

Inhaltsverzeichnis

Lernziele	7
A. Gegenstand, Besonderheiten und Informationsquellen des Wettbewerbsrechts	9
I. Gegenstand des UWG	9
II. Das UWG im Kontext der Rechtsordnung	10
1. UWG und Nebengesetze	10
2. UWG und Immaterialgüterrecht	11
3. UWG und Kartellrecht	12
4. Europäisches Recht	14
a) Primäres Gemeinschaftsrecht	14
b) Sekundäres Gemeinschaftsrecht	18
III. Informationsquellen	21
1. Normtexte	21
2. Literatur	21
3. Rechtsprechung	22
4. Sonstiges	23
B. Entwicklung und Struktur des UWG	25
I. Entwicklung des UWG	25
II. Struktur des UWG	28
C. Grundbegriffe des UWG	31
I. Schutzzweck	31
II. Verbraucher	31
III. Unternehmer	33
IV. Mitbewerber	33
V. Marktteilnehmer	34
VI. Unlautere geschäftliche Handlung	35
1. Verhalten einer Person	35
2. Unternehmensbezug der Tätigkeit	35
3. Marktauswirkung	37
4. Absatz- oder Bezugsförderung	38
a) Förderung des eigenen Unternehmens	39
b) Förderung eines fremden Unternehmens	40
c) Fehlende Absatz- oder Bezugsförderung	42

5. Zeitrahmen	44
D. Der Grundtatbestand des § 3 UWG	47
I. Struktur des § 3 UWG	47
II. Bedeutung der Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG	47
III. Allgemeine Voraussetzungen für unlauteres Verhalten	48
1. Geschäftliche Handlung	48
2. Eignung zur Wettbewerbsbeeinträchtigung	49
3. Erheblichkeit der Wettbewerbsbeeinträchtigung	49
IV. Besondere Voraussetzungen für unzulässiges Verhalten im B2C-Bereich	51
1. Unzulässigkeit einer geschäftliche Handlung gem. § 3 Abs. 2 UWG	51
2. Unzulässige per-se-Verbote gem. § 3 Abs. 3 UWG	52

Stand dieses Buches: April 2012