

Christoph Holzbach

Die Beseitigung  
der kundenspezifischen  
Codierung als  
Behinderungswettbewerb im  
Sinne des § 1 UWG



**PETER LANG**

Europäischer Verlag der Wissenschaften

## **INHALTSVERZEICHNIS:**

Inhaltsverzeichnis..... I

Literaturverzeichnis..... VIII

A. Einführung..... 1

B. Die Vertriebsbindung.....5

I. Die Bedeutung des vertraglichen Selektivvertriebes für den freien Wettbewerb und die Funktionsfähigkeit von Märkten..... 5

II. Der Entscheidungsprozeß des Verbrauchers.....8

III. Reaktionen der Hersteller auf den Entscheidungsprozeß auf Seiten der Verbraucher..... 10

IV. Begriff und Kennzeichen der Vertriebs-	
bindung.....	13
1. Begriff der Fachhandels-Vertriebs-	
bindung.....	13
2. Merkmale der Fachhandels-Vertriebs-	
bindung.....	15
3. Der Fachhändler.....	16
C. Die Wirksamkeit von Vertriebsbindungssystemen.....	19
I. Voraussetzungen der Wirksamkeit nach	
nationalem Kartellrecht.....	20
1. Die Voraussetzungen des § 18 GWB.....	20
2. Die Voraussetzungen des § 26 GWB.....	20
3. Die weiteren Wirksamkeitsvoraussetzungen.....	21
II. Die Wirksamkeit der Vertriebsbindung	
nach Art. 85 EWGV.....	22
1. Die qualitative Selektion.....	23
2. Die quantitative Selektion.....	24

<b>D. Die Durchsetzung zulässiger selektiver Vertriebssysteme.....</b>	<b>29</b>
<b>I. Die Durchsetzung bei Verletzungshandlungen des gebundenen Händlers.....</b>	<b>29</b>
1. Die Lückenlosigkeit.....	31
a) Die gedankliche Lückenlosigkeit.....	32
b) Die praktische Lückenlosigkeit.....	35
c) Dogmatische Einordnung der Lückenlosigkeit.....	40
2. Rechtsschutz nach Vertragsrecht.....	43
a) Der Unterlassungsanspruch.....	44
b) Der Schadensersatzanspruch.....	44
c) Der Auskunftsanspruch.....	45
3. Ansprüche des Herstellers nach § 823 BGB.....	46
4. Ansprüche des Herstellers nach § 1 UWG.....	48
a) Das Wettbewerbsverhältnis.....	49
aa) Das Wettbewerbsverhältnis zwischen dem vertragsbrüchigen Händler und dem vertragstreuen gebundenen Händler.....	50
bb) Das Wettbewerbsverhältnis zwischen dem vertragsbrüchigen Händler und dem Vertriebsbinder.....	50

II. Ansprüche gegen den Außenseiter.....	53
1. Ansprüche aus § 1 UWG.....	53
a) Der Schleichbezug.....	54
b) Die Verleitung zum Vertragsbruch.....	55
c) Das Ausnutzen fremden Vertragsbruches.....	57
aa) Die Erlangung eines ungerech- fertigten Wettbewerbsvorsprunges durch den Außenseiter.....	58
(1) Der Vorsprung vor dem gebundenen Händler.....	60
(2) Der Vorsprung vor den anderen Außenseitern.....	65
bb) Die Wettbewerbswidrigkeit des erworbenen Vorsprunges.....	66
cc) Kritik an diesen Lösungsansätzen.....	68
dd) Die Planmäßigkeit der Ausnutzung fremden Vertragsbruches.....	70
ee) Die Meinung Schrickers.....	72
ff) Kritik an Schrickers Argum- entation.....	74
2. Der Auskunftsanspruch gegen den Außenseiter.....	76
3. Zwischenergebnis.....	79

<b>E.</b>	<b>Die Kontrolle der praktischen Lückenlosigkeit des Vertriebsbindungssystems.....</b>	<b>81</b>
<b>F.</b>	<b>Der Schutz der kundenspezifischen Codierung.....</b>	<b>87</b>
I.	Der Schutz von Kontrollnummern nach § 24 WZG.....	87
II.	Der Schutz des Kontrollnummernsystems nach § 3 UWG.....	91
1.	Die unwahren Angaben.....	91
2.	Das Bestehen einer Aufklärungspflicht.....	92
a)	Aufklärungspflicht hinsichtlich des Nichtbestehens einer Herstellergarantie.....	93
b)	Aufklärungspflicht hinsichtlich einer möglichen Nichtannahme des Produktes zur Reparatur in (gebundenen) Fachgeschäften.....	98
c)	Aufklärungspflicht der hinsichtlich durch die Beseitigung der Kontrollnummer entstandenen Schäden an Ware und/oder Verpackung.....	99
III.	Staßbarkeit der Beseitigung der kundenspezifischen Codierung.....	102

IV. Zwischenergebnis.....	105
V. Der Schutz der Kontrollnummern nach § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt des Behinderungswettbewerbes.....	106
1. Die Behinderung.....	106
a) Die Behinderung durch Beseiti- gung oder Veränderung geschäft- licher Kennzeichen.....	110
b) Anwendung kennzeichenrechtlicher Grundsätze auf die Codierung.....	112
c) Die Erschwerung der Kontrolle der Absatzwege durch Beseitigung der kundenspezifischen Codierung als Behinderung.....	113
2. Wettbewerbsrechtliche Schutzwürdig- keit des Kennnummernsystems.....	117
3. Die Codierung als Möglichkeit zur Abwehr drohender Gefahren.....	119
4. Schutzwürdigkeit der zur Überwachung eines wirksamen Vertriebsbindungs- systems aufgebrachten kundenspezifi- schen Codierung.....	121
5. Der Schutz der kundenspezifischen Codierung in der Rechtssprechung.....	127

6. Eigener Lösungsansatz zum Schutz der kundenspezifischen Codierung.....	136
a) Schutz des im Aufbau befind- lichen Vertriebsbindungssystems gegen Verletzungshandlungen des gebundenen Händlers.....	140
b) Schutz des im Aufbau befind- lichen Vertriebsbindungssystems gegen Verletzungshandlungen des Außenseiters.....	143
c) Das "im Aufbau befindliche" Vertriebsbindungssystem.....	145
 F. Ergebnis.....	 155