

Inhaltsübersicht

1. Teil. Allgemeiner Teil

1. Kapitel. Allgemeine Grundlagen

§ 1 Einführung	1
§ 2 Schutzzweck des Wettbewerbsrechts	25
§ 3 Das Verhältnis des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zum GWB	30
§ 4 Das Verhältnis der Vorschriften des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zueinander und zu anderen Vorschriften	36

2. Kapitel. Der Anwendungsbereich wettbewerbsrechtlicher Vorschriften

§ 5 Der sachliche Anwendungsbereich des GWB und UWG	48
§ 6 Internationales Wettbewerbsrecht	56
§ 7 Internationales Firmen- und Warenzeichenrecht	77
§ 8 Internationales Kartellrecht	82

3. Kapitel. Wettbewerbsrechtliche Grundbegriffe

§ 9 Wettbewerb	97
§ 10 Wettbewerbsverhältnis	108
§ 11 Wettbewerbsverhandlungen	112
§ 12 Waren oder Leistungen gleicher oder verwandter Art	117
§ 13 Sittenwidrigkeit	121
§ 14 Werbung, Werben	125
§ 15 Herstellen, Inverkehrbringen, Feilhalten	132
§ 16 Verwechslungsgefahr	134
§ 17 Verkehrsauffassung und demoskopische Gutachten	144
§ 18 Ermittlung der Verkehrsauffassung durch demoskopische Umfragen	156

4. Kapitel. Zivilrechtlicher Rechtsschutz

§ 19 Anspruchsberechtigte	179
§ 20 Schadenersatz	204
§ 21 Abwehransprüche	245
§ 22 Weitere Ansprüche	252
§ 23 Einwendungen und Einreden	260
§ 24 Öffentliches Recht	263

5. Kapitel. EG-Harmonisierung

§ 25 Vereinheitlichungsbemühungen	268
§ 26 Gegenwärtiger Stand	275

6. Kapitel. Neue Medien

§ 27 Bildschirmtext und Internet	297
§ 28 Satellitenwerbung	314

Inhaltsübersicht

2. Teil. Unzulässige Wettbewerbshandlungen (Materielles Wettbewerbsrecht)

7. Kapitel. Beschränkungen und Behinderungen im Wettbewerb

§ 29 Ausschließliche Liefer- und Bezugspflichten	325
§ 30 Vertriebsbindung für die gelieferte Ware (§ 18 Abs. 1 Nr. 3 GWB)	335
§ 31 Verwendungsbeschränkung für gelieferte und andere Waren (§ 18 Abs. 1 Nr. 1 GWB)	339
§ 32 Kopplungsgeschäfte (§ 18 Abs. 1 Nr. 4 GWB)	340
§ 33 Bindung der Preise und Geschäftsbedingungen für den Weiterverkauf von Waren (§§ 15, 16 GWB)	342
§ 34 Unverbindliche Preisempfehlung für Markenwaren (§ 38a GWB)	345
§ 35 Wettbewerbsverbot	348
§ 36 Ausübung von Zwang zu einem an sich erlaubten Verhalten (§ 25 Abs. 3 GWB)	353
§ 37 Anwendung von Druck- und Lockmitteln (§ 25 Abs. 2 GWB)	355
§ 38 Boykottaufforderung (§ 26 Abs. 1 GWB)	356
§ 39 Marktmachtbedingte Behinderungen und Diskriminierungen	359
§ 40 Veranlassung der Diskriminierung durch marktmächtige Nachfrager (§ 26 Abs. 3 GWB)	368
§ 41 Behinderung kleiner und mittlerer Unternehmen (§ 26 Abs. 4 GWB)	370
§ 42 Ablehnung der Aufnahme in eine Wirtschafts- und Berufsvereinigung (§ 27 GWB)	372
§ 43 Unlautere Ausnutzung fremder Leistung	376
§ 44 Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	509
§ 45 Bestechung	544
§ 46 Unlautere Behinderung	555

8. Kapitel. Wettbewerbswidrigkeit durch Rechtsbruch

§ 47 Verletzung gesetzlicher Normen	577
§ 48 Verletzung untergesetzlicher Regeln und vertraglicher Bindungen	594

9. Kapitel. Unlautere Handlungen gegenüber Abnehmern

§ 49 Irreführende Werbung	609
§ 50 Unsachliche Beeinflussung von Abnehmern	855
§ 51 Werbung gegenüber Kindern und Jugendlichen	906
§ 52 Zugabe und Rabatt	917
§ 53 Das Persönlichkeitsrecht als Schranke der Werbung	958

10. Kapitel. Besondere Verkaufsveranstaltungen

§ 54 Sonderveranstaltungen	970
§ 55 Schluß- und Jubiläumsverkäufe	979
§ 56 Räumungsverkäufe wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebs	985
§ 57 Räumungsverkäufe wegen Räumungszwangslage	993

11. Kapitel. Wettbewerbsrecht der Presse

§ 58 Sonderstellung der Presseunternehmen	997
§ 59 Eigenwettbewerb der Presseunternehmen (Werbeträger- und Lesermarkt)	1030

3. Teil. Verfahrensrecht

12. Kapitel. Allgemeines

§ 60 Abmahnung	1083
§ 61 Rechtsweg und Gerichtsbarkeit	1108
§ 62 Zuständigkeit	1110
§ 63 Rechtsschutzbedürfnis	1115
§ 64 Begehungsgefahr	1118

Inhaltsübersicht

§ 65 Streitwert.....	1118
§ 66 Streitwertbegrenzung bei Unterlassungsklagen (§ 23a UWG).....	1122
§ 67 Streitwertbegünstigung	1127
§ 68 Antrag	1130
§ 69 Erledigung der Hauptsache	1136
§ 70 Vergleich	1137
§ 71 Aufbrauchsfrist	1153
§ 72 Kosten	1161
§ 73 Verjährung.....	1179
§ 74 Zwangsvollstreckung.....	1194
§ 75 Einigungsstellen	1206
§ 76 Schiedsgerichte	1212
§ 77 Übersicht über Rechtsmittel	1219

13. Kapitel. Verfügungsverfahren

§ 78 Allgemeines	1237
§ 79 Die wettbewerbliche einstweilige Verfügung	1256
§ 80 Die Unterlassungsverfügung als Kernstück des wettbewerblichen Verfügungsverfahrens	1268
§ 81 Voraussetzungen für den Erlaß der einstweiligen Verfügung.....	1272
§ 82 Das Anordnungsverfahren	1294
§ 83 Einstweilige Einstellung der Zwangsvollstreckung.....	1341
§ 84 Vollziehung der einstweiligen Verfügung.....	1347
§ 85 Einstweilige Verfügung und Verjährung.....	1356
§ 86 Rechtsbehelfe und Rechtsmittel im einstweiligen Verfügungsverfahren	1361
§ 87 Aufhebung der einstweiligen Verfügung gegen Sicherheitsleistung nach § 939 ZPO	1374
§ 88 Aufhebungsverfahren nach §§ 936, 926 ZPO	1376
§ 89 Aufhebungsverfahren nach §§ 936, 927 ZPO	1385
§ 90 Verzicht auf die Rechte aus der einstweiligen Verfügung.....	1393
§ 91 Die einstweilige Verfügung als endgültiger Titel	1396
§ 92 Das Abschlußverfahren	1399
§ 93 Die Zwangsvollstreckung aus der einstweiligen Verfügung.....	1406
§ 94 Schadensersatzpflicht nach § 945 ZPO	1428

14. Kapitel. Hauptsacheklage

§ 95 Einstweilige Verfügung und Hauptsacheklage	1437
§ 96 Erhebung der Hauptsacheklage	1439

15. Kapitel. Internationaler Wettbewerbsprozeß

§ 97 Gerichtsbarkeit und internationale Zuständigkeit.....	1443
§ 98 Durchführung des Wettbewerbsprozesses mit Auslandsberührung	1449
§ 99 Die Anerkennung und Vollstreckbarerklärung ausländischer Entscheidungen in Wettbewerbsachen	1455
Sachverzeichnis	1461

Inhaltsverzeichnis

1. Teil. Allgemeiner Teil

1. Kapitel. Allgemeine Grundlagen

§ 1 Einführung	1
I. Zum Begriff „Wettbewerbsrecht“	1
II. Wettbewerbsrecht und Wirtschaftsordnung	2
III. Die geltenden gesetzlichen Vorschriften	6
1. Das Recht des unlauteren Wettbewerbs	6
a) Gemeinschaftsrecht	6
b) Deutsches Bundesrecht	8
c) Recht der Bundesländer	9
d) Zwischenstaatliches Recht	14
2. Das Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen	15
a) Deutsches Recht	15
b) Gemeinschaftsrecht	16
IV. Die Systematik des Unlauterkeitsrechts und des Rechts gegen Wettbewerbsbeschränkungen	20
1. Die Systematik des Unlauterkeitsrechts	20
2. Die Systematik des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen	22
a) Vertragliche Wettbewerbsbeschränkungen	22
b) Behinderungswettbewerb	23
c) Zivilrechtliche Ansprüche	24
d) Bußgeldverfahren	24
e) Verwaltungsverfahren	24
§ 2 Der Schutzzweck des Wettbewerbsrechts	25
I. Praktische Bedeutung	25
II. Schutzsubjekte	26
1. UWG	26
2. MarkenG	26
3. GWB	28
III. Schutzobjekte	28
1. Der Ausgangspunkt des klassischen Wettbewerbsrechts	28
2. Der Ausgangspunkt des GWB	29
3. Spannungsverhältnis zwischen Wettbewerbsrecht im engeren Sinn und GWB	29
4. Gemeinsame Zielrichtung	29
§ 3 Das Verhältnis des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zum GWB	30
I. Das Verhältnis des UWG zum GWB	30
1. Verhältnis des § 1 UWG zu § 22 GWB	31
2. Verhältnis des UWG zu § 26 Abs. 1 GWB	32
3. Verhältnis des UWG zu § 26 Abs. 2 GWB	32
4. Verhältnis des UWG zu § 26 Abs. 3 GWB	34
5. Verhältnis des UWG zu § 26 Abs. 4 GWB	34
6. Die Durchsetzung von Preis- und Vertriebsbindungen mit Hilfe des UWG	35
7. Vereinbarungen über Verhalten im Wettbewerb	35
II. Das Verhältnis des MarkenG zum GWB	35
§ 4 Das Verhältnis der Vorschriften des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zueinander und zu anderen Vorschriften	36
I. Überblick	36
II. Das Verhältnis der Vorschriften des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zueinander	38

Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeines.....	38
2. Verhältnis des UWG zur Zugabeverordnung.....	38
3. Verhältnis des UWG zum Rabattgesetz	39
4. Verhältnis der Zugabeverordnung zum Rabattgesetz	39
5. Verhältnis des UWG zum Markengesetz	40
III. Das Verhältnis der Vorschriften des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zu anderen Vorschriften	43
1. Verhältnis zu gewerblichen Schutzrechten (PatG, GebrMG und GeschMG).....	43
2. Verhältnis des Wettbewerbsrechts im engeren Sinne zum Urheberrecht	43
3. Verhältnis des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zu BGB und HGB	43
4. Verhältnis des Wettbewerbsrechts im engeren Sinn zum EU-Recht	45
 2. Kapitel. Der Anwendungsbereich wettbewerbsrechtlicher Vorschriften	
§ 5 Der sachliche Anwendungsbereich des GWB und UWG	48
I. Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)	48
1. Allgemeines.....	48
2. Unternehmen der öffentlichen Hand	49
II. Kartellgesetz	51
1. Allgemeines.....	51
2. Unternehmen der öffentlichen Hand	51
3. Besondere Unternehmensgruppen	53
a) Bundespost und Verkehrswirtschaft	53
b) Landwirtschaft.....	54
c) Bundesbank, Kreditanstalt für Wiederaufbau und Branntweinmonopol.....	54
d) Kreditinstitute und Versicherungen	54
e) Urheberrechts-Verwertungsgesellschaften	54
f) Versorgungsunternehmen	55
g) Mißbrauchsaufsicht.....	55
§ 6 Internationales Wettbewerbsrecht.....	56
I. Einführung in die Problemstellung	56
II. Grundsätze der kollisionsrechtlichen Beurteilung von Wettbewerbshandlungen.....	57
1. Ältere Rechtsprechung und Literatur	57
2. Die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs	58
3. Neuere Tendenzen der Literatur	60
4. Stellungnahme	62
III. Fallgruppen	64
1. Fragen der Werbung	64
a) Bezugnehmende Werbung.....	64
b) Irreführende Werbung.....	64
c) Grenzüberschreitende Werbung.....	65
2. Materielle Anreize.....	66
a) Preisausschreiben, Veranstaltungen von Spielen	66
b) Zugabe und Rabatt, Vorspannangebote, Kopplungsangebote	66
c) Speziell auf Ausländer im Inland bezogene Angebote	67
3. Behinderungswettbewerb	67
4. Betriebsbezogene Eingriffe	68
a) Betriebsespionage.....	68
b) Abwerbung.....	69
c) Geschäftsehrverletzung.....	69
5. Vertriebsbindungen	70
6. Wettbewerbswidrige Ausnutzung des internationalen Rechtsgefälles.....	70
7. Marktordnungsvorschriften	71
IV. Sonstiges	71
1. Aktiv- und Passivlegitimation	71
2. Internationales Privatrecht	72
a) Ordre public	72

b) Fakultatives Kollisionsrecht	72
c) Vorbehalt des Art. 38 EGBGB	73
V. Einflüsse Europäischen Rechts	74
§ 7 Internationales Firmen- und Warenzeichenrecht	77
I. Einführung	77
1. Firmenschutz; Anwendungsbereich des § 5 MarkenG	77
2. Marken	78
a) Grundsatz der Territorialität	78
b) Einschränkung des Territorialitätsgrundsatzes durch EG-Recht	78
c) Wettbewerbswidrige Eintragung von Marken	80
II. Verbandsverträge	80
1. Pariser Verbandsübereinkommen (PVÜ)	80
a) Grundzüge	80
b) Firmenschutz	80
c) Markenrechtliche Regelungen	81
2. Madrider Markenrechtsabkommen (MMA)	82
§ 8 Internationales Kartellrecht	82
I. Anwendung deutschen Kartellrechts, Grundnorm § 98 Abs. 2 GWB	83
1. Grundzüge	83
2. Auswirkungen im Inland	84
a) Verwirklichung von Tatbestandsmerkmalen im Inland	84
b) Orientierung am Schutzbereich der Norm	85
c) Spürbarkeit	86
d) Schutz des Exports deutscher Unternehmen	86
3. Völkerrechtliche Einschränkung	86
a) Völkerrechtliche Grenzen der Anwendung deutschen Kartellrechts auf ausländische Unternehmen	87
b) Chancengleichheit in- und ausländischer Unternehmen	87
4. Fallgruppen	88
a) Kartelle und abgestimmtes Verhalten	88
b) Preis- und Konditionenbindungen	89
c) Ausschließlichkeitsbindungen	90
d) Lizenzverträge	91
e) Mißbrauch, Behinderung und Diskriminierung	91
II. Sonstige kartellrechtliche Kollisionsnormen	92
1. § 6 GWB – Exportkartelle	92
2. § 20 Abs. 2 Ziff. 5 GWB – Auslandsbezogene Beschränkungen in Lizenzverträgen	94
III. Anwendung ausländischen Kartellrechts im Inland	94
1. Problematik	94
2. Lösungsmöglichkeiten	95
IV. Verhältnis des GWB zum Kartellrecht der Europäischen Gemeinschaft	95

