

# Staatlich geprüfte Kommunikationswirte AFAK, G 2023+

Gewerblicher Rechtsschutz insbesondere Wettbewerbsrecht (UWG)  
und Markenrecht (MarkenG)

Unterricht am 02.11.2024, 03.05.2025, 30. und 31.05.2025

# Übersicht Gewerblicher Rechtsschutz

- Das Wettbewerbsrecht schützt Verbraucher und Mitbewerber vor unlauteren geschäftlichen Handlungen.  
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Das Kartellrecht soll unzulässige Beschränkungen des Wettbewerbs verhindern.  
Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)
- Das Markenrecht schützt eingetragene Bezeichnungen von Produkten im geschäftlichen Verkehr. Markengesetz (MarkenG)
- Das Urheberrecht gibt dem Urheber seiner Werke das alleinige Verwertungs- und Nutzungsrecht.  
Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (UrhG)
- Das Patentrecht regelt den Schutz technischer Erfindungen. Patentgesetz (PatG)



44. Auflage, 2022  
15,90 €

# Wettbewerbsrecht

- Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)



# Dreigliedrigkeit des Schutzzweckes

Dieses Gesetz dient dem Schutz

der Mitbewerber,

der Verbraucherinnen und Verbraucher

sowie der sonstigen Marktteilnehmer

vor unlauteren geschäftlichen Handlungen.

Es schützt zugleich das Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb.

# Begriff des Verbrauchers, des sonstigen Marktteilnehmers, der geschäftlichen Handlung

Verbraucher ist jede natürliche Person, die überwiegend nicht gewerblicher oder selbstständiger Art rechtlich handelt (§ 13 BGB).

Sonstige Marktteilnehmer sind weder Verbraucher noch Mitbewerber (§ 2 I Nr. 2 UWG).

Geschäftliche Handlung ist jedes Verhalten zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens, das der Förderung des Absatzes dient (§ 2 I Nr. 1 UWG).

# Begriffe des Mitbewerbers, des konkreten Wettbewerbsverhältnis

Mitbewerber ist jeder Unternehmer, der mit einem oder mehreren Unternehmen als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht (§ 2 I Nr. 3. UWG).

Unternehmer ist jede natürliche oder juristische Person, die in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbstständigen Tätigkeit rechtlich handelt (§ 2 I Nr. 6. UWG, § 14 BGB).

Konkretes Wettbewerbsverhältnis: derselbe sachliche, räumliche, zeitliche Markt

Problem: Werbung für Dritte, Werbung für eigene Ware, Werbeblocker (+), Bewertungsportale (-), Influencerwerbung (+)

# Formen unlauteren Wettbewerbes

- Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3 UWG)
- Rechtsbruch (§ 3a UWG)
- Mitbewerberschutz (§ 4 UWG)
- Aggressive geschäftliche Handlung (§ 4a UWG)
- Irreführende geschäftliche Handlungen (§ 5 UWG)
- Irreführung durch Unterlassen (§ 5a UWG)
- Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)
- Unzumutbare Belästigungen (§ 7 UWG)
- Einwilligung in Telefonwerbung (§ 7a UWG)

# Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

§ 3 III UWG verweist auf den Anhang zu § 3 III UWG am Ende des Gesetzes:

Nr. 5 Lockvogelwerbung

## Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) Anhang (zu § 3 Absatz 3)

(Fundstelle: BGBl. I 2021, 3508 - 3510)

Folgende geschäftliche Handlungen sind gegenüber Verbrauchern stets unzulässig:

### Irreführende geschäftliche Handlungen

1. unwahre Angabe über die Unterzeichnung eines Verhaltenskodexes  
die unwahre Angabe eines Unternehmers, zu den Unterzeichnern eines Verhaltenskodexes zu gehören;
2. unerlaubte Verwendung von Gütezeichen und Ähnlichem  
die Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung;
3. unwahre Angabe über die Billigung eines Verhaltenskodexes  
die unwahre Angabe, ein Verhaltenskodex sei von einer öffentlichen oder anderen Stelle gebilligt;
4. unwahre Angabe über Anerkennungen durch Dritte  
die unwahre Angabe,
  - a) ein Unternehmer, eine von ihm vorgenommene geschäftliche Handlung oder eine Ware oder Dienstleistung sei von einer öffentlichen oder privaten Stelle bestätigt, gebilligt oder genehmigt worden, oder
  - b) den Bedingungen für die Bestätigung, Billigung oder Genehmigung werde entsprochen;
5. Lockangebote ohne Hinweis auf Unangemessenheit der Bevorratungsmenge  
Waren- oder Dienstleistungsangebote im Sinne des § 5b Absatz 1 zu einem bestimmten Preis, wenn der Unternehmer nicht darüber aufklärt, dass er hinreichende Gründe für die Annahme hat, er werde nicht in der Lage sein, diese oder gleichartige Waren oder Dienstleistungen für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zum genannten Preis bereitzustellen oder bereitstellen zu lassen; ist die Bevorratung kürzer als zwei Tage, obliegt es dem Unternehmer, die Angemessenheit nachzuweisen;
6. Lockangebote zum Absatz anderer Waren oder Dienstleistungen  
Waren- oder Dienstleistungsangebote im Sinne des § 5b Absatz 1 zu einem bestimmten Preis, wenn der Unternehmer sodann in der Absicht, stattdessen eine andere Ware oder Dienstleistung abzusetzen,
  - a) eine fehlerhafte Ausführung der Ware oder Dienstleistung vorführt,
  - b) sich weigert zu zeigen, was er beworben hat, oder
  - c) sich weigert, Bestellungen dafür anzunehmen oder die beworbene Leistung innerhalb einer vertretbaren Zeit zu erbringen;
7. unwahre Angabe über zeitliche Begrenzung des Angebots  
die unwahre Angabe, bestimmte Waren oder Dienstleistungen seien allgemein oder zu bestimmten Bedingungen nur für einen sehr begrenzten Zeitraum verfügbar, um den Verbraucher zu einer sofortigen geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, ohne dass dieser Zeit und Gelegenheit hat, sich auf Grund von Informationen zu entscheiden;
8. Sprachenwechsel für Kundendienstleistungen bei einer in einer Fremdsprache geführten Vertragsverhandlung  
Kundendienstleistungen in einer anderen Sprache als derjenigen, in der die Verhandlungen vor dem Abschluss des Geschäfts geführt worden sind, wenn die ursprünglich verwendete Sprache nicht Amtssprache desjenigen Mitgliedstaats der Europäischen Union ist, in dem der Unternehmer niedergelassen ist; dies gilt nicht, soweit Verbraucher vor dem Abschluss des Geschäfts darüber aufgeklärt werden, dass diese Leistungen in einer anderen als der ursprünglich verwendeten Sprache erbracht werden;
9. unwahre Angabe über die Verkehrsfähigkeit  
die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, eine Ware oder Dienstleistung sei verkehrsfähig;
10. Darstellung gesetzlicher Verpflichtungen als Besonderheit eines Angebots  
die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, gesetzlich bestehende Rechte stellten eine Besonderheit des Angebots dar;

