

Schriftenreihe
Messe-, Kongress- und Eventmanagement

Martin Glöckner

Veranstaltungs®echt

Praxisfragen des gewerblichen Rechtsschutzes
bei Messen und anderen Veranstaltungen

2., erweiterte Auflage



Edition Wissenschaft & Praxis

MARTIN GLÖCKNER

Veranstaltungsrecht

Schriftenreihe

Messe-, Kongress- und Eventmanagement

Herausgegeben von Prof. Dr. Stefan Luppold, Ravensburg

Martin Glöckner

Veranstaltungs®echt

Praxisfragen des gewerblichen Rechtsschutzes
bei Messen und anderen Veranstaltungen

2., erweiterte Auflage



Edition Wissenschaft & Praxis

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten
© 2026 Edition Wissenschaft & Praxis
bei Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Satz: 3w+p GmbH, Rimpfing
Druck: Prime Rate Zrt., Budapest, Ungarn

ISBN 978-3-89673-820-2 (Print)
ISBN 978-3-89644-356-4 (E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☺

Verlagsanschrift: Duncker & Humblot GmbH, Carl-Heinrich-Becker-Weg 9,
12165 Berlin, Germany | E-Mail: info@duncker-humblot.de
Internet: <https://www.duncker-humblot.de>

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	13
I. Was ist eigentlich „gewerblicher Rechtsschutz“?	13
II. Was ist eigentlich „Veranstaltungsrecht“?	18
1. Zivilrecht	20
2. Öffentliches Recht	20
3. Die Versammlungsstättenverordnung	21
III. Was bedeutet „gewerblicher Rechtsschutz“ im „Veranstaltungsrecht“?	22
B. Urheberrecht	23
I. Schutzfähige Werke	24
II. Die einzelnen Urheberrechte	28
III. Vergütungsrecht des Urhebers	30
IV. Recht der Verwertungsgesellschaften	32
V. Schranken des Urheberrechts	34
VI. Leistungsschutzrechte	36
VII. Künstliche Intelligenz	38
C. Bildrechte	43
I. Recht am eigenen Bild	43
II. Regel	45
III. Ausnahme	48
IV. Die Datenschutzgrundverordnung	52
V. Recht am Bild der eigenen Sache?	54
VI. Drohnenfotografie	56
D. Patentrecht	58
I. Geschichte	58
II. Das Patentverfahren	59
III. Das Gebrauchsmuster	63
IV. Patent und Gebrauchsmuster im Bereich der Messe	65
E. Markenrecht	70
I. Das Markenregistrierungsverfahren	74
II. Rechte des Markeninhabers	78
III. Besonderheiten für das Veranstaltungsrecht	78

IV. Designschutz	80
F. Recht der geschäftlichen Bezeichnung	84
I. Unternehmenskennzeichen	84
II. Werktitel	86
G. Wettbewerbsrecht	88
I. Werbung mit Influencern	95
II. Das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen	102
H. Anhang	106
I. Normen	107
II. Gerichtsentscheidungen	143

A. Einführung

I. Was ist eigentlich „gewerblicher Rechtsschutz“?

Der Begriff „gewerblicher Rechtsschutz“ ist etwas irreführend. Viele Leute denken dabei am ehesten an das Recht der Gewerbetreibenden im Verhältnis zueinander oder im Verhältnis zu Behörden, etwa bei einer Gewerbezulassung. Hinter dem Begriff des gewerblichen Rechtsschutzes verbirgt sich jedoch ein weitaus komplexeres und insgesamt betrachtet auch wichtigeres Rechtsgebiet. Zielführender ist hier der im englischen Sprachraum gebräuchliche Begriff „the right of intellectual property“, das Recht am geistigen Eigentum.

„Eigentum“ im rechtlichen Sinne bedeutet, über eine Sache frei verfügen zu dürfen. „Geistiges Eigentum“ bedeutet insofern, rein denklogisch, über einen Gedanken frei verfügen zu dürfen. Hier drängt sich die Frage auf, ob überhaupt jemand an einem Gedanken Eigentum erwerben kann. Anders als ein Gegenstand, welcher greifbar und deutlich wahrnehmbar ist, ist ein Gedanke eben nicht stofflich, greifbar und nur in einer verkörperten Form wahrnehmbar.