3. Kapitel. Wettbewerbsrechtliche Grundbegriffe

§ 9 Wettbewerb	97
I. Der Grundtatbestand wirtschaftlichen Wettbewerbs	97
II. Der Wettbewerb als Gegenstand des Wettbewerbsrechts	98
III. Wettbewerbliche Aktionsparameter	99
1. Absatz- und Beschaffungsmethoden	99
2. Produktgestaltung und -wahl	99
3. Preispolitik	99
4. Kundendienst	101
5. Konditionenpolitik	101
6. Werbung	102
IV. Wettbewerb und Markt	102
V. Potentieller Wettbewerb	104
VI. Leistungswettbewerb	105

Inhaltsverzeichnis

§ 10 Wettbewerbsverhältnis	108
I. Gehalt und Bedeutung	108
1. Das Wettbewerbsverhältnis als ungeschriebenes Tatbestandsmerkmal	108
2. Funktionen des Wettbewerbsverhältnisses	109
3. Einwendungen	110
II. Ausweitungstendenzen	111
§ 11 Wettbewerbshandlungen	112
I. Die Funktion der Wettbewerbshandlung	112
II. Geschäftlicher Verkehr	113
III. Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs	114
1. Allgemeine Umschreibung	114
2. Die Wettbewerbsabsicht und ihre Vermutung	116
§ 12 Waren oder Leistungen gleicher oder verwandter Art	117
I. Waren und gewerbliche Leistungen	118
1. Allgemeines	118
2. Waren	118
3. Gewerbliche Leistungen	118
4. Abgrenzung zwischen Waren und gewerblichen Leistungen	119
II. Gleicher oder verwandter Art	119
1. Funktion und Inhalt des Begriffs	119
2. Beispiele	120
III. Waren und Leistungen gleicher oder verwandter Art und Wettbewerbsverhältnis	120
1. Wettbewerbsverhältnis trotz fehlender Waren- oder Leistungsverwandschaft	120
2. Kein Wettbewerbsverhältnis trotz Waren- oder Leistungsverwandschaft	121
§ 13 Sittenwidrigkeit	121
I. Allgemeines	121
1. Der Begriff der guten Sitten als Ermächtigungsnorm	121
2. Kategorienbildung	122
3. Regelungsoffenheit	122
II. Der Begriff der guten Sitten als Rechtsbegriff	123
1. Die guten Sitten als Bewertungsmaßstab	123
2. Bewertungskriterien	123
III. Subjektive Erfordernisse	124
1. Kenntnis der Tatumstände	124
2. Weitere subjektive Unrechtselemente	124
IV. Gesamtwürdigung	125
§ 14 Werbung, Werben	125
I. Wesen und Funktion der Werbung	125
1. Abgrenzung von verwandten Kommunikationsinstrumenten	125
2. Arten der Werbung	126
3. Werbemittel	127
4. Werbungsorgane	128
5. Wirksamkeit der Werbung	128
6. Nutzen der Werbung	129
II. Werbung als Regelungsgegenstand des Rechts	129
1. Grundsätze lauterer Werbung	129
2. Werbeeinschränkungen	130
3. Schutz der Werbung	131
4. Wettbewerbsregeln	131
§ 15 Herstellen, Inverkehrbringen, Feilhalten	132
I. Allgemeines	132
II. Herstellen	132
III. Inverkehrbringen	132
IV. Feilhalten	133

§ 16 Verwechslungsgefahr	134
I. Allgemeines	134
II. Arten der Verwechslungsgefahr	139
1. Verwechslungsgefahr im engeren Sinn	139
2. Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn	140
III. Grundsätze zur Feststellung der Verwechslungsgefahr	140
IV. Die Feststellung der Verwechslungsgefahr als Tat- oder Rechtsfrage	143
V. Vorrang des Gemeinschaftsrechts	143
§ 17 Verkehrsauffassung und demoskopische Gutachten	144
I. Bedeutung der Verkehrsauffassung	144
1. Die Verkehrsauffassung als Beurteilungs- und Entscheidungskriterium	144
a) Verkehrsauffassung	144
b) Verkehrsbekanntheit	144
2. Grundlagen und Grenzen	145
II. Feststellung der Verkehrsauffassung	146
1. Richterliche Sachkunde oder Beweisaufnahme	146
a) Verkehrsauffassung	146
b) Verkehrsbekanntheit	147
2. Beweismittel	147
3. Das demoskopische Gutachten im besonderen	148
a) Wichtige Anwendungsbereiche	148
b) Beweiserhebung	149
c) Splitbefragung	150
d) Relevanzfrage	151
e) Werbemaßnahmen	151
f) Rechtliche Qualifizierung	151
g) Kostenproblematik	152
h) Fehlerhafte Befragungen	154
§ 18 Ermittlung der Verkehrsauffassung durch demoskopische Umfragen	156
I. Zulässigkeit und Nutzung des demoskopischen Gutachtens als Beweismittel	157
1. Entwicklung der Anerkennung	157
2. Umfang der Nutzung	157
3. Hinderungsgründe	158
a) Zeitaufwand	158
b) Kosten	158
c) Rechtspolitische Konsequenzen	158
d) Mangelnde Transparenz des Instruments	159
4. Gang der Darstellung	159
II. Zur Praxis der Umfrageforschung	159
1. Entwicklung	159
2. Begriffsklärung	159
3. Durchführende Organe	159
4. Hauptaufgaben und Arbeitsschritte	159
a) Gewährleistung der Repräsentanz	160
b) Stichprobenziehung	160
c) Ausarbeitung des Fragebogens	163
d) Durchführung der Feldarbeit	165
e) Datenaufbereitung	166
f) Analyse und Erstattung des Gutachtens	166
5. Kriterien der Bewertung von Umfrageergebnissen	167
III. Anwendung der Umfrageforschung auf den Wettbewerbsprozeß	167
1. Einbringen demoskopischer Gutachten	167
a) Gerichtsseitig verfügte Gutachten	167
b) Parteigutachten	168
2. Verfahren beim Einholen gerichtsseitig verfügbarer Gutachten	168
a) Wahl des Instituts bzw. des Gutachters	168
b) Bestimmung der beteiligten Verkehrskreise	168

Inhaltsverzeichnis

c) Bestimmung des Stichprobenumfangs	169
d) Formulierung und Operationalisierung der Beweisfragen	170
3. Anwendungsgebiete	171
a) Verkehrsgeltung	171
b) Irreführungsgefahr	172
c) Verwechslungsgefahr	174
d) Rufausbeutung	176
4. Der „flüchtige Durchschnittsverbraucher“ als Erkenntnisobjekt	176
5. Ausblick	177
 4. Kapitel. Zivilrechtlicher Rechtsschutz	
§ 19 Anspruchsberechtigte	179
I. Überblick	179
II. Der unmittelbar Verletzte	182
III. Mitbewerber	185
1. Allgemeines	185
2. Gewerbetreibende	186
3. Waren und Leistungen gleicher oder verwandter Art	186
4. Auf demselben Markt	187
5. Geeignet, den Wettbewerb wesentlich zu beeinträchtigen	188
6. Herstellung, Vertrieb	189
IV. Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen	189
1. Rechtsfähigkeit	189
2. Förderung gewerblicher Interessen	190
a) Satzung	190
b) Erhebliche Zahl von Mitgliedern/Mitgliederbestand	190
c) Tätigkeit	193
d) Prozeßvoraussetzung	194
3. Sachliche Klageberechtigung; Berührung satzungsmäßiger Zwecke	194
4. Umfang der Anspruchsberechtigung	194
a) Unterlassungsansprüche	194
b) Eigenes Recht; Prozeßstandschaft	195
c) Schadenersatzansprüche	195
d) Erstattung von Abmahnungskosten	195
V. Verbraucherverbände	196
1. Rechtsfähigkeit	196
2. Tätigkeit	196
3. Eigenes Recht	197
4. Umfang der Klageberechtigung	197
a) Allgemeine Wettbewerbsverstöße	197
b) Unterlassungsanspruch	198
5. Ersatz von Abmahnkosten	198
VI. Industrie- und Handelskammern sowie die Handwerkskammern	198
VII. Prozeßstandschaft	198
VIII. Auswirkungen der Novelle 1994 auf schwebende und abgeschlossene Verfahren	201
1. Schwebende Verfahren	201
2. Abgeschlossene Verfahren	202
3. Unterlassungsvereinbarung	202
IX. Mißbrauch der Klagebefugnis	202
§ 20 Schadenersatz	204
I. Grundlagen des Ersatzanspruchs	204
1. Anspruchsziel	204
2. Gesetzliche Grundlagen	204
3. Gläubiger des Ersatzanspruchs	207
4. Anspruchsbegründende Handlungen	208
a) Haftung für eigenes Verhalten	208
b) Haftung für Dritte	210

5. Rechtswidrigkeit	212
a) Allgemeines	212
b) Rechtfertigungsgründe	212
c) Abwehr	213
d) Beweislast	216
6. Verschulden	216
7. Schaden	219
a) Begriff	219
b) Kausalität	219
c) Beweislast	219
8. Inhalt und Umfang des Schadenersatzes	220
a) Allgemeines	220
b) Naturalrestitution	223
c) Schadenersatz in Geld	224
d) Angemessene Lizenzgebühr	228
e) Herausgabe des Verletzergewinns	234
f) Vorteilsausgleichung	235
9. Mitverschulden	236
10. Ausschluß der Ersatzansprüche wegen eigener Wettbewerbsverstöße	237
II. Besonderheiten einzelner Ersatzansprüche	237
1. Schadenersatz für Verwarnungen und Abmahnungen	237
a) Berechtigte Verwarnungen und Abmahnungen	237
b) Unberechtigte Verwarnungen und Abmahnungen	238
2. Verletzung von Aufklärungspflichten nach einer Abmahnung	242
3. Ersatz bei Warenvergleichen durch unabhängige Testinstitute	243
§ 21 Abwehransprüche	245
I. Überblick	245
II. Unterlassungsanspruch	246
1. Anspruchsgrundlagen	246
2. Voraussetzungen	246
a) Rechtsschutzbedürfnis	246
b) Begehungsfahr	247
3. Der Schuldner des Unterlassungsanspruches	248
a) Handelnder	248
b) Betriebsinhaber	248
4. Ziel des Unterlassungsanspruches	249
III. Beseitigungsanspruch	249
1. Bedeutung und Rechtsgrundlagen	249
2. Voraussetzungen	250
a) Rechtsschutzbedürfnis	250
b) Fortdauer der Beeinträchtigung	250
c) Ausschluß des Beseitigungsanspruches	251
3. Schuldner	251
4. Beseitigungsmaßnahmen	251
§ 22 Weitere Ansprüche	252
I. Widerruf	252
1. Kennzeichnung	252
2. Rechtsschutzbedürfnis	253
3. Tatsachenbehauptungen	253
a) Abgrenzung	253
b) Unwahrheit	254
4. Fassung und Form des Widerrufs	254
5. Passivlegitimation	255
6. Durchsetzung	255
II. Urteilsveröffentlichung	255
1. Kennzeichnung; rechtliche Grundlagen	255
2. Bekanntmachung von ergangenen Strafurteilen nach § 15 UWG	255

Inhaltsverzeichnis

3. Veröffentlichung von Unterlassungsurteilen	255
a) Anwendungsbereich	256
b) Interessenabwägung	256
c) Durchführung	256
4. Veröffentlichung als Störungsbeseitigung	257
5. Veröffentlichung als Schadensersatz	257
6. Eigene Veröffentlichung des Verletzten	257
III. Auskunft und Rechnungslegung	257
IV. Aufwendungsersatz	258
V. Ansprüche auf Belieferung und Aufnahme in Vereinigungen	258
VI. Bereicherungsausgleich	258
VII. Rücktritt	258
1. Voraussetzungen des Rechts zum Rücktritt	259
a) Rücktrittsberechtigte	259
b) Ausübung des Rücktrittsrechts	259
c) Wirkung des Rücktritts	260
d) Weitergehende Schäden	260
2. Regreßansprüche	260
§ 23 Einwendungen und Einreden	260
I. Begriffliches	260
II. Abwehreinwand	261
III. Wettbewerbswidriges Verhalten des Anspruchstellers (Einwand der <i>Unclean Hands</i>)	261
IV. Verwirkung	261
V. Verjährung	262
§ 24 Öffentliches Recht	263
I. Einführung	263
II. Maßnahmen gegen konkrete Verstöße	263
III. Die Gewerbeuntersagung	264
IV. Rechtsschutz Grundzüge)	265
5. Kapitel. EG-Harmonisierung	
§ 25 Vereinheitlichungsbemühungen	268
I. Entwicklung	268
II. EG-Binnenmarkt	271
III. Rechtsetzung	271
IV. Rechtsprechung des EuGH	271
§ 26 Gegenwärtiger Stand	275
I. Rechtszustand in den EU-Ländern	276
1. Frankreich	276
2. Belgien	278
3. Luxemburg	279
4. Niederlande	280
5. Italien	281
6. Dänemark	281
7. Großbritannien	282
8. Irland	283
9. Spanien	284
10. Portugal	285
11. Griechenland	285
12. Österreich	286
13. Schweden	287
14. Finnland	288
II. EG-Richtlinie über irreführende Werbung	288
1. Richtlinie zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung (84/450/EWG)	288

2. Schutzzweck	289
3. Der Begriff der „irreführenden Werbung“	290
4. Personenkreis	291
5. Gegenstände irreführender Angaben	292
6. Prozessuale Anforderungen	293
7. Werbeselbstkontrolle	293
8. Beweislastumkehr	293
9. Mindeststandard	294
III. Vorschlag für eine EG-Richtlinie über vergleichende Werbung und zur Änderung der EG-Richtlinie über irreführende Werbung	295

