
Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
1.1	Terminologie	4
1.2	Aufbau der Darstellung	6
1.3	Schwerpunkte	7
	Literatur	7
2	Kennzeichen	9
2.1	Übersicht	9
2.2	Marken	9
2.2.1	Begriff	9
2.2.2	Geschichte	12
2.2.3	Grundlagen	13
2.2.4	Markenarten	15
2.3	Geschäftliche Bezeichnungen	28
2.3.1	Unternehmenskennzeichen	29
2.3.2	Werktitel	31
2.4	Geographische Herkunftsangaben	31
2.4.1	Einfache geographische Herkunftsangaben	31
2.4.2	Qualifizierte geographische Herkunftsangaben	33
2.4.3	Geographische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf	33
2.4.4	Gattungsbezeichnungen	34
	Literatur	35
3	Urheberrechte und verwandte Schutzrechte	37
3.1	Übersicht	37
3.2	Urheberrechte	39
3.2.1	Begriff	39
3.2.2	Geschichte	39
3.2.3	Grundlagen	40
3.3	Computerprogramme	42
3.4	Verwandte Schutzrechte	43

3.4.1	Wissenschaftliche Ausgaben	43
3.4.2	Nachgelassene Werke	43
3.4.3	Lichtbilder	44
3.4.4	Leistungen ausübender Künstler	44
3.4.5	Veranstaltung von Darbietungen	45
3.4.6	Herstellung von Tonträgern	46
3.4.7	Herstellung von Funksendungen	46
3.4.8	Herstellung von Datenbanken	46
3.4.9	Herstellung eines Presseerzeugnisses	47
3.4.10	Produktion von Filmwerken und Laufbildern	48
	Literatur	49
4	Design	51
4.1	Begriff	51
4.2	Geschichte	51
4.3	Grundlagen	52
	Literatur	53
5	Patente und Gebrauchsmuster	55
5.1	Begriff	55
5.2	Geschichte	55
5.3	Grundlagen	56
5.3.1	Erzeugnispatente	58
5.3.2	Verfahrenspatente	58
5.3.3	Abhängige Patente	59
5.3.4	Gebrauchsmuster	60
	Literatur	61
6	Internationale Schutzrechte	63
6.1	Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ)	63
6.2	Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des Geistigen Eigentums (TRIPS)	64
6.3	Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO)	64
6.4	Internationale Marken	65
6.5	Unionsmarken	66
6.6	Internationale Muster und Modelle	66
6.7	Gemeinschaftsgeschmacksmuster	67
6.8	Europäische geographische Angaben und Ursprungsbezeichnungen	67
6.9	Internationale Patentanmeldungen	68
6.10	Europäische Patente	68
6.11	Europäische Patente mit einheitlicher Wirkung	69
6.12	Internationaler Urheberrechtsschutz	70

7	Entstehung von Schutzrechten	71
7.1	Entstehung durch Anmeldung und Registrierung	71
7.2	Entstehung durch Benutzung und Erlangung von Verkehrsgeltung	72
7.3	Entstehung durch notorische Bekanntheit	73
7.4	Entstehung durch Benutzung	74
7.5	Entstehung durch Schöpfung	74
	Literatur	75
8	Eintragungs- und Löschungsverfahren	77
8.1	Marken	77
8.1.1	Erforderliche Angaben	77
8.1.2	Verfahren	77
8.1.3	Kosten	79
8.2	Unionsmarken	79
8.2.1	Erforderliche Angaben	79
8.2.2	Verfahren	79
8.2.3	Kosten	80
8.3	Patente	80
8.3.1	Erforderliche Angaben	80
8.3.2	Verfahren	82
8.3.3	Kosten	83
8.4	Gebrauchsmuster	83
8.4.1	Erforderliche Angaben	83
8.4.2	Verfahren	83
8.4.3	Kosten	84
8.5	Design	84
8.5.1	Erforderliche Angaben	84
8.5.2	Verfahren	84
8.5.3	Kosten	84
9	Prioritätsprinzip	85
9.1	Begriff	85
9.2	Definition der Neuheit	86
9.3	Ausländische Priorität	87
9.4	Ausstellungspriorität	88
9.5	Seniorität	88
10	Schutzbereich und Verletzung	91
10.1	Schutzbereich einer Marke	91
10.1.1	Benutzung identischer Zeichen für identische Waren oder Dienstleistungen	91
10.1.2	Benutzung verwechselbar ähnlicher Zeichen	92

