

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	17
Literaturverzeichnis	21
Einleitung	119
Teil 1: Internationales Wettbewerbsrecht	123
A. Allgemeine Anknüpfung	123
I. Rechtslage vor der IPR-Reform vom 01.06.1999	123
1. Grundsatz: Marktortprinzip	124
2. Ausnahmen	125
a) Betriebsbezogene Wettbewerbshandlungen	125
b) Auslandswettbewerb unter Inländern	125
c) Verbraucherschutzrelevante Wettbewerbshandlungen	126
3. Rechtswahl	126
4. Grenzen der Anwendung ausländischen Wettbewerbsrechts	127
a) Spezieller ordre public: Art. 38 EGBGB	127
b) Allgemeiner ordre public: Art. 6 EGBGB	128
II. Rechtslage nach der IPR-Reform vom 01.06.1999	129
1. Regelungsbereich des Art. 40 Abs. 2 EGBGB	130
2. Grundsatz: Marktortprinzip	132
3. Ausnahmen	133
a) Betriebsbezogene Wettbewerbshandlungen	134
b) Auslandswettbewerb unter Inländern	134
c) Verbraucherschutzrelevante Wettbewerbshandlungen	135
4. Rechtswahl	136
a) Vorherige Rechtswahl	136
b) Nachträgliche Rechtswahl	136

aa) Unzulässigkeit nach Art. 42 S. 2 EGBGB?	137
bb) Anwendungsbereich des Art. 42 S. 1 EGBGB.....	138
c) Ergebnis.....	139
4. Grenzen der Anwendung ausländischen Wettbewerbsrechts	139
a) Spezieller ordre public: Art. 40 Abs. 3 EGBGB	139
aa) Die Voraussetzungen im einzelnen.....	139
bb) Hinreichender Inlandsbezug.....	141
cc) Anwendungsbereich.....	141
dd) Rechtsfolge	142
b) Allgemeiner ordre public: Art. 6 EGBGB.....	142
III. Ergebnis	143
B. Anknüpfung im Bereich des Internet.....	143
I. Der Grundkonflikt.....	143
II. Traditionelle Ansätze.....	144
1. Herkunftsland-Prinzip: Server-Standort	144
a) Anknüpfung.....	144
b) Stellungnahme.....	145
c) Ergebnis.....	148
2. Ort des Abrufs	148
a) Anknüpfung.....	148
b) Stellungnahme.....	149
c) Ergebnis.....	150
3. Kollisionsrechtliche Spürbarkeitsgrenze: Auswirkungs-Prinzip	150
a) Anknüpfung.....	150
b) Stellungnahme.....	151
c) Ergebnis.....	154
4. Staatsvertragliche Lösung	154
a) Anknüpfung.....	154
b) Stellungnahme.....	155
c) Ergebnis.....	157
5. Zwischenergebnis.....	157

III. Alternative Ansätze	157
1. Die Grundidee des Cyberspace	157
2. Die Ansichten im einzelnen:	159
a) Das vertragliche Modell nach Burnstein	159
aa) Anknüpfung.....	159
bb) Stellungnahme	160
cc) Ergebnis.....	160
b) Selbstregulierung	161
aa) Anknüpfung.....	161
bb) Stellungnahme	163
cc) Ergebnis.....	164
c) Schiedsgerichte, insb. ICANN.....	165
aa) Anknüpfung.....	165
bb) Stellungnahme	168
cc) Ergebnis.....	170
d) Zwischenergebnis	170
IV. Zwischenergebnis.....	170
V. Lösungsmodell: Bestimmungsgemäßer Abruf.....	170
1. Die Grundidee	170
a) Primeros-Entscheidung	171
b) Tampax-Entscheidung	171
c) Zwischenergebnis.....	172
2. Die einzelnen Kriterien:	173
a) Sprache	173
b) Zahlungsmittel, Zahlungsart.....	174
c) Art und Weise sowie Umfeld der Präsentation.....	175
d) Charakter der beworbenen Leistung.....	176
e) Nationale Top-Level-Domain	176
f) Marktbedeutung des Anbieters.....	177
g) Einschränkung des Rechtsanwendungsrisikos	178
aa) Disclaimers	178
bb) Unternehmensinterne Vertriebsbeschränkungen	179
h) Zwischenergebnis	180

