

## Inhaltsverzeichnis

<b>Prof. Dr. Swetlana Franken, Malte Wattenberg, MA</b> .....	25
Innovationsmanagement in der Digital Economy .....	25
1. Bedeutung von Innovationen in der modernen Wirtschaftswelt.....	25
2. Begriff und Arten der Innovation .....	26
2.1. Innovationsbegriff .....	26
2.2. Produktinnovationen .....	27
2.3. Prozessinnovationen .....	28
2.4. Soziale/organisatorische Innovationen .....	29
2.5. Geschäftsmodellinnovation .....	30
3. Innovationen in der Unternehmenspraxis .....	30
3.1. Innovationsmanagement.....	31
3.2. Erfolgsfaktoren für Innovationsarbeit .....	32
3.3. Verbreitung von Innovationsarten in der Praxis .....	32
3.4. Open Innovation und Co-Creation .....	33
4. Geschäftsmodellinnovation als Herausforderung für Unternehmen.....	34
4.1. Ansätze zur Neuausrichtung des Geschäftsmodells .....	35
4.2. Digitale Geschäftsmodelle auf dem Vormarsch .....	39
4.3. Technologische Treiber digitaler Geschäftsmodelle .....	40
4.4. Organisatorische Treiber digitaler Geschäftsmodelle.....	42
4.5. Herausforderungen bei der Umsetzung digitaler Geschäftsmodelle.....	44
5. Fazit und Ausblick.....	45
<b>Dr. Natascha Henseler</b> .....	49
<b>Lebenslanges Lernen – Einstellungssache?!</b> .....	49
1. Und so fängt es immer an .....	49
2. Lernen beginnt im Kopf ... oder beim Selbstbild.....	49
2.1. Growth versus Fixed Mindset .....	49

2.2.	Schluss mit lustig.....	51
2.3.	Lang lebe der Glaubenssatz.....	52
3.	Lernen, um zu wissen ... aber Nicht-Wissen verbindet.....	54
3.1.	Lernen, Lernen, Lernen.....	54
3.2.	Ich weiß was, was du nicht weißt.....	56
3.3.	Einmal deuterio-learning, bitte.....	57
4.	Wer mit wem... und wann... und warum?.....	59
4.1.	Lernen... aber mit (Unternehmens-)Kultur.....	59
4.2.	Führungskräfte ... kräftig führen Richtung Lernen.....	60

**Prof. Dr. jur. Manfred Heße, Monika Petry, BA..... 65**

**Das Anspruchserhebungsprinzip und seine Zulässigkeit  
in der D&O-Versicherung ..... 65**

1.	Einleitung.....	65
2.	Kontrollfähigkeit nach der Entscheidung des BGH vom 26.03.2014.....	67
3.	Abweichung vom Grundgedanken einer gesetzlichen Regelung.....	68
4.	Gefährdung des Vertragszwecks.....	70
5.	Mangelnde Transparenz einer Regelung.....	71
6.	Sonstige unangemessene Benachteiligung.....	72
7.	Fazit.....	74

**Richter am Amtsgericht Dr. jur. Florian Hobbeling, LL.M..... 77**

**Der Student sorgt vor:  
Vorbereitung auf die schwerste Prüfung im Leben..... 77**

1.	Ausgangsüberlegung.....	77
2.	Das Leben ohne Vorsorgevollmacht.....	78
3.	Vorsorgevollmacht – aber wie?.....	82
4.	Betreuungsrichter trotz Vorsorgevollmacht.....	83
5.	Fazit.....	85