**Mo. 27.01. – Sa. 01.02.**



**WOCHEN-  
KNALLER!**



TRADER JOE'S  
Hot Dog Brötchen

# § 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

§ 3 III UWG verweist auf den Anhang zu § 3 III UWG am Ende des Gesetzes:

Nr. 13 Herkunftstäuschung







02.06.25



14



# § 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

§ 3 I UWG verweist auf den Anhang zu § 3 III UWG am Ende des Gesetzes:

Nr. 16 Glücksspiel





# 10.000 FÜR ZEHN DER TAUSCH DEINES LEBENS



# § 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

## § 3 II UWG

Unlauterbarkeit bei fehlender unternehmerischer Sorgfalt und, wenn das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich beeinflusst.

A promotional poster for Haribo's 'Glückswochen' (Fortune Weeks). The background is bright blue. At the top left, the word 'GLÜCKSWOCHEN' is written in large, bubbly, yellow letters with a blue outline. In the center, a cartoon yellow bear with a red bow tie is smiling and giving a thumbs up, standing on top of several Haribo gummy bears. To the right, the word 'HARIBU' is written in large, bold, red letters with a blue outline. Below it, a red banner with white text reads '5 Packungen = 1 Gewinnchance!'. To the right of the banner are two small images of Haribo products: a pink gummy bear and a gold gummy bear. Below these, a list of three steps in German describes the promotion: 1. Fünf HARIBO-Produkte nach Wahl kaufen, 2. Kassenbons einsenden, 3. An der Verlosung teilnehmen und mit etwas Glück einen GOLDBÄREN-BARREN im Wert von 5.000.- Euro gewinnen! The text is in a simple, black, sans-serif font.

**GLÜCKSWOCHEN**

**HARIBU**

**5 Packungen =  
1 Gewinnchance!**

1. Fünf HARIBO-Produkte nach Wahl kaufen
2. Kassenbons einsenden
3. An der Verlosung teilnehmen und mit etwas Glück einen GOLDBÄREN-BARREN im Wert von 5.000.- Euro gewinnen!

BGH 12.12.2013: zulässige Werbung



## § 3a Rechtsbruch

Unlauter handelt, wer gegen eine gesetzliche Vorschrift zuwiderhandelt, die das Marktverhalten regelt.

Markenverhaltensregeln sind beispielsweise: Preisangabenverordnung, Impressumspflicht, Widerrufs- und Rückgaberechte (E-Commerce)

Keine Marktverhaltensregeln sind das Baurecht, Arbeitnehmerüberlassung, Arbeitsrecht, Datenschutz u.a.

# Preisangabenverordnung (PAngV)

Die Preisangabenverordnung regelt die Angabe von Preisen für Waren oder Dienstleistungen von Unternehmen gegenüber Verbrauchern.

Grundpreisangabe ist erforderlich bei Verkauf von Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche angeboten werden; nicht bei Stückverkauf oder paarweisem Verkauf.

Der Grundpreis soll grundsätzlich für 1 kg oder 1 Liter angegeben werden.

10.90 EUR

(Grundpreis 14.53 EUR/L)  
inkl. MwSt zzgl. Versand

7.50 EUR

(Grundpreis 10.00 EUR/L)  
inkl. MwSt zzgl. Versand

14.90 EUR

(Grundpreis 19.87 EUR/L)  
inkl. MwSt zzgl. Versand



# Preisangabenverordnung (PAngV)

## **Preisbewerbung mit „ehemaligen Preis“:**

Der aktuelle Preis muss dem niedrigsten Preis der letzten 30 Tage gegenübergestellt werden.

Daraus leitet sich eine Dokumentationspflicht ab, den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage nachweisen zu können.

Republik/Ecuador/Peru,  
kg-Preis



**-23%**

**1.29\***

**1.69**

Letzter Verkaufspreis. Niedrigster  
Preis der letzten 30 Tage: 1.29

170 ML

**9,00 €\*** ~~18,00 €\*~~ Outlet!

5,29 €/100 ML (#1096066)



1



In den Warenkorb

# § 4 Mitbewerberschutz

Herabsetzung des Mitbewerbers

Falsche Tatsachenbehauptung über den Mitbewerber

Nachahmungen

Gezielte Behinderung des Mitbewerbers





Fälschung: Huoyun "smart"

Original: smart fortwo



## § 4a Aggressive geschäftliche Handlungen

Belästigung, Nötigung einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt oder unzulässige Beeinflussung

gegenüber Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern.

Nicht geschützt ist der Mitbewerber durch solche Handlungen.