10.1.3	Benutzung eines Zeichens, das mit einer bekannten Marke identisch oder ihr ähnlich ist	96
10.2	Schutzbereich eines Urheberrechts	97
10.2.1	Unabhängiges Werk	97
10.2.2	Vervielfältigung	98
10.2.3	Bearbeitung	98
10.2.4	Freie Benutzung	99
10.3	Schutzbereich eines Designs	100
10.4	Schutzbereich eines Patents oder Gebrauchsmusters	101
10.4.1	Wortsinngemäße Patentverletzung	101
10.4.2	Äquivalente Verletzung	103
10.4.3	Mittelbare Verletzung	103
	Literatur	104
11	Schutzgrenzen	105
11.1	Verjährung	105
11.2	Verwirkung	106
11.3	Erschöpfung	107
11.4	Markenrechtliche Besonderheiten	109
11.4.1	Markenrechtliche Grenzen der Erschöpfung	109
11.4.2	Benutzung des eigenen Namens	110
11.4.3	Benutzung von beschreibenden Angaben	110
11.4.4	Benutzung von Bestimmungsangaben	111
11.4.5	Mangelnde Benutzung der Marke	111
11.5	Urheberrechtliche Besonderheiten	112
11.5.1	Urheberrechtliche Besonderheiten der Erschöpfung	112
11.5.2	Zitate	112
11.5.3	Privater Gebrauch	114
11.5.4	Sonstiger eigener Gebrauch	116
11.5.5	Vorübergehende Vervielfältigungshandlungen	116
11.5.6	Sonstige Einschränkungen im öffentlichen Interesse	117
11.6	Patentrechtliche Besonderheiten	118
	Literatur	119
12	Übertragung und Lizenzierung	121
12.1	Übertragung	121
12.2	Lizenzierung	122
12.2.1	Ausschließliche Lizenz	122
12.2.2	Alleinige Lizenz	122
12.2.3	Einfache Lizenz	122
12.2.4	Geltungsbereich der Lizenz	123
12.2.5	Übertragbarkeit der Lizenz	123

12.2.6	Unterlizenzierung	124
12.2.7	Lizenzen in der Insolvenz	124
12.2.8	Kartellrechtliche Besonderheiten	125
	Literatur	128
13	Arbeitnehmer und Geistiges Eigentum	129
13.1	Arbeitnehmererfindungen	129
13.1.1	Inanspruchnahme von Erfindungen	130
13.1.2	Vergütung bei Inanspruchnahme von Erfindungen	131
13.2	Computerprogramme	133
13.3	Sonstige urheberrechtlich geschützte Werke	133
13.4	Sonstiges Geistiges Eigentum	134
14	Erlöschen von Schutzrechten	135
14.1	Verzicht	135
14.2	Zeitablauf	135
14.2.1	Marken	136
14.2.2	Urheberrechte und verwandte Schutzrechte	137
14.2.3	Design	137
14.2.4	Patente und Gebrauchsmuster	139
14.3	Löschung	140
15	Lauterkeitsrecht	141
15.1	Übersicht	141
15.2	Geschichte	142
15.3	Der Maßstab des Durchschnittsverbrauchers	144
15.3.1	Informiertheit des Verbrauchers	145
15.3.2	Aufmerksamkeit des Verbrauchers	145
15.3.3	Verständigkeit des Verbrauchers	146
15.4	Gesetzesaufbau	146
15.5	Geschäftliche Handlung	148
15.6	Die schwarze Liste, Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG	148
15.6.1	Angebliche Unterzeichnung eines Verhaltenskodex (Nr. 1)	149
15.6.2	Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung (Nr. 2)	149
15.6.3	Angebliche Billigung eines Verhaltenskodex von einer öffentlichen oder anderen Stelle (Nr. 3)	150
15.6.4	Billigung einer geschäftlichen Handlung oder einer Ware oder Dienstleistung durch eine öffentliche Stelle (Nr. 4)	150
15.6.5	Lockangebote (Nr. 5)	150
15.6.6	Versuch, andere Waren oder Dienstleistungen abzusetzen (Nr. 6)	152