Hierzu ein Beispiel aus der Geschichte:

Goethe hat vom Erfolg seines Romans „Die Leiden des jungen Werther“ aus dem Jahre 1774 weniger profitiert, als man denken möchte. Kurz nach der Veröffentlichung kam es zu einer Vielzahl von Nachdrucken, die ohne Absprache und ohne Honorierung des Autors hergestellt und vertrieben wurden. Zur berühmtesten Ausgabe des Werther wurde nicht das Original, sondern der Raubdruck des Verlegers Christian Friedrich Himgurg, der das Werk mit Vignetten des damals in Mode gewesenen Malers Daniel Chodowiecki vermarktete.

Goethe hatte demnach kein Schutzrecht auf seiner Seite, dass ihm als Autor die Möglichkeit gab, als Einziger über sein Werk, und vor allem über den Nachdruck seines Werkes, zu bestimmen. Eines der wesentlichsten Schutzrechte, das Urheberrecht, war zu diesem Zeitpunkt noch nicht existent. Es gab zwar bereits Bestrebungen von Autoren den Nachdruck ihrer Werke zu untersagen, jedoch noch keine gesetzlichen Regelungen. Johann Gottlieb Fichte schrieb etwa in seinem 1791 erschienen Aufsatz „Beweis der Unrechtmäßigkeit des Büchernachdrucks“, dass es *„nicht billig (sei), dass der Mann, welcher Jahre lang Fleiss, Mühe und Kosten aufwendete, durch die erste Bekanntmachung des Resultats [...] um alle Frucht seiner Arbeit gebracht werde“*, es dauerte aber bis in die Mitte des 19. Jahrhunderts hinein, bis erste gesetzliche Regelungen geschaffen wurden, um den Nachdruck von Werken zu verbieten.

Neben den Werken der Literatur gibt es aber auch Werke anderer Kunstformen, wie etwa den bildenden Künsten oder der Musik. Auch diese Werke können nachgemacht, verfälscht oder in anderer Weise ausgebeutet werden. Im Laufe der Zeit entstand so ein gesetzlicher Schutz für alle von Urhebern geschaffenen Werke. Neben künstlerischen Werken gab es aber auch bereits seit längerem „Werke“ die rein gewerblichen Zwecken dienten. So wollte beispielsweise der Erfinder einer schnelleren Maschine zur Herstellung eines bestimmten Produktes nicht, dass auch seine Konkurrenten diese Maschine einfach nachbauen können und so kostenlos von seiner Erfindung profitieren können. Andererseits wollte auch der Unternehmer, der seine Waren mit einem bestimmten Zeichen versehen hat, um seinen Kunden zu zeigen, dass diese Waren aus seinem Hause kommen und damit über eine gewisse Qualität verfügen, nicht sehen, dass ein anderer dieses Zeichen, seine Marke, verwendet und so den Ruf des Unternehmers ausbeutet.

Es wurden daher verschiedene Schutzrechte geschaffen, die auch international auf einander abgestimmt wurden. Gerade mit der Zunahme des internationalen Handels wurde es notwendig festzulegen, was international als Schutzrecht anerkannt wird. Mit Blick auf das deutsche Recht haben sich so eine Vielzahl von Schutzrechten für das geistige Eigentum entwickelt, jedes abgestimmt auf ein bestimmtes Schutzbedürfnis (siehe Schema auf der nächsten Seite).

Dieses Schema zeigt nur die für das Thema dieser Publikation wichtigsten Schutzrechte im Bereich des Veranstaltungsrechts. Spezifische, sehr spezialisierte Schutzrechte, wie etwa der Sortenschutz oder der Halbleiterschutz, werden hier nicht weiter dargestellt. Ebenso werden Untergruppen zu den einzelnen Schutzrechten, wie etwa die Leistungsschutzrechte, hier nicht genauer erläutert.

