

Research on Countermeasures of Disputes of Intellectual Property Rights at International Exhibitions—Taking Germany as an Example

Yuanyuan Li

School of Business, Xi'an University of Finance and Economics, Xi'an, Shaanxi, 710100, China

Abstract

Under the background of deepening economic globalization, the economic ties between Chinese enterprises and other countries in the world are closer and closer. As an important form of product exchange between enterprises in China and other countries, international exhibitions play an important role in promoting cultural exchanges and economic exchanges between countries. The protection of intellectual property rights at German exhibitions could be described as a model of intellectual property rights at international exhibitions. Based on the general theory of intellectual property rights and the plight of the protection of new era intellectual property rights at international exhibitions, sorting out the legal measures of the protection of German intellectual property rights at international exhibitions has significant value to resolving the dispute of intellectual property rights of Chinese enterprises at international exhibitions.

Keywords

International exhibition; protection of intellectual property rights; German exhibition; prevention and protection

国际展会知识产权纠纷应对策略研究——以德国展会为例

李远远

西安财经大学商学院，中国·陕西 西安 710100

摘要

在经济全球化不断深入的背景之下，中国企业与世界各国的经济联系也日益紧密。而国际展会作为中国和其他国家企业产品交流的一种重要形式，其在促进国家之间的文化交流、经济交流等方面发挥着不可低估的作用。德国展会上的知识产权保护可谓国际展会知识产权保护之典范，立足于国际展会知识产权的一般理论和新时期国际展会知识产权保护的困境，对德国保护国际展会知识产权的法律措施进行梳理，对于当前中国企业化解国际展会知识产权纠纷具有重大的参考意义。

关键词

国际展会；知识产权保护；德国展会；预防与保护

1 引言

近年来，中国企业中参加国际展会的企业逐渐增多，特别是法国、德国等国家举办的国际展会，深得中国企业之欢迎，其通过在展会上向其他国家的企业展示中国本土企业生产的产品，为中国企业带来了价值不菲的订单。但与此同时，由于国际知识产权保护机制的不健全，使得中国企业在国际展会上深陷知识产权纠纷之泥潭：2005年迪拜国际展会上，中国灯具企业所展出的样品被大量扣押，其所精心布置的展台也被撤销；2007年德国通信与信息技术展会上，中国通信企业的展品也被悉数扣押，并被要求撤离国际展会；2010年，在德国慕尼黑工程机械展会上，中国企业更

是因为其所展出的工程机械产品涉嫌知识产权侵权问题，被当地法院颁布临时禁令，禁止中国企业的产品在当地展出。这一系列知识产权纠纷事件充分说明，国际知识产权保护机制的缺陷，已成为阻碍中国企业实施国际化发展战略的一项重要因素。

2 研究缘起：国际展会知识产权的一般理论

知识产权的权利属性较为复杂，按照当前学术界的观点，知识产权虽具有私权属性，但其存在着公权化的倾向。从当前国际公约的规定来看，国际展会知识产权已经作为一种独立的权利形式出现在知识产权的体系之中，而作为知识产权的一种类型，国际展会知识产权在设定之时，其权利属性如何，直接决定了其对于一个国家知识产权保护体系的影响程度。而要考量国际展会知识产权的权利属性，需要从国际展会与知识产权的基本理论谈起。

【作者简介】李远远（1969-），女，中国陕西西安人，硕士，讲师，从事经济全球化、跨文化管理与沟通研究。

国际展会全名为国际展览会，1928年11月22日，《国际展览会公约》（Convention Relating to International Exhibition）在巴黎正式签署，其中第一条就明确提出了国际展览会的概念，即当有一个以上的国家参加之时，该展览会就是国际性展览会，国际性展览会的参加者不仅仅包括各个国家官方所组织的参展者，也包括非官方组织的其他国家参展者。但该公约将以下三种形式的展览会排除在了国际展览会之外：一是展期不超过3个星期的展览会；二是美术展览会；三是商业性质的展览会。就这是国际公约中对于国际展会概念最早的描述，国际展览会发展到今天，已经出现了多种类型，以展会的内容来划分，大致可以分为贸易类的国际展会和非贸易类的国际展会两种类型，其中以贸易类的国际展会居多，而正是因为贸易类的国际展开日益增多，才导致了国际展会中的知识产权问题频发。

