. Die Praxis in der faszinierenden, aber auch anspruchsvollen Welt des *Geistigen Eigentums* erfordert notwendig, mit den zahlreichen Veränderungen und Neuerungen auf den verschiedenen Märkten sowie namentlich der teils rasant voranschreitenden Rechtsentwicklung Schritt zu halten. Dabei soll das vorliegende Handbuch in bewährt fundierter und zugleich praxisorientierter Manier gewissermaßen als täglicher Wegbegleiter zur Verfügung stehen. Seit der 5. Auflage sind fünf Jahre vergangen, so dass das Erscheinen der jetzigen Auflage keinen längeren Aufschub duldete.

Die Neuauflage trägt den umfangreichen gesetzlichen Änderungen der vergangenen Jahre Rechnung. Im Lauterkeitsrecht sei exemplarisch verwiesen auf das Inkrafttreten des Gesetzes zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen vom 26.4.2019, des Gesetzes zur Stärkung des fairen Wettbewerbs zum 2.12.2020 sowie zuletzt des Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht zum 28.5.2022, das die Umsetzung der EU-Verbraucherrechtlinie in deutsches Recht verfolgt. Im Bereich des nationalen Markenrechts galt es insbesondere das am 14.12.2018 verkündete Markenrechtsmodernisierungsgesetz zu berücksichtigen, und im nationalen Designrecht die Hinzufügung der bis zuletzt äußerst kontrovers diskutierten Reparaturklausel, ebenfalls zum 2.12.2020. Die Liste der seit 2017 verabschiedeten Gesetzesänderungen, die in der vorliegenden Auflage sämtlich berücksichtigt sind, ließe sich für etliche Felder des Gewerblichen Rechtsschutzes fortsetzen. Darüber hinaus ist die Fülle der zwischenzeitlich ergangenen Entscheidungen auf nationaler wie auch auf Unionsebene in die Kommentierung eingearbeitet worden. Insgesamt befindet sich die vorliegende Auflage auf dem Stand Mai 2022; teils konnte jüngere Judikatur noch berücksichtigt werden.

Der Verlag wie auch der Herausgeber wissen es sehr zu schätzen, dass es im Team der Autor:inn:en nur wenige Veränderungen gab. Mithin bleibt es dabei, dass der Großteil der Autorinnen und Autoren gewissermaßen seit der ersten Stunde an diesem Handbuch mitwirken. Mit Erscheinen der vorliegenden Auflage scheidet auf eigenen Wunsch aus Dr. Andrea Jaeger-Lenz, Dr. Andrea Lensing Kramer, Dr. Sabine Rojahn, Dr. Klaus Ikas, Dr. Leopold von Gerlach, Philipp Lotze und Dr. Jens Wagner; neu im Autorenteam begrüßen dürfen wir Cathérine Elkemann, Dr. Katja Middelhoff, Dr. Christian Böhler, Dr. Martin Gerecke, Dr. Christian Tenkhoff und Adrian Zarm. Allen ausgeschiedenen, amtierenden und neu hinzugetretenen Autorinnen und Autoren sei an dieser Stelle herzlichst gedankt für ihr Engagement und ihren damit verbundenen Beitrag zum Erfolg dieses Handbuches. Besonderer Dank gebührt an dieser Stelle auch Dr. Thomas Schäfer, Dr. Burkhard Schröder und Frau Gabriele Atzenhofer für die über Jahre hinweg exzellente Betreuung und besser nicht vorstellbare Lektorierung dieses Werkes.

Einmal mehr danken der Verlag, die Autorinnen und Autoren sowie der Herausgeber für die überaus positive Aufnahme dieses Anwaltshandbuches seit inzwischen mehr als zwei Jahrzehnten und nehmen weiterhin Ergänzungs- und Änderungswünsche sehr gern entgegen. Möge auch die vorliegende Ausgabe dieses Werkes ihren festen Platz in der täglichen Beratungspraxis finden.

Köln, im Juli 2022

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 Konkurrenzsergebnissen 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
Bearbeiterverzeichnis	XXXV
Abkürzungsverzeichnis	XXXIX
Literaturverzeichnis	XLIX

Teil A. Allgemeiner Teil

§ 1 Einführung in die Besonderheiten des Gewerblichen Rechtsschutzes (<i>Hasselblatt</i>)	1
§ 2 Grundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes (<i>Hasselblatt</i>)	29

Teil B. Verfahrensfragen

§ 3 Wettbewerbs- und sonderschutzrechtliche Ansprüche (<i>Spuhler/Vykydal</i>)	45
§ 4 Außergerichtliches Verfahren (<i>Pitz</i>)	99
§ 5 Wettbewerbsprozess – Gerichtliches Verfahren (<i>Timmann</i>)	114
§ 6 Zuständigkeiten der Gerichte (<i>Rektorschek</i>)	166
§ 7 Außergerichtliche Streitbeilegung (<i>Labes/Lörcher</i>)	180
§ 8 Tätigwerden der Zollbehörden – Grenzbeschlagnahme (<i>Stolzenburg</i>)	226
§ 9 Rechtsdemoskopie (<i>Pflüger/Dobel</i>)	254
§ 10 Gebühren und Kosten (<i>Rektorschek</i>)	312

Teil C. Europarecht

§ 11 Europarecht (<i>Milbradt</i>)	333
--	-----

Teil D. Unlauterkeitsrecht

§ 12 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3 Abs. 1–Abs. 4 S. 1 UWG) (<i>Ebert-Weidenfeller</i>)	379
§ 13 Ausnutzen besonderer Schutzbedürftigkeit von Verbrauchern (§ 3 Abs. 4 Satz 2 UWG, § 4a Abs. 2 Satz 2 UWG) (<i>Menebröcker</i>)	425
§ 14 Lehre vom Rechtsbruch (§ 3a UWG) (<i>Dittert</i>)	449
§ 15 Herabsetzung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 1 UWG) (<i>Krekel</i>)	477
§ 16 Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG) (<i>Blank</i>)	494
§ 17 Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz (§ 4 Nr. 3 UWG) (<i>Deck</i>)	504
§ 18 Gezielte Behinderung (§ 4 Nr. 4 UWG) (<i>Gregor</i>)	547
§ 19 Aggressive geschäftliche Praktiken (§ 4a UWG) (<i>Ebert-Weidenfeller</i>)	583
§ 20 Verbot irreführender geschäftlicher Handlungen (§§ 5, 5a UWG) (<i>Ahrens</i>)	607
§ 21 Tarnung des kommerziellen Zwecks geschäftlicher Handlungen (§ 5a Abs. 6 UWG) (<i>Böckenholt</i>)	697
§ 22 Vergleichende Werbung (§ 6 UWG) (<i>Eck/Ikas</i>)	725
§ 23 Unzumutbare Belästigung (§ 7 UWG) (<i>Manderla</i>)	753
§ 24 Geschäftsgeheimnisse und Know-how-Schutz (GeschGehG) (<i>Blank/Musiol</i>)	774

Teil E. Verwandte Rechtsgebiete

§ 25 Presserecht (<i>Sajuntz/Wiggenhorn</i>)	827
§ 26 Rundfunkrecht (<i>Helling</i>)	854
§ 27 Rechtsfragen der Telemedien (<i>Heinson/Gerecke</i>)	891
§ 28 Domainrecht (<i>Elkemann/Lieckfeld</i>)	924
§ 29 Heilmittelwerberecht (<i>U. Grundmann</i>)	1005
§ 30 Lebensmittelrecht (<i>Eggers/Böhler</i>)	1031
§ 31 Kosmetikrecht (<i>Schulte-Beckhausen</i>)	1089

Inhaltsübersicht

Teil F. Markenrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht

1. Abschnitt. Markenrecht

§ 32	Markenrecht (<i>Raab/Tenkhoff</i>)	1113
§ 33	Die internationale Registrierung von Marken (<i>Karow</i>)	1213
§ 34	Unionsmarkenrecht (<i>Hasselblatt</i>)	1236

2. Abschnitt. Technische Schutzrechte

§ 35	Patentrecht (<i>Schoenen</i>)	1399
§ 36	Europäisches Patentrecht (<i>Schoenen/Smielick</i>)	1452
§ 37	Internationales Patentrecht (PCT) (<i>Smielick</i>)	1522
§ 38	Gebrauchsmusterrecht (<i>Schoenen</i>)	1540
§ 39	Arbeitnehmererfindungsrecht (<i>Schoenen</i>)	1548

3. Abschnitt. Nichttechnische Schutzrechte

§ 40	Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (<i>Nordemann/Czychowski</i>)	1565
§ 41	Internationales Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (<i>Nordemann/Czychowski</i>)	1817
§ 42	Designrecht (<i>Middelhoff/Zarm</i>)	1856
§ 43	Internationales Designrecht (<i>Middelhoff/Zarm</i>)	1886
§ 44	Gemeinschaftsgeschmacksmusterrecht (<i>Späth</i>)	1893

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

§ 45	Lizenzverträge (<i>Straßer</i>)	1929
§ 46	Forschungs- und Entwicklungsverträge (<i>Smielick</i>)	1963
§ 47	Kartellrechtliche Aspekte (<i>Lubitz</i>)	2022

Teil H. Besonderheiten in der Insolvenz

§ 48	Gewerbliche Schutzrechte in der Insolvenz (<i>Töbelmann</i>)	2041
Sachverzeichnis		2061