6. Kapitel. Neue Medien

§ 27 Bildschirmtext und Internet	297
A. Bildschirmtext	297
I. Rechtliche Grundlagen	297
II. Sonderschutzrechte	298
III. Urheberrechtliche Fragen	298
1. Schutz der Btx-Inhalte	298
2. Speicherung und Wiedergabe urheberrechtlich geschützter Werke	299
3. Schutz vor „downloading“	300
4. Urhebervertragsrecht	301
IV. Wettbewerbsrechtliche Fragen	301
1. Kennzeichnungspflicht der Werbung	301
a) Regelung im Staatsvertrag	301
b) Folgerungen aus der Kennzeichnungspflicht	302
aa) Presseunternehmen als Btx-Anbieter	302
bb) Privatwirtschaftliche Unternehmen als Btx-Anbieter	302
2. Allgemeines Wettbewerbsrecht	303
3. Medienspezifisches Wettbewerbsrecht	304
a) § 22 LMBG	304
b) § 11 HWG	304
4. Haftung für Btx-Inhalte	305
a) Haftung des Anbieters und des Betreibers von Btx	305
b) „Presseprivileg“ nach § 13 Abs. 6 Nr. 1 S. 2 UWG	305
B. Internet	306
I. Grundzüge des Internets	306
1. Technische Grundlagen	306
2. Funktionen und Angebote im Internet	306
II. Rechtliche Beurteilung	307
1. Urheberrechtliche Fragen	307
a) Schutz der Inhalte des Internets	307
b) Speicherung und Wiedergabe urheberrechtlich geschützter Werke	308
c) Urhebervertragsrecht	309
d) Verantwortlichkeit	309
e) Anwendbares Recht	309
2. Marken- und Kennzeichnungsrecht	310
a) Verwendung von Marken im Internet	310
b) Verwendung fremder Marken als Domain-Namen	311
c) Schutz des Domain-Namens	311
d) Verantwortlichkeit	312
e) Anwendbares Recht	312
3. Wettbewerbsrecht	312
a) Materielles Wettbewerbsrecht	312
b) Verantwortlichkeit	313
c) Anwendbares Recht	313
§ 28 Satellitenwerbung	314
I. Ausgangspunkte	314

Inhaltsverzeichnis

II. Anwendbares materielles Recht.....	314
1. Anknüpfung des internationalen Wettbewerbsrechts	314
2. Grundsätze der Rechtsprechung	315
3. RechtsanwendungsVO von 1942	318
4. Folgerungen für die Satellitenwerbung.....	318
a) Werbung im Inland.....	318
aa) Ausstrahlung über Kabel oder Direktempfangssatellit	318
bb) Terrestrische Ausstrahlung ins Inland	319
b) Werbung im Ausland	320
c) Umfang der Anwendung deutschen Wettbewerbsrechts	321
5. EG-Recht	321
a) Dienstleistungsfreiheit (Art. 59 EWGV).....	322
b) Landesgesetzliche Einspeisungsregelungen	322
c) EG-Grünbuch „Fernsehen ohne Grenzen“	323

2. Teil Unzulässige Wettbewerbshandlungen (Materielles Wettbewerbsrecht)

7. Kapitel. Beschränkungen und Behinderungen im Wettbewerb (§ 18 Abs. 1 Nr. 2 GWB)

(§ 29 Ausschließliche Liefer- und Bezugspflichten	325
I. Gesetzssystematische Regelung der Wettbewerbsbeschränkungen.....	325
1. Kartellverträge und sonstige wettbewerbsbeschränkende Verträge.....	325
2. Bedeutung der Zuordnung der Wettbewerbsbeschränkungen.....	326
II. Ausschließlichkeitsvertrag.....	326
1. Vertikalverhältnis	326
2. Der ausschließlich Verpflichtete	326
3. Teil-Ausschließlichkeit.....	326
4. Bedeutung der Merkmale des § 18 Abs. 1a) bis c) GWB	327
5. Keine Anwendung des § 18 GWB wegen Sondervorschriften des GWB	327
III. Die rechtliche und die – nur – wirtschaftliche Beschränkung.....	327
IV. Unternehmen	327
V. Waren und gewerbliche Leistungen	328
1. Waren.....	328
2. Gewerbliche Leistungen.....	328
3. Handelsvertreter.....	328
VI. Schriftform des § 34 GWB.....	329
1. Zweck des § 34 GWB	329
2. Umfang der Schriftform	329
VII. Kartellrechtliche Beurteilung der Ausschließlichkeitsverträge.....	330
1. Mißbrauchsaufsicht durch die Kartellbehörde gem. § 18 GWB	330
a) Schutzobjekte des § 18 GWB	330
b) Mißbrauchsverfügung der Kartellbehörde	331
c) Kein Antragsrecht der Gebundenen	331
2. Mißbrauchsaufsicht durch die Kartellbehörde gem. § 22 GWB	331
3. Unwirksamkeit gem. §§ 20, 21 GWB	331
4. Nichtigkeit gem. § 26 Abs. 2 GWB	331
5. Unwirksamkeit gem. § 1 GWB.....	332
6. Nichtigkeit gem. Art. 85 EGV	332
a) Art. 85 Abs. 1 und 2 EGV	332
b) Ausschließliche Liefer- und/oder Bezugspflichten bei Waren, die zum Weiterverkauf bestimmt sind	332
c) Art. 85 Abs. 3 EGV	334
d) Umfang der Nichtigkeit.....	334
7. Nichtigkeit gem. Art. 86 EGV	334
a) Vertragliche Ausschließlichkeit.....	334

b) Wirtschaftliche Ausschließlichkeit	335
8. Anwendung des Art. 85 EGV durch das Bundeskartellamt	335
§ 30 Vertriebsbindung für die gelieferte Ware (§ 18 Abs. 1 Nr. 3 GWB)	335
I. Vertriebsbindung gem. § 18 Abs. 1 Nr. 3 GWB	336
1. Gegenstand und Rechtsgeschäft	336
2. Die gelieferte Ware	336
3. Weitervertrieb	336
4. Ein- und mehrstufige Vertriebsbindung	336
5. Vertriebsbindungssystem	336
a) Rechtsnatur des Vertriebsbindungssystems	336
b) Zivilrechtliche Ansprüche, insbesondere Lückenlosigkeit des Systems	336
c) Wettbewerbsrechtliche Ansprüche des Vertriebsbinders gegen Außenseiter eines Vertriebsbindungssystems und ihre Durchsetzung im Prozeß	337
II. Artikel 85 EGV	338
1. Art. 85 Abs. 1 EGV	338
2. Freistellung gem. Art. 85 Abs. 3 EGV	338
3. Gruppenfreistellung bei Vertriebs- und Kundendienstvereinbarungen über Kraftfahrzeuge	338
§ 31 Verwendungsbeschränkung für gelieferte und andere Waren (§ 18 Abs. 1 Nr. 1 GWB)	339
I. Verwendungsbeschränkung	339
1. Direkte Beschränkung	339
2. Indirekte Beschränkung	339
3. Verwendungsbeschränkungen in Lizenzverträgen	339
II. Artikel 85 EGV	340
§ 32 Kopplungsgeschäfte (§ 18 Abs. 1 Nr. 4 GWB)	340
I. Kopplungsgeschäfte gem. § 18 Abs. 1 Nr. 4 GWB	340
1. Begriff und Arten des Kopplungsgeschäftes	340
2. Sachliche Zugehörigkeit und Handelsüblichkeit	341
a) Sachliche Zugehörigkeit	341
b) Handelsüblichkeit	341
3. Eingriffsbefugnis der Kartellbehörde	341
II. Artikel 85 und 86 EGV	341
§ 33 Bindung der Preise und Geschäftsbedingungen für den Weiterverkauf von Waren (§§ 15, 16 GWB)	342
I. Anwendungsbereich des § 15 GWB	342
1. Inhaltsbeschränkungen im Zweitvertrag	342
2. Erstvertrag	342
a) Vertrag zwischen Unternehmen	342
b) Austauschvertrag	342
c) Rechtliche oder wirtschaftliche Bindung	342
d) § 15 GWB nicht anwendbar	342
3. Zweitvertrag	343
a) Die Vertragspartner	343
b) Art des Vertrages	343
c) Bindung der Preise im Zweitvertrag	343
d) Bindung der Geschäftsbedingungen im Zweitvertrag	343
II. Preisbindung bei Verlagsserzeugnissen gem. § 16 GWB	343
1. Zweck und gesetzssystematische Stellung des § 16 GWB	343
2. Der Preisbinder	344
3. Der Begriff der Verlagsserzeugnisse	344
4. Der gebundene Preis	344
5. Das Preisbindungssystem	345
§ 34 Unverbindliche Preisempfehlung für Markenwaren (§ 38a GWB)	345
I. Gesetzssystematische Stellung der unverbindlichen Preisempfehlung für Markenwaren im GWB	345

Inhaltsverzeichnis

II. Der Gegenstand der Preisempfehlung (Markenware)	345
1. Ware mit Herkunftszeichen.....	345
2. Güte der Ware	346
3. Preiswettbewerb mit gleichwertigen Waren	346
4. Gewerbliche Leistungen	346
III. Der Preisempfehler.....	346
IV. Die unverbindliche Preisempfehlung	346
1. Empfehlung	346
2. Unverbindlichkeit	346
3. Preis	347
V. Keine Anwendung von Druck	347
VI. Mißbrauchsaufsicht der Kartellbehörde	347
 § 35 Wettbewerbsverbot	348
I. Begriff.....	348
1. Inhalt des Wettbewerbsverbotes	348
2. Wettbewerbsverbote in Verträgen zu einem gemeinsamen Zweck und in Austauschverträgen.....	348
3. Grundsätze für zulässige Wettbewerbsverbote.....	348
II. Wettbewerbsverbote in „reinen“ Austauschverträgen	349
1. Anwendbarkeit des § 18 Abs. 1 Nr. 2 GWB	349
2. Wettbewerbsverbote in Lizenzverträgen gem. §§ 20, 21 GWB	349
3. Nichtigkeit des Wettbewerbsverbots gem. § 26 Abs. 2 GWB	349
4. Nichtigkeit gem. § 138 BGB	350
III. Wettbewerbsverbote in Verträgen zu einem gemeinsamen Zweck, insbesondere Gesellschaftsverträgen	350
IV. Wettbewerbsverbot, das dem Veräußerer eines Unternehmens auferlegt wird.....	351
1. Nichtigkeit gem. § 138 BGB	351
2. Unwirksamkeit gem. § 1 GWB.....	351
V. Nichtigkeit von Wettbewerbsverboten gem. Art. 85 EGV	352
 § 36 Ausübung von Zwang zu einem an sich erlaubten Verhalten (§ 25 Abs. 3 GWB)	353
I. Der Zwang.....	354
II. Das durch den Zwang bezweckte Verhalten	354
1. Gesetzgeberisches Ziel des § 25 Abs. 3 GWB	354
2. Zwang zu kartellrechtlich zulässigen Vereinbarungen (§ 25 Abs. 3 Nr. 1 und 2 GWB)	354
3. Zwang zu gleichförmigem Verhalten (§ 25 Abs. 3 Nr. 3 GWB)	354
 § 37 Anwendung von Druck- und Lockmitteln (§ 25 Abs. 2 GWB)	355
I. Gesetzgeberischer Zweck des § 25 Abs. 2 GWB	355
II. Der Nachteil, der angedroht oder zugefügt wird	355
III. Der Vorteil, der versprochen oder gewährt wird	356
IV. Die Absicht.....	356
V. Der Gegenstand der unzulässigen vertraglichen Bindung	356
 § 38 Boykottaufforderung (§ 26 Abs. 1 GWB).....	356
I. Gesetzgeberischer Zweck des § 26 Abs. 1 GWB	356
II. Der Verrufer	357
III. Der Verruf (die Boykottaufforderung)	357
1. Die Aufforderung.....	357
2. Die Aufforderung zum Boykott.....	357
3. Die Absicht der unbilligen Beeinträchtigung	358
IV. Der Adressat der Boykottaufforderung.....	359
V. Der Verrufene.....	359
 § 39 Marktmachtbedingte Behinderungen und Diskriminierungen.....	359
I. Gesetzgeberischer Zweck des § 26 Abs. 2 GWB	360
II. Die Adressaten des Verbots der Behinderung und Diskriminierung	360

1. Die Adressaten	360
2. Das marktstarke Unternehmen und das von ihm abhängige Unternehmen (§ 26 Abs. 2 Satz 2 GWB)	360
a) Das marktstarke Unternehmen	360
b) Kleine und mittlere Unternehmen	361
c) Abhängigkeit	361
III. Schutz des Geschäftsverkehrs, der gleichartigen Unternehmen üblicherweise zugänglich ist ..	362
1. Gleichartigkeit der Unternehmen	362
2. Üblicherweise zugänglicher Geschäftsverkehr	363
IV. Unbillige Behinderung	364
1. Schutzobjekte	364
2. Behinderung	364
3. Interessenabwägung	364
4. Berücksichtigung des Prinzips des freien Wettbewerbs	365
5. Prüfungsschema	365
V. Diskriminierung	366
1. Unterschiedliche Behandlung	366
2. Gleichartigkeit der unterschiedlich behandelten Unternehmen	366
3. Sachliche Rechtfertigung	366
4. Darlegungs- und Beweislast für die sachliche Rechtfertigung	367
VI. Klage auf Unterlassung, Beseitigung und Schadenersatz	367
1. Unterlassung	367
2. Beseitigung	368
3. Schadenersatz	368
 § 40 Veranlassung der Diskriminierung durch marktmächtige Nachfrager (§ 26 Abs. 3 GWB)	 368
I. Gesetzgeberscher Zweck des § 26 Abs. 3 GWB	368
II. Der Veranlasser	368
III. Vorzugsbedingungen	369
IV. Fehlende sachliche Rechtfertigung für die Vorzugsbedingungen	369
V. Rechtsfolgen bei Verstoß gegen § 26 Abs. 3 GWB	370
 § 41 Behinderung kleiner und mittlerer Unternehmen (§ 26 Abs. 4 GWB)	 370
I. Gesetzgeberscher Zweck des § 26 Abs. 4 GWB	370
II. Kleine oder mittlere Unternehmen	371
III. Wettbewerber mit überlegener Marktmacht	371
IV. Unbillige Behinderung	371
V. Beweise im Zivilverfahren	371
 § 42 Ablehnung der Aufnahme in Wirtschafts- und Berufsvereinigungen (§ 27 GWB)	 372
I. Gesetzgeberscher Zweck des § 27 GWB	372
II. Wirtschafts- und Berufsvereinigungen sowie Gütezeichengemeinschaften als Normverpflichtete	372
1. Wirtschafts- und Berufsvereinigungen	372
2. Gütezeichengemeinschaften	373
III. Unternehmen als Normbegünstigte	373
IV. Die Ablehnung der Aufnahme in die Vereinigung	373
V. Sachlich nicht gerechtfertigte Ungleichbehandlung und unbillige Benachteiligung im Wettbewerb	374
1. Sachlich nicht gerechtfertigte Ungleichbehandlung	374
2. Unbillige Benachteiligung im Wettbewerb	374
3. Darlegungs- und Beweislast	375
VI. Zivilrechtliche Klage auf Aufnahme	375
1. §§ 27, 35 GWB	375
2. § 26 Abs. 2 GWB	375
3. § 826 BGB	375
4. § 1 UWG	375

