

Inhaltsübersicht

Vorwort	VII
Inhalt	XIII
Abkürzungen	XXV
§ 1 Einleitung	1
§ 2 Gegenstand der Untersuchung	3
A. Problemaufriss	3
B. Gang der Darstellung	6
C. Die Rechtsangleichung des Lauterkeitsrechts als Untersuchungsgegenstand	8
§ 3 Historischer Überblick über die Entwicklung des Lauterkeitsrechts	11
A. Internationale Entwicklung des Lauterkeitsrechts	12
B. Unionsrechtliche Entwicklung des Lauterkeitsrechts	15
C. Slowakische und tschechische Entwicklung des Lauterkeitsrechts	27
§ 4 Das Verhältnis des Lauterkeitsrechts zu anderen Rechtsgebieten	41
A. Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Kartellrecht	41
B. Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Verbraucherrecht	46
C. Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Strafrecht	47
D. Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Recht des Geistigen Eigentums	51
§ 5 Das Wesen des tschechischen und des slowakischen Lauterkeitsrechts	57
A. Allgemeines	57
B. Zentralnormen des slowakischen Lauterkeitsrechts	58
C. Zentralnormen des tschechischen Lauterkeitsrechts und die Rekodifikation des tschechischen Zivilrechts	59
D. Lauterkeitsrechtliche und kartellrechtliche einleitende Vorschriften zum Wirtschaftswettbewerb	63
E. Die Schutzzwecke des slowakischen und des tschechischen Lauterkeitsrechts	75
F. Die lauterkeitsrechtlichen Generalklauseln	81
G. Rechtssubjekte im Lauterkeitsrecht	108
H. Stellungnahme	128
§ 6 Europäisiertes Werberecht	131

A.	Einführung in das Recht der unlauteren Werbung	131
B.	Gesetzliche Grundlagen der Regelung der Werbung und der Begriff der Werbung	133
C.	Irreführende Werbung und irreführende Geschäftspraktiken	162
D.	Vergleichende Werbung	207
E.	Produktbezogene Werbung	254
F.	Telefon-, Telefax- und E-Mail-Werbung (Belästigendes Direktmarketing)	270
G.	An Minderjährige gerichtete Werbung	279
H.	Getarnte Werbung	283
I.	Stellungnahme	293
§ 7	Wettbewerberbezogene Verstöße	295
A.	Hervorrufen der Verwechslungsgefahr	295
B.	Parasitäre Rufausbeutung	311
C.	Weitere Formen des Ausnutzens fremder Leistungen	323
D.	Bestechung	324
E.	Herabsetzung	331
F.	Verletzung des Geschäftsgeheimnisses	343
G.	Gefährdung der Gesundheit und der Umwelt durch unlautere Handlungen	370
§ 8	Durch die Rechtsprechung entwickelte Fallgruppen der Generalklausel	381
A.	Behinderungswettbewerb	382
B.	Abwerben von Arbeitskräften	388
C.	Abwerben von Kunden	390
D.	Ausnutzen eines fremden Vertragsbruchs	392
E.	Weitere Fallgruppen der Generalklausel	393
§ 9	Unlauterer Wettbewerb und Strafrecht	395
A.	Slowakische Republik	395
B.	Tschechische Republik	404
C.	Stellungnahme	414
§ 10	Durchsetzung des Lauterkeitsrechts	417
A.	Privatrechtliche Durchsetzung	418
B.	Öffentlichrechtlicher Schutz vor unlauterem Wettbewerb	457
C.	Alternative Streitbeilegung der Rechtsstreitigkeiten in Verbraucherangelegenheiten	463
§ 11	Stand der Harmonisierung des Lauterkeitsrechts und eigene Vorschläge	471
A.	Stand der Harmonisierung des nationalen Lauterkeitsrechts infolge der Umsetzung der europäischen Richtlinien	471
B.	Möglichkeiten der Regelung des slowakischen und des tschechischen Lauterkeitsrechts de lege ferenda	474