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	11
III. Materien des gewerblichen Rechtsschutzes	12
1. Schutz gewerblichen und geistigen Eigentums	12
2. Gemeinsame Schutzprinzipien	13
IV. Verfahrensbesonderheiten	18
1. Verfahren vor speziellen Ämtern, Behörden und Gerichten	18
2. Behördliche Verfahren	19
3. Außergerichtliches Verfahren	19
4. Gerichtliches Verfahren	20
V. Generelle Erwägungen für die Mandatsannahme und -bearbeitung	22
1. Prozedurale Aspekte	22
2. Materielle Aspekte	23
3. Überlappung der Rechtsgebiete	24
4. Exakte Sachverhaltsfeststellung	24
5. Vieraugenprinzip	24
6. Technisches Verständnis, Marktkenntnisse	25
7. Aktivlegitimation	25
8. Ansprüche, Antragsfassungen	25
9. Zeitfaktor	26
10. Strategische Aspekte	27
VI. Ziele des vorliegenden Handbuches	27
VII. Hinweise zur Benutzung	28

§ 2 Grundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes

I. Einführung	29
1. Nationales Recht	31
2. Europäisches Unionsrecht	31
3. Internationale Abkommen	32
II. Rechtsgrundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes	34
1. Nationale Gesetze/Verordnungen/Staatsverträge	34
2. Europäisches Unionsrecht	40
3. Multilaterale Abkommen	42
4. Bilaterale Abkommen	44

Teil B. Verfahrensfragen

§ 3 Wettbewerbs- und anderschutzrechtliche Ansprüche

I. Der Unterlassungsanspruch	46
1. Grundlagen	46
2. Wiederholungsgefahr	47

Inhaltsverzeichnis

3. Erstbegehungsgefahr	48
4. Unterlassungsklage	49
II. Der Auskunftsanspruch	53
1. Allgemeines	53
2. Allgemeine Grenzen der Auskunftspflicht	55
3. Der unselbstständige Auskunftsanspruch	58
4. Der selbstständige Auskunftsanspruch	61
5. Der Rechnungslegunganspruch	62
6. Prozessuale Fragen	63
III. Der Schadensersatzanspruch	65
1. Allgemeines	65
2. Die Anspruchsgrundlagen	66
3. Anspruchsvoraussetzungen	67
4. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruches	73
5. Prozessuale Fragen	80
IV. Weitere Ansprüche	82
1. Der Beseitigungsanspruch	82
2. Der Widerrufsanspruch	84
3. Der Anspruch auf Urteilsveröffentlichung	86
4. Der Bereicherungsanspruch	88
5. Der Gewinnabschöpfungsanspruch gemäß § 10 UWG	89
6. Der Besichtigungsanspruch	91
7. Der Rückrufanspruch	94
V. Verjährung	97
§ 4 Außergerichtliches Verfahren	
I. Abmahnung	99
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	99
2. Inhalt der Abmahnung	101
3. Formalien	103
4. Unberechtigte Abmahnung	104
5. Abmahnkosten	106
II. Strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung	106
1. Rechtliche Bedeutung	106
2. Inhalt	107
3. Rechtsfolgen	108
III. Aufbrauchsfristen	109
1. Rechtliche Bedeutung	109
2. Einräumung und Inhalt	109
3. Wirkung und Rechtsfolgen	110
IV. Schutzschrift	111
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	111
2. Bedeutung und Inhalt der Schutzschrift	111
3. Hinterlegung der Schutzschrift	113
4. Kosten	113
§ 5 Wettbewerbsprozess – Gerichtliches Verfahren	
I. Vorüberlegungen	115
1. Einleitung	115
2. Checklisten	115
II. Einstweiliges Verfügungsverfahren	117
1. Zuständiges Gericht	117
2. Verfügungsanspruch	118
3. Verfügungsgrund (insbes. Dringlichkeit)	124
4. Glaubhaftmachung	131
5. Gerichtliche Entscheidung	132
6. Vollstreckungsschutz/Aufbrauchsfristen	134

Inhaltsverzeichnis

7. Vollziehung/Zustellung einer einstweiligen Verfügung	135
8. Rechtsbehelfe	137
9. Schadenersatzanspruch nach § 945 ZPO	144
III. Abschlussverfahren	148
1. Sinn des Abschlusschreibens/der Anschlussabmahnung	148
2. Erforderlichkeit des Abschlusschreibens/der Anschlussabmahnung	148
3. Inhalt des Abschlusschreibens/der Anschlussabmahnung	148
4. Abschlusserklärung	151
IV. Wettbewerbsrechtliche Klagearten	152
1. Unterlassungsklage	152
2. Schadenersatzfeststellungsklage	153
3. Klage auf Auskunftserteilung/Rechnungslegung	154
4. Beseitigungsklage	155
5. Negative Feststellungsklage	155
V. Vollstreckungsverfahren	156
1. Allgemeine Grundsätze und Voraussetzungen der Zwangsvollstreckung	156
2. Unterlassungsvollstreckung (§ 890 ZPO)	157
3. Handlungsvollstreckung	161
VI. Muster	162
§ 6 Zuständigkeiten der Gerichte	
I. Rechtsweg	166
1. Ordentlicher Rechtsweg	166
2. Zuständigkeit des Arbeitsgerichts	167
3. Schiedsgerichtsbarkeit und Einigungsstellen	168
II. Sachliche und funktionelle Zuständigkeit	169
III. Örtliche Zuständigkeit	170
1. Besonderheit des § 14 UWG	170
2. Gerichtsstände nach § 14 Abs. 2 S. 1 UWG	171
3. Gerichtsstand des Tatortes § 14 Abs. 2 S. 2 UWG	171
IV. Internationale Zuständigkeit	175
1. Rechtsstreitigkeiten mit Auslandsbezug	175
2. Anwendbares Recht	178
§ 7 Außergerichtliche Streitbeilegung	
I. Einleitung	180
1. Verfahrensalternativen der außergerichtlichen Streitbeilegung	180
2. Vor- und Nachteile der verschiedenen Verfahren	182
3. Außergerichtliche Streiterledigung im gewerblichen Rechtsschutz	186
4. Andere Verfahrensarten im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes	189
II. Mediation als zu einem unverbindlichen Ergebnis führendes Streiterledigungsverfahren	189
1. Einführung	189
2. Rechtliche Grundlagen eines Mediationsverfahrens	190
3. Voraussetzungen für die Durchführung eines Mediationsverfahrens	192
4. Ablauf eines Mediationsverfahrens	195
III. Schiedsgerichtsbarkeit als zu einem verbindlichen Ergebnis führendes Streiterledigungsverfahren	202
1. Rechtliche Grundlagen eines Schiedsverfahrens	202
2. Voraussetzungen für die Durchführung eines Schiedsverfahrens	203
3. Ablauf eines Schiedsverfahrens	207
IV. Beratungsschecklisten	223
§ 8 Tätigwerden der Zollbehörden – Grenzbeschlagnahme	
I. Einführung	226
1. Hintergrund und rechtliche Grundlagen	226

Inhaltsverzeichnis

2. Entstehungsgeschichte	227
3. Ausmaß des Problems	229
II. Grenzbeschlagnahme auf Grundlage der PPVO	230
1. Gegenstand, Anwendungsbereich und Begriffsbestimmungen	230
2. Antragsverfahren	234
3. Tätigwerden der Zollbehörden	238
4. Haftung	245
5. Kosten	246
III. Grenzbeschlagnahme auf Grundlage nationalen Rechts in Deutschland	248
1. Anwendungsbereich	248
2. Antragstellung	249
3. Beschlagnahme	250
4. Einziehung	251
5. Widerspruch	252
6. Rechtsmittel des Verfügungsberechtigten nach dem OWiG	252
7. Antrag des Rechtsinhabers auf vollziehbare gerichtliche Entscheidung	253
8. Haftung	253
9. Kosten	253
§ 9 Rechtsdemoskopie	
I. Einführung	255
1. Besonderheiten der Rechtsdemoskopie	255
2. Besonderheiten der Fachgebiete	257
3. Fachkenntnisse des Anwalts	257
II. Methodik	258
1. Durchführung der Umfrage	258
2. Fragebogen	259
3. Split/Teilgruppen/Kontrollgruppen	266
4. Pretest	268
5. Stichprobe	269
6. Fehlertoleranz	271
7. Retrospektive Ermittlungen	272
III. Beteiligte Verkehrskreise	274
1. Deutschland	274
2. Europäische Union	277
IV. Rechtsgebiete	279
1. Irreführung	279
2. Verkehrsgeltung/Verkehrsdurchsetzung	280
3. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz/Bekannte Marke	291
4. Erhöhte Kennzeichnungskraft	292
5. Verwechslungsgefahr	294
6. Sonstige Fragestellungen	296
V. Orientierungswerte	299
1. Grundsatz	299
2. Irreführungsgefahr	299
3. Verkehrsgeltung	300
4. Verkehrsdurchsetzung	300
5. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz/Bekannte Marken	303
6. Erhöhte Kennzeichnungskraft	303
VI. Gutachten	304
1. Inhalt	304
2. Form	305
3. Bearbeitungsdauer	305
4. Kosten	305
5. Kostenerstattung	306
6. Auswahl des Gutachters	306
VII. Zivilgerichtliches Hauptsacheverfahren	307
1. Beweisantrag	307

Inhaltsverzeichnis

2. Beweisbeschluss	308
3. Stellungnahme der Parteien	308
4. Einweisungstermin	308
5. Erläuterungstermin	308
6. Beweiswürdigung	309
7. Privatgutachten	309
VIII. Zivilgerichtliches Eilverfahren	310
1. Glaubhaftmachung	310
2. Gegenglaubhaftmachung	310
IX. Lösungsverfahren	310
1. Feststellungen zum Schutzhindernis	310
2. Beweiswürdigung bei Privatgutachten	311