Inhaltsverzeichnis

§ 43 Unlautere Ausnutzung fremder Leistung	376
I. Allgemeines – Abgrenzung zum Sonderschutz	378
1. Sonderschutzrechte	378
2. Nachahmungsfreiheit	378
3. Wettbewerbsrechtliche Beschränkung der Nachahmungsfreiheit	378
4. Verhältnis von Sonderrechtsschutz zu wettbewerbsrechtlicher Unlauterkeit	379
a) Allgemeines	379
b) Entwicklung der Rechtsprechung	380
5. Wettbewerbsrechtlich relevante Umstände	384
a) Wettbewerbliche Eigenart	384
b) Intensität der Nachahmung	386
c) Art und Weise der Leistungsübernahme	386
d) Täuschung des Verkehrs	386
e) Behinderung	386
f) Zumutbarkeit abweichender Lösungen	387
6. Dynamische Wechselwirkung	389
7. Fallgruppen	391
II. Unmittelbare Übernahme fremder Leistung	391
1. Erscheinungsform	391
2. Unlauterkeit der unmittelbaren Übernahme	392
a) Keine Unlauterkeit per se	392
b) Geringere Anforderungen an die Unlauterbarkeit	393
c) Umkehrung der Darlegungslast für die Unlauterkeit	394
d) Schutzwürdigkeit	395
e) Kern des Unlauterkeitsvorwurfes	396
3. Subjektive Voraussetzungen	397
III. Nachschaffende Leistungsübernahme	398
1. Unterschied zur unmittelbaren Leistungsübernahme	398
2. Identisches Nachahmen	398
a) Abgrenzung zur unmittelbaren Übernahme	398
b) Identische oder fast identische Nachahmung	399
c) Unlauterkeit des identischen Nachahmens	399
aa) Keine Unlauterkeit per se	399
bb) Geringe Anforderungen an Unlauterkeit	399
cc) Darlegungslast für die Unlauterkeit	400
dd) Schutzwürdigkeit	400
ee) Kern des Unlauterkeitsvorwurfes	401
d) Subjektive Voraussetzungen	401
3. Täuschung über die Herkunft einer Ware oder Leistung (vermeidbare Herkunftstäuschung)	402
a) Schutzwürdigkeit	402
b) Herkunftstäuschung	405
c) Gütevorstellung	406
d) Vermeidbarkeit der Herkunftstäuschung	407
e) Subjektive Voraussetzungen	409
4. Täuschung über die Herkunft durch Nachahmung von Kennzeichen und Verpackungen	410
a) Unterschiede zum Markenrecht	410
b) Sonderschutzrechte vor Inbenutzungnahme	412
c) Schutzwürdigkeit und wettbewerbliche Eigenart	412
d) Besitzstand	413
e) Verwechslungsgefahr	414
f) Vermeidbarkeit der Herkunftstäuschung	414
g) Subjektive Voraussetzungen	415
IV. Vertrieb nicht nachgeahmter, aber ähnlicher Waren und Leistungen	416
1. Erscheinungsform	416
2. Entwicklung der Rechtsprechung	416
3. Herkunftstäuschung	416
a) Schutzwürdigkeit	416

b) Besitzstand.....	416
c) Herkunftstäuschung.....	416
d) Vermeidbarkeit.....	417
e) Subjektive Voraussetzungen.....	417
4. Gütevorstellungen.....	417
V. Ausnutzung des positiven Rufes einer fremden Ware oder Leistung.....	418
1. Erscheinungsformen.....	418
2. Offene Anlehnung.....	419
a) Grundsätze.....	420
b) Einzelfälle.....	425
aa) Bezugnahme auf Eigenschaften fremder Ware.....	425
bb) Bezugnahme auf geschäftliche Verhältnisse.....	426
cc) Hinweis auf Ersatzteil- oder Zubehöreigenschaft.....	427
dd) Sonstige Fälle.....	428
3. Verdeckte Anlehnung.....	428
a) Gütevorstellungen.....	428
b) Übertragung der Gütevorstellungen.....	428
c) Unlauterkeit.....	431
d) Subjektive Voraussetzungen.....	431
4. Rufausbeutung und Markenrechtsreformgesetz.....	431
VI. Behinderung.....	432
1. Erscheinungsform.....	432
2. Einzelfälle.....	433
a) Behinderung durch Anlehnung.....	433
b) Gefährdung wertvoller Kennzeichnungen durch unmittelbare Wettbewerber.....	433
c) Gefährdung wertvoller Kennzeichnungen durch Nicht-Wettbewerber.....	434
d) Schutz eines durch Vorbenutzung entstandenen Besitzstandes.....	436
e) Systematisches Nachahmen.....	436
f) Vertrauensbruch/Erschleichen.....	437
aa) Vertrauensbruch.....	437
bb) Erschleichen.....	438
g) Preisunterbietung.....	440
h) Sonstige Behinderungsfälle.....	440
VII. Sonderfälle unlauterer Leistungsübernahme.....	441
1. Nachahmung von Modeneuheiten.....	441
a) Allgemeines.....	441
b) Wettbewerbliche Eigenart.....	441
c) Kern des Unlauterkeitsvorwurfes.....	442
d) Kurzlebige Produkte anderer Branchen.....	442
2. Nachahmung fremder Werbung.....	443
a) Allgemeines.....	443
aa) Schutzgegenstand.....	443
bb) Sonderrechtsschutz.....	443
cc) Eigenart.....	443
b) Täuschung über die Herkunft der beworbenen Ware.....	444
aa) Erscheinungsform.....	444
bb) Schutzwürdigkeit der nachgeahmten Werbung.....	444
cc) Verwechslungsgefahr.....	444
dd) Vermeidbarkeit der Täuschung.....	444
ee) Subjektive Voraussetzungen.....	445
c) Ausnutzung des Rufes fremder Werbung.....	445
d) Behinderung durch Verwässerung einer berühmten Werbung.....	445
e) Behinderung durch systematische Anlehnung.....	446
3. Ersatz- und Zubehörteile.....	446
4. Einschieben in eine fremde Serie.....	447
5. Einbruch in ein zwangsläufiges Nebengeschäft.....	448
6. Characters.....	448
7. „Schmarotzende“ Nutzung fremder Leistung.....	449

Inhaltsverzeichnis

VIII. Ergänztender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz und Art. 30, 36 EGV.....	449
IX. Ansprüche aufgrund einer wettbewerbswidrigen Ausnutzung fremder Leistung.....	450
1. Unterlassungsanspruch	450
a) Gläubiger	450
b) Schuldner	452
c) Zeitliche Begrenzung	453
2. Beseitigungsanspruch	455
3. Schadensersatzanspruch	455
4. Auskunftsansprüche	456
5. Bereicherungsansprüche	456
X. Markenpiraterie	457
1. Erscheinungsformen.....	457
2. Ineinandergreifen von UWG und MarkenG	459
3. Zivilrechtliche Ansprüche	460
a) Unterlassung.....	460
b) Vernichtung/Beseitigung.....	461
c) Auskunft.....	462
d) Schadensersatz/Bereicherung	465
e) Veröffentlichung.....	466
4. Prozessuale Besonderheiten.....	466
a) Einstweilige Sicherstellung.....	466
b) Entbehrlichkeit der Abmahnung.....	467
5. Beschlagnahme durch Zollbehörden	468
a) Überblick	468
b) Verordnung (EG) Nr. 3295/94.....	469
c) §§ 146ff. MarkenG.....	471
6. Strafrecht	471
XI. Schutz von Computerprogrammen	473
1. Allgemeines	473
2. Begriffe.....	474
3. Programmentwicklung.....	475
4. Überblick über Schutzmöglichkeiten	477
5. Wettbewerbsrechtlicher Schutz	480
a) Unmittelbare Leistungsübernahme.....	481
b) Nachahmung der Benutzeroberfläche	485
c) Geheimnisschutz.....	486
d) Sonstige Fälle.....	494
6. Urheberrechtsschutz	494
a) Entwicklung.....	494
b) Werkqualität.....	496
c) Ausschließlichkeitsrechte	499
d) Urheberpersönlichkeitsrecht	505
7. Zivilrechtliche Ansprüche	506
§ 44 Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	509
I. Allgemeines.....	509
1. Interessenlage	509
2. Entwicklung.....	510
3. Rechtsquellen	511
4. Gang der Darstellung.....	512
II. Geheimnisbegriff.....	513
1. Beziehung zum Geschäftsbetrieb	514
2. Nichtoffenkundigkeit	514
3. Geheimhaltungswille	516
4. Geheimhaltungsinteresse	517
5. Beispiele für Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse.....	517
III. Schutz gegenüber Arbeitnehmern	518
1. Während der Dauer des Dienstverhältnisses.....	518
a) Strafrecht	518

b) Zivilrecht.....	521
2. Nach Ende des Dienstverhältnisses	522
a) Strafrecht	523
b) Zivilrecht.....	524
IV. Schutz gegenüber jedermann.....	529
1. Überblick.....	529
2. Strafrecht	530
a) Verbotenes Ausspionieren (§ 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG)	530
b) Verbotene Verwertung (§ 17 Abs. 2 Nr. 2 UWG)	532
c) Versuch (§ 17 Abs. 3 UWG).....	534
d) Mißbrauch anvertrauter Vorlagen (§ 18 UWG).....	535
e) Erfolgloses Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 20 UWG)	536
f) Auslandstaten (§ 20a UWG).....	537
3. Zivilrecht.....	537
a) Beteiligung am Vertragsbruch	537
b) § 1 UWG/§ 826 BGB.....	539
c) § 823 Abs. 1 BGB.....	540
V. Rechtsfolgen.....	540
1. Strafrecht	540
2. Zivilrecht	541
a) Unterlassung.....	541
b) Beseitigung	542
c) Schadensersatz/Bereicherung	543
d) Auskunft	543
§ 45 Bestechung.....	544
I. Allgemeines.....	545
II. Aktive Bestechung (§ 12 Abs. 1 UWG)	547
1. Geschäftlicher Verkehr/Wettbewerbszweck	547
2. Personenkreis	547
3. Bestechungsmittel	548
4. Tathandlung.....	549
5. Handlungszweck	549
6. Subjektiver Tatbestand	552
III. Passive Bestechung (§ 12 Abs. 2 UWG)	552
IV. Rechtsfolgen.....	553
1. Strafrecht	553
2. Zivilrecht	553
a) Nichtigkeit der Schmiergeldvereinbarung	553
b) Ansprüche des Geschäftsherrn	554
c) Ansprüche Dritter	554
§ 46 Unlautere Behinderung.....	555
I. Absatzbehinderung.....	555
1. Angebotsbehinderung	555
2. Konkurrenzvereitelung.....	557
II. Bezugsbehinderung	558
III. Werbebehinderung	559
1. Beeinträchtigung fremder Werbung	559
2. Beeinträchtigung von Warenkennzeichnungen.....	559
3. Bezugnehmende oder vergleichende Werbung.....	561
a) Bezugnahme	561
b) Abwertende vergleichende Werbung	563
c) Anlehnende vergleichende Werbung	563
d) Rechtfertigungen	564
IV. Öffentlicher Warentest und Werbung mit Testergebnissen	565
1. Grundsätze des öffentlichen Warentests	565
2. Voraussetzungen des öffentlichen Warentests.....	566

Inhaltsverzeichnis

a) Objektivität	566
b) Neutralität	568
3. Rechtliche Gegebenheiten	568
4. Preisvergleiche	569
5. Werbung mit Testergebnissen	570
a) Grundsätze der Rechtsprechung	570
b) Empfehlungen der Stiftung Warentest	571
V. Betriebsstörung	571
1. Unberechtigte und irreführende Verwarnungen	571
2. Erwerb einer formellen Zeichenposition	572
3. Entfernen von Kontrollnummern und -zeichen	573
4. Testkäufe	575
5. Störung des Betriebsfriedens	575
VI. Anschwärzung und Kreditschädigung	575

8. Kapitel. Wettbewerbswidrigkeit durch Rechtsbruch

§ 47 Verletzung gesetzlicher Normen	577
I. Grundlagen	577
II. Verletzung von Rechtsnormen	578
1. Werthaltige Normen	578
a) Normen mit sittlich-fundierter Wertung	579
b) Normen mit unmittelbarer Wettbewerbsbezogenheit	581
2. Wertneutrale Normen	582
a) Begriff	582
b) Einzelfälle	583
3. Verstoß gegen absolute Rechte	585
III. Verstoß gegen gesetzliche Wettbewerbsverbote	585
IV. Verstoß gegen EU-Vorschriften und völkerrechtliche Verträge	587
V. Auswirkung des Normverstoßes auf den Wettbewerb	588
VI. Sittenwidrigkeit des Normverstoßes	588
1. Werthaltige Normen	588
2. Wertneutrale Normen	588
a) Schrankengleichheit	589
b) Ausnutzung fremder Gesetzestreue	590
c) Wettbewerbsvorsprung	590
VII. Subjektive Voraussetzungen	592
1. Werthaltige Normen	592
2. Wertneutrale Normen	592
VIII. Beweislast	593
§ 48 Verletzung untergesetzlicher Regeln und vertraglicher Bindungen	594
I. Verletzung von Standes- und Berufsregeln	594
1. Wettbewerbsrechtliche Bedeutung	594
2. Einzelfälle	596
3. Ausnutzung fremden Standesverstoßes	599
II. Verletzung von Wettbewerbsregeln, Handelsbräuchen und Branchenübungen	599
1. Wettbewerbsregeln	599
2. Handelsbräuche und Handelsübungen	600
III. Verletzung von Verwaltungsanordnungen	601
IV. Verletzung von technischen Regeln	601
V. Verletzung vertraglicher Bindungen	603
1. Ausgangspunkte	603
2. Verletzung von vertraglichen Wettbewerbsverboten	604
a) Arbeitsverträge	604
b) Gesellschaftsverträge	604
c) Unternehmensveräußerungsverträge	606
d) Handelsvertreterverträge	606

e) Mietverträge	607
f) Sonstige vertragliche Bindungen	608
VI. Wettbewerbsrechtliche Bedeutung eines Verstoßes	608