*als Dankeschön!*

**Für ein Paar/Ehepaar ein  
LCD-Flachbild-TV  
SOFORT ZUM MITNEHMEN!!!!**  
Nur bei Teilnahme an dieser Sonderfahrt!

**Jeder Herr**  
  
**Navigationssystem**

**gratis**  
  
**Kaffeemaschine**

**Jede Dame**  
  
**Digitalkamera**

*Die Auftragspreisliste*  
Jeder Besucher: Einzelanmeldung und für 1 bis 4 Personen GRATIS  
Die Auftragspreisliste ist eine Liste, die die Preise für alle Speisen und Getränke enthält, die an Bord der Fähre angeboten werden. Die Preise sind in der Liste angegeben und können sich je nach Saison und Wetter ändern. Die Preise sind in der Liste angegeben und können sich je nach Saison und Wetter ändern. Die Preise sind in der Liste angegeben und können sich je nach Saison und Wetter ändern.

**Gratis für jeden Besucher ein Mittagessen und ein Präsentkorb**

**Paare/Ehepaare  
erhalten 2 Präsentkörbe**

**GRATIS! feines Mittagessen**  


**GRATIS! Präsentkorb**  


# § 5 Irreführende geschäftliche Handlungen

## § 5a Irreführung durch Unterlassen

Durch eine irreführende geschäftliche Handlung werden Verbraucher und Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst.

§ 5 IV UWG: Werbung mit Mondpreisen





EuGH 64/15: unzulässig, irreführend, weil tatsächlich keine natürlichen Aromen enthalten sind



# Milchschnitte und Wettbewerbsrecht

- Werbung mit Sport-Stars (Klischko-Brüdern oder Suso Kentikian) nicht wettbewerbswidrig.
- Werbung mit „So wertvoll wie das tägliche Glas Milch“ wettbewerbswidrig.
- Werbung mit „Ist so leicht, dass sie auf Milch schwimmt“ wettbewerbswidrig.



# BGH: Kein Verstoß gegen Health Claims Verordnung



100 g Früchte-Quark enthält mehr als  
2,8 x mehr Zucker als Milch

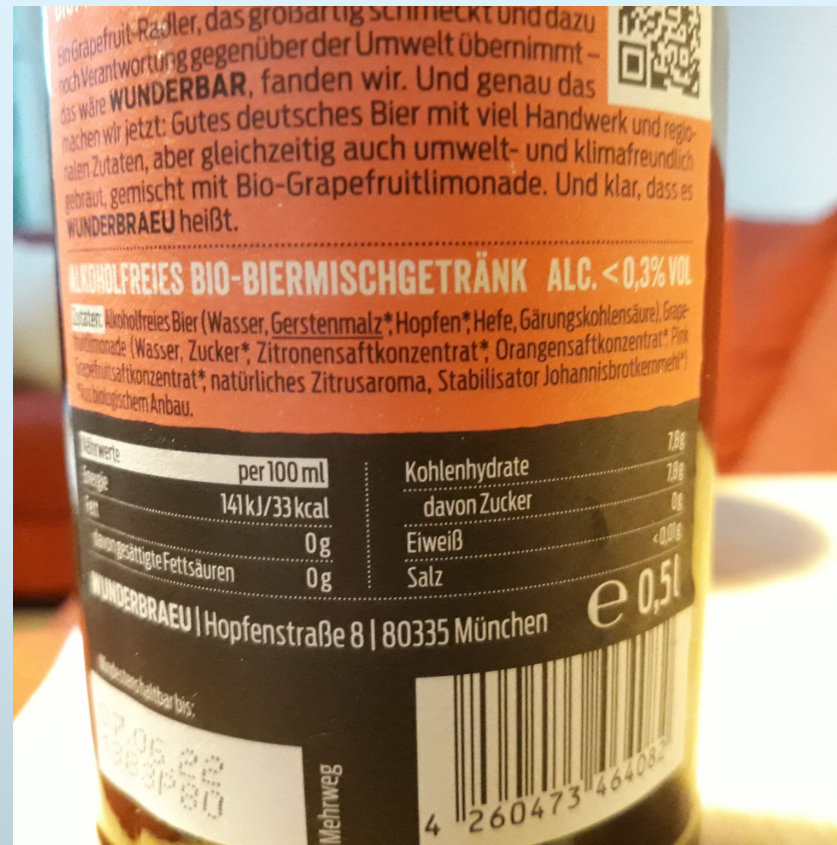




### Sojamilch versus Sojadrink

Marktplatzbetreiber Amazon hat eine Prüf- und Beseitigungspflicht bei Verstößen gegen den EU-Bezeichnungsschutz für Milchprodukte, wenn bereits zuvor im Wege des "Notice and take down"-Verfahrens entsprechende andere konkrete Verstöße bekannt gemacht wurden. Das hat das Oberlandesgericht (OLG) Frankfurt am Main entschieden (Urt. v. 21.12.2023, Az. 6 U 154/22).

Die Firma Wunderdrinks darf ihr "Wunderbraeu" nämlich weder als Münchner Bier noch als **klimaneutral** bewerben. Das hat das Gericht am Freitag entschieden und damit der Klage der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs stattgegeben (Urt. v. 08.12.2023, Az. 37 O 2041/23).





### **Greenwashing**

Gösser warb mit CO<sup>2</sup> neutrale Produktion. Bei der Produktion wurde jedoch Erdgas verwendet, was nach einer Entscheidung des Landesgerichts Graz irreführend und damit wettbewerbswidrig ist.



Muss **Dubai-Schokolade** in Dubai hergestellt sein oder ist „Dubai“ die Angabe einer bestimmten Herstellungsart (mit Engelshaar) ?



## § 5 III Nr. 2 UWG Dual Quality

Es stellt eine irreführende Werbung dar, wenn innerhalb der EU Waren (nicht Dienstleistung) gleicher Aufmachung aber mit unterschiedlicher Zusammensetzung beworben werden.