§ 10 Gebühren und Kosten

I. Allgemeine Grundsätze	312
II. Vorprozessuale Kosten	313
1. Abmahnung	313
2. Abmahnung durch Verbände	317
3. Schutzschriften	317
4. Kostenregelung im Verfahren vor der Einigungsstelle	318
5. Besichtigungsverfahren	319
III. Prozesskosten	319
1. Einstweiliges Verfügungsverfahren	319
2. Hauptsacheverfahren	321
IV. Erstattungsfähigkeit einzelner Kosten	322
1. Testkauf-, Detektiv- und Recherchekosten	322
2. Kosten eines Privatgutachtens	323
3. Patentanwaltskosten	324
4. Rechtsanwaltskosten im Nichtigkeitsverfahren	325
5. Reisekosten, Kosten des Verkehrsanwalts und Übersetzungskosten	326
V. Vollstreckungskosten	327
VI. Streitwertfestsetzung	328
1. Grundsätze für die Streitwertbemessung	328
2. Streitwertminderung gemäß § 12 Abs. 4 UWG	330
VII. Vergütungsvereinbarungen	330

Teil C. Unionsrecht

§ 11 Europarecht

I. Strukturprinzipien des Gemeinschaftsrechts	334
1. Binnenmarktkonzept	334
2. Verhältnis des Gemeinschaftsrechts zum nationalen Recht	335
II. Rechtsquellen des Gemeinschaftsrechts	337
1. Primärrecht	337
2. Sekundärrecht	338
III. Auslegung und Vollzug des Gemeinschaftsrechts	339
1. Auslegungsmethoden	340
2. Vorabentscheidungsverfahren	341
3. Folgen einer nicht fristgerechten Umsetzung des Gemeinschaftsrechts	342
IV. Grundfreiheiten der Gemeinschaft und nationales Lauterkeitsrecht	345
1. Freiheit des Warenverkehrs	345
2. Dienstleistungsfreiheit	356
3. Niederlassungsfreiheit	359
V. Durchsetzung gewerblicher Schutzrechte in der EG	359
1. Artikel 345 AEUV	359
2. Artikel 34/36 AEUV	361

Inhaltsverzeichnis

3. Art. 102 AEUV	368
VI. Sekundärrecht	369

Teil D. Unlauterkeitsrecht

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

I. Begriff der unlauteren geschäftlichen Handlung	380
1. Rechtlicher Rahmen und Rechtsentwicklung	380
2. Zweite UWG-Novelle 2015	381
3. Weitere Änderungen	382
4. Schutzzweck des UWG	382
5. Systematik des UWG	384
6. Angriffsrichtung unlauteren Wettbewerbs	384
II. Unlautere geschäftliche Handlungen nach § 3 UWG	385
1. Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG	385
2. § 3 Abs. 2 UWG	390
3. § 3 Abs. 1 UWG	391
III. Wettbewerbsrechtliche Grundbegriffe	395
1. Waren und Dienstleistungen	395
2. Marktteilnehmer	396
3. Geschäftliche Handlung	399
4. Verbraucherleitbild	404
5. Spürbarkeit	406
6. Unternehmerische Sorgfalt	407
7. Verhaltenskodex	408
IV. Anspruchsberechtigter und Anspruchsgegner nach §§ 8 ff. UWG	408
1. Anspruchsberechtigung gemäß § 8 Abs. 3 UWG	409
2. Rechtsmissbrauch nach § 8c UWG	416
3. Anspruchsgegnerschaft nach § 8 Abs. 2 UWG	420
V. Bearbeitungscheckliste	423

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

I. Allgemeines	425
1. Grundlagen	425
2. Systematik	427
II. Beurteilungsmaßstab (§ 3 Abs. 4 UWG)	428
III. Ausnutzen besonderer Schutzbedürftigkeit	429
IV. Geistige oder körperlicher Beeinträchtigungen	429
V. Alter	429
VI. Geschäftliche Unerfahrenheit	430
1. Schutz von Kindern und Jugendlichen	430
2. Schutz sonstiger Verbraucher	444
VII. Ausnutzung der Leichtgläubigkeit	445
VIII. Ausnutzung der Angst	446
1. Spezialregelungen zum Schutz der Verbraucher	446
2. Ausnutzen von Angst nach § 4a Abs. 2 Satz 1 Nr. 3, Satz 2 UWG	446
IX. Ausnutzung einer Zwangslage	447
X. Beratungscheckliste	448

§ 14 Lehre vom Rechtsbruch (§ 3a UWG)

I. Bedeutung	449
II. Zweck der Regelung	450
III. Konzeptionswandel des Rechtsbruchtatbestandes	451
1. Unterscheidung zwischen wertbezogenen und wertneutralen Normen	451

Inhaltsverzeichnis

2. Änderung der Rechtsprechung ab 1997	454
3. Änderungen durch die UWG-Novellen	455
IV. Der Rechtsbruchtatbestand des § 3a UWG	456
1. Geschäftliche Handlung	456
2. Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift	457
3. Wettbewerbsbezug der verletzten Norm	457
4. Spürbarkeitsschwelle gemäß § 3a UWG	458
5. Verzicht auf subjektive Voraussetzungen	459
V. Einzelne Bereiche	460
1. „Normen zum Schutz der Volksgesundheit“	460
2. „Vorschriften zum Schutz der Rechtspflege“	463
3. Berufs- oder standesrechtliche Werbeverbote	465
4. Betriebs- und produktionsbezogene Vorschriften	466
5. Verbraucherschutzvorschriften und Allgemeine Geschäftsbedingungen	466
6. Steuervorschriften	469
7. Vorschriften des EU-Beihilferechts	469
8. Ausschließlichkeitsrechte	469
9. Marktzutrittsregelungen	470
10. Weitere Vorschriften	471
VI. Vertragsverletzungen	472
1. Ausgangspunkt	472
2. Eigener Vertragsbruch	472
3. Fremder Vertragsbruch	473
§ 15 Herabsetzung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 1 UWG)	
I. Überblick	477
1. Normzweck	477
2. UWG-Reform 2015	478
II. Abgrenzungen	478
1. Vergleichende Werbung, § 6 Abs. 2 Nr. 4 und 5 UWG	478
2. Tatsachenbehauptungen, § 4 Nr. 2 UWG	479
3. Rufausbeutung, § 4 Nr. 3b) UWG	480
4. Behinderung, § 4 Nr. 4 UWG	480
5. Aggressive geschäftliche Handlungen, § 4a UWG	481
6. Andere Rechtsgebiete	481
III. Voraussetzungen	482
1. Geschäftliche Handlung gegen Mitbewerber	482
2. In Form einer Herabsetzung oder Verunglimpfung	484
3. Unlauterkeit	484
IV. Feststellung der Unlauterkeit – Umstände des Einzelfalls maßgeblich	486
1. Einzelfallprüfung	486
2. Unwahre Tatsachenbehauptungen	488
3. Wahre Tatsachenbehauptungen	489
4. Werturteile	490
5. Besondere Fallgestaltungen	490
V. Aufweichung der Grenzen bei „Gegenangriff“	493
§ 16 Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG)	
I. Allgemeines	494
II. § 4 Nr. 2 Alt. 1 UWG	495
1. Tatbestandsvoraussetzungen des § 4 Nr. 2 Alt. 1 UWG	495
2. Rechtsfolgen	500
III. § 4 Nr. 2 Alt. 2 UWG	501
1. Unterschied zu § 4 Nr. 2 Alt. 1 UWG	501
2. Vertraulichkeit	502
3. Berechtigtes Interesse	502
4. Rechtsfolgen	502
IV. Beratungsscheckliste	503

Inhaltsverzeichnis

§ 17 Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz (§ 4 Nr. 3 UWG)	
I. Allgemeines – Grundsatz der Nachahmungsfreiheit und dessen Bedeutung	505
1. Förderung des Fortschritts durch Nachahmungsfreiheit	505
2. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: Sonderrechtsschutz	505
3. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: unlautere Nachahmung	506
4. Verhältnis Sonderrechtsschutz – wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz ..	507
5. Verhältnis zu anderen UWG-Tatbeständen	512
II. Nachahmungstatbestände	514
1. Gegenstand der Nachahmung	514
2. Unmittelbare Leistungsübernahme/(fast) identische Nachahmung	515
3. Nachschaffende Leistungsübernahme	516
III. Anspruchsberechtigter, Anspruchsgegner, Ansprüche	517
1. Schutzberechtigter	517
2. Anspruchsgegner	518
3. Geschäftliche Handlung	519
4. Unterlassungsanspruch	519
5. Schadensersatzansprüche	520
6. Auskunfts- und Rechnungslegungsanspruch	521
IV. Wettbewerbliche Eigenart	523
1. Definition	523
2. Wechselwirkung zu anderen Anspruchsvoraussetzungen	524
3. Anforderungen im Vergleich zu sondergesetzlichen Schutzanforderungen	524
4. Ästhetisch-künstlerische Gestaltungen/Design	526
5. Warenkennzeichnungen und -gestaltungen, sonstige äußere Gestaltungen	526
6. Wettbewerblich eigenartige technische Merkmale	527
V. Verkehrsbekanntheit	528
1. (Gewisse) Bekanntheit als Anspruchsvoraussetzung	528
2. Gesteigerte Bekanntheit	529
VI. Besondere Unlauterkeitselemente	530
1. Vermeidbare Herkunftstäuschung (§ 4 Nr. 3a) UWG)	530
2. Rufausbeutung (§ 4 Nr. 3b) UWG)	534
3. Behinderung	535
4. Vertrauensbruch und Verwertung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen (§ 4 Nr. 3c) UWG)	536
VII. Besondere Fallgestaltungen	538
1. Modeschöpfung/Saisonschutz	538
2. Computerprogramme	540
3. Ersatzteil- und Zubehörsnachbau	542
4. „Einschieben in fremde Serie“	543
5. Systematische Nachahmung	543
6. Nachahmung fremder Werbung	544
VIII. Subjektive Voraussetzungen	544
IX. Beratungskheckliste	545
§ 18 Gezielte Behinderung (§ 4 Nr. 4 UWG)	
I. Überblick	548
1. Normzweck	548
2. Entstehungsgeschichte und Verhältnis zum Unionsrecht	549
3. Geschäftliche Handlung	549
4. Behinderungen	549
5. Gezieltes Handeln (Unlauterkeit der Behinderung)	550
6. Bagatellschwelle	551
II. Absatzbehinderung	551
1. Kundenbezogene Behinderung	552
2. Produktbezogene Behinderung	557
3. Vertriebsbezogene Behinderung	558
4. Kontrollvereitelung (Kontrollnummernbeseitigung)	562