15.6.7	Veranlassen zu einer sofortigen geschäftlichen Entscheidung (Nr. 7)	152
15.6.8	Erbringung einer Leistung in einer anderen Sprache (Nr. 8)	153
15.6.9	Verkehrsfähigkeit der Ware oder Dienstleistung (Nr. 9)	153
15.6.10	Gesetzlich bestehende Rechte (Nr. 10)	154
15.6.11	Einsatz redaktioneller Inhalte zu Zwecken der Verkaufsförderung (Nr. 11)	154
15.6.12	Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie (Nr. 12)	155
15.6.13	Täuschung über die betriebliche Herkunft der beworbenen Ware oder Dienstleistung (Nr. 13)	155
15.6.14	Schneeballsystem (Nr. 14)	156
15.6.15	Geschäftsaufgabe oder -verlegung (Nr. 15)	156
15.6.16	Gewinnchancen bei einem Glücksspiel (Nr. 16)	156
15.6.17	Auslobung eines vermeintlichen Preises oder eines sonstigen Vorteils (Nr. 17)	156
15.6.18	Vermeintliche Heilung von Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen (Nr. 18)	157
15.6.19	Marktbedingungen oder Bezugsquellen (Nr. 19)	157
15.6.20	Angebot eines Gewinnspiels oder Preis Ausschreibens ohne Vergabe der ausgelobten Preise (Nr. 20)	158
15.6.21	Angebot einer Ware oder Dienstleistung als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder dergleichen (Nr. 21)	158
15.6.22	Übermittlung von Werbematerial unter Beifügung einer Zah- lungsaufforderung (Nr. 22)	159
15.6.23	Erwecken des Eindrucks der Handlung nicht für Zwecke des Geschäfts, Handels, Gewerbes- oder Berufs, oder der Ver- brauchereigenschaft (Nr. 23)	159
15.6.24	Erwecken des Eindrucks, ein Kundendienst sei in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union verfügbar (Nr. 24)	160
15.6.25	Erwecken des Eindrucks, bestimmte Räumlichkeiten könnten ohne den vorherigen Abschluss eines Vertrages nicht verlassen werden (Nr. 25)	160
15.6.26	Nichtbeachtung einer Aufforderung zum Verlassen der Woh- nung (Nr. 26)	160
15.6.27	Hinderung an der Durchsetzung von vertraglichen Rechten aus einem Versicherungsverhältnis (Nr. 27)	161
15.6.28	Unmittelbare Aufforderung an Kinder (Nr. 28)	162
15.6.29	Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter, aber gelieferter Waren oder erbrachter Dienstleistungen (Nr. 29)	162

15.6.30	Vermeintliche Gefährdung des Arbeitsplatzes oder Lebensunterhaltes des Unternehmers (Nr. 30)	163
15.7	Rechtsbruch, § 3 a UWG	164
15.8	Mitbewerberschutz, § 4 UWG	164
15.8.1	Herabsetzung und Verunglimpfung von Mitbewerbern, § 4 Nr. 1 UWG	164
15.8.2	Anschwärzung, § 4 Nr. 2 UWG	165
15.8.3	Lauterkeitsrechtlicher Nachahmungsschutz, § 4 Nr. 3 UWG	165
15.8.4	Gezielte Behinderung von Wettbewerbern, § 4 Nr. 4 UWG	171
15.9	Aggressive geschäftliche Handlungen, § 4 a UWG	177
15.9.1	Belästigung, § 4 a Abs. 1 Nr. 1. UWG	177
15.9.2	Nötigung einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt, § 4 a Abs. 1 Nr. 2. UWG	178
15.9.3	Unzulässige Beeinflussung, § 4 a Abs. 1 Nr. 3. UWG	178
15.10	Irreführende geschäftliche Handlungen	180
15.10.1	Begriff	180
15.10.2	Maßstab	181
15.10.3	Wettbewerbliche Relevanz	182
15.10.4	Arten der Irreführung	184
15.10.5	Gegenstand der Irreführung	193
15.11	Vergleichende Werbung, § 6 UWG	201
15.11.1	Begriff	201
15.11.2	Maßstab	201
15.11.3	Voraussetzungen rechtmäßiger vergleichender Werbung	203
15.12	Unzumutbare Belästigungen, § 7 UWG	210
15.12.1	Telefonwerbung, § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG	211
15.12.2	Werbung mit automatischen Anrufmaschinen oder Faxgeräten, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	212
15.12.3	Werbung mit elektronischer Post, § 7 Abs. 2 Nr. 3, Abs. 3 UWG	212
15.12.4	Verschleierung oder Verheimlichung der Identität des Absen- ders, § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG	213
15.12.5	Briefwerbung	213
15.12.6	Haustürwerbung	214
15.13	Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	214
15.13.1	Allgemeine Geheimhaltungsmaßnahmen	215
15.13.2	Geheimnisverrat, § 17 Abs. 1 UWG	217
15.13.3	Betriebsspionage, § 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG	217
15.13.4	Geheimnisverwertung, § 17 Abs. 2 Nr. 2 UWG	217
15.13.5	Internationaler Schutz	218
15.14	Sonstige unlautere geschäftliche Handlungen, § 3 UWG	218
15.14.1	Schockwerbung	220