Dies ist insbesondere für den LEH von Bedeutung:







33,5 basil  
**22,9% olive oil**  
**21,1% sunflower oil**  
8,3% Grana Padano chesse  
4% cashews

Potato flakes  
Sugar  
Salt  
1% pine nuts

33,5% basil  
**5% native olive oil extra**  
**39% sunflower oil**  
8,3% Grana Padano cheese  
4,9% cashews

Pototo flakes  
Sugar  
Salt  
1% pine nuts



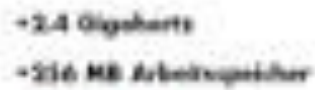
## § 6 Vergleichende Werbung

Vergleichende Werbung ist grundsätzlich erlaubt.

Unlauter ist sie, wenn sich der Vergleich

- nicht auf den gleichen Bedarf oder Zweckbestimmung bezieht,
- nicht auf nachprüfbare Eigenschaften bezieht,
- nicht verunglimpfend und nachahmend ist





**1.374€**

**Self-reported HIV diagnosis** – 1999

### 2.6.8. Digestion

### 11.2 500. Arbeitszusammenfassung



**1099.-**

Copyright © 2004 John Wiley & Sons, Ltd.

**collaborative production**

### 11.2 HGB Arbeitsgemeinschaft



• **CD-ROM format**

주요인:  $\alpha$

**999.-**  
letzt abzuschließen.

Jetzt abonnieren



**Lidl lohnt sich.**

**ALDI**

**anderen  
sind teurer.**

**-45%**

**3.29\*** 5.99



Lidl lohnt sich

**Jacobs  
Krönung  
Kaffee**  
Vorrat: 500g  
500-g-Packung  
1 kg – € 5,98



Der Erfinder von  
günstig ist Preissieger\*.



Der  
ALDI Preis  
**97,30 €**  
bis zu  
**8,80 €**  
günstiger



**106,10 €**  
bei Rewe

**101,30 €**  
bei Edeka

**99,75 €**  
bei Lidl

**TEUER  
KANNST  
DIR  
SPAR'N.**

\*Quelle: Servicestärke Index, Erhebung am 29.6.2020 in Köln bei ALDI SÜD, Edeka, Lidl und Rewe. Preis bezogen auf 65 Produkte  
<https://www.mymarketindex.com/de/servicestärke/preisvergleich/koeln-sparfuerche-im-selbstmitteleinzelhandel-3018544>

Montag, 6.7. bis Samstag, 11.7.

**NUR JETZT ZUM PROBIERPREIS**

**Beste Qualität zu besten  
Preisen – darauf ist Verlass.**

Unsere ausgewählten Highlights  
diese Woche zum Probiertpreis!  
**Nur vom 6.7. bis 11.7.**

Bag-in-Box, 3 Liter  
Sauvignon-Blanc Spanien,  
Weißwein oder Syrah  
Spanien, Rotwein,  
je 3-l-Box-in-Box,  
1 Preis 1,30



Probiertpreis  
**-1,40 €**  
**3,59\***  
49%

**So sehen  
Seriensieger  
aus!**

4 Jahre in Folge Focus Money  
Preis-Leistungsieger in der  
Kategorie „Brotbackwaren“



Wir sagen Danke!

KÜHNUNG  
LANDI REIBE  
Reibekuchen  
6 x 50-g-Box,  
3 x 100-g-je  
300-g-Packung,  
kg-Preis 3,30



Probiertpreis  
**-23%**  
**0,99\***  
49%

Mehr auf [aldi-sued.de/preis](http://aldi-sued.de/preis)

Nicht gültig nach Ansicht der von Servicestärke und FOCUS-MONEY festgelegten Kriterien für den Preis-Leistungs-Vergleich in der Kategorie „Brotbackwaren“. Mehr Informationen auf <http://www.focusmoney.de/de/> und <http://www.fokusmoney.de/de/>





Lidl lohnt sich.

# DU HAST DIE WAHL.

STARKE MARKEN UND EIGENMARKEN ZU HAMMERPREISEN.



**-.89**

Coca-Cola  
Koffeinhaltig  
1,25-l-Flasche  
zzgl. -.25 Pfand  
1 l = -.72



**-.39**

Freeway Cola  
Koffeinhaltig  
1,5-l-Flasche  
zzgl. -.25 Pfand  
1 l = -.26

AB MONTAG, 22.8. BIS SAMSTAG, 27.8.



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

Filial-Angebote: Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Mittelstr. 30, 74166 Neckarsulm • Namen und Anschrift der regional tätigen Unternehmen finden Sie unter [www.lidl.de/filialsuche](http://www.lidl.de/filialsuche) oder ☎ 0800 4353361.  
Online-Angebote: Lidl E-Commerce International GmbH & Co. KG, Stiftsbergstr. 1, 74172 Neckarsulm

Ausgabe 34|2016

PfV 34/2016 - 090

## § 6 Unzumutbare Belästigungen

- Hartnäckige und erkennbar nicht gewünschte Werbung
- Kalt-Akquise durch Telefonanrufe, Anrufmaschinen
- Werbung ohne Absenderangabe, ohne Impressum
- E-Mails: Kunde muss dem E-Mail-Kontakt zugestimmt haben bzw. kein Widerspruch
- Geschützt sind nur die Verbraucher, nicht jedoch Unternehmer

**Bitte keine Werbung**  
**Außer Bier ist im Angebot!**



# Rechtsfolgen des unlauteren Wettbewerbs (1)

- Unterlassungsanspruch, § 8 UWG  
Mitbewerber, Abmahnvereine, Verbraucherschutzverbände, IHK, HWK;  
aber: keine Rechtswahrnehmung durch den Verbraucher
- Schadensersatzanspruch, § 9 UWG
- Gewinnabschöpfung, § 10 UWG
- Schlichtungs- und Gerichtsverfahren  
Einigungsstellen der IHK, Landgericht

# Rechtsfolgen des unlauteren Wettbewerbs (2)

- Verjährung: 6 Monate
- Örtliche Zuständigkeit: kein fliegender Gerichtsstand mehr, es muss grundsätzlich vor dem (örtlich zutreffenden) Gericht geklagt werden, an dem der Gegner wohnt
- Einigungsstellen
- Strafbare Werbung (§ 16 UWG), Bußgeldvorschriften (§ 20 UWG, Telefonwerbung)