Inhaltsverzeichnis

III. Bezugsbehinderung	564
IV. Werbebehinderung	564
1. Werbevereitelung	564
2. Nachahmung von Werbung	566
3. Zeichenbeseitigung	566
4. Zeichenmissbrauch	566
5. Ambush Marketing und Ausnutzung fremder Werbung	567
V. Betriebsstörung	567
1. Abmahnung und Schutzrechtsverwarnung	567
2. Testmaßnahmen	570
3. Abwerbung von Beschäftigten	572
VI. Boykott	574
1. Überblick	574
2. Voraussetzungen	575
3. Rechtfertigungsgründe	577
VII. Preiskampf	578
1. Preisunterbietung	578
2. Rechts- und Vertragsbruch	580
3. Niedrigpreisaktionen bei Markenartikeln	580
4. Darlegungs- und Beweislast	581
VIII. Bearbeitungschecklisten	581
§ 19 Aggressive geschäftliche Praktiken (§ 4a UWG)	
I. Einführung	584
II. Abgrenzung zu anderen Unlauterkeitstatbeständen	585
1. § 3 UWG	585
2. § 3 Abs. 4 S. 2 UWG	586
3. § 3a UWG	586
4. §§ 5, 5a UWG	586
5. § 7 UWG	587
III. Tatbestandsvoraussetzungen	587
IV. Mittel der aggressiven geschäftlichen Handlung	589
1. Belästigung	589
2. Nötigung	589
3. Unzulässige Beeinflussung	591
V. Maßgebliche Kriterien zur Bestimmung einer aggressiven Geschäftspraktik	604
1. § 4a Abs. 2 S. 1 UWG	604
2. § 4a Abs. 2 S. 2 UWG	606
VI. Bearbeitungscheckliste	606
§ 20 Verbot irreführender geschäftlicher Handlungen (§§ 5, 5a, 5b UWG)	
I. Allgemeines	608
1. Systematische Einordnung	608
2. Schutzzweck	617
3. Anwendungsbereich	618
4. Ansprüche	620
5. Anspruchsberechtigte	620
II. Definition der Irreführung	621
1. Begriff und wettbewerbsrechtliche Relevanz	621
2. Maßstab	622
3. Interessenabwägung	627
III. Art der Irreführung	629
1. Objektiv unzutreffende Angaben	629
2. Mehrdeutige Angaben	630
3. Nicht ernst gemeinte Angaben	634
4. Objektiv zutreffende Angaben	635
5. Äußerungen Dritter	638
6. Alleinstellungswerbung	638

Inhaltsverzeichnis

IV. Gegenstand der Irreführung	641
1. Angaben	641
2. Die wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen (§ 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG)	642
3. Anlass des Verkaufs (§ 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG)	652
4. Die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers (§ 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG)	658
5. Aussagen oder Symbole im Zusammenhang mit Sponsoring oder einer Zulassung (§ 5 Abs. 2 Nr. 4 UWG)	661
6. Die Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur (§ 5 Abs. 2 Nr. 5 UWG)	661
7. Einhaltung eines Verhaltenskodexes (§ 5 Abs. 2 Nr. 6 UWG)	662
8. Rechte des Verbrauchers (§ 5 Abs. 2 Nr. 7 UWG)	662
V. Besondere Fälle der Irreführung	663
1. Verwechslungsgefahr mit einer anderen Ware oder Dienstleistung (§ 5 Abs. 3 Nr. 1 UWG)	663
2. Doppelqualität von Waren (§ 5 Abs. 3 Nr. 2 UWG)	663
3. Vergleichende Werbung (§ 5 Abs. 4 UWG)	666
4. Preisherabsetzung (§ 5 Abs. 5 UWG)	666
VI. Geschäftliche Handlungen ohne Wertungsvorbehalt (§ 3 Abs. 3 UWG iVm Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG)	666
1. Unwahre Angabe über die Unterzeichnung eines Verhaltenskodexes (Nr. 1)	667
2. Unerlaubte Verwendung von Gütezeichen und Ähnlichem (Nr. 2)	668
3. Unwahre Angabe über die Billigung eines Verhaltenskodexes (Nr. 3)	668
4. Unwahre Angabe über die Billigung eines Verhaltenskodexes (Nr. 4)	668
5. Lockangebote ohne Hinweis auf Unangemessenheit der Bevorratungsmenge (Nr. 5)	668
6. Lockangebote zum Absatz anderer Waren oder Dienstleistungen (Nr. 6)	670
7. Unwahre Angabe über zeitliche Begrenzung des Angebots (Nr. 7)	670
8. Sprachenwechsel für Kundendienstleistungen bei einer in einer Fremdsprache geführten Vertragsverhandlung (Nr. 8)	671
9. Unwahre Angabe über die Verkehrsfähigkeit (Nr. 9)	671
10. Darstellung gesetzlicher Verpflichtungen als Besonderheit eines Angebots (Nr. 10)	671
11. Als Information getarnte Werbung (Nr. 11)	672
12. Verdeckte Werbung in Suchergebnissen (Nr. 11a)	672
13. Unwahre Angabe über Gefahren für die persönliche Sicherheit (Nr. 12)	673
14. Täuschung über die betriebliche Herkunft (Nr. 13)	673
15. Schneeball- oder Pyramidensystem (Nr. 14)	673
16. Unwahre Angabe über Geschäftsaufgabe (Nr. 15)	674
17. Angaben über die Erhöhung der Gewinnchancen bei Glücksspielen (Nr. 16)	674
18. Unwahre Angaben über die Heilung von Krankheiten (Nr. 17)	674
19. Unwahre Angabe über Marktbedingungen oder Bezugsquellen (Nr. 18)	674
20. Nichtgewährung ausgelobter Preise (Nr. 19)	675
21. Unwahre Bewerbung als kostenlos (Nr. 20)	675
22. Irreführung über das Vorliegen einer Bestellung (Nr. 21)	675
23. Irreführung über Unternehmereigenschaft (Nr. 22)	676
24. Irreführung über Kundendienst in anderen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union (Nr. 23)	676
25. Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen (Nr. 23a)	676
26. Irreführung über die Echtheit von Verbraucherbewertungen (Nr. 23b)	676
27. Gefälschte Verbraucherbewertungen (Nr. 23c)	677
VII. Beratungs-Checkliste	678
VIII. Irreführung durch Unterlassen, §§ 5a, 5b UWG	679
1. Allgemeine Einordnung	679
2. Wesentliche Informationen (§ 5a UWG)	680
3. Angebote, die dem Verbraucher einen Geschäftsabschluss ermöglichen (§ 5b Abs. 1 UWG)	683

Inhaltsverzeichnis

4. Rankings (§ 5b Abs. 2 UWG)	688
5. Kundenbewertungen (§ 5b Abs. 3 UWG)	688
6. Unionsrechtlich festgelegte Informationsanforderungen (§ 5b Abs. 4 UWG)	689
IX. Antragstellung	691
X. Beweisfragen	694
XI. Bußgeldtatbestände (§ 19 UWG iVm § 5c Abs. 1 UWG)	695
XII. Strafbare Werbung (§ 16 UWG)	696
§ 21 Tarnung des kommerziellen Zwecks geschäftlicher Handlungen (§ 5a Abs. 4 UWG)	
I. Einleitung	697
1. Verfassungsrechtliche Spannungslage	697
2. Gesetzliche Ausprägungen	698
II. Tatbestand	701
III. Werbung in redaktioneller Form	703
1. Formen	703
2. Haftung	718
3. Antragsfassung	720
IV. Äußerungen Dritter	721
1. Wissenschaftliche Publikationen	721
2. Warentests	722
3. Rankings	722
4. Sonstige Empfehlungen	722
5. Haftung	723
V. Tarnung des Werbenden und des werblichen Kontakts	723
VI. Bearbeitungscheckliste	724
§ 22 Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)	
I. Bearbeitungs-Checkliste	725
II. Rechtsentwicklung	726
III. Auslegungsgrundsätze	726
IV. Tatbestand und Abgrenzung	727
1. Begriff der vergleichenden Werbung (§ 6 Abs. 1 UWG)	727
2. Andere Werbevergleiche	732
V. Zulässigkeitsvoraussetzungen	733
1. Allgemeines	733
2. Bedarfs- und Zweckidentität (§ 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG)	734
3. Ursprungsbezeichnungen	735
4. Vergleichbare Eigenschaften (§ 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG)	736
5. Irreführungsverbot (§ 5 UWG)	740
6. Vermeidung von Verwechslungsgefahr (§ 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG)	743
7. Verbot der Rufausbeutung (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 Alt. 1 UWG)	745
8. Diffamierungsverbot (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 Alt. 2 und Nr. 5 UWG)	747
9. Schutz des Originalanbieters (§ 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG)	750
VI. Beweislast	751
§ 23 Unzumutbare Belästigung (§ 7 UWG)	
I. Allgemeines	753
II. UWG-Reform	754
1. Gemeinschaftsrechtliche Vorgaben	754
2. Regelung des § 7 UWG	755
III. Belästigung nach § 7 Abs. 1 UWG	755
1. Ansprechen in der Öffentlichkeit	756
2. Haustürwerbung	758
3. Laienwerber	759
4. Werbung am Unfallort	760
5. Unverlangt zugesandte Ware	760