<b>Prof. Dr. jur. Frank Hohmeister</b> .....	87
<b>Änderung der höchstrichterlichen Rechtsprechung im Urlaubsrecht</b> .....	87
1. Einleitung .....	87
2. Urlaubsgewährung nach fristloser Kündigung .....	87
3. Urlaub bei Wechsel in eine Teilzeittätigkeit mit weniger Wochenarbeitsdagen .....	90
4. Kürzung des Erholungsurlaubs wegen Elternzeit .....	91
5. Resümee .....	92
<b>Prof. Dr. Tim Kampe</b> .....	93
<b>Auswirkungen des Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetzes (BilRUG) auf die Bilanzierung mittelständischer Unternehmen</b> .....	93
1. Einleitung .....	93
2. Grundlagen .....	95
2.1. Das Bilanzrichtlinie-Umsetzungsgesetz (BilRUG) .....	95
2.2. Der Begriff „Mittelstand“ .....	95
3. Besonderheiten der Bilanzierung im Mittelstand .....	98
3.1. Allgemeine Charakteristika des bilanzierenden Mittelstands .....	98
3.2. Besonderheiten des Mittelstands im Jahresabschluss .....	100
3.2.1. Bilanz .....	100
3.2.1.1. Aktiv-Seite der Bilanz .....	100
3.2.1.2. Passiv-Seite der Bilanz .....	101
3.2.2. Gewinn- und Verlustrechnung .....	103
3.2.3. Anhang .....	103
3.3. Besonderheiten des Mittelstands im Lagebericht .....	104
4. Auswirkungen des BilRUG .....	104
4.1. Übergreifende Auswirkungen .....	105
4.2. Auswirkungen auf den Jahresabschluss .....	107
4.2.1. Bilanz .....	107

4.2.1.1.	Aktiv-Seite der Bilanz .....	107
4.2.1.2.	Passiv-Seite der Bilanz .....	108
4.2.2.	Gewinn- und Verlustrechnung .....	109
4.2.3.	Anhang .....	110
4.3.	Auswirkungen auf den Lagebericht.....	112
5.	Fazit und Ausblick.....	113

<b>Prof. Dr. jur. Stephan Kreissl</b> .....	121
---	-----

**Die ständige höchstrichterliche Rechtsprechung als Rechtsquelle  
– einige kritische Anmerkungen zur Rechtsprechung des  
Bundesgerichtshofs betreffend wucherische Grundstücksgeschäfte .....** 121

1.	Zur Bedeutung der höchstrichterlichen Rechtsprechung .....	121
1.1.	Die faktische Bindungswirkung .....	121
1.2.	Insbesondere: Die ständige höchstrichterliche Rechtsprechung.....	122
2.	Analyse einiger Aspekte der Rechtsprechung des BGH zu wucherischen Grundstücksgeschäften .....	123
2.1.	Rechtsgrundlagen .....	123
2.1.1.	Sittenwidrigkeit als Grenze der Vertragsfreiheit .....	123
2.1.2.	Das besonders grobe Missverhältnis von Leistung und Gegenleistung als Indiz für Sittenwidrigkeit .....	125
2.2.	Die Rechtsprechung des BGH.....	126
2.2.1.	Ein Rechenfehler und andere Ungenauigkeiten.....	126
2.2.2.	Iudex non calculat .....	127
2.2.2.1.	Von prozentualen Verkehrswertüber- und -unterschreitungen.....	127
2.2.2.2.	Prozentrechnung „von unten nach oben“ und „von oben nach unten“ .....	128
2.2.2.3.	Aufklärung der Begriffsverwirrung.....	129
2.2.3.	Widersprüche bei der Festlegung des Grenzwerts für das grobe Missverhältnis .....	129
2.2.3.1.	Schrottimmobiliien-Fälle.....	130
2.2.3.2.	Erbschleicherei .....	131
2.2.3.3.	Zwei ganz verschiedene Fälle unter einem Hut.....	133

2.3.	Schlussfolgerungen für die juristische Argumentation.....	133
2.3.1.	Aufdeckung der unterschiedlich bewerteten Fallkonstellationen .....	133
2.3.2.	Sachargumente für eine Differenzierung.....	134
3.	Fazit.....	135