§ 12 Zusammenfassung	489
Anhang	493
Literatur	501
Sachregister	559

Inhalt

Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Abkürzungen	XXV
§ 1 Einleitung	1
§ 2 Gegenstand der Untersuchung	3
A. <i>Problemaufriss</i>	3
B. <i>Gang der Darstellung</i>	6
C. <i>Die Rechtsangleichung des Lauterkeitsrechts als Untersuchungsgegenstand</i>	8
I. Der Begriff des Lauterkeitsrechts	8
II. Der Begriff der Rechtsangleichung	10
§ 3 Historischer Überblick über die Entwicklung des Lauterkeitsrechts	11
A. <i>Internationale Entwicklung des Lauterkeitsrechts</i>	12
B. <i>Unionsrechtliche Entwicklung des Lauterkeitsrechts</i>	15
I. Die lauterkeitsrechtlichen Regelungen im primären Unionsrecht	16
II. Die lauterkeitsrechtlichen Regelungen im sekundären Unionsrecht	20
1. Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung	20
2. Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	23
C. <i>Slowakische und tschechische Entwicklung des Lauterkeitsrechts</i>	27
I. Die Rechtsentwicklung des Lauterkeitsrechts in der Tschechoslowakischen Republik (vor 1993)	27
1. Die Rechtsentwicklung des Lauterkeitsrechts in den Jahren 1918–1945	27
a) Erstes Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb Nr. 111/1927 Sb.	28
b) Madrider Abkommen und weitere Gesetze	30
2. Die Rechtsentwicklung des Lauterkeitsrechts in den Jahren 1945–1992	31
II. Die Rechtsentwicklung des Lauterkeitsrechts in Tschechien und der Slowakei (ab 1993)	33

§ 4 Das Verhältnis des Lauterkeitsrechts zu anderen Rechtsgebieten	41
A. <i>Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Kartellrecht</i>	41
B. <i>Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Verbraucherrecht</i>	46
C. <i>Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Strafrecht</i>	47
D. <i>Das Verhältnis zwischen Lauterkeitsrecht und Recht des Geistigen Eigentums</i>	51
§ 5 Das Wesen des tschechischen und des slowakischen Lauterkeitsrechts	57
A. <i>Allgemeines</i>	57
B. <i>Zentralnormen des slowakischen Lauterkeitsrechts</i>	58
C. <i>Zentralnormen des tschechischen Lauterkeitsrechts und die Rekodifikation des tschechischen Zivilrechts</i>	59
D. <i>Lauterkeitsrechtliche und kartellrechtliche einleitende Vorschriften zum Wirtschaftswettbewerb</i>	63
I. Internationale Zuständigkeit	64
1. Slowakische Republik	67
2. Tschechische Republik	68
II. Europäisches und nationales Lauterkeitskollisionsrecht	69
III. Inländerbehandlung für ausländische Personen	72
E. <i>Die Schutzzwecke des slowakischen und des tschechischen Lauterkeitsrechts</i>	75
I. Slowakisches HGB und tschechisches BGB	75
II. Slowakische und tschechische WerbeG	77
III. Slowakische und tschechische VerbraucherSG	77
IV. Slowakische und tschechische StGB	79
1. Tschechische Republik	79
2. Slowakische Republik	81
F. <i>Die lauterkeitsrechtlichen Generalklauseln</i>	81
I. Allgemeines	81
1. Historischer Hintergrund	82
2. Der Weg von der tschechoslowakischen Generalklausel zu den tschechischen und slowakischen Generalklauseln	83
3. Das Verhältnis der Generalklauseln zu Einzeltatbeständen des unlauteren Wettbewerbs	85
II. Die Funktion der Generalklauseln	86
III. Tatbestandsmerkmale der Generalklauseln	87
1. Wettbewerbshandlung im Wirtschaftswettbewerb bzw. im Wirtschaftsverkehr	88
a) Der Begriff des Wirtschaftswettbewerbs in der slowakischen Generalklausel	88

b)	Der Begriffs des Wirtschaftsverkehrs in der tschechischen Generalklausel	90
c)	Wettbewerbsverhältnis	90
d)	Wettbewerbliche Absicht	96
e)	Wiederholbarkeit und Regelmäßigkeit	99
2.	Verstoß gegen die guten Sitten des Wettbewerbs	100
3.	Die Eignung einen Nachteil hervorzurufen	106
G.	Rechtssubjekte im Lauterkeitsrecht	108
I.	Der Wettbewerber im wirtschaftlichen Wettbewerb	109
1.	Unberechtigt handelnder Unternehmer	114
2.	Wettbewerbstätigkeit ad hoc	118
II.	Verbraucher	119
III.	Kunden im tschechischen Lauterkeitsrecht	124
IV.	Juristische Personen gemäß § 54 slow. HGB und § 2989 tschech. BGB	127
H.	Stellungnahme	128
§ 6	Europäisiertes Werberecht	131
A.	<i>Einführung in das Recht der unlauteren Werbung</i>	131
B.	<i>Gesetzliche Grundlagen der Regelung der Werbung und der Begriff der Werbung</i>	133
I.	Privatrechtliche Regelung der Werbung	133
II.	Öffentlichrechtliche Regelung der Werbung und der Geschäftspraktik	134
1.	Slowakische Republik	135
a)	Regelung der Werbung im slow. WerbeG Nr. 147/2001 Z.z.	135
aa)	Der Begriff der Werbung	137
bb)	Gesetzliche Anforderungen an die Werbung	139
b)	Regelung der Werbung nach dem Gesetz 308/2000 Z.z. über die Sendung und Weitersendung	141
c)	Regelung der unlauteren Geschäftspraktiken im slow. VerbraucherSG	142
aa)	Der Begriff der Geschäftspraktik	142
bb)	Gesetzliche Anforderungen an die Geschäftspraktik	143
2.	Tschechische Republik	146
a)	Regelung der Werbung im tschech. WerbeG Nr. 40/1995 Sb.	146
aa)	Der Begriff der Werbung	148
bb)	Gesetzliche Anforderungen an die Werbung	150
b)	Regelung der Werbung nach dem Gesetz Nr. 231/2001 Sb. über die Durchführung von Rundfunk- und Fernsehsendungen	150
c)	Regelung der unlauteren Geschäftspraktiken im tschech. VerbraucherSG	151
aa)	Der Begriff der Geschäftspraktik	151
bb)	Gesetzliche Anforderungen an die Geschäftspraktik	152
III.	Selbstregulierung ethischen Verhaltens im Bereich der Werbung	153
1.	Slowakische Republik	156
a)	Das Organ der Selbstregulierung der Werbung und seine Befugnisse	156