	15.14.2 Verkaufsförderungsmaßnahmen	221
	Literatur	222
16	Ansprüche	223
16.1	Aktivlegitimation	223
16.1.1	Aktivlegitimation im Bereich des Geistigen Eigentums	224
16.1.2	Aktivlegitimation im Bereich des Lauterkeitsrechts	224
16.2	Passivlegitimation	229
16.2.1	Täter	229
16.2.2	Teilnehmer	229
16.2.3	Unternehmensinhaber	230
16.3	Vorlage und Besichtigung	231
16.4	Unterlassung	232
16.4.1	Ordnungsmittel	233
16.4.2	Wiederholungsgefahr	233
16.4.3	Verschulden	234
16.4.4	Begehungsgefahr	234
16.5	Beseitigung	234
16.6	Urteilsbekanntmachung	235
16.7	Vernichtung	236
16.8	Rückruf	237
16.9	Schadensersatz	237
16.9.1	Verschulden	238
16.9.2	Schadensberechnung	239
16.9.3	Besonderheiten des Schadensersatzanspruchs im Lauterkeitsrecht	242
16.10	Auskunft	243
16.10.1	Allgemeiner Auskunftsanspruch	243
16.10.2	Anspruch auf Auskunft über und durch Dritte	245
16.10.3	Besonderheiten des Auskunftsanspruchs im Lauterkeitsrechts	246
16.11	Rechnungslegung	247
16.12	Kostenerstattung	247
	Literatur	248
17	Verfahren	249
17.1	Berechtigungsanfrage	249
17.2	Abmahnung	250
17.2.1	Definition und Rechtsnatur	250
17.2.2	Inhalt	251
17.2.3	Form	253
17.2.4	Rechtsfolgen	253
17.2.5	Unberechtigte Abmahnung	254

17.2.6	Unterlassungserklärung	254
17.2.7	Negative Feststellungsklage	259
17.2.8	Abgrenzungsvereinbarung	259
17.3	Einstweilige Verfügung	260
17.3.1	Verfügungsgrund	260
17.3.2	Verfügungsanspruch	261
17.3.3	Glaubhaftmachung	262
17.3.4	Verfahren	262
17.3.5	Zustellung	263
17.3.6	Schadensersatz bei ungerechtfertigter einstweiliger Verfügung	264
17.3.7	Abschlussverfahren	264
17.4	Klage	266
17.5	Strafrechtliche Verfahren	266
	Literatur	267
18	Schutz vor Produktpiraterie	269
18.1	Begriff	269
18.2	Auswirkungen	269
18.3	Schutzmöglichkeiten	270
18.3.1	Technische Maßnahmen	270
18.3.2	Aufklärung	271
18.3.3	Rechtliche Maßnahmen	272
19	Geistiges Eigentum und Lauterkeitsrecht in der Due Diligence	277
	Literatur	281
Anhang		283
Sachverzeichnis		287



<http://www.springer.com/978-3-658-14312-1>

Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht
Gewerblicher Rechtsschutz - Urheberrecht - unlauterer
Wettbewerb

Ahrens, S.

2016, XIX, 292 S. 21 Abb., 1 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-14312-1