**Rechtsanwalt Dr. jur. Sebastian Meyer, LL.M.**..... 137

**Die Zukunft des Datenschutzbeauftragten – Berufsbild und Perspektiven** .... 137

1.	Prolog .....	137
2.	Einleitung .....	138
2.1.	Ausgangslage nach dem Bundesdatenschutzgesetz.....	138
2.2.	Anpassungen durch die Datenschutzrichtlinie.....	139
2.3.	Harmonisierung durch die Datenschutz-Grundverordnung.....	139
3.	Bestellpflichten und freiwillige Bestellung .....	140
3.1.	Bestellpflichten nach der Datenschutz-Grundverordnung.....	140
3.2.	Öffnungsklausel für nationale Bestellpflichten .....	141
3.3.	Bestellung auf freiwilliger Basis .....	142
4.	Anforderungen an einen Datenschutzbeauftragten.....	142
5.	Stellung und Aufgaben des Datenschutzbeauftragten .....	143
5.1.	Stellung des Datenschutzbeauftragten.....	143
5.2.	Aufgabe des Datenschutzbeauftragten .....	143
6.	Verantwortlichkeit des Datenschutzbeauftragten .....	144
6.1.	Verantwortlichkeit im Außenverhältnis .....	144
6.2.	Verantwortlichkeit gegenüber dem Unternehmen.....	145
6.3.	Haftungsszenarien .....	146
6.4.	Vor- und Nachteile der Bestellung eines Datenschutzbeauftragten.....	146
6.4.1.	Auswirkung auf die externe Verantwortlichkeit.....	147
6.4.2.	Praktische Relevanz eines Datenschutzbeauftragten .....	147
7.	Ausblick .....	148
8.	Zusammenfassung .....	149

<b>Rechtsanwalt und Mediator Prof. Dr. jur. Ulrich Sick .....</b>	<b>151</b>
<b>Das Mediationsgesetz und seine Auswirkungen auf die Landschaft der freien Mediation mit besonderem Blick auf die Wirtschaftsmediation .....</b>	<b>151</b>
1. Ausgangspunkt .....	151
2. Die EU-Mediationsrichtlinie vom 21.05.2008 .....	152
3. Das deutsche Mediationsgesetz vom 21.07.2012 .....	155
4. Im Mediationsgesetz fehlende Regelungen .....	156
4.1. Keine gesetzlichen Regelungen.....	157
4.2. Regelungen in anderen Gesetzen.....	157
5. Mediationsverfahren im Gericht.....	161
6. Konsequenz für die Praxis der außergerichtlichen Mediation .....	164
7. Zusammenfassung .....	165
<b>Prof. Dr. jur. Brunhilde Steckler, Ass. jur. Arthur Felk.....</b>	<b>167</b>
<b>Markenpiraterie – Wege zur Risikominimierung für Unternehmen.....</b>	<b>167</b>
1. Die Bedeutung der Marke als Immaterialgüterrecht.....	167
2. Funktionen der Marke .....	168
3. Gewerblich genutzte Kennzeichen .....	169
3.1. Marken .....	170
3.2. Geschäftliche Bezeichnungen .....	170
3.3. Geographische Herkunftsangaben.....	171
3.4. Sonstige Kennzeichen .....	172
4. Erscheinungsformen der Marken.....	173
4.1. Wortmarken.....	174
4.2. Bild- und Kombinationsmarken .....	174
4.3. Dreidimensionale Gestaltungen.....	175
4.4. Sonstige Aufmachungen.....	175
4.5. Hörmarken.....	176
4.6. Tast- und Geruchsmarken.....	176

4.7.	Kollektivmarken/Verbandszeichen .....	177
5.	Internationale Marken .....	177
5.1.	IR-Marke .....	177
5.2.	Unionsmarke .....	178
6.	Entstehung des Markenschutzes .....	178
6.1.	Registermarke .....	179
6.2.	Benutzungsmarke .....	179
6.3.	Notorietätsmarke .....	179
7.	Inhalt und Umfang des Markenschutzes .....	180
7.1.	Kennzeichenidentität .....	180
7.2.	Verwechslungsgefahr .....	180
7.3.	Verwässerungsgefahr .....	181
7.4.	Rechtserhebliche Benutzungshandlungen .....	182
7.4.1.	Verletzung des Kennzeichnungsrechts .....	182
7.4.2.	Verletzung des Angebots- und Erstvertriebsrechts von Waren .....	182
7.4.3.	Verletzung des Angebots- und Erbringungsrechts von Dienstleistungen .....	183
7.4.4.	Verletzung des Rechts der Ein- und Ausfuhr .....	183
7.4.5.	Verletzung des Nutzungsrechts in Geschäftspapieren und Werbung .....	184
7.5.	Rechtserhebliche Vorbereitungshandlungen .....	185
8.	Rechtsfolgen von Markenrechtsverletzungen .....	185
8.1.	Unterlassungsanspruch .....	186
8.2.	Schadensersatzanspruch .....	186
8.3.	Vernichtungs- und Rückrufanspruch .....	186
8.4.	Auskunftsanspruch .....	187
8.5.	Vorlage- und Besichtigungsanspruch .....	187
8.6.	Bereicherungsanspruch .....	188
9.	Schranken des Markenrechtsschutzes .....	188
9.1.	Verjährung und Verwirkung .....	188
9.2.	Bestandskraft von Marken mit jüngerem Zeitrang .....	189