目前，中国学术界普遍较为认同的观点乃是吴汉东教授对于知识产权概念的界定，“知识产权（Intellectual Property）”是人们对于自己的智力活动创造的成果和经营管理活动中的标记、信誉依法享有的权利^[1]。但关于“知识产权”的起源，当前中国和其他国家的学术界主要存在着两种不同的说法，一种观点认为，“知识产权”的概念最早是由法国学者卡普佐夫（Carpzov）在17世纪中叶所提出来的，卡普佐夫认为，知识活动领域的权利都可以称之为知识产权。另外一种观点认为，“知识产权”起源于德国，德语中“Gestiges Eigentum”就是“知识产权”一词的最早起源^[2]。但无论“知识产权”的说法究竟起源于何时，但可以肯定的是，正是知识产权概念的产生，为国际展会知识产权的出现创造了条件。第一次工业革命结束之后，其取得了令世界瞩目的成就。与此同时，因为工业产权保护制度的不健全，使得一些国家的参展商在各类国际展会之时的合法权益得不到救济，有的国家为此提出了保护工业产权的建议。1883年，《巴黎公约》问世，其中明确提出了对国际展会中的发明、实用新型、工业品、外观设计、商标等权利予以保护，这可以说是国际上关于国际展会知识产权进行保护的最早公约，也成为当前国际展会知识产权纠纷解决的主要依据，但其中缺乏关于著作权的保护。1886年9月，《伯尔尼公约》生效，该公约的主要目的在于保护国际著作权，其在很大程度上弥补了《巴黎公约》中对国际展会知识产权保护所存在的不足^[3]。1928年，在法国政府的积极倡议之下，31个国家的代表在巴黎签订了《国际展览公约》，其中第6条规定：参加该公约的缔约国政府，在举办国际展会之时，必须向国际展览局（BEI）提交知识产权保护以及与世博会相关的规范性法律文件。这是国际上第一部专门化的国际展会知识产权保护法律，它的提出标志着国际知识产权保护制度走上了规范化之路。随后不久，国际展览局出台了《关于使用国际展览局局旗的规定》，其中提出了对世博会标志进行保护。由此，国际展会知识产权保护的国际法律开始日趋成熟。

3 多元化特征：新时期国际展会知识产权保护的困境

进入21世纪，国际展会知识产权保护呈现出多元化的特征，而这直接增加了世界各国进行展会知识产权保护的难度。而从根源上来看，国际展会知识产权保护所呈现出的多元化特征，与国际展会知识产权类型不断多元化密切相关。

整体来看，当前国际公约所保护的国际展会知识产权类型主要有以下四种：一是国际展会展品。国际展会展品的知识产权保护可以说是国际展会知识产权保护中最为重要的类型，所谓展品，指的就是各国参展商在参加国际展览会之时所演示或展出的产品，目前国际展会展品知识产权保护的权利类型主要包括专利权、著作权、商标权三种^[4]。二是国际展会品牌。展会品牌是国际展会整体信息的浓缩，其对于人们消费行为的选择将产生直接的影响。但并不是所有的展会品牌都受国际公约的保护，只有具备独创性或显著性的展会品牌才属于国际展会知识产权保护的范围。具体来看，国际展会品牌知识产权的保护主要包括了商标权保护、著作权保护、反不正当竞争保护、企业名称权保护等四个方面的内容。三是国际展会标志。与国际展会品牌不同，国际展会标志是一种特殊的符号，其能对公众传达出一种可识别的信息，并引起公众的信任。国际展会标志知识产权的客体包括会旗、主题词、口号、吉祥物、会歌、会徽等等。国际展会标志知识产权的保护主要包括了对展会标志著作权、商标权、反不正当竞争、确立展会标志权等几个方面的内容。四是国际展会网页、域名。在开展国际展会之时，各个展商对知名的展会域名往往会展开激烈的争夺，有的展商甚至使用与知名域名十分相似的域名，以达到吸引公众眼球之目的。例如，在2010年世博会之时，有的展商就使用了“2010expochina.com”作为域名，其与世博会的主域名极其相似，只是字符排序稍有差异。为此，当前在国际展会之中，展商的网页或域名也受到相应的保护，其主要保护的权利类型为著作权、反不正当竞争。