Wie zu sehen ist, steht neben dem Schutz des geistigen Eigentums der Schutz des Wettbewerbs. Wettbewerbsrecht, geregelt primär im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, bietet ergänzenden Schutz für die „klassischen“ Schutzrechte.

Im Bereich des geistigen Eigentums gibt es ansonsten zwei wesentliche Gruppen, die registrierten – oder eingetragenen – Schutzrechte und die nicht registrierten Schutzrechte. Bei registrierten Schutzrechten ist die Voraussetzung zur Erlangung des gesetzlichen Schutzes, dass das Recht in ein entsprechendes amtliches Register eingetragen wird. Erst mit dieser Eintragung entfaltet das Schutzrecht, beispielsweise das Patent oder die Marke, seinen vollen gesetzlichen Schutz. Dieser Schutz erlischt auch dann, wenn das Schutzrecht aus dem Register gelöscht wird. Allen registrierten Schutzrechten ist damit gemein, dass ihr Schutz erst dann entsteht, wenn sie eingetragen wurden und endet, sobald sie gelöscht werden.

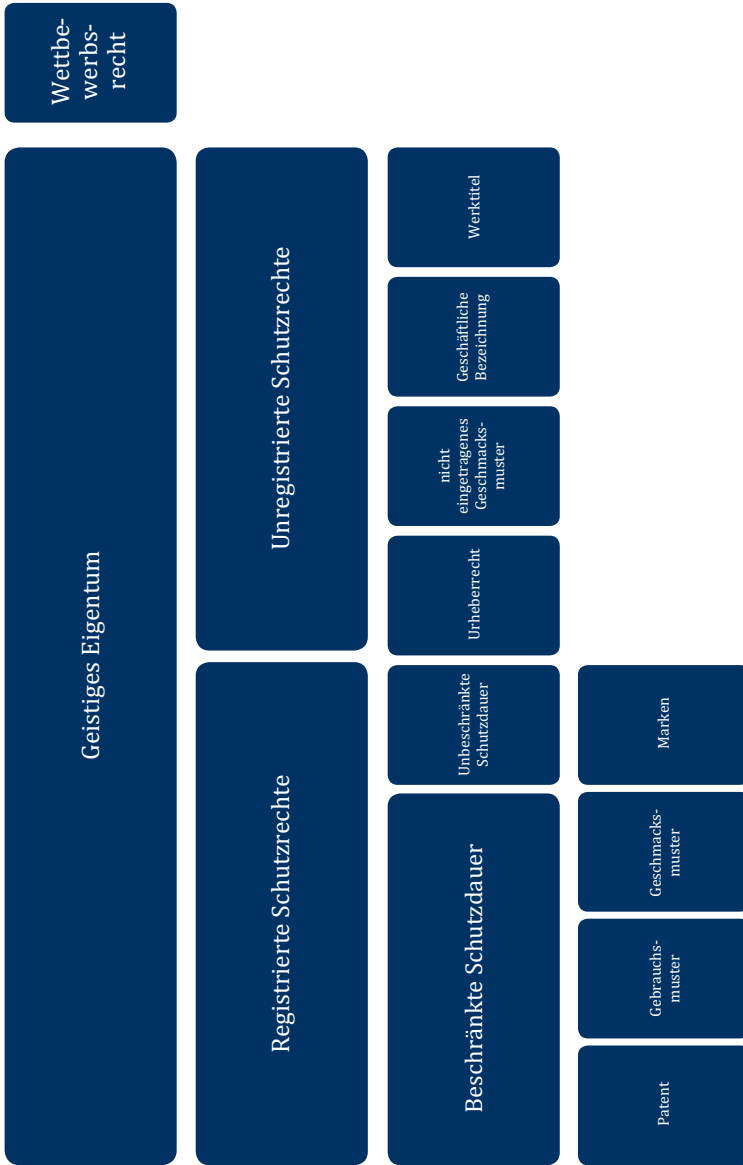


Abbildung 1: Schutzrechte im Bereich des Veranstaltungsrechts