9.3.	Drittgebrauch und Ersatzteilgeschäft.....	189
9.4.	Erschöpfung von Markenrechten.....	190
9.5.	Ausschluss markenrechtlicher Ansprüche durch fehlende Benutzung .....	191
10.	Markenmanagement und -administration .....	191
10.1.	Markenrecherche .....	193
10.2.	Sicherung der Priorität.....	194
10.3.	Benutzung der Marke .....	194
10.4.	Schutzdauerüberwachung.....	195
10.5.	Kollisionsüberwachung .....	195
11.	Gerichtliche und außergerichtliche Maßnahmen .....	196
11.1.	Zivilrechtliche Maßnahmen.....	196
11.1.1.	Abmahnung .....	196
11.1.2.	Einstweilige Verfügung.....	197
11.1.3.	Zivilklage .....	198
11.2.	Mediation .....	198
11.3.	Zollrechtliche Maßnahmen.....	198
11.4.	Straf- und Bußgeldvorschriften .....	198
12.	Technische Maßnahmen zum Markenschutz.....	199
12.1.	Produktkennzeichnende Maßnahmen .....	201
12.1.1.	Erstöffnungsnachweis .....	202
12.1.2.	Hologramme.....	202
12.1.3.	Wasserzeichen .....	203
12.1.4.	RFID-Systeme .....	203
12.1.5.	Mikroaufdrucke .....	204
12.1.6.	Mikrofarbcode-Markierung.....	204
12.2.	Organisatorische Maßnahmen zum Markenschutz.....	205
12.2.1.	Risikoanalyse und Priorisierung.....	205
12.2.2.	Innerbetriebliche Prozesse und Organisation .....	206
12.2.3.	Entwurf eines ganzheitlichen Schutzkonzeptes.....	206

12.2.4.	Geeignete Maßnahmenauswahl .....	207
12.2.5.	Einführung, Monitoring und Evaluation .....	208
12.2.6.	Einbindung in zukünftige Unternehmensentwicklung .....	209
13.	Checkliste zur Risikominimierung der Markenpiraterie .....	210

**Prof. Dr. Thomas Stelzer-Rothe**..... 215

**Gedanken zum Lehren und Lernen an Fachhochschulen** ..... 215

1.	Grundlegung.....	215
2.	Ziel: Die Gestaltung guter Lehr-/Lernsysteme .....	216
2.1.	Das klassische Modell: Bedenkenswertes zur Vorlesung.....	217
2.2.	Neuere Ansätze:	
	Ausgewählte Forschungserkenntnisse zum Lehren und Lernen.....	219
	These 1: Intrinsische Motivation als zentrale Lernmotivation bedenken	219
	These 2: Positive und konstruktive Gestaltung der Lehrer-Studierenden Beziehung.....	220
	These 3: Angemessen heterogene Lerngruppen .....	221
	These 4: Gut vorbereiteter, reziproker Unterricht als Alternative .....	222
	These 5: Gestaltung der Lernprozesse in verteiltem Lernen .....	223
	These 6: Einsatz des Prinzips der Exemplarität und Förderung von Methodenkompetenz.....	223
3.	Kontextüberlegungen:	
	Die Analyse vorhandener Lehr-/Lern-Systeme.....	224
3.1.	Markante Trends im aktuellen Lehrprozess .....	224
	Trend 1: Lehre bereitet vielen Professorinnen und Professoren viel Freude! .....	224
	Trend 2: Mangelnde Lernvoraussetzungen der Studierenden erschweren die Lehre zum Teil erheblich! .....	225
	Trend 3: Es gibt mehr Großveranstaltungen in den ersten Semestern!.....	225
	Trend 4: Module im Studium sind wenig vernetzt und das Gelernte ist nicht stabil! .....	226
	Trend 5: Studierende haben ein anderes Lernverhalten als früher – das Phänomen des Homo Zappiens!.....	227