由此可以看出，当前国际展会知识产权所保护的权利类型是十分多样的，而正是如此，使得当前国际展会知识产权保护面临一系列困境：

一是国际展会知识产权侵权纠纷多元化。当前国际公约中规定了多项知识产权权利类型。一方面，这为世界各国保护本国参展商在国际展会中的合法权利提供了依据；另一方面，其也是侵权纠纷产生的重要因素，正所谓“正是有了法律依据，人们才逐渐意识到自己的合法权益，进而产生了与他人进行权益交涉的愿望^[5]。”每逢国际展会之时，来自世界各国的参展商出现在展会上，并由此带来了大量的参展产品，由于这些参展作品来自世界不同的国家或地区，其对于知识产权的规定不尽相同，有些国家甚至存在着相反的规定，因此，其集中出现在国家展会上之时，可能侵犯多个参展商的合法权益，使得知识产权纠纷呈现出多元化的趋势。

二是国际展会知识产权执法面临困境。虽然当前国际公约中规定的国际展会知识产权保护类型较为全面，但在具体执行中却面临诸多困境。当前国际展会知识产权纠纷主要集中于贸易类展会之中，但该类展会的举办期限一般是在3~5天，而且很多是在周末，在如此短的时间内，即便发现知识产权纠纷，也难以采取相对有效的处理措施，因为国际知识产权纠纷的处理要经过证据采信、侵权认定等环节，其需要一定的时间，而要在3~5天就完成相应的环节，在实际操作中往往难以实现。不仅如此，国际展会知识产权涉及的法律十分烦琐，不仅涉及国际法，还涉及各个国家的国内法，需要律师不仅仅要精通知识产权法律，还必须掌握各国语言，这样的律师实在是十分罕见。因此，权利人难以寻求到专业律师的帮助，直接加大了其维护自身合法权益的难度。

三是国际展会展品的前沿性与先进性，也直接影响着国际展会知识产权的保护。当前科技发展一日千里，而在国际展会上所展出的展品大多是最新的技术研究成果，如当前我们使用较多的无线电通信设备、GPS定位系统、可视电话等等曾经都在国际展览会上展出。参展商通过在国际展会上展览的形式，实现其产品在全球的快速传播。但正是因为其产品技术具有前沿性和先进性，使得在发生知识产权纠纷之时，需要更专业的人才来对其侵权行为进行认定，这无疑也加大了国际展会知识产权侵权纠纷处理的难度。

4 德国展会：国际知识产权保护的实践典型

德国展会是世界较为知名的国际展会之一，正是其拥有较高的知名度，许多重要的展览会都在德国举办，如汉诺威国际工业博览会、纽伦堡国际玩具展、汉诺威国际信息及通信技术博览会（CeBIT）等，全球有近70%左右的国际展会都是在德国召开，由此可见德国展会号召力之强大。德国展会每年都吸引了大量的全球参展商，其为全球经济、文化的交流搭建了良好之平台。为了保护来自世界各国参展商合法的权益，德国展会主要采取了以下三种方式保护其知识产权。

4.1 民事执法手段

德国展会为了保护各参展商的合法权益，主要采取了三种民事执法手段保护国际展会知识产权。

一是警告信。在德国展会举办过程中，如果参展商意识到其他参展商的展品侵犯了其合法的知识产权，其可以通过发“警告信”的形式要求对方立即停止侵权行为^[6]。这可以说是德国为了化解国际展会中知识产权纠纷处理时限不足而做出的尝试，虽然“警告信”没有强制执行的效力，但其为国际展会参展商就知识产权纠纷问题进行协商提供了途径。如果侵权人对于“警告信”不做出回应，当事人可以向德国当地法院申请临时禁令，以保障自身保护的知识产权权益。

二是诉前禁令救济。在德国法律制度体系中，主张知

识产权的一方还可以通过申请诉前禁令的形式，实现对自身合法知识产权的救济。对于德国展会的参展商而言，诉前禁令与“警告信”一样，也是在发生国际知识产权纠纷之时，可以实现快速保护其合法知识产权权益的方式，避免展会举办期限对其知识产权权利救济带来的不利影响。这种知识产权权利救济方式主要是要求对方停止权利侵害，同时法院还可以要求侵权一方承担一定的信息披露义务，以证明其展品是否侵犯他人知识产权。在此种权利救济方式之下，法院通常会利用查封、扣押展品的方式让侵权一方停止侵权。从操作方式上来看，诉前禁令的操作方式相对较为简单，是当前德国展会中参展商维护自身知识产权权益最为重要的方式之一。