9. Kapitel Unlautere Handlungen gegenüber Abnehmern

§ 49 Irreführende Werbung	609
I. Einführung	611
1. Generalklausel	611
2. Sondertatbestände	612
3. Schutzobjekt	613
4. Abgrenzung	614
5. Aufbau der Vorschrift	614
6. Übermaßverbot	615
7. EG-Rechtsangleichungs-Richtlinie	616
8. Sonstiges sekundäres Gemeinschaftsrecht	618
9. Vorrang des Gemeinschaftsrechts	618
10. Einfluß des Art. 30 EG-Vertrag	619
II. Tatbestand des Irreführungsverbots	625
1. Angabe	625
a) Geschäftlicher Verkehr	625
b) Form der Angabe	626
c) Nachprüfbarer Tatsachenkern	627
d) Werturteil und Kaufappelle	628
e) Begriffsassoziationen	629
f) Angabe über geschäftliche Verhältnisse	630
g) Äußerungen Dritter	630
2. Bedeutung der Werbeangabe	631
a) Maßgeblichkeit der Verkehrsauffassung	631
b) Maßgebliche Verkehrskreise	632
c) Betrachtungsweise der maßgeblichen Verkehrskreise	632
d) Fachwerbung	634
e) Regionale Verkehrsauffassung	634
f) Schutz vor Minderheiten	635
g) Grenze der Unbeachtlichkeit	636
h) Maßgeblichkeit des Gesamteindrucks	638
i) Maßgebender Zeitpunkt	639
j) Verkehrsauffassung als Tatfrage	640
3. Fallgruppen irreführender Werbung	640
a) Objektiv zutreffende Werbebehauptungen	640
b) Werbung mit Selbstverständlichkeiten	641
c) Fortwirkende Irreführung	643
d) Irreführung durch Verschweigen	644
e) Getarnte Werbung	647
f) Objektiv falsche Werbebehauptungen	650
g) Nicht ernst gemeinte Werbeangaben	650
h) Blickfangwerbung und erläuternde Zusätze	652
i) Wandel der Verkehrsauffassung	655
j) Fach- und Gesetzsterminologie	657
k) Mehrdeutige Werbeangaben	660
l) Ungesicherte Werbeangaben	661
m) Fremdsprachige Angaben; Abkürzungen	662
n) Abbildungen	663
4. Vergleich der Werbeangabe mit den Eigenschaften des Angebots	665
a) Grundsatz	665
b) Änderung der tatsächlichen Verhältnisse	666
c) Keine Selbstbindung	666
d) Leistungsstörungen	667

Inhaltsverzeichnis

5. Relevanz der Irreführung.....	668
a) Grundsatz	668
b) Beeinflussung der Kaufentscheidung	669
c) Gleichwertigkeit des Angebots.....	671
d) Unklare Werbeaussage.....	672
6. Schutzunwürdige Fehlvorstellungen.....	673
a) Unbeachtlichkeit des Verwirkungseinwands	673
b) Interessenabwägung.....	674
c) Lösung des Interessenkonflikts	676
d) Objektiv zutreffende Werbeangaben	676
e) Branchenübliche Bezeichnungen.....	678
f) Bedeutungswandel.....	680
g) Regionale Irreführung.....	681
h) Entgegenstehende Individualinteressen	682
i) Europarecht.....	683
III. Beweis.....	684
1. Beweislast	684
a) Grundsatz	684
b) Allgemeine Ausnahmen	685
c) Prozessuale Darlegungspflicht.....	686
d) Beweislastumkehr	686
e) Alleinstellungswerbung.....	688
f) Auskunftsanspruch	688
g) Sondergesetze	689
2. Beweiserhebung	689
a) Freie Beweiswürdigung	689
b) Gegenstände des allgemeinen Bedarfs.....	690
c) Bejahung oder Verneinung der Irreführung	691
d) Besondere Verkehrskreise	692
e) Verkehrsbefragungen	693
IV. Alleinstellungswerbung und verwandte Werbeformen.....	695
1. Grundsätze.....	695
a) Begriff der Alleinstellungswerbung.....	695
b) Abgrenzung zur vergleichenden Werbung	696
c) Beurteilung nach § 3	697
2. Arten der Alleinstellungswerbung	700
a) Werbung mit dem Superlativ.....	700
b) Werbung mit dem Komparativ	700
c) Negativer Komparativ	701
d) Bestimmter Artikel	702
e) Umschreibung der Alleinstellung.....	703
3. Einzelfälle der Alleinstellungswerbung.....	704
a) Der Beste	704
b) Der Größte.....	705
c) Der Führende.....	707
d) Der Erste, der Älteste.....	707
4. Spitzengruppenwerbung	708
V. Irreführung über die angebotene Ware oder Leistung	709
1. Allgemeines	709
2. Zusammensetzung der Ware	710
a) Grundsätze.....	710
b) Sondergesetze	711
c) Ausdrückliche Angaben	715
d) Kunst- und Ersatzstoffe	715
e) Natur.....	718
f) Umweltwerbung	719
g) Marken.....	722
3. Güte der Ware oder Leistung.....	723

a) Grundsätze.....	723
b) Einzelbeispiele	724
c) Mangelhafte Ware	726
d) Unvollständige Beschreibung	728
4. Wirkung der Ware oder Leistung.....	729
a) Grundsätze.....	729
b) Garantien.....	730
c) Gesundheitliche Wirkungen	731
d) Diät- und Schlankheitswerbung	733
5. Marktbedeutung der Ware oder Leistung	733
a) Allgemeines	733
b) Druckerzeugnisse	734
c) Weltweite Verbreitung	735
d) Markenware	735
6. Herstellungsart	736
7. Neuheits- und Alterswerbung	738
a) Allgemeines	738
b) Fabriken	738
c) Neuheitswerbung im eigentlichen Sinn.....	739
8. Schutzrechtshinweise	740
a) Allgemeines	740
b) Zulässige Schutzrechtshinweise	741
c) Schutzrechtsanmeldungen	743
d) Weitere Anforderungen	744
9. Test- und Prüfergebnisse.....	744
a) Testwerbung.....	744
b) Prüf- und Gütezeichen	747
c) Empfehlungen	747
10. Warenmenge	748
a) Allgemeines	748
b) Sondergesetze	749
c) Mogelpackungen	749
11. Warenvorrat	750
12. Lieferunfähigkeit	751
VI. Irreführung über die örtliche oder betriebliche Herkunft	754
1. Grundsätze des Schutzes örtlicher Herkunftsangaben	754
a) Allgemeines	754
b) Kennzeichenschutz (MarkenG).....	755
c) Fiktive Herkunftsangaben (§ 3 UWG)	755
d) Sondergesetze	756
e) Gemeinschaftsrecht	756
2. Unmittelbare und mittelbare geografische Herkunftsangaben.....	757
a) Unmittelbare geografische Herkunftsangaben.....	757
b) Mittelbare geografische Herkunftsangaben	758
3. Einfache und qualifizierte geografische Herkunftsangaben	762
a) Einfache Herkunftsangaben.....	762
b) Qualifizierte geografische Herkunftsangaben	763
4. Geografische Angaben ohne Herkunftshinweis.....	763
a) Bedeutungsverlust.....	763
b) Phantasiebezeichnungen.....	763
c) Umwandlung zur Gattungsbezeichnung.....	764
d) Relokalisierende Zusätze	766
e) Rückumwandlung.....	767
5. Schutz gegen Irreführung.....	768
a) Allgemeines	768
b) Verwendung mit Abweichungen oder aufklärenden Zusätzen	770
6. Anforderungen an die Herkunft	773
a) Allgemeines	773

Inhaltsverzeichnis

b) Eingrenzung des Herkunftsgebiets.....	773
c) Richtiger Herkunftsort	774
d) Industrierzeugnisse	774
e) Lizenzfertigung	775
f) Betriebsverlagerung.....	776
7. Irreführung bei qualifizierten geografischen Herkunftsangaben	777
8. Geografische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf	778
9. Verordnung (EWG) Nr. 2081/92	778
10. Internationale Abkommen	780
a) Mehrseitige Abkommen	780
b) Zweiseitige Abkommen.....	781
11. Irreführung über die betriebliche Herkunft	783
a) Rechtsprechung.....	783
b) Kritik der Rechtsprechung.....	784
c) Verbleibende Anwendungsfälle	785
VII. Irreführende Preiswerbung.....	786
1. Grundsätze.....	786
a) Geltung des Irreführungsverbots	786
b) Maßgeblichkeit der Verkehrsauffassung.....	787
c) Unrichtigkeit der Preisangabe	789
2. Einzelfälle irreführender Preiswerbung.....	789
a) Gratis	789
b) Selbstkostenpreis.....	790
c) Verhandlungspreis	790
d) Margenpreise.....	791
e) Unvollständige Produktbeschreibung.....	792
f) Qualifizierte Preisangaben	792
g) Unterschiedliche Preise	794
h) Preisverwirrung.....	795
i) Irreführung über die Preisgestaltung des Gesamtsortiments.....	795
3. Preisgegenüberstellung.....	797
a) Grundsatz	797
b) Senkung des eigenen Preises	799
c) Vergleich mit der Unverbindlichen Preisempfehlung	800
4. Preisangabenverordnung	803
a) Vorgeschichte.....	803
b) Grundzüge und Anwendungsbereich	803
c) Pflicht zur Preisangabe	805
d) Form der Preisangabe	809
e) Besondere Preisauszeichnungspflichten	810
f) Rechtsverfolgung	811
g) Grundpreisangabe.....	812
VIII. Irreführung über Bedingungen und Art des Verkaufs	812
1. Verkaufsbedingungen.....	812
2. Anlaß und Zweck des Verkaufs.....	813
3. Geschäftsabwicklung.....	814
4. Konkurswarenverkauf (§ 6 UWG).....	815
5. Kaufscheinverbot (§ 6b UWG)	815
a) Allgemeines.....	815
b) Geltungsbereich.....	816
c) Begriff des Kaufscheins	817
d) Tathandlung.....	818
e) Zulässige Kaufscheine	819
6. Verbot der progressiven Kundenwerbung (§ 6c UWG)	819
a) Allgemeines	819
b) Geltungsbereich.....	820
c) Tathandlung.....	820
d) Täterschaft.....	821

IX. Irreführung über das Unternehmen.....	821
1. Allgemeines	821
2. Rechtsform und Gegenstand des Unternehmens	824
a) Irreführung über die Rechtsform	824
b) Irreführung über das Tätigkeitsgebiet	824
c) Gesetzlich geschützte Unternehmensbezeichnungen	825
d) Handwerk	825
e) Spezialisierung	826
f) Verschweigen der Vermittlereigenschaft	827
g) Verschweigen des gewerblichen Charakters	827
3. Hinweis auf die Herstellereigenschaft	828
a) Allgemeines	828
b) Herstellung	829
c) Fabrik	830
d) Fabriklager	831
e) Herstellerpreis	831
f) Herstellerwerbung beim Verkauf von Waren an Letztverbraucher (§ 6a Abs. 1 UWG)	831
4. Hinweis auf die Großhändler eigenschaft	832
a) Begriff des Großhandels	832
b) Irreführender Großhandelshinweis	834
c) Großhandelspreis	835
d) Großhändlerwerbung beim Verkauf von Waren an Letztverbraucher (§ 6a Abs. 2 UWG)	835
5. Irreführung über die Bedeutung des Unternehmens	837
a) Geografische Spitzenstellung	837
b) Deutsch	838
c) Euro/International	840
d) Sonstige Unternehmensbezeichnungen	841
e) Irreführende Abbildungen	844
6. Irreführung über die Qualifikation	844
7. Autoritätsanmaßung	846
8. Unternehmenstradition	847
9. Werbung mit Auszeichnungen	849
X. Irreführungsverbote außerhalb des UWG	851
1. Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz	851
a) Das allgemeine lebensmittelrechtliche Irreführungsverbot	851
b) Sondertatbestände des LMBG	852
c) Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung	853
d) Weinrecht	853
2. Heilmittelwerberecht	854
a) Das allgemeine heilmittelrechtliche Irreführungsverbot	854
b) Sondertatbestände	855
§ 50 Unsachliche Beeinflussung von Abnehmern	855
I. Unmittelbarer Zwang	856
II. Mittelbarer Zwang (psychologischer Kaufzwang)	856
1. Autoritätsmißbrauch	857
a) Erteilung von Weisungen und Empfehlungen	858
b) Ausnutzung eines Vertrauensverhältnisses	860
c) Werbung in Schulen	861
d) Sonstige Fälle	862
2. Gefühlsbetonte (gefühlsausnutzende) Werbung	862
a) Mitleidserzeugung	863
b) Blinden- und Schwerbeschädigtenwaren	865
c) Werbung mit der Angst	866
d) Schockwerbung	867
e) Umweltschutz	867
3. Belästigung	868

Inhaltsverzeichnis

a) Straßenwerbung.....	869
b) Unbestellte Hausbesuche.....	871
c) Werbung am Unfallort.....	872
d) Werbung bei Todesfall.....	873
e) Telefon-, Telex-, Btx- und Telefaxwerbung.....	874
4. Zusendung unbestellter Ware.....	877
a) Wettbewerbsrechtliche Beurteilung.....	877
b) Einzelfälle.....	878
5. Unentgeltliche Zuwendungen.....	879
a) Wettbewerbsrechtliche Beurteilung.....	879
b) Einzelfälle.....	881
III. Anreißer.....	883
IV. Wertreklame.....	883
1. Allgemeines.....	883
a) Begriff der Wertreklame.....	883
b) Formen der Wertreklame.....	883
c) Gang der Darstellung.....	884
2. Wertreklame außerhalb gesetzlicher Regelung.....	884
a) Allgemeine Kriterien für die Beurteilung der Wertreklame nach § 1 UWG.....	884
b) Einzelne Formen der Wertreklame.....	886
§ 51 Werbung gegenüber Kindern und Jugendlichen.....	906
I. Allgemeines, Grundlagen.....	906
1. Problemstellung.....	906
2. Gesetzliche Bestimmungen, Verhaltensregeln der Wirtschaft.....	907
3. Meinung von Rechtsprechung und Schrifttum.....	908
4. Grundsätze der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung.....	909
a) Verfassungsrang.....	909
b) Art und Ausmaß der Beeinflussung, Ergebnisse der Werbewirkungsforschung.....	909
c) Beweiserhebung.....	910
II. Einzelfälle.....	911
1. Wertreklame, Ausnutzen der Spiel- und Sammelleidenschaft.....	911
a) Zugaben.....	911
b) Preisausschreiben und Gewinnspiele.....	913
2. Veranlassung zu unwirtschaftlichen Ausgaben.....	913
3. Unterdrucksetzen der Eltern.....	913
4. Kaufaufforderungen, Werbung mit Kindern.....	914
5. Gefährdung, insbesondere Gesundheitsgefährdung.....	915
6. Werbung für Tabakerzeugnisse und alkoholische Getränke.....	915
7. Irreführung.....	916
§ 52 Zugabe und Rabatt.....	917
I. Allgemeines.....	918
II. Zugabeverordnung.....	918
1. Zweck und Ziel der Zugabeverordnung.....	918
2. Auslegung der Zugabeverordnung.....	919
3. Zugabeverbot.....	919
a) Allgemeines.....	919
b) Der Begriff der Zugabe.....	919
c) Hauptgeschäft.....	921
d) Unentgeltlichkeit der Zugabe.....	922
e) Zugabezusammenhang.....	922
f) Gegenstand der Zugabe.....	924
g) Beteiligte Personen.....	925
h) Vom Zugabeverbot erfaßte Handlungen.....	925
4. Umgehungstatbestände.....	925
a) Durch Scheinentgelt getarnte Zugabe.....	925
b) Durch Gesamtpreis verschleierte Zugabe.....	926
5. Ausnahmen vom Zugabeverbot.....	926