3.2.	Wirkungen im System .....	228
	Wirkung 1: Studienabbruch bedeutet Misserfolg für junge Menschen! ...	228
	Wirkung 2: Die Belastungen für die Professorinnen und Professoren steigen spürbar und haben Konflikte zur Folge! .....	229
4.	Unterschiedsbildende Interventionsvorschläge .....	229
	Intervention 1: Beratung der Studierenden von Anfang an anbieten! .....	230
	Intervention 2: Mehr Dauerstellen im Mittelbau! .....	230
	Intervention 3: Spürbare Reduktion des Deputats zur Freisetzung von Kräften in Forschung und Selbstverwaltung umsetzen! .....	231
	Intervention 4: Faire Regeln vereinbaren und Intransparenz beseitigen, um Gerechtigkeit herzustellen! .....	232
	Intervention 5: Professioneller Umgang mit Konflikten ist dringend geboten! .....	232
5.	Fazit und Konsequenzen .....	233

<b>Rechtsanwalt Dr. jur. Peter Striewe .....</b>	<b>237</b>
--	------------

<b>Compliance: Grundbegriffe und Erkenntnisse – eine Bestandsaufnahme .....</b>	<b>237</b>
---	------------

1.	Begriffsbestimmung, Notwendigkeit und Ziel von Compliance .....	237
2.	Bedeutung von Compliance für Vorstand und Geschäftsführer .....	238
3.	Regressverpflichtung des Aufsichtsrates gegenüber dem Vorstand .....	240
4.	Legalitätspflicht und Business Judgement Rule .....	241
5.	Der Fall Siemens und der VW-Abgasskandal .....	242
6.	Compliance im Sport .....	243
7.	Compliance und Strafrecht .....	245
8.	Compliance im Mittelstand .....	247
9.	Code of Conduct .....	248
10.	Implementierung eines Compliance Management Systems .....	250
11.	Whistleblowing .....	251
12.	Compliance in der Praxis: Ausreden und Erkenntnisse .....	254
13.	Fazit .....	256

<b>Prof. Dr. jur. Dimitra Tekidou-Kühlke, MLE, LL.M.</b> .....	261
<b>Whistleblower im Spannungsverhältnis zwischen Unternehmensinteressen und Schutz des Arbeitnehmers</b> .....	261
1. Einleitung .....	261
2. Begriff des Whistleblowers .....	262
3. Whistleblowing im Arbeitsrecht.....	262
3.1. Arten des Whistleblowings.....	262
3.2. Arbeitsvertragliche Pflichten des Arbeitnehmers .....	263
3.2.1. Vertragliche Rücksichtnahmepflicht .....	263
3.2.2. Pflicht zur Wahrung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen.....	263
3.3. Verletzung der Unternehmens- bzw. Arbeitgeberinteressen .....	263
4. Arbeitsrechtliche Folgen .....	264
4.1. Kündigung des Arbeitsverhältnisses .....	264
4.2. Weitere arbeitsrechtliche Folgen.....	265
4.3. Schadenersatzpflicht.....	265
4.4. Unterlassungsanspruch des Arbeitgebers .....	266
5. Schutz des Arbeitnehmers .....	266
5.1. Gesetzlicher Schutz .....	266
5.1.1. Maßregelungsverbot in § 612a BGB .....	267
5.1.2. § 17 Abs. 2 ArbeitsschutzG.....	267
5.1.3. §§ 84, 85 BetrVG .....	268
5.2. Internationale Vorgaben .....	268
5.3. Das durch die Rechtsprechung als ultima-ratio anerkannte Anzeigerecht .....	269
5.3.1. Erste Rechtsprechung .....	269
5.3.2. Sicht des BVerfG – Einschränkung der arbeitsvertraglichen Nebenpflichten durch das GG .....	269
5.3.3. Sicht des BAG.....	270
5.3.3.1. „Keine unverhältnismäßige Reaktion des Arbeitnehmers“ .....	270
5.3.3.2. Grundrechtskonformer Interessenausgleich .....	270

