

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der abgedruckten Bestimmungen	XV
Abkürzungsverzeichnis	XVII
Literaturverzeichnis	XXXI
Gesetzestexte: UWG, ZugabeVO, RabattG	1ff
Richtlinie des Rates der EG	16ff

Teil I

Allgemeine Grundlagen des Wettbewerbsrechts

1. Kapitel. Wesen des wirtschaftlichen Wettbewerbs	21
I. Allgemeine Bedeutung	22
II. Wirtschaftlicher Wettbewerb	22
III. Wettbewerbsfreiheit	35
2. Kapitel. Wettbewerb und Wirtschaftsordnung	37
I. Grundformen	38
II. Entwicklung	39
III. Verfassungsrechtliche Grundlagen	42
IV. Gegenwärtige Wirtschaftsordnung	54
3. Kapitel. Wesen des Wettbewerbsrechts	57
I. Schutz des Wettbewerbs	57
II. Recht gegen unlauteren Wettbewerb	58
III. Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen	60
IV. Gesamtordnung	61
4. Kapitel. Gewerblicher Rechtsschutz	65
I. Begriff	66
II. Würdigung	66
III. Sonderrechtsschutz und Wettbewerbsrecht	68
5. Kapitel. Schutz des Unternehmens	69
I. Ausgangspunkt	71
II. Wesen des Unternehmens	71
III. Rechtsnatur	73
IV. Der eingerichtete und ausgeübte Gewerbebetrieb	75
V. Begrenzung des Schutzbereichs	77
VI. Erfassung des Unrechtsgehalts	80
VII. Eingriffe innerhalb des Wettbewerbs	81
VIII. Eingriffe außerhalb des Wettbewerbs	82
6. Kapitel. Schutz der Persönlichkeit	86

Teil II

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Einleitung	95
1. Kapitel. Geschichtliches und Quellen	95
I. Grundlinien	95
II. Ausland	96
III. Deutschland	101
IV. Quellen	103
V. Schutzorgane und Schutzverbände	104

Inhaltsverzeichnis

2. Kapitel. Schutzzweck	108
I. Bedeutung der Frage	109
II. Schutzsubjekt	109
III. Schutzobjekt	111
IV. Schutzgestaltung	114
V. Funktionswandel	115
VI. Verhältnis zum bürgerlich-rechtlichen Schutz	116
VII. Rechtsanwendung	118
3. Kapitel. Lauterer und unlauterer Wettbewerb	119
1. Abschnitt. Die Generalklausel der „guten Sitten“	122
I. Grundfragen	122
II. Ermächtigungsnorm	124
2. Abschnitt. Konkretisierung der Generalklausel	125
I. Funktionale Bestimmung	125
II. Geschützte Interessen	126
3. Abschnitt. Wertungsmaßstäbe	129
I. Grundauffassung	129
II. Außerrechtliche Maßstäbe	129
III. Innerrechtliche Maßstäbe	131
IV. Leistungs- und Nichtleistungswettbewerb	133
4. Abschnitt. Rechtliche Beurteilung	137
I. Gesamtbeurteilung	137
II. Inhaltliche Bestimmung	138
III. Unlauterkeitskriterien	140
IV. Subjektive Erfordernisse	146
V. Richtlinien	148
VI. Verschulden	152
VII. Klassifikation	153
VIII. Wettbewerbswidrige und wettbewerbsseigene Handlungen	155
IX. Rechtswidrigkeit	156
4. Kapitel. System	156
I. Bedeutung der Systematik	157
II. Einteilungssysteme	157
III. Übersicht	160
5. Kapitel. Geltungsbereich	161
1. Abschnitt. Internationales Privatrecht	161
I. Ausgangspunkt	161
II. Entwicklungsstufen	162
III. Kollisionsrechtliche Regeln	163
IV. Grundauffassung	165
2. Abschnitt. Internationales Verfahrensrecht	169
3. Abschnitt. Internationales Strafrecht und Ordnungswidrigkeitenrecht	172
4. Abschnitt. Zeitlicher Geltungsbereich	172
6. Kapitel. Einige Grundbegriffe	172
Vorbemerkung	173
I. Gewerbetreibende	173
II. Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art	174
III. Herstellen, Inverkehrbringen, Vertreiben	175
IV. Geschäftlicher Verkehr	176
V. Geschäftlicher Betrieb	178
VI. Wettbewerbshandlung	178
VII. Verkehrsauffassung	197
7. Kapitel. Rechtsschutz	198
1. Abschnitt. Rechtsgrundlagen	199
I. Wettbewerbsrechtlicher Abwehranspruch	200
II. Bürgerlich-rechtlicher Abwehranspruch	200