三是民事诉讼。如果参展商的知识产权权利不能通过“警告信”或“诉前禁令”的方式得到救济，其还可以通过提起民事诉讼的方式来维护其合法权益^[7]。在德国展会举办期间，展台乃是其他国家的企业在德国的营业场所，按照德国的法律，知识产权侵权可以向法人营业地的法院提起诉讼。这就意味着在德国展会上的知识产权纠纷诉讼，不需要将起诉书翻译成对方国家的母语，也不需要花费很长的时间进行送到，这在很大程度上节省了国际展会知识产权诉讼的时间成本和费用成本。但与“警告信”与“诉前禁令”相比，采用民事诉讼的方式保护国际展会知识产权的时间相对较长，在诉讼程序进行期间，参展商仍然可以继续展出其作品，只有在法院的判决生效之后，被告一方的展品才会被扣押，并不能再进入德国展会。由此可以看出，民事诉讼程序是德国展会知识产权保护最后的屏障。

4.2 行政执法措施

除了民事执法措施以外，德国展会的参展商还可以通过寻求行政机关的帮助，来维护自身的权利。为了有效防止侵犯专利权、著作权、商标权的产品进口，欧盟制定了边境查封的协调指令，依据该指令，德国制定了较为严格的边境查封规定，而这正是德国展会举办期间，保护知识产权的重要法律依据之一。在德国展会举办过程中，拥有相关执法权的部门主要是德国海关，因此，参展商可以在海关的帮助之下，来追究侵犯其知识权利当事人的责任。具体操作方式上，参展商可以向德国海关部门提供一份关于边境查封的申请书，其中列明侵犯知识产权的展品知识产权概况以及展品的产品特征。收到该申请书之后，海关官员不仅仅可以在展会上对相关的展品进行检查，还可以在展品进入德国境内之时，就对其进行检查。如果海关官员有合理理由认为进口展品存在侵犯知识产权权利的可能，其可以直接扣押展品，并要求相关当事人提供知识产权权属证明，如果当事人不能提供相应的知识产权权属证明，或者在10个工作日内没有对扣押的展品提出异议，那么海关官员可以直接查封并销毁展品。如果当事人或其委托人提出了知识产权权属异议，并提供了相应的证明，那么提出边境查封申请书的一方就需要采

取进一步的行动，即向法院申请诉前禁令或提出民事诉讼程序。由此可以看出，行政执法措施的主要目的在于保障国际展会知识产权诉前的合法权利，避免其权利侵犯被扩大化。

4.3 刑事执法措施

为了保护参展商国际展会知识产权的权益，德国在法律制度中还通过刑事法律的形式对严重的侵权行为进行规制，依据德国法律，在知识产权中故意侵犯他人合法权益的，可以判处3~5年有期徒刑。从德国整个国际展会知识产权保护的法律来看，刑事执法措施是在实践中运用相对较少的知识产权保护手段。通常而言，刑事执法措施主要适用于德国展会举办期间的专利侵权，因为相对而言，专利侵权所带来的后果比其他类型的侵权形式要严重得多，其给参展商所带来的损失也相对较大，因此德国知识产权法律将其作为重点保护对象。而如果参展商要启动刑事诉讼程序，要求当事人必须向德国展会当地的检察院提供刑事举报书，证明其展品在专利上已经被认定为“必要专利”，其他未经许可而使用该专利的参展商都是专利侵权人。在收到刑事举报书之后，检察院通常会通知主管德国展会的海关部门，与海关人员一起对展品展开调查，一旦发现有专利侵权的行为，检察院可以要求海关执法人员对展品或相关的资料予以扣押，并处以一定数额的罚款。但从刑事执法措施的具体操作过程来看，刑事执法程序中并不会对是否构成专利侵权进行实质认定，这可以说是当前德国国际展会知识产权保护法律中的不足之处，有些参展商故意利用此点法律漏洞，对其他参展商进行打击，其权利滥用行为有可能直接损害其他参展商的知识产权权益。