# Kartellrecht

- Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)  
Bundeskartellamt, OWiG mit bis zu 1 Mio. Euro
- Kartellvereinbarungen  
Verhinderung, Einschränkung oder Verfälschung des Wettbewerbs  
missbräuchliches Ausnutzung einer wettbewerbsbeherrschender Stellung
- Unternehmenszusammenschlüsse
- Vergaberecht

# Kartelle

- Konditionskartelle, z.B. Rabatte
  - Preiskartelle, z.B. Vereinheitlichung der Preise
  - Produktionskartelle, z.B. Vereinheitlichung von Normen
  - Gewinnkartelle, z.B. Gewinnaufteilung
  - Absatzkartelle, z.B. Gebietsaufteilung
- 
- Kartelle sind erlaubt, wenn sie transparent sind und nicht marktbeherrschend
  - Kartelle sind verboten, wenn sie Monopole zum Nachteil des Verbrauchers sind



## PRESSEMITTEILUNG Nr. 24/24

Luxemburg, den 1. Februar 2024

Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-251/22 P | Scania u. a. / Kommission

### LKW-Kartell: Der Gerichtshof weist das Rechtsmittel von Scania zurück

*Die von der Kommission gegen Scania wegen deren Beteiligung am Kartell verhängte Geldbuße in Höhe von 880,52 Millionen Euro wird aufrechterhalten*

Mit Urteil vom 2. Februar 2022<sup>1</sup> hat das Gericht die von Scania erhobene Klage auf Nichtigerklärung eines Beschlusses<sup>2</sup> der Europäischen Kommission abgewiesen. In diesem Beschluss hatte die Kommission festgestellt, dass die Gesellschaften Scania AB, Scania CV AB und Scania Deutschland GmbH, drei Unternehmen der Scania-Gruppe, die Lkw für Langstreckentransporte herstellen und verkaufen, gegen die Vorschriften des Unionsrechts über das Verbot von Kartellen<sup>3</sup> verstoßen hatten, indem sie sich von Januar 1997 bis Januar 2011 mit ihren Wettbewerbern an Absprachen zur Beschränkung des Wettbewerbs auf dem Markt für mittlere und schwere Lkw im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) beteiligten. Die Kommission verhängte gegen Scania eine Geldbuße in Höhe von 880 523 000 Euro.

Scania hat gegen das Urteil des Gerichts ein Rechtsmittel beim Gerichtshof eingelegt. **Der Gerichtshof weist das Rechtsmittel heute in vollem Umfang zurück und bestätigt damit das Urteil des Gerichts.**

Der Gerichtshof stellt fest, dass Scania **nicht dargetan hat, dass das Gericht es versäumt hat, zu prüfen, ob das Verwaltungsverfahren**, das im Fall von Scania wieder aufgenommen wurde, nachdem sie sich aus dem Vergleichsverfahren zurückgezogen hatte, das es den Beteiligten in Kartellverfahren ermöglicht, ihre Haftung anzuerkennen und im Gegenzug eine Herabsetzung der festgesetzten Geldbuße zu erhalten, **mit dem Grundsatz der Unparteilichkeit im Einklang stand**. Der Gerichtshof bestätigt im Wesentlichen die vom Gericht vorgenommene Würdigung und stellt fest, dass der bloße Umstand, dass für den Erlass des Vergleichsbeschlusses und des endgültigen gegen Scania ergangenen Beschlusses dasselbe Team der Kommission zuständig war, für sich genommen, ohne jeden sonstigen objektiven Anhaltspunkt, die Unparteilichkeit der Kommission nicht in Frage stellt. Scania hat nicht dargetan, dass sie vor dem Gericht solche objektiven Anhaltspunkte geltend gemacht hatte.

Der Gerichtshof weist auch das Vorbringen von Scania zurück, wonach das Gericht zu Unrecht angenommen habe, dass sich der geografische Umfang ihres Verhaltens auf deutscher Ebene auf das gesamte Gebiet des EWR erstreckt habe. Desgleichen stuft er die Prämisse als falsch ein, dass das Gericht, um das Vorliegen einer einheitlichen und fortgesetzten Zuwiderhandlung feststellen zu können, von der Kommission auch den Nachweis hätte verlangen müssen, dass jede der betreffenden Verhaltensweisen für sich genommen eine Zuwiderhandlung dargestellt habe.

Schließlich führt der Gerichtshof aus, dass angesichts seiner Analyse der von Scania vorgebrachten Rechtsmittelgründe der Schlussfolgerung der Kommission und sodann des Gerichts, dass die fragliche Zuwiderhandlung am 18. Januar 2011 endete, beizupflichten ist, so dass die Verjährungsfrist von fünf Jahren erst dann zu laufen begann und die Befugnis der Kommission zur Verhängung einer Geldbuße nicht verjährt war.

**REWE darf die in Insolvenz  
geratenen Real-Märkte nach  
Freigabe der geplanten  
Übernahme durch das  
Bundeskartellamt über-  
nehmen**





Bundeskartellamt leitet ein  
Missbrauchsverfahren gegen  
Coca-Cola Europacific wegen  
Rabattgestaltung ein.



# Vergaberecht

- Das Vergaberecht betrifft die **Vergabe von öffentlichen Aufträgen** durch öffentliche, staatliche Stellen an private Auftraggeber
- EU-Schwellenwerte  
Baufträge 5.382.000,-- €, Liefer- und Dienstleistungen 215.000,-- €, im  
Sektorenbereich 431.000,-- € und Bundesbehörden 140.000,-- €
- Unterschwellenverfahren: maßgeblich sind landesrechtliche Vorschriften, Unterschwellenvergabeverordnung, VOB/A
- Oberschwellenverfahren: nach EU-Recht, europaweite Ausschreibung



# Geistiges Eigentum

- Schutz geistiger Schöpfungen
- Recht am eigenen Bild
- Namensrechte
- Gewerbliche Schutzrechte
- Technische gewerbliche Schutzrechte
- Nichttechnische gewerbliche Schutzrechte, z.B. Marken

# Urheberrecht

- Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzgesetze (UrhG)

# Urheberrecht

Das Urheberrecht schützt das geistige Eigentum eines Urhebers.