Inhaltsverzeichnis

2. Abschnitt. Unterlassungsanspruch	201
I. Überblick	202
II. Wiederholungsgefahr	204
III. Erstbegehungsgefahr	215
3. Abschnitt. Beseitigungs- und Widerrufsanspruch	217
I. Beseitigungsanspruch	217
II. Widerrufsanspruch	219
4. Abschnitt. Sachlegitimation und Prozeßführungsrecht	224
5. Abschnitt. Haftung der Presse	228
6. Abschnitt. Ersatzanspruch	232
I. Anspruchsbegründende Handlungen	232
II. Rechtswidrigkeit	235
III. Abwehr	238
IV. Verschulden	241
V. Haftungsumfang	245
VI. Sachlegitimation	252
VII. Haftung für Dritte	253
7. Abschnitt. Ansprüche auf Auskunft und Rechnungslegung	254
I. Auskunft	254
II. Rechnungslegung	258
III. Bemängelung von Auskunft und Rechnung	259
IV. Sonstige Fragen	260
8. Abschnitt. Der Herausgabeanspruch	260
I. Allgemeines	261
II. Geschäftsführungsanspruch	261
III. Bereicherungsanspruch	262
8. Kapitel. Rechtsmißbrauch	265
I. Unzulässige Rechtsausübung	266
II. Verwirkung	268
III. Einwand der „unclean hands“	279
9. Kapitel. Erkenntnisverfahren	281
I. Übersicht	281
II. Gerichtsbarkeit und Rechtsweg	281
III. Allgemeines Rechtsschutzinteresse	282
IV. Leistungsklage	284
V. Beweisfragen	290
VI. Sachurteil	292
VII. Feststellungsklage	300
VIII. Vergleich	303
IX. Erledigung der Hauptsache	304
X. Streitwert	305
10. Kapitel. Kostenregelung	309
I. Erstattungsanspruch	310
II. Abmahnung	312
III. Erledigung der Hauptsache	323
IV. Kostenfestsetzung	325
11. Kapitel. Zwangsvollstreckung	328
I. Unterlassungsurteile	328
II. Urteile auf Vornahme einer Handlung	336
III. Gemeinsames	337
12. Kapitel. Europäisches Gemeinschaftsrecht	338
I. Zielsetzung	338
II. Mittel der Rechtsangleichung	339
III. Verbot des Art 30 EWGV	340
IV. Vorabentscheidung des EuGH	344