Inhaltsverzeichnis

IV. Belästigung nach § 7 Abs. 2 UWG	762
1. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG	762
2. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG	764
3. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	768
4. Transparenzgebot nach § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG	772
V. Rechtsverfolgung	772
§ 24 Geschäftsgeheimnisse und Know-how-Schutz (GeschGehG)	
I. Überblick	775
II. Tatbestandsvoraussetzungen nach dem GeschGehG	776
1. Begriff des Geschäftsgeheimnisses	776
2. Tatbestände des § 4 GeschGehG	784
III. Zivilrechtliche Rechtsfolgen nach dem GeschGehG	792
1. Einleitung	792
2. Beseitigung und Unterlassung, § 6 GeschGehG	792
3. Vernichtung, Herausgabe, Rückruf, Entfernung und Rücknahme vom Markt, § 7 GeschGehG	795
4. Auskunft und Schadensersatz bei Verletzung der Auskunftspflicht, § 8 GeschGehG	796
5. Anspruchsausschluss bei Unverhältnismäßigkeit, § 9 GeschGehG	797
6. Schadensersatz, § 10 GeschGehG	798
7. Herausgabe nach Eintritt der Verjährung, § 13 GeschGehG	798
8. Missbrauchsverbot, § 14 GeschGehG	798
9. Abfindung in Geld, § 11 GeschGehG	798
10. Verfahren	799
11. Sonderproblem Offenkundigkeit	805
12. Pro und Contra einer Abmahnung	805
13. Beratungsscheckliste Verletzungsfall	806
IV. Strafe, Strafverfolgung	806
1. Tatbestände	807
2. Qualifikationen	812
3. Sonstiges	812
4. Strafverfolgung	813
5. Beratungsscheckliste	814
V. Know-how-Schutz über das GeschGehG hinaus	815
1. Schutz nach § 4 Nr. 3 lit. c UWG	815
2. Schutz nach § 4 Nr. 4 UWG	816
3. Schutz nach § 3 UWG	817
4. Schutz nach § 823 Abs. 1 BGB	817
5. Schutz nach § 823 Abs. 2 BGB	817
6. Schutz nach § 826 BGB	818
7. Schutz innerhalb vertraglicher Beziehungen	818

Teil E. Verwandte Rechtsgebiete

§ 25 Presserecht	
I. Einleitung	828
1. Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen	828
2. Bildberichterstattung	831
3. Rechtswidrigkeit der Berichterstattung	835
4. Journalistische Sorgfalt und Verschulden	839
II. Unterlassung	841
1. Voraussetzungen	841
2. Prozessuale Durchsetzung	842
III. Gegendarstellung	843
1. Rechtsgrundlagen	843

Inhaltsverzeichnis

2. Anspruchsinhaber und Anspruchsgegner	843
3. Voraussetzungen	844
4. Gerichtliche Durchsetzung	846
5. Erfüllung des Anspruchs	847
6. Gegendarstellungen in elektronischen Medien	848
7. Checkliste zur Gegendarstellung	849
IV. Berichtigung	849
1. Voraussetzungen	849
2. Inhalt des Anspruchs	850
3. Verfahrensfragen	851
V. Schadenersatz und Geldentschädigung	851
1. Schadenersatz	851
2. Geldentschädigung	852
§ 26 Rundfunkrecht	
I. Anwaltliche Beratungsfelder	855
II. Rechtsgrundlagen	855
1. EU-Richtlinie „Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen“	856
2. Medienstaatsvertrag	857
3. Rundfunkrechtliche Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts	858
III. Duales Rundfunksystem	858
1. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	858
2. Privater Rundfunk	860
3. Telemedien und Rundfunk	861
IV. Rundfunkzulassung	861
1. Rechtsnatur der Zulassung	862
2. Zuständigkeit der Landesmedienanstalten und weiterer Zulassungsgremien	862
3. Zulassungsvoraussetzungen	863
4. Zulassungstreitigkeiten	865
5. Zulassungsfreier Rundfunk	866
6. Checkliste: Zulassungsantrag	868
V. Werbung	868
1. Begriff	868
2. Adressaten der Werberegulungen	869
3. Rahmenbedingungen der Werbevorschriften	870
4. Werbeverbote	874
5. Erscheinungsformen erlaubter Werbung – Merchandising und Licensing	878
6. Gewinnspiele	878
7. Checkliste: Werbeverbote	878
VI. Sponsoring	879
1. Definition	879
2. Art der Finanzierung	879
3. Gegenstand des Sponsorings	880
4. Ausgestaltung des Sponsorenhinweises	881
5. Grenzen des erlaubten Sponsorings	882
VII. Teleshopping	883
1. Formen des Teleshopping	883
2. Gebote, Verbote und Beschränkungen	885
VIII. Telemedien	885
1. Erscheinungsformen	885
2. Zulassungs- und Anzeigerfordernisse	887
3. Spezielle Handlungspflichten	888
4. Sonstige Verantwortlichkeiten	889
§ 27 Rechtsfragen der Telemedien	
I. Einleitung	891
1. Begriff der Telemedien	891

Inhaltsverzeichnis

2. Abgrenzung zu anderen Diensten	892
II. Informationspflichten	894
1. Geschäftsmäßige Telemedien	894
2. Kommerzielle Kommunikation	896
3. Journalistisch-redaktionell gestaltete Telemedien	897
4. Platzierung der Angaben	897
III. Plattformhaftung	897
1. Grundlagen der Plattformhaftung	897
2. Haftung der Plattformbetreiber nach deutschem Recht	898
3. Neues Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz	911
4. Ausgewählte Plattformen	914
IV. Datenschutz im TMG	919
1. Geltungsbereich – Verhältnis von TMG, TTDSG und DS-GVO	919
2. Datenschutzinformation	919
3. Einwilligung, Cookies und Nutzerverfolgung (User-Tracking)	920
4. Pflichten zur IT-Sicherheit	922
§ 28 Domainrecht	
I. Einleitung	925
1. Gerichtszuständigkeit	925
2. Anwendbares Recht	929
II. Entstehung von Domains	932
1. Besonderheiten von Domains	932
2. Anmeldeverfahren für Domains	933
3. Allgemeine Hinweise zur Vermeidung von und zum Vorgehen bei Domainauseinandersetzungen	946
III. Außergerichtliche Streitbeilegung	949
1. .de-Domains: Dispute-Eintrag und Abmahnung	949
2. Verschiedene generische Top-Level-Domains sowie ausgewählte Länderdo- mains: Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) und Rules ..	950
3. Zusätzliche Streitbeilegungsmechanismen für bestimmte generische Top-Level- Domains	958
4. Zusätzliche Streitbeilegungsmechanismen bei neuen generischen Top-Level- Domains	959
5. Länderdomains	961
6. Subdomains (.de.com und com.de)	961
7. .eu-Domains	962
IV. Gerichtsverfahren um Domains in Deutschland	970
1. Schutz des prioritätsälteren Kennzeichens gegen die prioritätsjüngere Domain ..	971
2. Schutz der prioritätsälteren Domain gegen das prioritätsjüngere Kennzeichen ..	985
3. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	989
4. Überblick über Ansprüche, Anspruchsgrundlagen und Anspruchsumfang	993
5. Störer	997
6. Besonderheiten bei .eu-Domains	999
V. Vollstreckungsfragen	1000
VI. Übertragung von Domains und Rechtsgeschäfte mit Domains	1001
1. .de-Domains	1002
2. Domains unter generischen Top-Level-Domains	1003
3. .eu-Domains	1003
4. Länderdomains	1003
VII. Ausblick	1003
§ 29 Heilmittelwerberecht	
I. Einführung	1006
II. Allgemeines	1006
III. Anwendbarkeit	1007
1. Begriff „Werbung“	1007

Inhaltsverzeichnis

2. Arzneimittel	1009
3. Medizinprodukte	1011
4. Kosmetika	1012
5. Gegenstände	1012
6. Therapien	1012
7. Krankheitsbegriff	1013
8. Räumlicher Geltungsbereich	1013
IV. Generelle Werbebeschränkungen	1014
1. Werbung durch ausländische Unternehmen	1014
2. Irreführungsverbot	1015
3. Gutachtenwerbung	1017
4. Werbegaben	1017
5. Fernbehandlung	1019
V. Restriktionen bei der Werbung für Arzneimittel und Medizinprodukte	1019
1. Fehlende arzneimittelrechtliche Zulassung	1019
2. Homöopathische Arzneimittel	1020
3. Teleshopping/Einzeleinfuhr ausländischer Arzneimittel	1021
4. Werbung in Packungsbeilagen	1021
5. Pflichtangaben	1022
VI. Restriktionen bei der Publikumswerbung	1024
1. Fachkreise	1024
2. Verschreibungspflichtige/-fähige Arzneimittel	1025
3. Psychotrope Stoffe	1025
4. Hinweise auf Krankheiten im Sinne des § 12 HWG	1025
5. Einzelne Werbeverbote gemäß § 11 HWG	1026
VII. Sanktionen	1028
1. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	1028
2. Straftaten und Ordnungswidrigkeiten	1029
VIII. Checklisten	1029
§ 30 Lebensmittelrecht	
I. Einleitung	1032
1. Einführung	1032
2. Lebensmittelrecht und Wettbewerbsrecht	1033
3. Definition des Lebensmittels	1034
II. Grundsätze der Lebensmittelkennzeichnung	1042
1. Anwendbarkeit der Lebensmittelinformationsverordnung	1042
2. Verantwortlicher im Sinne der LMIV	1043
3. Art der Kennzeichnung	1044
III. Kennzeichnungselemente im Einzelnen	1047
1. Pflichtkennzeichnungselemente	1047
2. Fakultativ-obligatorische Kennzeichnungselemente	1069
3. Werbebehauptungen in der Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln	1076
IV. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche – Lebensmittelrechtliche Besonderheiten	1080
1. § 3a UWG	1080
2. Lebensmittelrechtlicher Täuschungsschutz	1080
3. Krankheitsbezogene Werbung	1084
4. Besonderheiten im Verfahren – Das Nebeneinander von öffentlich-rechtlicher Überwachung und Zivilrecht	1087
§ 31 Kosmetikrecht	
I. Rechtsgrundlagen	1090
1. EG-Kosmetik-Richtlinie	1090
2. EG-Kosmetikverordnung	1090
3. Nationale Bestimmungen	1090
II. Definitionen	1091