5.3.3.3.	Vorrangigkeit der innerbetrieblichen Abhilfe .....	271
5.3.4.	Entscheidung des EGMR .....	271
5.3.4.1.	Freiheit der Meinungsäußerung, Art. 10 EMRK .....	272
5.3.4.2.	Eingriff .....	272
5.3.4.3.	Eingriff „gesetzlich vorgesehen“ und berechtigtes Ziel .....	272
5.3.4.4.	„In einer demokratischen Gesellschaft notwendig“ .....	273
5.3.4.5.	Kritik des Schrifttums an die Entscheidung des EGMR .....	274
5.3.4.6.	Entscheidungen der deutschen Gerichte im Gefolge der EGMR .....	275
5.3.5.	Zwischenergebnis .....	275
6.	Verbesserung des Schutzes des Whistleblowers .....	276
6.1.	Vorschlag für einen gesetzlichen Schutz von Whistleblower (Whistleblower-Schutzgesetz) .....	276
6.1.1.	Gesetzliches Anzeigerecht nach einem Drei-Stufen-Prinzip .....	276
6.1.2.	Bewertung des Gesetzesvorhabens .....	277
6.2.	Regelung auf tariflicher oder betrieblicher Ebene .....	278
6.3.	Whistleblowing-Systeme .....	279
6.3.1.	Ausgestaltung von Whistleblowing-Systemen .....	279
6.3.2.	Vorteile für die Arbeitsvertragsparteien .....	279
6.3.3.	Problemfelder des Whistleblowing-Systems .....	281
6.4.	Anonymes Whistleblowing .....	282
6.5.	Staatliche Prämie .....	283
7.	Zusammenfassung und Ausblick .....	284
<b>Prof. Dr. Eginhard Werner, Ricarda Hötter, LL.B.</b> .....		289
<b>Unsicherheit bei Reihengeschäften im geltenden Umsatzsteuerrecht</b> .....		289
1.	Vorbemerkung zur Problematik .....	289
2.	Reihengeschäfte in der praktischen Anwendung .....	290
2.1.	Streckengeschäft mit Beförderung (Versendung) durch den ersten bzw. letzten Unternehmer .....	290

2.1.1.	Warenbewegung aus dem Inland (Deutschland) ins übrige Gemeinschaftsgebiet bzw. Ausland .....	290
2.1.2.	Warenbewegung aus dem Ausland bzw. übrigen Gemeinschaftsgebiet ins Inland .....	293
2.2.	Divergierende Rechtsauffassung von Rechtsprechung und Finanzverwaltung .....	293
2.2.1.	Problemfall der Beförderung bzw. Versendung durch den mittleren Unternehmer .....	293
2.2.2.	Maßgebliche Kriterien gemäß Anwendungsbestimmungen der Finanzverwaltung im UStAE .....	295
2.2.3.	Maßgebliche Kriterien gemäß EuGH .....	296
2.2.4.	Maßgebliche Kriterien gemäß BFH .....	298
2.2.5.	Vorbehalte und Anregungen des V. Senats des BFH .....	299
2.2.6.	Rechtsanhängiges EuGH Verfahren C-386/16 .....	299
3.	Anmerkungen zur Verschaffung der Verfügungsmacht .....	300
3.1.	Zuordnung der bewegten Lieferung .....	300
3.2.	Zeitbestimmung der Eigentumsübertragung .....	300
3.3.	Anmerkungen zum Besitzkonstitut .....	301
3.4.	Anmerkungen zum Eigentumsvorbehalt .....	302
3.5.	Folgeanmerkungen zur Ortsbestimmung einer Lieferung .....	302
4.	Lösungsansatz für mehr Rechtsunsicherheit bei Reihengeschäfte im Umsatzsteuerrecht .....	303
4.1.	Besondere strafrechtliche Relevanz fehlerhafter Erklärungen .....	303
4.2.	Handlungsbedarf und „problemnahe Lösung“ .....	304
5.	Vorsorgliche Praktiker-Empfehlung als Präventivmaßnahme .....	305
5.1.	Anpassung bzw. Ergänzung der Regelungsinhalte über die Transportbeauftragung .....	305
5.2.	Optimierungsüberlegung zum geregelten Übergang der Verfügungsmacht .....	306
6.	Fazit .....	307