5 预防与保护并重：德国展会对中国化解国际知识产权纠纷的启示

从前面的论述可知，当前德国形成了相对完善的国际展会知识产权保护法律体系，这可以说是德国展会之所以能够如此成功的重要原因。而对于中国企业而言，德国展会既是机遇，同时也是挑战，要求中国企业熟知德国国际展会知识产权保护法律，如此才能避免知识产权纠纷，顺利实现其产品“走出去”的战略。但近年来，中国企业在德国展会上的知识产权纠纷事件有增加之趋势，自2009年在德国汉诺威信息及通讯技术博览会等重要展会上设立展会知识产权纠纷调解服务站开始，截至2013年年底，服务站在德国展会上共调解知识产权侵权纠纷301件，其中因为刑事举报而发生知识产权纠纷的案件比例最高，达到了55%；因为民事警告信而发生知识产权纠纷的案件比例为25%，因为临时禁令而发生知识产权纠纷的案件比例为12%，最终进入民事诉讼程序的案件仅为8%，没有案件进入刑事诉讼程序。虽然发生了如此多的知识产权纠纷案件，但最终被认定为中国企业侵权的案件仅为半数，由此可见，很多其他国家的参展商利用德国的知识产权法律，与中国展开了贸易竞争。这

也充分反映出在德国展会举办过程中，针对德国展会的各种知识产权执法措施，当前中国企业的应对策略有不当之处。更为重要的是，德国展会上的知识产权执法措施具有一定的延续性，这不仅仅让参展的中国企业直接损失了商业机会，还直接影响着其在德国乃至欧盟范围内的经营。基于此，中国企业需要采取正确的策略应对德国展会知识产权纠纷。具体来看，中国企业在德国展会期间，其化解国际知识产权纠纷的核心思路是预防与保护并重，而要达到此目标，需要采取三个方面的策略。

5.1 积极咨询，了解德国展会知识产权法律

中国企业之所以在德国展会中遭遇如此多的知识产权纠纷，其中一个重要原因就是德国知识产权法律不了解。基于此，要预防发生知识产权纠纷，中国企业需要积极了解与德国展会相关的知识产权法律。中国企业在准备参加德国展会之前，应至少在6个星期之前，决定参展产品的目录。确定参展产品目录之后，中国企业应就产品是否会侵犯德国知识产权法律展开积极的咨询。企业可以依据展品的性质、类型对德国知识产权法律展开检索，判断其是否违反德国知识产权法律中关于著作权、专利权、商标权等法律的规定。这里值得注意的是，知识产权法律检索是一项相对较为专业的事项，中国企业虽然在本国范围内就可以完成对相关法律的检索，但其与德国本土专业人士相比，其专业性远远不足。基于此，中国企业可以寻求德国知识产权法律专业人士的帮助，积极咨询德国知识产权法律方面的知识，以判断其参展产品是否会侵权。与此同时，在这个过程中，中国企业还可以对竞争对手企业的产品进行检索，以准确分析其产品的性质与属性，分析其可能涉及的知识产权事项，做好应对知识产权纠纷的准备。

5.2 注册国际商标，展开侵权预防

对于中国企业而言，进入德国展会只是其进入德国市场和欧盟市场的第一步，要实现在德国、欧盟长期经营的目标，中国企业可以尝试注册国际商标。而在德国和欧盟注册商标，也是预防其他国家企业在德国展会期间侵犯中国企业知识产权的重要方式。近年来，其他国家的企业利用抢注商标的形式，屡屡侵犯中国企业知识产权的事件时有发生，其中最为著名的案件就是西门子在德国抢注“HiSense”商标。在海信参加德国科隆家电展览会期间，西门子向德国当地的法院提起知识产权之诉，状告海信侵犯其商标权。虽然海信在国内的注册商标人尽皆知，但其并没有在德国或欧盟注册“HiSense”商标^[8]。无奈之下，海信欲与西门子和解，但西门子提出了高达4000万欧元的赔偿要求，而其在德国注册“HiSense”商标的费用仅为几百美元。如此海信事先在德国或欧盟注册“HiSense”商标，就不会有此次知识产权纠纷。这充分说明，中国企业在参加德国展会之前，可以事先在德国或欧盟注册商标，如此可以得到德国和欧盟知识产权法律的保护，在一定程度上也可以减少其他国家的企业利