Inhaltsverzeichnis

Kommentierung

Generalklausel § 1 UWG

Vorbemerkung	353
1. Kapitel. Kundenfang	354
1. Abschnitt. Täuschung	355
I. Wahrheitsgrundsatz	355
II. Arten der Täuschung	355
III. Irreführende Praktiken	357
IV. Tarnung von Werbemaßnahmen	363
2. Abschnitt. Nötigung	370
3. Abschnitt. Belästigung	372
I. Anreißern	372
II. Straßenwerbung	374
III. Weitere Werbeformen	376
IV. Zusendung unbestellter Waren	380
V. Hausbesuche	382
VI. Werbung im Todesfall	384
VII. Haustürgeschäfte	385
VIII. Geschmackloses Werben	386
4. Abschnitt. Verlockung	387
I. Wertreklame	387
II. Unentgeltliche Zuwendungen	392
III. Zugaben, Probegaben, Kopplungsgeschäfte und Vorspannangebote	402
5. Abschnitt. Aleatorische Anreize	413
I. Ausnutzung der Spiellust	414
II. Preisausschreiben, Gratisverlosungen, Gewinnspiele	417
III. Einzelfragen	425
IV. Progressive Kundenwerbung	427
6. Abschnitt. Gefühls- und Vertrauensausnutzung	428
7. Abschnitt. Ausnutzung der Unerfahrenheit	437
8. Abschnitt. Laienwerbung	439
2. Kapitel. Behinderung	442
Kennzeichnung	442
1. Abschnitt. Absatz-, Werbe-, Lizenz- und Bezugsbehinderung	445
I. Absatzbehinderung	445
II. Werbebehinderung	450
III. Bezugsbehinderung	453
2. Abschnitt. Betriebsstörung	454
3. Abschnitt. Preisunterbietung	459
I. Freie Preisbestimmung	459
II. Grundlinien	460
III. Verdrängungs- oder Vernichtungsunterbietung	461
IV. Unlautere Begleitumstände	465
4. Abschnitt. Boykott	469
I. Wesen	469
II. Rechtsgrundlagen für den wettbewerblichen Bereich	471
III. Rechtliche Beurteilung	472
IV. Abwehrboykott	475
V. Außerwettbewerblicher Bereich	476
VI. Ausländisches Recht	477
5. Abschnitt. Diskriminierung	478
I. Grundfragen	479
II. Eigenunterbietung	479
III. Kundenwahl	480
IV. Liefer- und Bezugssperren	482
V. Aufnahmewang	483
6. Abschnitt. Geschäftsehrverletzung und Anschwärzung	484

Inhaltsverzeichnis

7. Abschnitt. Vergleichende Werbung	489
I. Allgemeine Kennzeichnung	490
II. Kritisierende vergleichende Werbung	492
III. Allgemeine Schranken für Werbevergleiche jeder Art	514
Anhang: Öffentliche Warentests	520
IV. Persönlich vergleichende Werbung	531
3. Kapitel. Ausbeutung	534
1. Abschnitt. Nachahmen fremder Leistung	534
I. Grundlinien	535
II. Vermeidbare Herkunftstäuschung	541
III. Weitere Unlauterkeitskriterien	554
IV. Nachahmen von Kennzeichnungen	557
V. Sonderfälle	560
2. Abschnitt. Unmittelbare Übernahme fremder Leistung	562
I. Kennzeichnung	562
II. Unmittelbare Aneignung	563
III. Identisches Nachmachen	567
IV. Modeschöpfungen	569
V. Computerprogramme	571
3. Abschnitt. Ausnutzung fremder Werbung	571
I. Rechtliche Beurteilung	572
II. Richtlinien	572
III. Einzelfälle	575
4. Abschnitt. Ausbeuten fremden Rufs	578
I. Wesen und Erscheinungsformen	578
II. Rufausbeutung durch Herkunftstäuschung	579
III. Rufausbeutung zur Empfehlung der eigenen Ware	580
IV. Sonstige Anlehnungstatbestände	588
Anhang: Verhältnis des wettbewerbsrechtlichen Schutzes zum Sonderrechtsschutz	589
I. Patent- und Musterrecht	589
II. Urheberrecht	591
III. Leistungsschutzrechte	593
5. Abschnitt. Ausspannen	594
I. Kennzeichnung	594
II. Ausspannen von Beschäftigten	595
III. Ausspannen von Kunden	601
4. Kapitel. Rechtsbruch	604
1. Abschnitt. Verletzung außervertraglicher Bindungen	605
I. Gesetzliche Bindungen	606
II. Wertbezogene Normen	608
III. Wertneutrale Vorschriften	612
IV. Einzelbereiche	622
V. Berufs- und Standesordnungen	624
VI. Regeln	631
2. Abschnitt. Verletzung vertraglicher Bindungen	632
I. Ausgangspunkt	632
II. Beteiligung an fremdem Vertragsbruch	633
III. Mißachtung vertraglicher Bindungssysteme	638
IV. Verletzung vertikaler Preisbindungen	638
V. Verletzung von Vertriebsbindungen	665
VI. Vertrauensbruch	680
VII. Vertragliche Wettbewerbs- und Werbeverbote	681
5. Kapitel. Marktstörung	684
1. Abschnitt. Rechtliche Ausgangspunkte	685
I. Kennzeichnung	685
II. GWB-Recht	687
2. Abschnitt. Fallgruppen der Marktstörung	693
I. Massenverteilung von Originalware	693
II. Umsonstlieferung von Presseerzeugnissen	694