Inhaltsverzeichnis

1. Kosmetikerzeugnis	1091
2. Abgrenzung zu Arzneimitteln, Lebensmitteln, Medizinprodukten und Biozid- Produkten	1095
III. Materielles Recht	1098
1. Sicherheitsanforderungen an kosmetische Mittel	1099
2. Verantwortlichkeit	1102
3. Sicherheitsbewertung, Produktinformationsdatei, Notifizierung	1102
4. Art. 19 KosmetikVO Kennzeichnung	1103
5. Werbeaussagen Art. 20 KosmetikVO	1107
6. Sonstige gesetzliche Bestimmungen	1109
IV. Verfahrensfragen	1111
1. Zivilrechtliche Ansprüche	1111
2. Verwaltungsrechtliche Maßnahmen	1111
3. Strafrechtliche Folgen	1111
V. Beratungsscheckliste	1111

Teil F. Markenrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht

1. Abschnitt. Markenrecht

§ 32 Markenrecht

I. Einleitung	1114
II. Anwendungsbereich und Grundsätze	1115
1. Marken und sonstige Kennzeichen	1115
2. Entstehung des Schutzes	1116
3. Inhaberschaft	1116
4. Vorrang und Zeitrang	1117
III. Voraussetzungen des Markenschutzes	1117
1. Als Marke schutzfähige Zeichen, § 3 MarkenG	1117
2. Absolute Schutzhindernisse, § 8 MarkenG	1120
3. Markenschutz durch Verkehrsgeltung (Benutzungsmarke)	1135
4. Relative Schutzhindernisse	1137
IV. Geschäftliche Bezeichnungen	1157
1. Unternehmenskennzeichen	1157
2. Werktitelschutz	1160
V. Schutzwirkungen	1162
1. Rechte aus der Marke	1162
2. Rechte aus der geschäftlichen Bezeichnung	1174
3. Schranken des Markenschutzes	1177
VI. Die Marke als Gegenstand des Vermögens	1188
1. Übertragung des Markenrechts	1188
2. Dingliche Rechte, Zwangsvollstreckung und Insolvenz	1190
3. Lizenzen	1190
VII. Eintragungsverfahren	1192
1. Anmeldung	1193
2. Prüfungsverfahren	1196
3. Eintragung und Veröffentlichung	1197
4. Schutzdauer und Verlängerung	1197
VIII. Widerspruchsverfahren	1198
1. Formalien	1198
2. Einrede der fehlenden Benutzung	1199
3. Entscheidung	1200
4. Abgrenzungs-/Vorrechtsvereinbarungen	1200
5. Eintragungsbewilligungsklage	1200
IX. Verzicht, Verfalls- und Nichtigkeitsverfahren	1201
1. Löschung wegen Verfalls	1202
2. Nichtigkeit wegen absoluter Schutzhindernisse	1203

Inhaltsverzeichnis

3. Nichtigkeit wegen des Bestehens älterer Rechte	1205
X. Erinnerung, Beschwerde und Rechtsbeschwerde	1205
XI. Kollektiv- und Gewährleistungsmarken	1206
XII. Geografische Herkunftsangaben	1207
XIII. Verletzungsverfahren	1209
XIV. Beratungsschecklisten	1209

§ 33 Die internationale Registrierung von Marken

I. Grundzüge der internationalen Registrierung	1214
1. Das Madrider System	1214
2. Die Verträge und ihre Parteien	1214
3. Die Verfahrensarten	1217
4. Die Bundesrepublik Deutschland als Vertragspartei des Madrider Verbandes	1217
II. Die internationale Registrierung deutscher Marken nach dem PMMA	1218
1. Der Antrag auf internationale Registrierung (Art. 3 Abs. 1–3 PMMA)	1218
2. Die internationale Registrierung	1224
3. Schutzverweigerung durch die Behörden der Vertragsparteien	1225
4. Abhängigkeit von der Heimatmarke (Art. 6 Abs. 2–4 PMMA)	1227
5. Schutzdauer und Verlängerung einer internationalen Registrierung (Art. 7 PMMA, Regeln 30, 31 PMMAAusfO)	1228
6. Nachträgliche Schutzstreckung (Art. 3 ^{ter} Abs. 2 PMMA iVm § 111 MarkenG; Regel 24 PMMAAusfO)	1228
7. Fortdauer internationaler Registrierungen in Nachfolgestaaten (Regel 39 PMMAAusfO)	1229
8. Änderungen (Regel 25–27 PMMAAusfO) und Berichtigungen (Regel 28 PMMAAusfO) der internationalen Registrierung	1229
9. Eintragung einer Lizenz (Regel 20 ^{bis} PMMAAusfO) oder einer Verfügungs- beschränkung des Inhabers (Regel 20 PMMAAusfO) in das internationale Register	1229
10. Teilung und Zusammenführung internationaler Registrierungen (Regeln 27 ^{bis} , 27 ^{ter} PMMA-AusfO)	1230
11. Auswirkungen des Brexit auf internationale Registrierungen mit EU Erstreckung	1230
III. Die Schutzbewilligung international registrierter ausländischer Marken in der Bundesrepublik Deutschland	1231
1. Wirkung der internationalen Registrierung (§ 112 MarkenG)	1231
2. Schutzverweigerung wegen absoluter Schutzhindernisse oder aufgrund Widerspruchs (§§ 113, 114 MarkenG)	1231
3. Nachträgliche Schutzentziehung (§ 115 MarkenG)	1233
4. Die Regelungen der Benutzungsfrist bei schutzerstreckten IR-Marken (§§ 115 Abs. 2, 116, 117 MarkenG)	1233
5. Umwandlung einer internationalen Registrierung (Art. 9 ^{quinquies} PMMA, § 118 MarkenG)	1234
IV. Anhang	1234
1. Beratungsscheckliste für die internationale Registrierung von Marken	1234
2. Verzeichnis der Formblätter der internationalen Behörde	1234
3. Nützliche Informationsseiten für die internationale Registrierung	1235

§ 34 Unionsmarkenrecht

I. Einleitung	1237
1. Allgemeines	1237
2. EU-weites Markenrecht	1239
3. Prinzipien der Autonomie, der Koexistenz und der Einheitlichkeit	1239
4. Neufassung der UMV (23.3.2016/1.10.2017)	1241
5. Konsequenzen der EU-Erweiterungen (2004, 2007 und 2013)	1242
6. Konsequenzen des EU-Austritts Großbritanniens (Brexit)	1243
7. Beitritt zum Madrider Protokoll	1244

Inhaltsverzeichnis

8. Territoriale Reichweite der Unionsmarke	1245
II. Die Unionsmarke im Überblick	1246
1. Vorzüge der Unionsmarke	1246
2. Nachteile	1247
III. Materielles Recht	1248
1. Inhaber von Unionsmarken	1248
2. Erwerb ausschließlich durch Eintragung	1249
3. Als Marke schutzfähige Zeichen (Art. 4 UMV)	1249
4. Zeichenformen im Einzelnen	1253
5. Allgemeine Prüfungsgrundsätze für die absoluten Versagungsgründe in Art. 7 UMV	1269
6. Absolute Schutzhindernisse im Einzelnen (Art. 7 UMV)	1274
7. Relative Eintragungshindernisse (Art. 8 UMV)	1304
8. Rechte aus der Unionsmarke	1331
9. Schranken des Markenschutzes	1338
10. Unionsmarke als Gegenstand des Vermögens	1357
IV. Verfahrensfragen	1361
1. Allgemeines	1361
2. Anmeldung und Eintragung der Unionsmarke	1371
3. Widerspruchsverfahren	1378
4. Besondere Verfahrensarten	1381
5. Verletzungsprozesse	1388
V. Zusammenfassung	1394
VI. Beratungsschecklisten	1394

2. Abschnitt. Technische Schutzrechte

§ 35 Patentrecht

I. Vorbemerkung	1400
II. Allgemeines	1401
1. Schutzvoraussetzungen	1401
2. Kategorien	1407
3. Schutzzumfang	1408
III. Anmelde-/Erteilungsverfahren	1412
1. Anmeldung	1412
2. Recherche/Prüfung/Erteilung	1415
3. Teilung der Anmeldung	1417
4. Prioritätsrecht	1417
IV. Einspruch	1418
1. Allgemeines	1418
2. Frist	1419
3. Gebühr	1419
4. Zulässigkeit	1419
5. Prüfung	1421
6. Beitritt des angeblichen Patentverletzers	1422
7. Kosten	1422
V. Nichtigkeitsverfahren	1422
1. Kläger	1423
2. Beklagter	1423
3. Nebenintervention	1423
4. Verfahren	1423
5. Kosten	1425
6. Vergleich	1425
7. Beschränkungsverfahren	1425
VI. Jahresgebühren	1425
VII. Rechtsmittel	1426
1. Beschwerde gegen Beschlüsse des DPMA	1426
2. Rechtsbeschwerde gegen Beschlüsse des Bundespatentgerichtes	1428