a) Allgemeines	926
b) Reklamegegenstände von geringem Wert	927
c) Geringwertige Kleinigkeiten	928
d) Geld- und Warenrabatt	928
e) Zubehör- und Nebenleistungen	929
f) Kundenzeitschriften	931
g) Auskünfte und Ratschläge	932
h) Versicherung für Zeitschriftenbezieher	932
6. Einschränkungen für erlaubte Zugaben	932
7. Rechtsfolgen	933
8. Sonderregelungen außerhalb der Zugabeverordnung und des Rabattgesetzes	933
a) Heilmittelwerbegesetz	933
b) Tabaksteuergesetz	933
c) § 56a Gewerbeordnung	934
III. Rabattgesetz	934
1. Allgemeines	934
a) Zweck und Ziel des Rabattgesetzes	934
b) Auslegung des Rabattgesetzes	935
2. Sachlicher Anwendungsbereich des Rabattgesetzes	936
a) Allgemeines	936
b) Waren und gewerbliche Leistungen	937
c) Einzelverkauf	938
3. Preisnachlaß	938
a) Begriff	938
b) Angekündigter Preis, Normalpreis	939
c) Ankündigen, gewähren, anbieten	940
d) Sonderpreis	940
e) Preissenkung	942
f) Gegenüberstellung von altem und neuem Preis	943
g) Bezugnahme auf fremde Preise	943
h) Direktverkäufe von Herstellern und Großhändlern	944
i) Unterschiedliche Leistungen	944
k) Unterschiedliche (gespaltene) Preise	948
4. Beteiligte Personen	949
5. Zulässige Rabatte	950
a) Barrabatt	950
b) Treuevergütung	951
c) Mengenrabatt	953
d) Sondernachlässe	955
e) Warenrückvergütung	957
6. Zusammentreffen mehrerer Preisnachlaßarten	957
7. Rechtsfolgen	957
8. Tabaksteuergesetz	957
§ 53 Das Persönlichkeitsrecht als Schranke der Werbung	958
I. Allgemeines, Überblick	958
1. Bedeutung des Persönlichkeitsrechts in der Werbung	958
a) Schutz des Umworbenen	958
b) Schutz vor Vermarktung	959
2. Verhältnis Wettbewerbsverstoß – Eingriff in Persönlichkeitsrecht	959
II. Schutz des Umworbenen	959
1. Grundsätze, Güter- und Interessenabwägung	959
2. Schutz von Wirtschaftsunternehmen	960
3. Einzelfälle	960
III. Schutz vor Vermarktung	961
1. Allgemeines, Grundsätze	961
2. Spezielle Persönlichkeitsrechte	962
a) § 12 BGB (Namensrecht)	962

Inhaltsverzeichnis

b) §§ 22–24 KunstUrhG (Recht am eigenen Bild)	963
3. Allgemeines Persönlichkeitsrecht	964
4. Einwilligung	965
5. Rechtsfolgen	965
a) Unterlassungsanspruch	965
b) Schadensersatz	965
c) Bereicherungsausgleich	966
d) Marken- und wettbewerbsrechtliche Ansprüche	966
6. Postmortaler Schutz	967
 10. Kapitel. Besondere Verkaufsveranstaltungen	
Vorbemerkung	969
1. Erscheinungsformen und Übersicht	969
2. Abgrenzungen	970
3. Gang der Darstellung	970
§ 54 Sonderveranstaltungen	970
I. Überblick	970
1. Gesetzliche Grundlagen	970
2. Systematik der Regelung	971
II. Merkmale der Sonderveranstaltung nach § 7 Abs. 1 UWG	971
1. Verkauf von Waren	971
2. Einzelhandel	972
3. Beschleunigung des Warenabsatzes	972
4. Ankündigung besonderer Kaufvorteile	973
5. Außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs	974
a) Verkehrsauffassung	974
b) Branchenüblichkeit	975
c) Fortentwicklung	976
III. Zulässige Sonderangebote	976
1. Einzelne Waren	977
2. Rahmen des regelmäßigen Geschäftsbetriebes	978
3. Weitere Grenzen für Sonderangebote	978
IV. Sanktionen	979
§ 55 Schluß- und Jubiläumsverkäufe	979
I. Allgemeines	979
1. Kennzeichnung	979
2. Rechtsgrundlagen	980
II. Schlußverkäufe	980
1. Waren	980
a) § 7 Abs. 3 Ziff. 1 UWG	980
b) Vor- und Nachschieben	981
2. Zeitliche Grenzen	981
a) Beginn und Dauer zulässiger Abschnitts-Schlußverkäufe	981
b) Umgehungsfälle	981
c) Zeitliche Nähe	982
d) Konkurrenz mit anderen besonderen Verkaufsveranstaltungen	982
e) Bezugnahme auf Schlußverkäufe	983
3. Schlußverkaufswerbung	983
a) Allgemeines	983
b) Allgemeine Ankündigungen	983
c) Preiswerbung	983
4. Restverkäufe	984
5. Rechtsfolgen	984
III. Jubiläumsverkäufe	984
1. Begriff	984

2. Voraussetzungen der Zulässigkeit.....	984
3. Rechtsfolgen	985
§ 56 Räumungsverkauf wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebs	985
I. Vorbemerkung.....	985
II. Voraussetzungen	986
III. Form der Ankündigung	987
1. Verkehrsauffassung	987
2. Grundangaben; Werbung	987
IV. Vor- und Nachschieben	988
1. Grundlagen des Verbots	988
2. Tathandlung	988
3. Waren.....	988
4. Einzelfälle	988
V. Sperrfristen.....	989
1. Gesperrter Personenkreis	989
a) Veranstalter.....	989
b) Verwandte usw.	989
2. Sachlicher Geltungsbereich	990
3. Dauer der Veranstaltung.....	991
VI. Durchführungsregelungen.....	991
1. Verfahren	991
2. Akteneinsicht	992
VII. Rechtsfolgen.....	992
§ 57 Räumungsverkäufe wegen Räumungszwangslage	993
I. Vorbemerkung.....	993
II. Allgemeine Voraussetzungen	993
1. Überblick.....	993
2. Typische Einzelfälle	994
a) Schaden.....	994
b) Umbau	994
c) Benennung des Anlasses	994
III. Form der Ankündigung	995
IV. Warenvorrat.....	995
V. Verfahren.....	996
VI. Konkurswarenverkauf	996
VII. Rechtsfolgen.....	996

11. Kapitel. Wettbewerbsrecht der Presse

§ 58 Sonderstellung der Presseunternehmen	997
I. „Privilegierung“ der Presse.....	997
II. Verfassungsrechtliche Vorgaben des Art. 5 GG	1001
1. Die Kommunikationsfreiheiten	1001
2. Geschütztes Verhalten	1003
a) Meinung und Tatsachenbericht.....	1003
b) Äußern und Verbreiten; vorbereitende Handlungen.....	1004
3. Geschützter Verbreitungsinhalt.....	1005
a) Qualitätsbewertung.....	1005
b) Kommerzielle Werbung, Anzeigen	1005
4. Grundrechtsschranken	1008
a) Wechselwirkungsdoctrin und UWG	1008
b) Unrichtige Tatsachen und Schutzbereich	1009
c) Abwägung	1010
5. Schutz der Pressevielfalt.....	1010
a) Marktabhängigkeiten privatwirtschaftlicher Presse	1010
b) Steuerung von Zugangs- und Verbreitungschancen.....	1011
c) Schutz der Presse vor Rundfunkwerbung.....	1014

Inhaltsverzeichnis

III. Umsetzung des Grundrechtsschutzes	1014
1. Haftungstreue des wettbewerbsrechtlichen Sonderdeliktsrechts	1014
2. Dilemma der objektiven Wettbewerbsförderung durch Presseäußerungen	1015
3. Handeln in Wettbewerbsabsicht	1017
a) Grenzen der Absichtsvermutung	1017
b) Indizienschluß	1017
4. Störerhaftung ohne Wettbewerbsabsicht	1021
IV. Beteiligung der Presse an Wettbewerbsverstößen von Anzeigenkunden	1022
1. Mitwirkungsformen	1022
2. Herabsetzung der Presseverantwortlichkeit (pressebezogene Verkehrspflichten und Rechtswidrigkeitsurteil)	1022
a) Reichweite des § 13 Abs. 6 Nr. 1 UWG, äquivalente Begrenzungen	1022
b) Umfang der eingeschränkten Prüfungspflicht	1024
c) Pressevertrieb	1026
3. Durchsetzung des Unterlassungsanspruchs	1026
a) Passivlegitimation	1026
b) Verbreitungsverbot	1027
V. Entstehen des Anzeigenkunden für Pressefehler	1027
VI. Informantenhaftung	1028
 § 59 Eigenwettbewerbe der Presseunternehmen (Werbeträger- und Lesermarkt)	1030
I. Unentgeltliche Leserbelieferung	1031
1. Grundlagen	1031
2. Mitbewerberbehinderung	1033
3. Wettbewerbsgefährdung	1034
4. Werteklame	1035
II. Unentgeltliche Leistungen gegenüber Anzeigenkunden	1036
1. Wertungskriterien	1036
2. Entgeltliche Offertenblätter, Anzeigendatenbanken	1038
III. Redaktionelle Werbung, Sponsoring, Product Placement	1039
1. Problemkennzeichnung, Schutzgut	1039
2. Redaktionell aufgemachte Anzeigen	1042
3. Werbende redaktionelle Beiträge ohne publizistischen Anlaß	1043
a) Einordnung	1043
b) Rechtliche Bewertung	1043
c) Publizistischer Anlaß der Veröffentlichung	1044
d) Kopplung von Anzeigen und redaktionellen Beiträgen	1045
e) Incentive-Aktionen	1046
4. Passivlegitimation	1047
5. Antragsfassung	1050
6. Redaktionelle Werbung im Rundfunk	1051
a) Rechtsgrundlagen	1052
b) Schutzzwecke	1053
c) Definitionen; Abgrenzung Werbung/Sponsoring	1053
d) Trennungs- und Kennzeichnungsgebot	1055
e) Product Placement	1057
f) Sponsoring	1058
IV. Besonderheiten des Preiswettbewerbs	1060
1. Preiskampf	1060
2. Kombinationstarife	1062
3. Rabattgewährung, Preislistentreue	1063
V. Boykott und sonstiges Behinderungsverhalten	1065
1. Boykott durch Brancheninformationsdienste	1065
2. Sonstige Behinderungen auf den Medienmärkten	1065
VI. Bezugnehmende Werbung, vergleichende Mediaanalysen, Leistungsübernahmen	1067
1. Befassung mit dem Mitbewerber	1067
2. Mediadatenvergleich	1069
a) Verbot vergleichender Werbung	1069

b) Einzelheiten des Reichweitenvergleichs.....	1071
c) Leserschaftsstrukturdaten.....	1072
d) Auflagenangaben	1073
e) Nutzungsbeschränkungsvereinbarungen.....	1073
3. Anzeigennachdruck; Anzeigenübernahme in Karteien/Dateien.....	1073
4. Nachahmung.....	1074
VII. Unlautere Leserwerbung.....	1075
VIII. Verstoß gegen medienrechtliche Vorschriften	1078
1. Presserelevante Normen.....	1078
2. Werbebeschränkungen für Werbefunk und Werbefernsehen.....	1079
IX. Irreführende Werbung.....	1080

3. Teil. Verfahrensrecht

12. Kapitel. Allgemeines

§ 60 Abmahnung	1083
I. Rechtliche Bedeutung der Abmahnung.....	1083
II. Entbehrlichkeit der Abmahnung.....	1086
III. Form und Inhalt der Abmahnung	1089
1. Bezeichnung der Verletzungshandlung.....	1089
2. Verlangen einer Unterlassungsverpflichtung	1090
a) Ausdrückliches Verlangen.....	1090
b) Einfache und vertragsstrafegesicherte Unterlassungsverpflichtung	1091
c) Formulierung der Unterlassungsverpflichtung	1091
d) Vertragsstrafearten.....	1092
3. Fristsetzung.....	1093
4. Androhung gerichtlicher Maßnahmen	1095
5. Geltendmachung von Schadensersatz und Auskunft	1096
IV. Abmahnung durch Verbände	1096
V. Zugang der Abmahnung.....	1096
VI. Ersatz von vorprozessualen Abmahnkosten.....	1098
1. Rechtsgrundlagen des Erstattungsanspruches	1098
2. Voraussetzungen des Erstattungsanspruches	1100
a) Allgemeines	1100
b) Erstattungsansprüche von Verbänden	1100
c) Erstattungsansprüche des zu Unrecht Abgemahnnten.....	1102
3. Höhe der erstattungsfähigen Anwaltskosten.....	1103
4. Verjährung	1104
5. Geltendmachung der Abmahnkosten	1104
a) Bei außergerichtlicher Erledigung.....	1104
b) Bei nachfolgenden Verfahren.....	1104
VII. Abmahnung vor negativer Feststellungsklage.....	1105
VIII. Aufklärungspflichten des Abgemahnnten.....	1105
§ 61 Rechtsweg	1108
I. Ordentlicher Rechtsweg.....	1108
II. Deutsche Gerichtsbarkeit.....	1110
§ 62 Zuständigkeit	1110
I. Sachliche Zuständigkeit	1110
1. Zuständigkeit der Zivilgerichte.....	1110
2. Zuständigkeit der Arbeitsgerichte	1111
3. Konzentrationsermächtigung nach § 27 Abs. 2 UWG.....	1112
II. Örtliche Zuständigkeit.....	1112
1. Gerichtsstand nach § 24 Abs. 1 UWG	1112
a) Gerichtsstand der gewerblichen Niederlassung.....	1112
b) Gerichtsstand des Wohnsitzes	1112