<b>Richter am OLG Hamm Paul Wessler .....</b>	<b>311</b>
<b>Die markenrechtliche Verwechslungsgefahr.....</b>	<b>311</b>
1. Verwechslungsgefahr als Tatbestandsmerkmal.....	311
1.1. Markenschutz .....	311
1.2. Schutz geschäftlicher Bezeichnungen .....	311
1.3. Verwechslungsgefahr als relatives Schutzhindernis.....	312
1.4. Verwechslungsgefahr im Lauterkeitsrecht .....	312
1.4.1. Irreführungstatbestand .....	312
1.4.2. Vermeidbare Herkunftstäuschung .....	312
2. Bedeutung der Herkunftsfunktion .....	312
3. Verwechslungsgefahr hinsichtlich Marken .....	313
3.1. Grundsätze.....	313
3.1.1. Abstrakte Gefahr der Verwechslung .....	313
3.1.2. Objektive Sichtweise .....	313
3.1.3. Verwechslungsgefahr ist Rechtsfrage .....	314
3.1.4. Maßgeblicher Zeitpunkt .....	314
3.2. Umstände des Einzelfalles.....	314
3.2.1. Hauptfaktoren.....	314
3.2.2. Wechselwirkung.....	315
3.2.3. Verkehrsauffassung .....	315
3.3. Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit.....	316
3.3.1. Herkunft und andere Faktoren.....	316
3.3.2. Einzelfall: Akad'or! – amador.....	317
3.3.2.1. Sachverhalt .....	317
3.3.2.2. Warenähnlichkeit.....	318
3.4. Kennzeichnungskraft.....	320
3.4.1. Begriff der Kennzeichnungskraft .....	320
3.4.2. Kennzeichnungskraft im Fall Akad'or! – amador .....	320
3.5. Zeichenähnlichkeit .....	321

3.5.1.	Kollision von Wortmarken .....	321
3.5.1.1.	Klangliche Ähnlichkeit.....	322
3.5.1.2.	Schriftbildliche Ähnlichkeit .....	322
3.5.1.3.	Begriffliche Ähnlichkeit.....	323
3.5.1.4.	Gesamteindruck der Zeichenähnlichkeit .....	323
3.5.1.5.	Gesamtbetrachtung im Einzelfall .....	324
3.5.1.6.	Beschreibende Zeichenbestandteile.....	324
3.5.2.	Kollision von Wort- und Bildmarken .....	325
3.5.3.	Prägetheorie des BGH .....	326
4.	Verwechslungsgefahr hinsichtlich Unternehmenskennzeichen .....	326
4.1.	Grundsätze.....	326
4.2.	Branchenähnlichkeit / Kennzeichnungskraft / Zeichenähnlichkeit .....	326
4.3.	Einzelfall: „KARSTADT“ – „SPARSTADT“ .....	327
4.3.1.	Sachverhalt .....	327
4.3.2.	Verwechslungsgefahr bei „Karstadt“ – „Sparstadt“ .....	327
4.3.2.1.	Branchennähe .....	328
4.3.2.2.	Kennzeichnungskraft.....	328
4.3.2.3.	Zeichenähnlichkeit .....	328
5.	Zusammenfassung .....	330
	Autorenverzeichnis.....	333
	Abkürzungsverzeichnis .....	340