3. Vorteile des Lösungsmodells	180
VI. Gesamtergebnis	182
Teil 2: Deutsches Wettbewerbsrecht.....	183
A. Wettbewerbsrechtliche Abmahnung	183
I. Begriff	183
1. Definition.....	183
2. Zweck	183
II. Rechtsnatur	184
III. Form.....	185
IV. Rechtsfolge.....	185
B. Missbrauch der wettbewerbsrechtlichen Abmahnung	186
I. Missbrauch im allgemeinen	186
II. Missbrauch der wettbewerbsrechtlichen Abmahnung	186
1. Kostenerzielungsabsicht.....	187
2. Hinterhaltsmarke	188
3. Individuelle Behinderung.....	189
III. Folgen des Missbrauchs	190
IV. Gegenansprüche des Abgemahnten bei Missbrauch	190
1. Kosten zur Abwehr der unberechtigten Abmahnung	190
2. Anderweitige Kosten.....	192
3. Ergebnis	193
C. Missbrauch der wettbewerbsrechtlichen	
Abmahnung im Internet.....	193
I. Darstellung des Missbrauchs anhand von Fällen	193
1. Die „D“- Fälle.....	193
a) Sachverhalt	193
b) Ältere Rechtsprechung des LG Köln.....	194
c) Stellungnahme zum Urteil des LG Köln.....	194
d) Urteil des LG Berlin / Neuere Rechtsprechung des LG Köln....	196

e) Ergebnis.....	197
2. Die „T“-Fälle	198
a) Sachverhalt	198
b) Urteil des LG Düsseldorf.....	199
c) Stellungnahme / Fazit.....	199
3. Der Fall „Webpace“	200
a) Sachverhalt.....	200
b) Stellungnahme.....	200
c) Urteil des LG Bochum	203
d) Urteil des LG München	203
e) Lösungsentscheidung des DPMA	204
f) Ergebnis	205
4. Der Fall „Site Promotion“	205
a) Sachverhalt.....	205
b) Stellungnahme.....	206
5. Der Fall „@“	208
a) Sachverhalt.....	208
b) Stellungnahme.....	208
6. Weitere Fälle	210
II. Systematisierung der Fälle.....	211
1. Eingliederung in das Missbrauchs-Schema	211
a) Kostenerzielungsabsicht	211
b) Hinterhaltmarken.....	212
c) Individuelle Behinderung	213
2. Ergebnis.....	214
III. Besonderheiten des Missbrauchs im Internet	215
1. Streitwert-Ermittlung	215
a) Im allgemeinen	215
aa) Das Grundproblem	215
bb) Geschichtliche Entwicklung.....	216
(1) § 23 a UWG a.F.....	216
(2) § 23 a UWG n.F.....	218
cc) Gegenwärtiger Stand.....	219
b) Speziell im Internet.....	220

aa) Anbieterstruktur im Internet.....	220
(1) Anbieterstruktur	220
(2) Ergebnis.....	223
bb) Internetspezifisches Problem.....	223
c) Ergebnis.....	224
2. Ermittlung des Streitwerts von Domains	225
a) RICK-Formel.....	225
b) Verkaufspreis der Domain	226
c) Ergebnis.....	227
3. Besonderheiten des Lösungsverfahrens	228
a) Keine Berücksichtigung des Lösungsverfahrens im Gerichtsverfahren	228
b) Aussetzung nach § 148 ZPO?.....	229
c) Möglichkeit der beschreibenden Benutzung	230
d) Ergebnis	231
4. Marken-Grabbing	232
a) Problemkreis.....	232
b) Reaktion der Politik	234
c) Ergebnis.....	234
5. Gesamtergebnis	235
IV. Erklärungsansätze für den Rechtsmissbrauch	235
1. Juristenschwemme.....	235
2. Rechtsunsicherheit im Online-Bereich	238
3. Wirtschaftliches Potential des Internet	243
V. Reaktion des Internet.....	244
1. Web-Initiativen.....	245
a) „Emergency.de“.....	245
b) Webspaces	246
c) SelfHTML	246
2. Abmahn-Datenbank.....	247
3. „www.abmahnliste.de“.....	247
VII. Gesamtergebnis.....	248