Inhaltsverzeichnis

c) Gerichtsstand des Aufenthaltsortes	1112
2. Gerichtsstand des Tatortes (Begehungsortes)	1112
a) Bei schon begangenen Handlungen	1112
b) Bei drohenden Handlungen	1113
c) Bei Zeitungs- oder Zeitschriftenwerbung	1113
3. Ausschließlichkeit der Zuständigkeitsregelung nach § 24 UWG	1115
4. Internationale Zuständigkeit	1115
§ 63 Rechtsschutzbedürfnis	1115
I. Allgemeines	1115
II. Einzelfragen	1117
§ 64 Begehungsgefahr	1118
§ 65 Streitwert	1118
I. Grundsätze für die Streitwertbemessung	1118
II. Die einzelnen Ansprüche	1120
III. Verbandsklagen (§ 13 Abs. 2 UWG)	1121
§ 66 Streitwertbegrenzung bei Unterlassungsklage (§ 23a UWG)	1122
I. Streitwertbegrenzung nach § 23a UWG	1122
1. Allgemeines	1122
2. Anwendbarkeit des § 23a UWG	1123
II. Streitwertermittlung unter Berücksichtigung des § 23a UWG	1123
1. Streitwertfestsetzung	1123
2. Nach Art und Umfang „einfach gelagert“	1124
3. Weitere Herabsetzungsgründe	1125
4. Nachträgliche Änderung der Streitwertfestsetzung	1126
§ 67 Streitwertbegünstigung	1127
I. Sinn und Voraussetzung der Streitwertbegünstigung	1127
II. Folgen der Streitwertbegünstigung	1128
III. Antrag auf Streitwertbegünstigung und gerichtliche Entscheidung	1129
1. Antrag auf Streitwertbegünstigung	1129
2. Gerichtliche Entscheidung	1129
§ 68 Antrag	1130
I. Anträge des Klägers/Antragstellers	1130
1. Der Unterlassungsantrag	1130
a) Bestimmter Antrag	1130
b) Konkrete Verletzungsform – zulässige Verallgemeinerung	1131
c) Anträge bei Firmenrechtsverletzung	1133
d) Eingeschränkter Antrag	1133
2. Sonstige Klageanträge	1133
II. Anträge des Beklagten/Antragsgegners	1134
1. Aufbrauchsfrist	1134
2. Vollstreckungsschutzantrag	1134
3. Aussetzung des Rechtsstreits	1135
§ 69 Erledigung der Hauptsache	1136
§ 70 Vergleich	1137
I. Begriff und Rechtsnatur	1137
1. Außergerichtlicher Vergleich	1137
a) Materielle Wirksamkeitsvoraussetzungen	1138
b) Form	1139
c) Wirkungen	1140
d) Mängel und Fortfall	1141
2. Prozeßvergleich	1142
a) Wirksamkeitsvoraussetzungen	1142

b) Wirkungen.....	1145
c) Mängel und Fortfall.....	1146
II. Inhalt von Wettbewerbsvergleichen.....	1148
1. Unterlassungsverpflichtung.....	1148
2. Vertragsstrafeversprechen.....	1149
3. Auskunft und Rechnungslegung.....	1150
4. Schadenersatzverpflichtung.....	1150
5. Aufbrauchsfrist.....	1150
6. Prozessuale Fragen.....	1151
7. Kostentragung.....	1151
8. Vertraulichkeits-, Friedens-, Schiedsgerichts- und Gerichtsstandsklauseln.....	1152
§ 71 Aufbrauchsfrist.....	1153
I. Begriff und rechtliche Grundlagen.....	1153
1. Erscheinungsformen.....	1153
2. Rechtliche Einordnung.....	1155
II. Vorprozessuale Inanspruchnahme.....	1156
III. Gerichtliches Gewährungsverfahren.....	1157
1. Materielle Voraussetzungen.....	1157
2. Verfahrensfragen.....	1158
3. Folgen.....	1160
§ 72 Kosten.....	1161
I. Grundlagen der Kostenerstattung.....	1161
II. Vorprozessuale Kosten.....	1161
1. Abmahnung.....	1161
2. Anwaltsvergleich.....	1164
3. Einigungsverfahren.....	1165
4. Schutzschrift.....	1165
5. Abschlußschreiben.....	1166
III. Prozeßkosten.....	1167
1. Verfügungsverfahren.....	1167
a) Beschlußverfahren.....	1167
b) Urteilsverfahren.....	1168
c) Rechtfertigungs- und Aufhebungsverfahren.....	1170
2. Hauptsacheverfahren.....	1171
3. Kostenfestsetzungsverfahren.....	1172
4. Schiedsgerichtsverfahren.....	1174
IV. Vollstreckungskosten.....	1176
1. Unterlassungsvollstreckung.....	1176
2. Handlungsvollstreckung.....	1178
3. Sonstige Vollstreckung.....	1178
§ 73 Verjährung.....	1179
I. Allgemeines.....	1179
II. Verjährung im Zivilrecht.....	1179
1. Grundfragen.....	1179
a) Beginn der Verjährung.....	1179
b) Hemmung der Verjährung.....	1181
c) Unterbrechung der Verjährung.....	1181
d) Unbeachtlichkeit der Verjährungseinrede.....	1183
2. Verjährung der einzelnen Ansprüche.....	1183
a) Unterlassungsanspruch.....	1183
b) Beseitigungsanspruch (einschließlich Löschungs- und Vernichtungsanspruch).....	1185
c) Widerrufsanspruch (einschließlich Anspruch auf Richtigstellung).....	1186
d) Anspruch auf Urteilsveröffentlichung.....	1186
e) Aufwendungsersatzanspruch.....	1186
f) Bereicherungsanspruch.....	1187
g) Herausgabeanspruch.....	1187

Inhaltsverzeichnis

h) Schadenersatzanspruch (einschließlich Feststellungsanspruch)	1187
i) Anspruch auf Auskunft und Rechnungslegung (einschließlich Anspruch auf Namensnennung)	1189
j) Belieferungsanspruch, Anspruch auf Aufnahme in eine Wirtschaftsvereinigung.....	1189
3. Die Verjährung bei mehreren Anspruchsgrundlagen	1189
4. Prozessuale Folgen der Verjährung	1191
III. Die Verjährung titulierter Ansprüche einschließlich ihrer Durchsetzung	1192
1. Titulierte Ansprüche.....	1192
2. Ordnungsmittel	1192
3. Schadenersatzanspruch aus § 945 ZPO	1193
4. Schadenersatz- und Erstattungsansprüche aus § 717 Abs. 2, Abs. 3 ZPO	1194
§ 74 Zwangsvollstreckung	1194
I. Allgemeines.....	1194
II. Unterlassungsvollstreckung	1195
1. Vollstreckungsvoraussetzungen	1195
2. Ordnungsmittel-Androhung.....	1196
3. Vollstreckungsverfahren	1198
4. Zuwiderhandlung.....	1200
5. Ordnungsmittelzumessung	1203
III. Handlungsvollstreckung	1204
1. Vertretbare Handlungen.....	1204
2. Unvertretbare Handlungen.....	1205
IV. Sonstige Vollstreckung	1205
§ 75 Einigungsstellen	1206
I. Aufgabenstellung	1206
1. Errichtung und Besetzung	1206
2. Charakter und Zielsetzung.....	1207
II. Verfahren	1208
1. Zuständigkeit.....	1208
2. Einigungsverhandlung	1209
3. Rechtswirkungen	1211
§ 76 Schiedsgerichte	1212
I. Bedeutung für Wettbewerbsstreitigkeiten	1212
II. Schiedsvertrag	1213
1. Zulässigkeit	1213
2. Form	1214
3. Inhalt.....	1215
4. Wirkung.....	1216
III. Schiedsgerichtsverfahren	1217
1. Verfahrensablauf	1217
2. Aufhebungsklage und Vollstreckbarerklärung.....	1218
§ 77 Übersicht über Rechtsmittel	1219
I. Begriff.....	1220
II. Verfügungsverfahren	1220
1. Beschlußverfahren	1220
a) Schutzschrift	1220
b) Einfache Beschwerde	1221
c) Gegenvorstellung.....	1223
d) Widerspruch	1223
e) Aufhebungsantrag	1225
2. Urteilsverfahren	1226
a) Aussetzungs- und Vorlageanträge	1226
b) Unterbrechungsmitteilung.....	1227
c) Berufung.....	1227
d) Sofortige Beschwerde.....	1228
e) Aufhebungsantrag	1229

III. Hauptsacheverfahren	1230
1. Aussetzungs- und Vorlageanträge	1230
2. Unterbrechungsmitteilung	1231
3. Berufung	1231
4. Sofortige Beschwerde	1231
5. Revision	1232
6. Verfassungsbeschwerde	1233
IV. Zwangsvollstreckungsverfahren	1233
1. Erinnerung	1233
2. Einfache und sofortige Beschwerde	1233
3. Vollstreckungsschutzantrag	1234
4. Antrag auf Zahlungsverleichterungen	1234
V. Streitwert- und Kostenfestsetzungsverfahren	1234
1. Streitwertbeschwerde	1234
2. Streitwertermäßigungsanregung	1235
3. Streitwertbegünstigungsantrag	1235
4. Erinnerung und Beschwerde in Kostensachen	1236

13. Kapitel. Verfügungsverfahren

§ 78 Allgemeines	1237
I. Funktion und Bedeutung der wettbewerblichen einstweiligen Verfügung	1237
1. Einführung	1237
2. Verfügungs- und/oder Klageverfahren	1237
3. UWG-, Marken- und Kartellrecht	1241
II. Besonderheiten der Verfahrensart	1242
1. Rechtszug	1242
2. Unterschiedliche Rechtsprechung der Oberlandesgerichte	1243
III. Stellung der Verfahrensbeteiligten	1245
1. Antragsteller	1245
2. Antragsgegner	1245
a) Rechtliches Gehör	1245
b) Schutzschrift	1246
IV. Streitwert im Verfügungsverfahren	1254
§ 79 Die wettbewerbliche einstweilige Verfügung	1256
I. Arten	1256
II. Streitgegenstand wettbewerblicher einstweiliger Verfügungen	1256
III. Zulässiger und unzulässiger Inhalt wettbewerblicher Verfügungen	1257
1. Unlauterer Wettbewerb und Kennzeichenrecht	1257
a) Unterlassung	1257
b) Beseitigung und Vernichtung	1257
c) Widerruf	1259
d) Richtigstellung	1260
e) Urteilsveröffentlichung	1260
f) Herausgabe	1261
g) Auskunft und Rechnungslegung	1261
2. GWB-Recht	1261
a) Unterlassung	1261
b) Belieferung und Beteiligung an geschäftlichen Veranstaltungen	1262
c) Aufnahme in eine Wirtschaftsvereinigung	1263
d) Urteilsveröffentlichungen	1263
e) Auskunft und Rechnungslegung	1264
IV. Prozessuale Inhalte wettbewerblicher einstweiliger Verfügungen	1264
1. Vollstreckungsandrohung	1264
2. Sicherheitsleistung	1265
3. Aufbrauch-, Beseitigungs- und Umstellungsfristen	1265
4. Kostenentscheidung	1267

Inhaltsverzeichnis

§ 80 Die Unterlassungsverfügung als Kernstück des wettbewerbsrechtlichen Verfügungsverfahrens.....	1268
I. Rechtsnatur.....	1268
II. Gegenstand.....	1269
III. Rechtswirkung.....	1270
§ 81 Voraussetzungen für den Erlass der einstweiligen Verfügung	1272
I. Eignung der Verfahrensart.....	1272
II. Rechtsschutzbedürfnis.....	1273
1. Grundsatz	1273
2. Fehlen des Rechtsschutzbedürfnisses	1275
III. Verfügungsgrund („Dringlichkeit“)	1278
1. Inhalt	1278
2. Dringlichkeitsvermutung des § 25 UWG	1279
3. Anwendungsbereich des § 25 UWG	1279
4. Widerlegung der Dringlichkeit.....	1280
a) Durch den Antragsgegner	1280
b) Selbstwiderlegung.....	1281
5. OLG-Rechtsprechung zur Frage der Dringlichkeit.....	1281
IV. Verfügungsanspruch	1288
1. Sicherungs- und Leistungsverfügung	1288
2. Regelungsverfügung (Unterlassungsverfügung)	1288
V. Begehungsgefahr.....	1288
1. Wiederholungsgefahr	1288
a) Tatsächliche Vermutung	1289
b) Wegfall der Wiederholungsgefahr	1289
2. Erstbegehungsgefahr.....	1291
VI. Glaubhaftmachung.....	1292
1. Umfang der Glaubhaftmachungspflicht.....	1292
2. Art der Glaubhaftmachung.....	1292
a) Beschlußverfügung	1293
b) Urteilsverfügung	1293
VII. Abmahnung und einstweilige Verfügung.....	1294
§ 82 Das Anordnungsverfahren.....	1294
I. Verfügungsantrag im wettbewerbsrechtlichen Verfügungsverfahren	1295
1. Sicherungs- und Leistungsverfügung	1295
2. Unterlassungsverfügung	1296
a) Allgemeines	1296
b) Konkrete Verletzungshandlung als Antragsinhalt	1298
c) Einzelprobleme bei der Formulierung des Unterlassungsantrages	1304
II. Form des Verfügungsantrages.....	1310
III. Postulationsfähigkeit	1310
IV. Für die Entscheidung zuständiges Gericht	1311
1. Allgemeines	1311
2. Zuständigkeit bei bereits anhängiger Hauptsache.....	1311
a) Grundsatz	1311
b) Berufungsgericht als Hauptsachegericht.....	1312
c) Amtsgericht der belegen Sache.....	1314
3. Zuständigkeit bei noch nicht anhängiger Hauptsache („Vorausverfügung“)	1314
V. Beschlußverfahren	1316
1. Verfahrensbeteiligung des Antragsgegners.....	1316
2. Ergänzungsverlangen des Gerichtes	1317
3. „Besondere“ Dringlichkeit des § 937 Abs. 2 ZPO	1318
4. Alleinentscheidungsbefugnis des Vorsitzenden.....	1319
5. Beschluß „Entscheidung nicht ohne mündliche Verhandlung“	1320
6. Zurückweisung des Verfügungsantrages im Beschlußverfahren.....	1320
7. Rücknahme des Verfügungsantrages	1320

a) Zulässigkeit.....	1320
b) Form.....	1321
c) Kostenerstattungsanspruch des Antragsgegners	1322
8. Erlaß der Beschlußverfügung	1322
a) Inhalt.....	1322
b) Zustellung an den Antragsteller.....	1323
c) Wirksamwerden gegenüber dem Antragsgegner.....	1323
VI. Urteilsverfahren	1323
1. Allgemeines	1323
a) Urteils- oder Beschlußverfahren	1323
b) Entscheidungsbefugnis des Vorsitzenden	1324
c) Richterliche Aufklärungspflicht	1324
d) Besonderheiten des Urteilsverfahrens	1324
2. Urteilsverfügung.....	1326
a) Inhalt.....	1326
b) Wirksamwerden	1326
c) Zustellungsfragen.....	1326
3. Bestätigungsurteil.....	1327
a) Voraussetzungen.....	1327
b) Inhalt.....	1328
c) Wirksamwerden	1328
d) Wirkung.....	1328
e) Zustellungsfragen.....	1328
4. Aufhebungsurteile.....	1329
a) Inhalt.....	1329
b) Wirkung.....	1329
5. Antragsänderung.....	1330
6. Antragsrücknahme	1330
7. Erledigung des Verfügungsverfahrens in der Hauptsache	1330
a) Erledigungsarten	1330
b) Verfahrensfragen.....	1332
c) Wirkung.....	1332
d) Kostenregelung und Kostenstreit	1333
8. Endgültige Beilegung des Wettbewerbsstreits im Verfügungsverfahren	1333
a) Art der Beilegung	1333
b) Wirkung der Beendigung des Wettbewerbsstreits im Verfügungsverfahren	1336
9. Einseitige Erledigungserklärung nach Abgabe einer gesicherten Unterlassungsverpflichtungserklärung	1336
VII. Kostenentscheidung	1337
1. Beschlußverfahren	1337
2. Urteilsverfahren	1337
a) Erlaß und Bestätigung der einstweiligen Verfügung	1337
b) Anerkenntnis	1338
c) Abweisung und Aufhebung	1338
d) Erledigung des Verfahrens.....	1338
e) Einseitige Erledigungserklärung	1340
VIII. „Rechtskraft“ einstweiliger Verfügungen	1340
§ 83 Einstweilige Einstellung der Zwangsvollstreckung	1341
I. Allgemeines	1342
II. Unterlassungsverfahren	1343
1. Beschlußverfügung	1343
a) Bei Widerspruch	1343
b) Im Rechtfertigungsverfahren nach § 942 Abs. 1 ZPO	1343
c) Bei Antrag auf Aufhebung nach §§ 926, 927 ZPO	1343
2. Urteilsverfügung und Bestätigungsurteil	1344
a) Bei Einlegung der Berufung	1344
b) Bei Antrag auf Aufhebung nach §§ 926, 927 ZPO	1344