## Was ist geschützt?

Sprachwerke (z.B. Bücher, Reden, Software)

Filmwerke (z.B. Videos)

Werke der bildenden Künste (z.B. Baukunst, Zeichnungen)

Musikwerke (z.B. Noten, Songtexte)

Lichtbildwerke (z.B. Fotografien)

Aber: kein Ideenschutz, kein Schutz für Lehren, Theorien, amtliche Werke

# Urheberrecht

Das Urheberrecht entsteht, wenn das Werk vollendet ist.

Es tritt automatisch in Kraft. Der Urheber muss jedoch beweisen, dass er der Urheber ist.

Das Urheberrecht ist (in Deutschland) nicht übertragbar und besteht über den Tod des Urhebers hinaus. Die Erben können das Urheberrecht bis zu 70 Jahren nach seinem Tod in Anspruch nehmen.



# Urheberrecht

Der Urheber kann bestimmen, ob und wie sein Werk veröffentlicht wird.

Die Nutzung verbietet die Nutzung eines urheberrechtlich geschützten Werkes ohne Erlaubnis des Urhebers.

Er hat einen Anspruch auf angemessene Vergütung; unter Umständen besteht ein Recht auf Nachverhandlung, wenn unerwartete Einnahmen erzielt wurden.

# Urheberrecht

Das Urheberrecht gestattet folgende Nutzungen:

- Private Nutzung ohne Erwerbszwecke
- Vorübergehende Vervielfältigungshandlungen
- Rechtspflege und öffentliche Sicherheit
- Schulfunksendungen
- Öffentliche Reden
- Berichterstattung über Tagesereignisse
- Zitate

# Das Recht am eigenen Bild

- Der Fotograf hat an dem Foto ein Urheberrecht, wenn es über einen bloßen Schnappschuss hinausgeht.
- Der Fotograf darf andere Gebäude von außen fotografieren (Panoramafreiheit).
- Derjenige, der aufgenommen wird, muss das Aufnehmen erlauben. Unter Umständen liegt ein Straftatbestand vor (§ 201a StGB), wenn keine Erlaubnis vorliegt. Problem: Drohnenaufnahmen, Videoüberwachung

# Patentrecht

- Patentgesetz (PatG)

# Patentrecht

## Patentgesetz

Geschützt werden technische Herstellungs- oder Anwendungsverfahren oder ein Erzeugnis und dessen Einrichtung.

Schutz durch Patentanmeldung und -eintragung und gilt 20 Jahre.

Gebrauchsmustergesetz schützt technische Erfindungen, die eine neue Gestaltung erfahren (so genanntes Kleines Patentgesetz)

# Markenrecht

- Markengesetz (MarkenG)

# Markenrecht

Das Markenrecht schützt Produkte innerhalb des geschäftlichen Verkehrs und ist Teil des gewerblichen Rechtsschutzes.

Marken stehen für die Qualität eines Unternehmens und sind eine Form geistigen Eigentums.

Dem Verbraucher soll damit die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen garantieren werden, um sie ohne Verwechslungsgefahr von anderen Waren und Dienstleistungen zu unterscheiden.

Damit hat eine Marke auch eine produktbeschreibende Funktion und eine Qualifikationsfunktion. Letztlich kommt ihr eine Werbefunktion zu.

# Gegenstand des Markenrechts

Das Markenrecht schützt gemäß § 1 Markengesetz:

- Marken
- Geschäftliche Bezeichnungen
- Geographische Herkunftsangaben



# Markenfähigkeit

Als Marke kommen in Betracht

- Zeichen, insbesondere Wörter wie Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen
- Hörzeichen
- Dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung
- Farben und Farbzusammenstellungen

# Unternehmenskennzeichen

- Die Geschäftsbezeichnung ist ähnlich dem Namensrecht (§ 12 BGB) schutzfähig
- Marke und Unternehmensbezeichnung können identisch sein
- Die Unternehmenskennzeichen müssen im geschäftlichen Verkehr benutzt werden

# Werktitelschutz

- Als Werktitel geschützt sind Namen und besondere Bezeichnungen von Druckschriften, Film-, Ton-, Bühnen- oder sonstigen Werken, auch Warenkataloge, Spiele, Fernsehsendungen
- Computerprogramme sind grundsätzlich dem Werktitelschutz zugänglich
- Der Schutz von Werktiteln ist eine Besonderheit im deutschen Markengesetz

# Geographische Herkunftsangabe

- Geographische Herkunftsangaben dürfen im geschäftlichen Verkehr nur dann für Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, wenn sie aus dem Ort, der Gegend, dem Gebiet oder dem Land stammen, das die geographische Herkunftsangabe bezeichnet, wenn bei der Benutzung solcher Namen eine Gefahr der Irreführung über die Herkunft besteht

# Ahle Wurst, Ahle Wurscht



# Toblerone



# Nicht schutzfähig

- Fehlende Unterscheidungskraft: reine Beschreibung (z.B. „marktfrisch“ für Lebensmittel; im Gegensatz „Apple“ für Computer)
- Freihaltebedürfnis für den allgemeinen Geschäftsverkehr, z.B. Fußball WM 2022 freihaltebedürftig; WM 2022 nicht freihaltebedürftig
- Gattungsbezeichnungen, z.B. Bäckerei, Diesel als Kraftstoff, anders Diesel als Jeans
- Kein Schutz: täuschende Zeichen, Hoheitszeichen, amtliche Prüfzeichen, Wappen, Flaggen

# Notorischer Markenschutz

- Notorische Bekanntheit gewährt ausländischen Marken, die zwar schon bekannt sind, jedoch noch nicht im Inland (Deutschland) eingetragen sind, Markenschutz.
- Dies gilt nur bei Marken, nicht bei Dienstleistungen.
- Für die Anerkennung der Notorität genügt die Benutzung im Ausland.
- Es ist ein 2/3-Bekanntheitsgrad erforderlich.