Inhaltsverzeichnis

3. Berufung gegen Urteile im Nichtigkeitsverfahren	1428
VIII. Wiedereinsetzungs-/Weiterbehandlungsverfahren	1428
1. Wiedereinsetzung	1428
2. Weiterbenutzungsrecht	1429
3. Weiterbehandlung	1429
IX. Das Patent als Gegenstand des Vermögens	1430
1. Recht auf das Patent	1430
2. Übertragung	1430
3. Lizenzen	1431
4. Verpfändung	1431
X. Das Verletzungsverfahren	1431
1. Mandatsannahme und Vorüberlegungen	1431
2. Die Verletzungsklage	1438
3. Die Klageerwiderung	1447
XI. Beratungskhecklisten	1450
1. Checkliste Patentanmeldung	1450
2. Checkliste Auslandsanmeldungen	1451
3. Checkliste Einspruch	1451

§ 36 Europäisches Patentrecht

I. Grundlagen	1453
1. Das Europäische Patentübereinkommen	1453
2. Territoriale Wirkung	1454
3. Fristen	1455
4. Vertretung/Vollmacht	1457
II. Materielles Recht	1458
1. Kategorien von Erfindungen	1458
2. Technischer Charakter	1459
3. Ausnahmen von der Patentierbarkeit	1462
4. Neuheit	1467
5. Erfinderische Tätigkeit	1469
6. Gewerbliche Anwendbarkeit	1473
7. Schutzbereich	1473
8. Das europäische Patent als Gegenstand des Vermögens	1474
III. Anmeldung/Erteilungsverfahren	1476
1. Anmeldung	1476
2. Eingangs- und Formalprüfung	1480
3. Europäischer Recherchenbericht	1481
4. Veröffentlichung der europäischen Patentanmeldung	1482
5. Prüfung der europäischen Patentanmeldung	1482
6. Erteilung des europäischen Patentbescheides	1486
7. Validierung	1487
IV. Jahresgebühren	1488
V. Einspruch	1489
1. Beteiligte des Einspruchsverfahrens	1489
2. Formalerfordernisse	1490
3. Begründung	1491
4. Prüfung	1493
5. Kosten	1494
VI. Beschränkungs- und Widerrufsverfahren	1495
1. Statthaftigkeit	1495
2. Formalerfordernisse	1495
3. Verfahren/Entscheidung	1496
4. Wirkung	1496
VII. Rechtsmittel	1497
1. Beschwerde	1497
2. Antrag auf Überprüfung durch die Große Beschwerdekammer	1501

Inhaltsverzeichnis

VIII. Wiedereinsetzung/Weiterbehandlung	1502
1. Wiedereinsetzung	1502
2. Weiterbehandlung	1504
IX. Verletzungs- und Nichtigkeitsverfahren	1504
1. Ansprüche bei Verletzung nach deutschem Recht	1504
2. Grenzüberschreitende Verletzungen	1505
3. Nichtigkeitsverfahren	1506
X. Europäisches Patent mit einheitlicher Wirkung/ Einheitliches Patentgericht	1507
1. Europäisches Patent mit einheitlicher Wirkung	1507
2. Einheitliches Patentgericht	1514
XI. Beratungschecklisten	1520
XII. Anschriften und Internetadressen	1521

§ 37 Internationales Patentrecht (PCT)

I. Grundlagen	1522
1. Allgemeines	1522
2. Vertretung/Vollmacht	1523
3. Fristen	1524
II. Die internationale Patentanmeldung nach dem PCT	1526
1. Die PCT-Anmeldung	1526
2. Priorität	1528
3. Die Zuerkennung eines internationalen Anmeldetages	1529
4. Die internationale Veröffentlichung der PCT-Anmeldung	1530
5. Territoriale Wirkung	1530
6. Übertragung der PCT-Anmeldung	1531
III. Die internationale Recherche	1531
1. Die internationale Recherche	1531
2. Die ergänzende internationale Recherche	1533
IV. Die internationale vorläufige Prüfung	1534
1. Antrag auf internationale vorläufige Prüfung	1534
2. Prüfungsverfahren/Änderungen/Stellungnahmen	1535
3. Der Prüfungsbericht	1536
V. Die nationale/regionale Phase	1536
1. Eintritt in die nationale/regionale Phase	1536
2. Verfahren in der regionalen Phase beim EPA	1538
3. Patent Prosecution Highway	1538
VI. Beratungscheckliste	1539
VII. Anschriften und Internetadressen	1539

§ 38 Gebrauchsmusterrecht

I. Abgrenzung zum Patent	1540
1. Allgemeines	1540
2. Kategorie	1540
3. Neuheit und Neuheitsschonfrist	1541
4. Erfinderischer Schritt	1541
5. Laufzeit	1542
6. Schutzbereich und -wirkung	1542
II. Anmeldung und Eintragung	1542
1. Antrag	1542
2. Eintragung	1542
3. Änderungen	1542
4. Teilung	1543
5. Abgezwigtes Gebrauchsmuster	1543
6. Recherchenantrag	1544
III. Lösungsverfahren	1544
1. Parteien	1544

Inhaltsverzeichnis

2. Verfahren	1544
3. Beschwerde	1545
IV. Einige Besonderheiten des Gebrauchsmusterverletzungsverfahrens	1545
V. Beratungskhecklisten	1547
1. Gebrauchsmusteranmeldung	1547
2. Abgezweigtes Gebrauchsmuster	1547
§ 39 Arbeitnehmererfindungsrecht	
I. Inanspruchnahme und Vergütung	1548
1. Vorbemerkungen	1548
2. Arbeitnehmererfindung	1549
3. Meldepflicht	1549
4. Inanspruchnahme	1549
5. Vergütungsanspruch	1551
6. Art und Höhe der Vergütung	1554
7. Betriebsgeheime Erfindung	1559
II. Verfahrensrecht	1559
1. Schiedsstellenverfahren	1559
2. Gerichtliches Verfahren	1562
3. Abschnitt. Nichttechnische Schutzrechte	
§ 40 Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	
I. Überblick	1566
1. Urheberrecht, was ist das eigentlich?	1566
2. Sinn und Zweck des Urheberrechts	1568
3. Überblick über die gesetzlichen Regelungen des Urheberrechtsgesetzes	1570
4. Rückblick	1570
II. Beratung zum Entstehen des Urheberrechts	1573
1. Entstehen des Urheberrechts: Keine Formalitäten	1573
2. Prioritätsverhandlung	1573
3. Erlöschen des Urheberrechts: Die Schutzfrist	1573
4. Urheberrolle	1574
III. Übertragbarkeit und Vererbung des Urheberrechts	1574
1. Übertragbarkeit des Urheberrechts	1574
2. Vererblichkeit des Urheberrechts	1576
IV. Vertragsberatung	1579
1. Allgemeines/Einführung in das Urhebervertragsrecht	1579
2. Historische Situation/rechtspolitische Entwicklung/ EU-Rahmenbedingungen	1579
3. Status Quo der Rechtslage	1580
4. Vertragsgestaltung in besonderen Bereichen	1625
5. Verwertungsgesellschaften	1656
V. Beratung im Verletzungsfall	1661
1. Liegt eine durch das UrhG geschützte Leistung vor?	1662
2. Urheberrechtlich relevante oder urheberrechtsfreie Handlungen?	1696
3. Welches Recht ist durch die Handlung betroffen?	1697
4. Die zeitliche Schranke des Urheberrechts: Besteht der Schutz noch?	1728
5. Schutzzumfang: Vervielfältigung, Bearbeitung oder freie Benutzung?	1731
6. Ist die Handlung von einer Nutzungsrechtseinräumung umfasst?	1740
7. Gesetzlich erlaubte Handlungen: Schrankenbestimmungen	1741
8. Aktivlegitimation: Geht der Berechtigte vor?	1769
9. Passivlegitimation: Verantwortlichkeit	1774
10. Haftung nach dem Urheberrechts-Diensteanbieter-Gesetz (UrhDaG)	1785
11. Folgen von Urheberrechtsverletzungen	1789
12. Schutz technischer Maßnahmen und Urheberstrafrecht	1811

Inhaltsverzeichnis

§ 41 Internationales Urheberrecht und verwandte Schutzrechte

I. Überblick	1817
II. Fremdenrecht	1818
1. Schutz für deutsche Urheber und Inhaber verwandter Schutzrechte im Hinblick auf im Ausland erschienene Werke oder erbrachte Leistungen	1818
2. Schutz für ausländische Urheber und Inhaber verwandter Schutzrechte	1818
3. Schutz für ausländische Urheber und ausländische Inhaber verwandter Schutzrechte über Internationale Konventionen	1819
III. Internationales Privatrecht	1839
1. Internationales Urhebervertragsrecht	1840
2. Internationales Urheberdeliktsrecht	1842
IV. Urheberrecht in der Europäischen Union	1845
1. Computerprogramme (91/250/EWG)	1845
2. Vermiet- und Verleihrecht, verwandte Schutzrechte (92/100/EWG, jetzt 2006/115/EG)	1846
3. Schutzfristen einschließlich des Schutzes der Fotografie (93/98/EWG, 2006/116/EG, 2011/77/EU)	1846
4. Satellitenrundfunk und Kabelweiterverbreitung (93/83/EWG)	1846
5. Datenbanken (96/9/EG)	1846
6. Folgerecht (2001/84/EG)	1847
7. Informationsgesellschaft einschl. der Verbesserung des Schutzzumfanges verwandter Schutzrechte (2001/29/EG)	1847
8. Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums (2004/48/EG)	1847
9. Bestimmte zulässige Formen der Nutzung verwaister Werke (2012/28/EU)	1848
10. Kollektive Wahrnehmung von Urheber- und verwandten Schutzrechten und die Vergabe von Mehrgebietslizenzen für Rechte an Musikwerken für die Online-Nutzung im Binnenmarkt (2014/26/EU)	1848
11. Grenzüberschreitende Portabilität von Online-Inhaltediensten im Binnenmarkt (VO 2017/1128 – „Portabilitätsverordnung“)	1848
12. Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt (2019/790) – sog. DSM-Richtlinie	1849
13. Bestimmte Online-Übertragungen von Rundfunkveranstaltern und die Weiterverbreitung von Fernseh- und Hörfunkprogrammen (2019/789)	1853
14. Ausnahmeregelungen zugunsten blinder, sehbehinderter oder anderweitig lesebehinderter Personen (VO (EU) 2017/1263 und Richtlinie (EU) 2017/1564)	1854
15. Verordnung über Maßnahmen gegen Geoblocking	1854
V. Erschöpfung	1855