b) Regelung der Werbung gemäß dem slow. Kodex der Werbung	157
2. Tschechische Republik	159
a) Das Organ der Selbstregulierung im Bereich der Werbung und das »Copy Advice-System«	159
b) Begriff der Werbung gemäß dem tschech. Kodex der Werbung	161
IV. Stellungnahme	161
C. <i>Irreführende Werbung und irreführende Geschäftspraktiken</i>	162
I. Slowakische Republik	164
1. Regelung der Irreführung im slow. HGB (privatrechtliche Ebene)	164
a) Der Tatbestand der irreführenden Werbung	165
b) Der Tatbestand der täuschenden Bezeichnung von Waren und Dienstleistungen	169
2. Irreführungstatbestände im slow. VerbraucherSG (öffentlichtrechtliche Ebene)	173
a) Irreführende Geschäftspraktiken nach § 8 slow. VerbraucherSG	173
b) Verbot der Irreführung eines Verbrauchers nach § 5 slow. VerbraucherSG (öffentlichtrechtliche Ebene)	176
3. Irreführende Werbung im slow. WerbeG (öffentlichtrechtliche Ebene)	178
4. Besondere Regelung der irreführenden Werbung im slow. Nahrungsmittelgesetz (öffentlichtrechtliche Ebene)	179
II. Tschechische Republik	180
1. Regelung der Irreführung im tschech. BGB (privatrechtliche Ebene)	180
a) Der Tatbestand der irreführenden Werbung	181
b) Der Tatbestand der täuschenden Bezeichnung von Waren und Dienstleistungen	187
2. Irreführende Geschäftspraktiken gemäß tschech. VerbraucherSG (öffentlichtrechtliche Ebene)	193
3. Irreführende Werbung im tschech. WerbeG (öffentlichtrechtliche Ebene)	195
4. Besondere Regelung der irreführenden Werbung im tschech. Nahrungsmittelgesetz (öffentlichtrechtliche Ebene)	196
III. Der Begriff des Durchschnittsverbrauchers im slowakischen und tschechischen Lauterkeitsrecht in Bezug auf die lauterkeitsrechtliche Rechtsangleichung	197
IV. Verzierungen und Übertreibung in der Werbung oder die sog. Superlativ-Werbung	201
V. Stellungnahme	202
D. <i>Vergleichende Werbung</i>	207
I. Richtlinienkonforme Auslegung	207
II. Legaldefinition der vergleichenden Werbung in den nationalen Rechtsordnungen	211
1. Slowakische Republik	211
a) Vergleichende Werbung als privatrechtliches Delikt	211
b) Vergleichende Werbung als öffentlichrechtliches Delikt	213
2. Tschechische Republik	215
a) Vergleichende Werbung als privatrechtliches Delikt	215