# Ältere Rechte

Ältere Rechte können, auch ohne Eintragung, bei Vorliegen einer Verwechslungsgefahr verletzt werden.

Verwechslungsgefahr besteht beispielsweise bei Verwendung identischer Zeichen; aber: ohne Produktähnlichkeit keine Verwechslungsgefahr.

# Entstehung des Markenschutzes

- Eintragung
- Benutzung

# Anmeldung einer Marke

- Anmeldung erfolgt beim **Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA)** in München
- Identität des Anmelders
- Wiedergabe der anzumeldenden Marke
- Verzeichnis der Waren oder Dienstleistung (**Nizza-Klassifikation mit 45 Klassen** oder Produktgruppen
- EU / international: Einheitliche Klassifikationsdatenbank eKDB, TMClass
- Elektronische Anmeldung: 290 €, in Papierform: 300 €, bis drei Klassen, ab der vierten Klasse 100 € extra pro Klasse

# Anmeldung EU, international

- Einheitliche Europäische Marke „**Unionsmarke**“ beim Europäischen Amt für geistiges Eigentum (EUIPO) in Alicante/Spanien; früher Gemeinschaftsmarke genannt. Mit einem einzigen Eintragungsverfahren wird europaweiter Schutz gewährt. Die Unionsmarke tritt dabei neben der nationalen Marke.
- Auf internationaler Ebene haben sich die meisten Industriestaaten dem „Madriider System“ angeschlossen, wonach über die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) in Genf ein Schutz in mehreren Ländern betrieben wird. Es ist dies die **International Marke (IR)**.

# Anmeldeverfahren

- Nach Prüfung des Antrages Eintragung im Markenregister
- Nach Eintragung können ältere Rechte binnen 3 Monate Widerspruch einlegen; gegebenenfalls wird die Marke wieder gelöscht
- **Schutzdauer: 10 Jahre; Verlängerungsmöglichkeit um weitere 10 Jahre, was wiederholt möglich ist**
- Ist eine Marke eingetragen, darf sie vom Markeninhaber mit dem Symbol R neben der Marke gekennzeichnet werden

# Markenformen

- Wortmarke
- Bildmarke
- Wort-/Bildmarke
- Formmarken
- Warenformmarke
- Verpackungsmarke
- Hörmarke
- Tastmarke (haptische Marken, in Brailleschrift)

# Wortmarke

Marc O'Polo

*Coca-Cola*

SONY

BRAUN

**Persil**

SIEMENS

NOKIA

**Miele**

Google

**3M**

ebay

**Canon**



# Bildmarke



## Beispiel: Registernummer 30304549 Wort-/Bildmarke



Klasse 32:

Getränke, nämlich Trinkwässer,

Wässer, Mineralwässer und mit  
Kohlensäure versetzte Wässer und

alkoholfreie Getränke, nämlich

Energiegetränke und

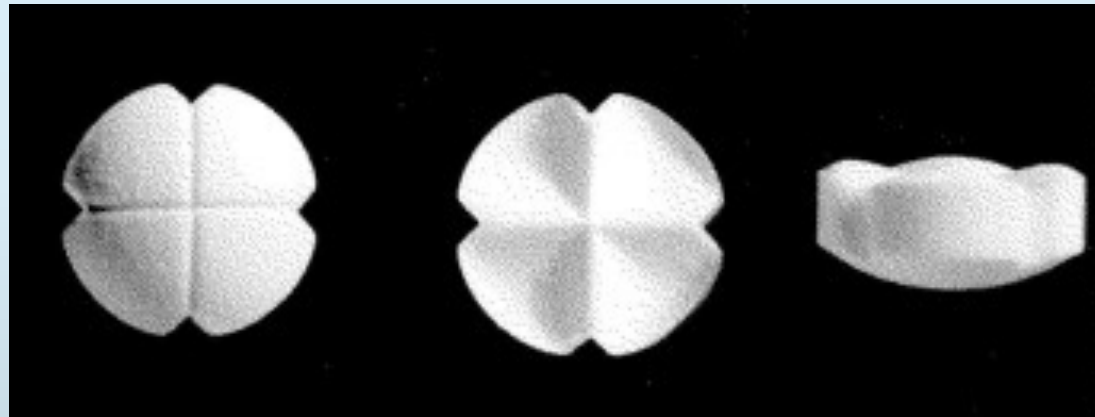
Sportgetränke; Fruchtgetränke und

- säfte; Sirupe, Konzentrate und Pulver zur Herstellung von  
Getränken, nämlich aromatisierten Wässern, Mineralwässern,  
mit Kohlensäure versetzten Wässern, Erfrischungsgetränken,  
Energiegetränken, Sportgetränken, Fruchtgetränken und -säfte

# Formmarke



# Warenformmarke



# Verpackungsformmarke



# Abstrakte Farbmarke

- Einer Farbmarke fehlt regelmäßig die erforderliche Unterscheidungskraft.
- Wenn jedoch eine so genannte Verkehrsdurchsetzung bei wesentlichen Teilen der angesprochenen Verkehrskreise besteht, kann sie eingetragen werden.

# Benutzungsmarke

- Als Benutzungsmarke wird eine Marke bezeichnet, die nicht ins Register eingetragen ist, sondern aufgrund Verkehrsgeltung Schutzwirkung entfaltet.



# Nach der Eintragung

- Bei Verletzungen des Markenrechts bestehen Ansprüche auf Unterlassung (verschuldensunabhängig), Schadensersatz, Auskunftsansprüche
- Nutzungsrecht kann durch Lizenzen eingeräumt werden
- Das Recht an einer Marke kann übertragen werden.
- **Verlust des Markenschutzes:**
  - bei Nichtbenutzung (5 Jahre Benutzungsschonfrist)
  - bei Verwässerung
  - bei Umwandlung in eine Gattungsbezeichnung

# Markenverletzung

Die Rechte des Markeninhabers sind

- Verbot identischer Benutzung
- Verbot verwechselbarer Benutzung
- Bekanntheitsschutz

Die Ansprüche des Markeninhabers gegen den Verletzer

- Unterlassungsanspruch
- Schadensersatzanspruch
- Auskunftsanspruch
- Ersatzanspruch

# Zeichenähnlichkeit





Kann der „Kölner Dom“ als Marke geschützt werden ?