Inhaltsverzeichnis

III. Preiskampfmethoden	700
IV. Ausbeutungsmißbrauch	704
Anhang: Aus dem Wirtschaftsstrafgesetz	706
6. Kapitel. Wettbewerb innerhalb der Marktstufen	706
I. Kennzeichnung	707
II. Tarnung von Direktgeschäften	710
III. Absatzmarkt	712
IV. Beschaffungsmarkt	715
V. Sicherung des Leistungswettbewerbs	719
1. Beispieleskatalog des BMW	719
2. Gemeinsame Erklärung von Spitzenorganisationen der gewerblichen Wirtschaft	720
3. Wettbewerbsregeln des Markenverbandes	722
7. Kapitel. Rechtsfolgen	723
Anhang zu § 1 UWG: Wettbewerb der öffentlichen Hand	725
I. Wirtschaftliche Betätigung	726
II. Rechtswegabgrenzung	728
III. Stellung im Wettbewerb	733
Waren und gewerbliche Leistungen, § 2 UWG	741
Unerlaubte Werbung vor §§ 3–8 UWG	741
Irreführende Werbung § 3 UWG	749
I. Allgemeines	754
II. Anwendungsbereich	755
III. Angaben	757
IV. Irreführende Angaben	761
V. Eignung zur Irreführung	791
VI. Interessenabwägung	796
VII. Beweisfragen	803
VIII. Irreführung über die geschäftlichen Verhältnisse	809
IX. Irreführung über die Beschaffenheit	810
X. Irreführung über die geographische Herkunft	833
XI. Irreführung über die betriebliche Herkunft	861
XII. Irreführung über die Herstellungsart	865
XIII. Irreführung über die Preisbemessung	867
XIV. Irreführung über Bezugsart und Bezugsquelle	891
XV. Irreführung über den Besitz von Auszeichnungen	899
XVI. Irreführung über Verkaufsanlaß und Verkaufszweck	900
XVII. Irreführung über Vorratsmenge oder Lieferbarkeit	901
XVIII. Irreführung über den Betrieb	904
XIX. Irreführung über Betriebsinhaber und Betriebsmitglieder	927
XX. Irreführung über andere Tatbestände	933
XXI. Zivilrechtlicher Schutz	937
Anhang zu § 3 UWG	939
1. Abschnitt. Sondergesetzliche Regelungen	940
I. Heilmittelwerbegesetz	940
II. Auszug aus dem Arzneimittelgesetz	946
III. Auszug aus dem Lebensmittel- und Bedarfsgegenständengesetz	948
IV. Zum Weingesetz	957
2. Abschnitt. Nebengesetze	960
V. VO über Preisangaben	960
VI. Ladenschlußgesetz	968
3. Abschnitt. Werberichtlinien	975
VII. Internationale Verhaltensregeln für die Werbepaxis	975
VIII. Richtlinien des ZAW	982
IX. Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft	989
Strafbare Werbung, § 4 UWG	1002
Gattungsbezeichnungen, Bildwerbung, § 5 UWG	1009
Besondere Werbe- und Vertriebsmethoden, §§ 6, 6a–6e UWG	1011
Konkurswarenverkauf, § 6 UWG	1011
Hersteller- und Großhändlerwerbung, § 6a UWG	1013
Kaufscheinhandel, § 6b UWG	1022