Teil 3: Englisches Wettbewerbsrecht.....	249
A. Englisches Wettbewerbsrecht.....	249
I. Im allgemeinen	249
II. Einzelne Teilbereiche	251
1. Die zivilrechtlichen Regelungen.....	251
2. Die strafrechtlichen Regelungen.....	252
3. Die verwaltungsrechtlichen Regelungen	253
4. Freiwillige Selbstkontrolle.....	254
B. Wettbewerbsrechtliche Abmahnung.....	256
I. Letter before action	256
1. Begriff.....	256
a) Definition	256
b) Zwecke	257
aa) Vermeidung des Prozeßkostenrisikos	257
(1) Grundsatz.....	257
(2) Ausnahmen	259
(a) Vorsätzlicher Verstoß.....	259
(b) Schwere des Verstoßes.....	260
bb) Streiterledigung inter partes	261
2. Form.....	261
3. Rechtsfolge	261
4. Bedeutung.....	261
5. Veränderungen durch die Civil Procedure Rules 1999	262
a) Civil Procedure Rules 1999	262
b) Mögliche Veränderungen in der Praxis	263
aa) Pre-Action Protocols	264
bb) Änderung der Kostenregelung?	265
c) Ergebnis.....	266

II. Interlocutory injunctions.....	266
1. Definition.....	266
2. Bedeutung.....	267
3. Rechtsfolge.....	268
III. Zwischenergebnis.....	269
C. Missbrauch der wettbewerbsrechtlichen Abmahnung	269
I. Missbrauch im allgemeinen	269
II. Missbrauch im konkreten	270
1. Die Kriterien im einzelnen	270
a) Equity	270
b) Injurious falsehood	271
c) Contempt of court	271
d) Serious question to be tried	272
e) Malicious civil proceeding.....	273
f) Abuse of process.....	276
2. Folgen des Missbrauchs und Gegenansprüche des Abgemahnnten	276
a) Equity	276
b) Injurious falsehood	277
c) Contempt of Court.....	278
d) Serious question to be tried	278
e) Malicious civil proceeding.....	279
f) Abuse of process.....	279
III. Verdeutlichung des Missbrauchs anhand von Fällen	279
1. Swedac Ltd. Magnet & Southern Plc.	280
2. Lock International Plc. v. Beswick & others	281
3. Columbia Picture Industries Inc. v. Robinson	282
4. Zusammenfassung	283
5. Reaktion der englischen Gerichte	284
6. Ergebnis.....	285

D. Missbrauch der wettbewerbsrechtlichen Abmahnung	
im Internet.....	286
I. Bedeutung der Abmahnung im Internet.....	286
II. Missbrauch im Bereich des Internet.....	286
III. Erklärungsansätze für das Fehlen jeglichen Missbrauchs	287
Teil 4: Rechtsvergleichung.....	289
A. Begriffsklärung	289
B. Kurze Zusammenfassung der Erkenntnisse.....	289
I. Gemeinsamkeiten	289
1. Rechtsinstitut Abmahnung.....	289
2. Keine Abmahnpflicht	289
a. Grundsatz: Abmahnlast	289
b. Ausnahmen	290
3. Sinn und Zweck.....	290
II. Unterschiede	290
1. Die Ausgestaltung des Wettbewerbsrechts.....	290
2. Bedeutung der Abmahnung in der Praxis	291
3. Rechtsfolge der Abmahnung.....	291
4. Missbrauch	292
a. Schadensersatzregelung bei mißbräuchlicher Abmahnung	292
b. Missbrauch der wettbewerbsrechtlichen Abmahnung.....	292
c. Missbrauch im Online-Bereich	292
C. Erklärungsansätze für die Unterschiede	293
I. Kein Kostenersatz	293
II. Schadensersatz-Regelung	294
III. Gerichtliche Überprüfung	295
IV. Englisches Wettbewerbsrecht	295

Teil 5: Konsequenzen und Schlußfolgerungen	297
A. Abschaffung der Abmahnung.....	297
B. Abschaffung des Kostenersatzanspruchs	298
I. Geschichtliche Entwicklung	299
1. Gesetzesentwurf 1968	299
2. Gesetzesentwurf 1982	299
3. Gesetzesnovelle 1986.....	301
4. Gesetzesnovelle 1994.....	303
5. Heutiger Stand	304
II. Notwendigkeit einer Neuregelung.....	305
III. Abschaffung des Kostenersatzanspruchs in vollem Umfang	306
IV. Abschaffung des Kostenersatzanspruchs für die erste Abmahnung ..	310
C. Einführung eines Regelstreitwerts.....	311
I. Die Problemlage	312
II. Sensibilisierung der Gerichte	313
III. Einführung eines Regelstreitwerts	314
D. Schadensersatz-Regelung	316
E. Internetspezifische Regelungen	319
I. Einführung weiterer gesetzlicher Regelungen.....	320
II. Selbstkontroll-Organen.....	320
F. Zusammenfassung der Lösungsansätze	324
Anhang: Wichtige Internet-Begriffe im Überblick.....	325