用德国知识产权法侵犯中国企业知识产权权利的机会。

除了注册商标之外,中国企业还可以利用“保护信”展开知识产权侵权预防。从前面的论述可知,在德国展会期间,参展商可以利用诉求禁令的形式保护自身合法的权益,但如果此项措施没有相应的限制,无疑会造成此项措施的滥用^[9]。基于此,在德国知识产权纠纷处理实践中,还形成了一种被称之为“保护信”的做法,如果参展企业意识到其他参展商申请诉前禁令的行为可能是针对自己企业的产品,而自己又有足够的证据证明自身企业所生产的产品不构成侵权行为的,其可以向德国展会当地的法院提交保护信,并将保护信的副本交给德国展会当地的海关和检察院。经过提交保护信之后,在其他国家的企业对中国企业提出诉求禁令之时,相关的机构并不会仅仅依据其他国家的企业的申请就对中国企业采取执法措施,而是会展开一定的调查。在此种情形之下,中国企业就为自身知识产权的保护争取到了平等对话的机会,可以有效避免其在德国展会中的一系列参展活动不被恶意打断。

5.3 积极反制,维护自身合法权益

一旦在参加德国之时,遭遇到了相应的知识产权执法措施,中国企业需要积极反制,以维护自身的合法权益。一是在进入德国展会之前,中国企业需要带齐与企业和企业产品密切相关的资料,如企业的营业执照、产品的专利证明材料等等,特别是对于安全性能较高的产品,其必须带齐符合欧洲产品标准要求的证明材料,以在发生知识产权纠纷之时,中国企业有针对性地提供各种证明材料。二是在遭遇执法措施之时,不要盲目抗拒,而是应依据不同的执法措施采取不同的应对方案。中国企业如果遭遇知识产权执法,其在态度上应予以积极配合,不能暴力抗拒,否则将导致事态的恶化,进而不利于纠纷的解决^[10]。在接到“警告信”之时,如果被警告的企业有足够的证据证明其并不存在知识产权方面的侵权行为,可以直接提出反警告,并向海关或法院提出保护的申请,以避免对方在发出“警告信”之后,迅速提交临时禁令。反警告信可以给企业自身预留一定的准备时间,德国海关或法院在收到反警告信之后,不会依据当事人

的一方陈述而做出临时禁令的决定。如果中国企业意识到其产品确实侵权,可以签署警告信,并就侵权产品的标的值与相关企业展开协商,尽最大可能降低侵权产品的标的,如此可以节省一大笔律师费用。针对海关扣押,如果中国企业认为其产品没有违反德国的知识产权法律,应积极提出异议,并提交不同意销毁侵权产品的书面申请。针对诉前禁令,中国企业可以委托律师前往相关的法院,就诉前禁令提出相应的异议,可以向法院提供相应的证明材料,证明其产品并没有侵犯知识产权。或者可以就诉前禁令的产品范围过广,也可以提出相应的异议。通过此种反制措施之后,当地法院必须组织开庭,在法庭上,中国企业就可以主动争取自身的合法权益。

参考文献

- [1] 吴汉东.知识产权法[M].北京:中国政法大学出版社,1999.
- [2] 李顺德.知识产权法律基础[M].北京:知识产权出版社,2005.
- [3] 陈新亮.伯尔尼公约述略[J].现代法学,1992(3):77-78.
- [4] 刘大可,王起静.会展活动概论[M].北京:清华大学出版社,2004.
- [5] 邱聪智.民法研究[M].北京:中国人民大学出版社,2002.
- [6] 杨斌.如何应对德国展会“知识产权”风暴[J].中国会展,2006(12):40-41.
- [7] 苑书涛,谢雪凯.论德国民法中的积极侵害债权[J].江西社会科学,2011(5):151.
- [8] Verwaltungsorganisationsrecht. Verlag de Gruyter, in: Erichsen/Ehlers (Hrsg.), Allgemeines Verwaltungsrecht, Berlin 12. Aufl. (76 Seiten); 13. Aufl. 2006 (72 Seiten); 14. Aufl. 2010 (75 Seiten). Besprochen von Kluth (NWVBl. 2004, S. 488); 15. Aufl. 2016 (68 Seiten).
- [9] Kommunalrecht NRW in: Dietlein/Burgi/Hellermann, Öffentliches Recht in Nordrhein-Westfalen, Verlag C. H. Beck, München 2006 (146 Seiten); 2. Aufl. 2007 (149 Seiten); 3. Aufl. 2009 (157 Seiten); 4. Aufl. 2011 (159 Seiten); 5. Aufl. 2013 (160 Seiten).
- [10] Kommunalrecht. Reihe “Grundrisse des Rechts”, Verlag C.H. Beck, München 2006 (323 Seiten); 2. Auflage 2008 (321 Seiten); 3. Auflage 2010 (307 Seiten); 4. Auflage 2012 (325 Seiten); 5. Auflage 2015 (329 Seiten).