§ 42 Designrecht

I. Einleitung	1856
II. Designs und andere Schutzrechte	1857
1. Urheberrecht	1858
2. Patent- und Gebrauchsmusterrecht	1858
3. Schriftzeichenrecht	1859
4. Markenrecht	1859
5. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	1860
III. Schutzvoraussetzungen	1861
1. Erscheinungsform eines Erzeugnisses	1861
2. Neuheit	1863
3. Eigenart	1864
4. Entwerfer oder Rechtsnachfolger	1865
5. Kein Ausschluss nach § 3 DesignG	1866
IV. Anmeldung, Eintragung und Verlängerung	1867
1. Allgemeine Erwägungen	1867
2. Anmeldung	1868
3. Sammelanmeldung	1871
4. Aufschiebung der Bekanntmachung	1871

Inhaltsverzeichnis

5. Beanspruchung einer Priorität	1872
6. Kosten	1873
8. Verlängerung	1874
V. Übertragung und Lizenzierung	1875
1. Übertragung	1875
2. Lizenzierung	1876
VI. Ansprüche und Durchsetzung	1877
1. Unterlassungsanspruch	1877
2. Ergänzende Ansprüche	1880
3. Durchsetzung designrechtlicher Ansprüche	1882
§ 43 Internationales Designrecht	
I. Einleitung	1886
II. Internationale Verträge	1886
III. Das Haager Musterabkommen	1887
IV. Die Mitglieder des Haager Abkommens	1888
V. Anmeldevoraussetzungen	1889
VI. Anmeldung	1890
VII. Veröffentlichung, Eintragung und Verlängerung	1891
VIII. Kosten	1891
§ 44 Gemeinschaftsgeschmacksmusterrecht	
I. Einleitung	1894
II. Materielles Recht	1894
1. Inhaberschaft	1894
2. Schutzvoraussetzungen	1895
3. Schutzzumfang und -dauer	1904
4. Schutzwirkungen	1905
5. Gemeinschaftsgeschmacksmuster als Gegenstand des Vermögens	1908
6. Nichtigkeit	1910
III. Verfahrensfragen	1912
1. Vertretung	1912
2. Sprachen	1913
3. Eintragungsverfahren	1913
4. Berichtigung, Änderung	1917
5. Übertragung	1917
6. Wiedereinsetzung	1918
7. Besondere Verfahren	1918
8. Rechtsbehelfe gegen Entscheidungen des Amtes	1920
IV. Verletzungsverfahren	1922
1. Zuständigkeitsfragen	1922
2. Parallele Klagen aus einem Gemeinschaftsgeschmacksmuster und einem nationalen Geschmacksmuster	1923
3. Anwendbares Recht	1923
4. Ansprüche, Durchsetzung	1923
5. Verteidigungsmöglichkeiten des Beklagten	1925
6. Grenzbeschlagnahme	1926
7. Strafverfahren	1927
V. Beratungsschecklisten	1927

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

§ 45 Lizenzverträge

I. Allgemeines/Grundlagen	1930
1. Begriff und Bedeutung einer „Lizenz“	1930

Inhaltsverzeichnis

2. Arten von Lizenzen und Nutzungsrechten	1931
3. Rechtsnatur des Lizenzvertrages	1932
4. Pflichten der Vertragsparteien	1932
5. Sonstige Besonderheiten bei der Vertragsgestaltung	1934
6. Formerfordernisse	1936
7. Beendigung des Lizenzvertrages	1936
8. Notleidende Lizenzverträge	1938
II. Einzelne Vertragsarten	1938
1. Markenlizenzvertrag	1939
2. Patentlizenzvertrag	1940
3. Urheberrechtlicher Lizenzvertrag	1942
4. Softwareüberlassungsvertrag	1944
III. Vertiefung: Gestaltung internationaler Film- und Fernsehlizenzverträge	1949
1. Vertragsmuster	1949
2. Internationaler Schutzstandard	1950
3. Anforderungen an die konkrete Vertragsgestaltung	1950
4. Notleiden von Lizenzverträgen durch Insolvenz	1955
IV. Tipps für die Beratungs- und/oder forensische Praxis	1957
1. Beratungsscheckliste: Verhandlung von Lizenzverträgen	1957
2. Beratungsscheckliste: Ausarbeitung des Lizenzvertrages	1958
3. Vertragsmuster: Verfilmungsvertrag mit Lizenz	1958
4. Anlage: Rechteklausel	1960
§ 46 Forschungs- und Entwicklungsverträge	
I. Grundlagen	1964
1. Bedeutung von Forschungs- und Entwicklungsverträgen	1964
2. Arten von F&E-Verträgen	1964
3. Rechtsnatur	1966
II. Die Gestaltung von F&E-Verträgen	1967
1. Allgemeine Grundsätze	1967
2. Präambel	1968
3. Begriffsdefinitionen	1968
4. Vertragsgegenstand	1968
5. Durchführung der F&E-Arbeiten	1969
6. Background/Nutzungsrechte und Informationspflichten	1971
7. Forschungs- und Entwicklungskosten/Vergütung	1973
8. Abschluss der F&E-Arbeiten/Abnahme	1973
9. Rechte an den F&E-Ergebnissen	1974
10. Verwertung der F&E-Ergebnisse	1980
11. Geheimhaltung	1983
12. Gewährleistung/Haftung	1986
13. Vertragsdauer/Kündigung	1988
14. Nichtangriffsverpflichtung	1989
15. Anwendbares Recht	1990
16. Gerichtsstand/Schiedsgerichtsklausel	1991
17. Sonstiges	1992
18. Schlussbestimmungen	1993
III. Kartellrechtliche Beurteilung	1993
1. Grundlagen	1994
2. GVO F&E-Verträge	1995
3. Verhältnis der GVO F&E zu anderen Gruppenfreistellungsverordnungen	2002
IV. Besonderheiten bei der Zusammenarbeit mit Hochschulen	2005
1. Allgemeine Anmerkungen zur Vertragsgestaltung	2005
2. § 42 ArbNErfG	2006
3. Vertragsbausteine	2008
4. Kartellrechtliche Beurteilung	2009
V. Beihilferecht	2009
1. Mittelbare staatliche Beihilfe durch Forschungseinrichtungen	2010

Inhaltsverzeichnis

2. Staatlich unmittelbar geförderte F&E-Projekte	2013
VI. Muster eines F&E-Auftrags	2015
VII. Beratungskheckliste	2021
§ 47 Kartellrechtliche Aspekte	
I. Relevanz des Kartellrechts im gewerblichen Rechtsschutz	2022
II. Europäisches Kartellrecht und seine Systematik	2022
1. Art. 101 AEUV	2022
2. Missbrauchsaufsicht nach Art. 102 AEUV	2026
3. Rechtsfolgen eines Kartellrechtsverstoßes	2027
III. Parallele Geltung des nationalen Kartellrechts	2028
1. Vertikale und horizontale Vereinbarungen	2028
2. Missbrauchsaufsicht	2028
IV. Technologietransfer-Vereinbarungen	2028
1. Technologietransfer-Gruppenfreistellungsverordnung	2028
2. Anwendung von Art. 101 Abs. 3 AEUV im Einzelfall	2037
V. Markenlizenzen	2037
VI. Allgemeine Urheberrechtslizenzen	2038
VII. Lizenzen als bloße Nebenabrede	2039
VIII. Prozessuale Beweislast	2039

Teil H. Besonderheiten in der Insolvenz

§ 48 Gewerbliche Schutzrechte in der Insolvenz	
I. Einleitung	2041
II. Die Verwertung gewerblicher Schutzrechte durch den Insolvenzverwalter	2042
1. Gewerbliche Schutzrechte als Gegenstand der Insolvenzmasse	2042
2. Verwertung gewerblicher Schutzrechte durch den Insolvenzverwalter	2043
3. Beschränkungen der Verwertungsbefugnisse	2044
III. Lizenzverträge in der Insolvenz	2045
1. Allgemeines	2045
2. Reformansätze zur Behandlung von Lizenzverträgen in der Insolvenz	2046
3. Das Wahlrecht des Insolvenzverwalters	2046
4. Keine analoge Anwendung von § 108 InsO auf Lizenzverträge	2047
5. Keine vollständige Erfüllung im Sinne von § 103 Abs. 1 S. 1 InsO	2048
6. Ausübung des Wahlrechts	2049
7. Rechtsfolgen der Erfüllungsablehnung	2050
IV. Vertragliche Gestaltungsmöglichkeiten zur Sicherung von Ansprüchen des Lizenznehmers in der Insolvenz des Lizenzgebers	2053
1. Aufschiebend bedingte Übertragung des lizenzierten Rechts	2054
2. Lizenzkauf	2055
3. Unwiderrufliche Lizenz	2055
4. Erwerb abgeleiteter Nutzungsrechte	2055
5. Sicherungsabtretung und Pfandrecht	2056
6. Nießbrauch	2057
7. Treuhandlösung	2058
V. Lösungsklauseln für den Insolvenzfall	2058
VI. Beratungskhecklisten	2059
Sachverzeichnis	2061