Inhaltsverzeichnis

3. Aufhebungsurteil	1344
4. Einstellung der Zwangsvollstreckung hinsichtlich der Kosten	1344
a) Rechtsmittel, Rechtsbehelfe und Aufhebungsverfahren	1345
b) Einlegung der Kostenerrinerung	1345
c) Antrag auf Fristsetzung nach § 926 Abs. 1 ZPO	1346
d) Streitwertbeschwerde	1346
e) Zuständigkeit	1346
§ 84 Vollziehung der einstweiligen Verfügung	1347
I. Begriff und rechtliche Bedeutung	1347
II. Form der Vollziehung	1348
1. Sicherungsverfügung	1348
2. Leistungsverfügung	1348
3. Unterlassungsverfügung	1349
a) Entscheidung im Beschlußverfahren	1349
b) Entscheidung im Urteilsverfahren	1349
III. Vollstreckungsklausel	1350
IV. Vollziehungsfrist	1351
V. Wirkung der Vollziehung	1352
VI. Mängel der Vollziehung, Rechtsfolgen	1353
VII. Vollziehung und Sicherheitsleistung	1355
1. Anordnung der Sicherheitsleistung	1355
2. Frist zur Leistung der Sicherheit	1356
3. Zustellungsfragen	1356
§ 85 Einstweilige Verfügung und Verjährung	1356
I. Verjährung wettbewerblicher Ansprüche	1357
1. Allgemeines	1357
2. Unterlassungsanspruch	1357
3. Konkurrierende Verjährungsvorschriften	1358
II. Unterbrechung der Verjährung	1359
1. Durch Einleitung des Verfügungsverfahrens	1360
2. Durch Vollziehung der erlassenen einstweiligen Verfügung	1360
§ 86 Rechtsbehelfe und Rechtsmittel im einstweiligen Verfügungsverfahren	1361
I. Beschlußverfahren	1362
1. Beschwerde bei Ablehnung des Verfügungsantrages	1362
2. Widerspruch bei Erlaß der einstweiligen Verfügung	1363
a) Zuständigkeit	1363
b) Form der Einlegung	1363
c) Arten des Widerspruchs	1363
d) Entscheidung über den Widerspruch	1370
e) Einzelfragen	1370
II. Urteilsverfahren	1371
1. Einspruch bei Versäumnisurteil im Verfügungsverfahren	1371
a) Form	1371
b) Frist	1371
c) Wirkung	1371
2. Sofortige Beschwerde bei Kostenurteil	1372
a) Zulässigkeit	1372
b) Frist	1372
3. Berufung	1372
a) Statthaftigkeit	1372
b) Zuständigkeit	1373
c) Verfahrensgrundsätze	1373
d) Berufungsurteil	1374

§ 87 Aufhebung der einstweiligen Verfügung gegen Sicherheitsleistung nach § 939 ZPO	1374
I. Grundsätzliches	1374
1. Sicherungsverfügung	1375
2. Leistungsverfügung	1375
3. Unterlassungsverfügung	1375
II. Entscheidung	1375
§ 88 Aufhebungsverfahren nach §§ 936, 926 ZPO	1376
I. Anordnungsverfahren nach §§ 936, 926 Abs. 1 ZPO	1376
1. Antrag auf Fristsetzung zur Erhebung der Hauptsacheklage	1376
a) Zulässigkeit	1376
b) Form	1378
2. Entscheidung über den Antrag	1378
a) Zuständigkeit	1378
b) Form und Inhalt der Entscheidung	1378
c) Rechtsbehelf	1379
II. Aufhebungsverfahren nach § 926 Abs. 2 ZPO	1379
1. Antrag	1379
a) Zulässigkeit	1379
b) Form	1379
2. Zuständigkeit	1379
3. Nichtbefolgen der Anordnung (Aufhebungsgrund)	1380
a) Grundsatz	1380
b) Erhebung der Hauptsacheklage nach Fristablauf	1380
c) Hauptsacheklage	1381
4. Glaubhaftmachung des Aufhebungsgrundes	1384
5. Sachentscheidung	1385
6. Kostenentscheidung	1385
7. Rechtsmittel	1385
§ 89 Aufhebungsverfahren nach §§ 936, 927 ZPO	1385
I. Gegenstand des Verfahrens	1386
1. Allgemeines	1386
2. Beschlußverfügung	1386
3. Urteilsverfügung	1386
II. Antrag	1387
1. Zulässigkeit	1387
2. Form	1387
III. Zuständigkeit	1387
IV. Rechtsschutzbedürfnis	1387
V. „Veränderte Umstände“ (Aufhebungsgrund)	1388
1. Veränderungen	1388
2. Eintritt der Änderung	1389
3. Beispiele: Erlöschen des Anspruchs	1389
VI. Glaubhaftmachung	1391
VII. Sachentscheidung	1391
VIII. Kostenentscheidung	1392
IX. Rechtsmittel	1393
§ 90 Verzicht auf die Rechte aus der einstweiligen Verfügung	1393
I. Titelverzicht	1393
1. Titelverzicht im anhängigen Verfügungsverfahren	1393
2. Titelverzicht nach Abschluß der Hauptsacheklage	1394
3. Titelverzicht im Falle des § 926 ZPO	1394
4. Titelverzicht im Falle des § 927 ZPO	1394
5. Titelverzicht bei Versäumung der Vollziehungsfrist des § 929 Abs. 2 ZPO	1395
II. Verzichtserklärung	1395
III. Rechtsfolgen	1396

Inhaltsverzeichnis

§ 91 Die einstweilige Verfügung als endgültiger Titel	1396
I. Allgemeines	1396
II. Verfügungsverfahren als Hauptsacheverfahren	1396
III. Verzichtserklärung des Antragsgegners	1397
1. Beschlußverfahren	1398
a) Form der Erklärung	1398
b) Inhalt der Erklärung	1398
2. Urteilsverfahren	1398
a) Form	1398
b) Inhalt	1398
§ 92 Das Abschlußverfahren	1399
I. Begriff und Funktion	1399
II. Das Abschlußschreiben des Antragstellers	1399
1. Inhalt	1399
a) Beschlußverfügung	1399
b) Urteilsverfügung	1400
2. Zeitpunkt der Absendung	1401
3. Wirkung	1401
4. Verfahrensrechtliche Zuordnung	1403
III. Die Abschlußerklärung des Antragsgegners	1403
1. Inhalt	1403
2. Wirkung	1403
IV. Sonstige Verhaltensformen des Antragsgegners	1404
V. Kosten des Abschlußschreibens	1405
§ 93 Die Zwangsvollstreckung aus der einstweiligen Verfügung	1406
I. Allgemeines	1406
II. Handlungsvollstreckung	1407
1. Vornahme einer vertretbaren Handlung	1407
a) Antrag	1407
b) Vollstreckungsvoraussetzungen	1408
c) Zuständiges Gericht	1408
d) Gehör des Schuldners	1408
e) Handlungsverweigerung	1409
f) Entscheidung des Gerichts	1409
g) Kosten des Verfahrens	1410
h) Rechtsbehelfe	1411
2. Vornahme einer unvertretbaren Handlung	1411
a) Verweisung auf § 93 Rdnr. 3–8	1411
b) Handlungsverweigerung	1411
c) Entscheidung des Gerichts	1412
d) Weiterer Gang des Verfahrens	1413
e) Kosten des Verfahrens	1413
f) Rechtsbehelfe	1413
III. Unterlassungsvollstreckung	1413
1. Abgrenzung zur Handlungsvollstreckung	1413
2. Antrag	1414
3. Vollstreckungsvoraussetzungen	1414
a) Einstweilige Verfügung als vollstreckbarer Titel	1414
b) Androhung der Ordnungsmittel	1417
c) Fristgerechte Zustellung	1418
4. Zuständiges Gericht	1418
5. Gehör des Schuldners	1418
6. Zuwiderhandlung	1418
a) Inhalt und Auslegung des Unterlassungstitels	1419
b) Kern des Unterlassungsgebotes und Handlung des Schuldners	1419
c) Zeitpunkt der Zuwiderhandlung	1421

d) Verschulden	1423
e) Beweislast	1423
7. Entscheidung des Gerichtes	1424
a) Zurückweisung	1425
b) Verurteilung zu Ordnungsgeld oder Ordnungshaft	1425
c) Verurteilung zur Stellung einer Sicherheit	1426
8. Weiterer Gang des Verfahrens	1427
9. Kosten des Verfahrens	1427
10. Gegenstandswert des Ordnungsmittelverfahrens	1427
11. Verjährung von Ordnungsmitteln	1427
12. Rechtsbehelfe	1428
§ 94 Die Schadensersatzpflicht nach § 945 ZPO	1428
I. Allgemeines	1428
II. Voraussetzungen	1429
1. Ungerechtfertigter Erlaß einer einstweiligen Verfügung	1429
2. Aufhebung der einstweiligen Verfügung nach §§ 926 Abs. 2 und 942 Abs. 3 ZPO	1430
3. Vollziehung der einstweiligen Verfügung oder Abwendung der Vollziehung durch Sicherheitsleistung	1430
III. Verspätete Vollziehung der einstweiligen Verfügung	1431
IV. Umfang der gerichtlichen Nachprüfung bei Vorliegen einer rechtskräftigen Vorentscheidung	1431
V. Fehlen einer rechtskräftigen Vorentscheidung	1433
VI. Schadensersatzanspruch	1433
1. Entstehung	1433
2. Umfang	1434
3. Verjährung	1435
VII. Entscheidung	1435
14. Kapitel. Hauptsacheerklärung	
§ 95 Einstweilige Verfügung und Hauptsacheklage	1437
I. Funktion und Bedeutung der Hauptsacheklage	1437
II. Gegenstand der Hauptsacheklage	1437
III. Einleitung des Hauptsacheverfahrens	1438
1. Antrag nach § 926 Abs. 1 ZPO	1438
2. „Freiwillige“ Hauptsacheklage	1438
3. Klageart	1438
IV. Negative Feststellungsklage des Antragsgegners als Hauptsacheklage	1438
§ 96 Erhebung der Hauptsacheklage	1439
I. Verfahren	1439
1. Klagebefugnis	1439
2. Klagefrist	1439
3. Klageantrag	1439
4. Verbindung der Hauptsacheklage mit weiteren Klagen	1440
5. Zuständigkeit	1440
6. Weiterer Gang des Verfahrens	1440
II. Hauptsacheklage und Abschlußschreiben	1440
III. Hauptsacheklage und einstweilige Verfügung	1440
IV. Hauptsacheverfahren und Erledigung des Verfügungsverfahrens in der Hauptsache	1441
15. Kapitel. Internationaler Wettbewerbsprozeß	
§ 97 Gerichtsbarkeit und internationale Zuständigkeit	1443
I. Gerichtsbarkeit über ausländische Staaten, Staatsunternehmen und Staatsbanken	1443
1. Erkenntnisverfahren	1443
a) Eingeschränkte Immunität für ausländische Staaten	1443
b) Keine Immunität für ausländische Staatsunternehmen	1445
c) Keine Immunität für ausländische Staatsbanken	1445

Inhaltsverzeichnis

2. Vollstreckungsverfahren.....	1446
a) Zahlungstitel	1446
b) Unterlassungstitel	1446
II. Internationale Zuständigkeit	1446
1. Die internationale Zuständigkeit nach autonomem Recht.....	1446
a) Niederlassungszuständigkeit.....	1446
b) Deliktzuständigkeit.....	1446
c) Kartellrechtliche Streitigkeiten.....	1448
2. Die internationale Zuständigkeit nach den Staatsverträgen	1448
a) Art. 5 Nr. 3 EuGVÜ	1448
b) Bilaterale Staatsverträge	1449
§ 98 Durchführung des Wettbewerbsprozesses mit Auslandsberührung	1449
I. Partei- und Prozeßfähigkeit, Prozeßführungsbefugnis	1449
1. Parteifähigkeit	1449
2. Prozeßfähigkeit	1450
3. Prozeßführungsbefugnis	1450
II. Ermittlung und Anwendung ausländischen Wettbewerbsrechts.....	1451
1. Anwendung ausländischen Rechts von Amts wegen.....	1451
2. Ermittlung des Inhalts ausländischen Rechts von Amts wegen	1452
3. Ersatzrecht	1453
III. Revisibilität ausländischen Wettbewerbsrechts.....	1453
IV. Ausländersicherheit	1454
§ 99 Die Anerkennung und Vollstreckbarerklärung ausländischer Entscheidungen in Wettbewerbsachen	1455
I. Autonomes Recht	1455
1. Entscheidung in einer Zivilsache	1455
2. Internationale Zuständigkeit	1456
3. Ordre public Klausel.....	1457
II. Staatsverträge.....	1458
1. Entscheidung in einer Zivilsache	1459
2. Internationale Zuständigkeit	1459
3. Ordre public Klausel.....	1460
III. Insbesondere: Die Wirkungserstreckung von Entscheidungen des einstweiligen Rechtsschutzes	1460
Sachverzeichnis	1461