**Die Bezeichnung "Kölner Dom" kann nicht als Marke nach dem Markengesetz (MarkenG) geschützt werden. Das hat der Bundesgerichtshof (BGH) mit am Freitag veröffentlichtem Beschluss entschieden (Beschl. v. 12.10.2023, Az. I ZB 28/23).**

Die Hohe Domkirche zu Köln hat im Jahr 2018 das Zeichen "Kölner Dom" zur Eintragung als Wortmarke in das beim deutschen Patent- und Markenamt geführte Register angemeldet. Das Amt hatte die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das Bundespatentgericht (Entscheidung v. 19.01.2023, Az. 25 W (pat) 526/21) und nun auch der BGH bestätigten diese Entscheidung des Amtes. Weil die Domkirche Rechtsmittel eingelegt hatte, musste nun der BGH entsprechend § 83 Abs. 1 MarkenG als für die Rechtsbeschwerde zuständige Instanz entscheiden.

**Die Bezeichnung "Kölner Dom" werde im Verkehr "als beschreibende Angabe und nicht als Hinweis auf deren betriebliche Herkunft aufgefasst", so der BGH.**

Gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, denen für die Waren oder Dienstleistungen jegliche **Unterscheidungskraft** fehlt. Unterscheidungskraft hat eine Marke nach der Auffassung des BGH dann, wenn ein durchschnittlicher Verbraucher erkennt, dass ein Produkt dieser Marke von einem bestimmten Hersteller stammt. Das wäre im Fall des Kölner Doms also dann gegeben, wenn beispielsweise der Käufer eines Souvenirs, das mit den Worten "Kölner Dom" gekennzeichnet ist, daraus schließen würde, dass die Hohe Domkirche zu Köln die Herstellerin des Souvenirs ist.





Riegele ließ sich die Bezeichnung Spezi schon in den 50er-Jahren als Warenzeichen eintragen. Paulaner brachte später ein ähnliches Getränk auf den Markt und einigte sich mit Riegele auf eine **Koexistenz- und Abgrenzungsvereinbarung**.

Paulaner zahlte einmalig 10.000 DM und durfte die Marke anschließend verwenden.

Vom großen wirtschaftlichen Erfolg der Paulaner-Spezi hätte Riegele zumindest zukünftig gerne profitiert. Man kündigte die alte Vereinbarung und trat an Paulaner mit der Idee heran, einen Lizenzvertrag aufzusetzen.

Paulaner konnte sich für den Vorschlag nicht begeistern und klagte erfolgreich auf Feststellung, dass der ursprünglich geschlossene Vertrag weiterhin Bestand hat.

Nach Ansicht des LG München kann die Koexistenz- und Abgrenzungsvereinbarung nur außerordentlich gekündigt werden. Paulaner habe sich aber vertragstreu verhalten und keinen Anlass für eine solche Kündigung geliefert (Urt. v. 11.10.2022; Az. 33 O 10784/21).



Lego hatte seine Bausteine patentieren lassen.  
Nachdem der Patentschutz auslief, beantragte  
Lego den Markenschutz als  
Gemeinschaftsmarke.  
Ist Lego als Gemeinschaftsmarke einzutragen?



### **EuG: Unionsrecht steht Markeneintragung entgegen**

In seinem Urteil vom 12.11.2008 (T-270/06, BeckRS 2008, 71154) stellte das EuG unter anderem fest, dass das Unionsrecht der Eintragung jeder Form entgegenstehe, die in ihren wesentlichen Merkmalen ausschließlich aus der Form der Ware bestehe, die für das Erreichen der fraglichen technischen Wirkung technisch kausal und hinreichend sei, selbst wenn diese Wirkung durch andere Formen erreicht werden könne, die die gleiche oder eine andere technische Lösung nutzten. Gegen dieses Urteil hat Lego Rechtsmittel beim EuGH eingelegt.

### **EuGH: Unternehmen soll durch Markenrecht kein Monopol für technische Lösungen eingeräumt werden**

Der EuGH stellt zunächst fest, dass mit dem Verbot in Art. 7 Abs. 1 Buchst. e Ziff. ii der Gemeinschaftsmarkenverordnung Nr. 40/94, ein Zeichen als Marke einzutragen, das aus der Form der Ware besteht, die zur Erreichung einer technischen Wirkung erforderlich ist, verhindert werden soll, dass einem Unternehmen durch das Markenrecht letztlich ein Monopol für technische Lösungen oder Gebrauchseigenschaften einer Ware eingeräumt wird. Somit könnten Unternehmen nicht das Markenrecht in Anspruch nehmen, um ausschließliche Rechte für technische Lösungen ohne zeitliche Begrenzung auf Dauer festzuschreiben. Bestehe nämlich die Form einer Ware nur darin, dass sie die von deren Hersteller entwickelte und auf dessen Antrag patentierte technische Lösung verkörpere, würde ein Schutz dieser Form als Marke nach Ablauf des Patents die Möglichkeit der anderen Unternehmen, diese technische Lösung zu verwenden, erheblich beschränken. Nach dem Unionsrecht seien aber technische Lösungen nur für eine begrenzte Dauer schutzfähig, so dass sie danach von allen Wirtschaftsteilnehmern frei verwendet werden können.



Lässt sich das Lego-Männchen als Marke schützen?



Lego hat den Designschutz für die 3x4-Steine erhalten.  
Ein Mitbewerber hat einen Nichtigkeitsantrag gestellt.  
Ist dem Antrag stattzugeben oder wurde abgelehnt?