Inhaltsverzeichnis

Progressive Kundenwerbung, § 6c UWG	1030
Werbung mit mengenmäßig beschränkter Abgabe, § 6d UWG	1034
Werbung mit Preisgegenüberstellungen, § 6e UWG	1041
Sonderveranstaltungen, § 7 UWG	1053
Räumungsverkauf, § 8 UWG	1081
Schmierer	
Übersicht	1096
Bestechung von Angestellten, § 12 UWG	1097
Zivilansprüche aus §§ 1, 3, 4, 6 bis 6e, 7, 8, 12 UWG	
§ 13 UWG	1109
Rücktrittsrecht des Abnehmers, § 13a UWG	1139
Geschäftsehrverletzung, §§ 14, 15 UWG	
Vorbemerkung	1147
Anschwärtzung, § 14 UWG	1160
Geschäftliche Verleumdung, § 15 UWG	1176
Schutz der geschäftlichen Bezeichnungen	
Übersicht	1178
§ 16 UWG	1185
Ausspähung und Verrat, §§ 17–20a UWG	
Übersicht	1251
Geheimnisverrat, § 17 UWG	1254
Vorlagenfreibeuterei, § 18 UWG	1270
Ersatzanspruch, § 19 UWG	1273
Verleiten und Erbieten zum Verrat, § 20 UWG	1274
Im Ausland begangene Tat, § 20a UWG	1277
Allgemeine Vorschriften, §§ 21–30 UWG	
Übersicht	1277
Verjährung, § 21 UWG	1277
Strafantrag, Privatklage, § 22 UWG	1285
Bekanntmachung des Urteils, § 23 UWG	1289
Streitwertbemessung bei Unterlassungsansprüchen, § 23a UWG	1294
Streitwertbegünstigung, § 23b UWG	1297
Örtliche Zuständigkeit, § 24 UWG	1302
Einstweilige Verfügung, § 25 UWG	1305
Kammer für Handelssachen, § 27 UWG	1339
Einigungsstellen, § 27a UWG	1341
Internationales Wettbewerbsrecht, § 28 UWG	1347
Inkrafttreten, § 30 UWG	1349

Teil III

Zugabe- und Rabattrecht

I. Kommentar zur Zugabeverordnung

Allgemeines	1351
Verbot und Ausnahmen, § 1 ZugabeVO	1358
Zivilansprüche, § 2 ZugabeVO	1404
Ordnungswidrigkeiten, § 3 ZugabeVO	1406
Inkrafttreten, § 5 ZugabeVO	1407

II. Kommentar zum Rabattgesetz

Allgemeines	1408
1. Teil. Preisnachlässe	
§ 1 RabattG (dazu § 13 DVO)	1412
1. Abschnitt. Barzahlungsnachlässe	
Grundsatz, § 2 RabattG	1447
Abrechnungsgeschäfte, § 3 RabattG	1449
Durchführung der Geldrabattgewährung, § 4 RabattG (dazu §§ 1 bis 10 DVO)	1449

Inhaltsverzeichnis

Konsumvereine, § 5 RabattG	1452
Rabattverbot für Großbetriebe, § 6 RabattG	1454
2. <i>Abschnitt. Mengennachlässe</i>	
Mengenrabatt bei Waren, § 7 RabattG	1454
Mengenrabatt bei gewerblichen Leistungen, § 8 RabattG	1457
3. <i>Abschnitt. Sondernachlässe</i>	
§ 9 RabattG (dazu § 12 DVO)	1458
4. <i>Abschnitt. Zusammentreffen mehrerer Preisnachlaßarten</i>	
§ 10 RabattG	1462
2. Teil. Schlußvorschriften	
Ordnungswidrigkeiten, § 11 RabattG	1463
Zivilansprüche, § 12 RabattG (dazu § 14 DVO)	1464
Einigungsstellen, § 13 RabattG	1465
Inkrafttreten, § 14 RabattG (dazu § 15 DVO)	1466
Tabakerzeugnisse, § 15 RabattG	1466
Kein Ersatz für Gesetzesschaden, § 16 RabattG	1466
Ermächtigung des BWM, § 17 RabattG	1467

Schlußanhang

Ergänzungen während des Drucks	1469
Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Bundesgerichtshofes	1479
Fälleverzeichnis	1557
Sachverzeichnis	1589