aa)	Die Definition der vergleichenden Werbung in § 2980 tschech. BGB	215
bb)	Ergänzung der beispielhaften Aufzählung der Unlauterkeitstatbestände in § 2976 Abs. 2 tschech. BGB	219
b)	Vergleichende Werbung als öffentlichrechtliches Delikt	220
III.	Zulässigkeitskriterien in der slowakischen und in der tschechischen Regelung der vergleichenden Werbung	221
1.	Irreführender Werbevergleich (i.S.d. Art. 4 lit. a der Irreführungs-RiLi)	221
a)	Slowakische Republik	223
b)	Tschechische Republik	223
2.	Waren, Dienstleistungen oder unbewegliche Sachen für denselben Bedarf oder denselben Zweck (i.S.d. Art. 4 lit. b der Irreführungs-RiLi)	225
a)	Slowakische Republik	225
b)	Tschechische Republik	226
3.	Objektive Bezugnahme auf Eigenschaften oder Preis (i.S.d. Art. 4 lit. c der Irreführungs-RiLi)	227
a)	Slowakische Republik	227
b)	Tschechische Republik	229
4.	Dieselbe Ursprungsbezeichnung bei der vergleichenden Werbung (Art. 4 lit. e Irreführungs-RiLi)	231
a)	Slowakische Republik	233
b)	Tschechische Republik	234
5.	Herabsetzung durch eine vergleichende Werbung (i.S.d. Art. 4 lit. d der Irreführungs-RiLi)	235
a)	Slowakische Republik	236
b)	Tschechische Republik	237
6.	Rufausbeutung (i.S.d. Art. 4 lit. f der Irreführungs-RiLi)	240
a)	Slowakische Republik	241
b)	Tschechische Republik	242
7.	Darstellung als Nachahmung oder Kopie einer kennzeichengeschützten Ware oder Dienstleistung (i.S.d. Art. 4 lit. g der Irreführungs-RiLi)	244
a)	Slowakische Republik	245
b)	Tschechische Republik	246
8.	Verwechslungsverbot (i.S.d. Art. 4 lit. h der Irreführungs-RiLi)	247
a)	Slowakische Republik	248
b)	Tschechische Republik	249
IV.	Besondere Regelung der Sonderangebote bei vergleichender Werbung nach tschechischem Recht	250
V.	Vergleichende Produkttests	252
VI.	Stellungnahme zu Gemeinsamkeiten und Unterschieden der slowakischen und der tschechischen Regelung der vergleichenden Werbung	253
E.	<i>Produktbezogene Werbung</i>	254
I.	Ähnlichkeit der Regelung der produktbezogenen Werbung in der Slowakei und in Tschechien	255

1.	Werbung für alkoholische Getränke	255
a)	Slowakische Republik	256
b)	Tschechische Republik	257
2.	Tabakwerbung	258
a)	Slowakische Republik	260
b)	Tschechische Republik	261
3.	Werbung für Waffen und Munition	262
a)	Slowakische Republik	263
b)	Tschechische Republik	263
4.	Werbung für den Bedarf und die Beschaffung von Organen, Gewebe und Zellen	263
a)	Slowakische Republik	264
b)	Tschechische Republik	264
5.	Arzneimittelwerbung	265
a)	Slowakische Republik	266
b)	Tschechische Republik	267
6.	Säuglingsanfangsnahrungs- und Folgenahrungswerbung	267
II.	Zusätzliche Arten produktbezogener Werbung in der Tschechischen Republik	268
1.	Nahrungsmittelwerbung	268
2.	Werbung für Pflanzenschutzpräparate	269
3.	Werbung für Tierarzneimittel	269
4.	Werbung für Bestattungstätigkeiten	269
F.	<i>Telefon-, Telefax- und E-Mail-Werbung (Belästigendes Direktmarketing)</i>	270
I.	Das slowakische Recht unter dem Einfluss des Unionsrechts	271
II.	Das tschechische Recht unter dem Einfluss des Unionsrechts	276
G.	<i>An Minderjährige gerichtete Werbung</i>	279
I.	Slowakische Republik	280
II.	Tschechische Republik	281
H.	<i>Getarnte Werbung</i>	283
I.	Formen getarnter Werbung	284
1.	Unterschwellige Werbung	284
2.	Redaktionelle Werbung	285
3.	Produktplatzierung (Product Placement) und Advertising-in-Game	286
4.	Schleichwerbung	286
II.	Regelung der getarnten Werbung auf nationaler Ebene	287
1.	Slowakische Republik	287
2.	Tschechische Republik	290
Z.	<i>Stellungnahme</i>	293
§ 7	Wettbewerberbezogene Verstöße	295
A.	<i>Hervorrufen der Verwechslungsgefahr</i>	295
I.	Gemeinsame Regelungen im slowakischen und tschechischen Recht	297

1. Benutzung eines Handelsnamens bzw. eines Namens einer Person oder einer besonderen Bezeichnung eines anderen Wettbewerbers	297
2. Benutzung einer besonderen Unternehmens- bzw. Betriebsbezeichnung, einer anderen besonderen Bezeichnungen oder einer Ausstattung der Waren, Dienstleistungen bzw. Geschäftsmaterialien eines anderen Wettbewerbers	303
3. Nachahmung fremder Waren, ihrer Verpackungen oder der Dienstleistungen	306
II. Zusätzliche Regelung des Hervorrufens der Verwechslungsgefahr in Bezug auf den Handelsnamen von Katalogfirmen in § 47 Abs. 2 slow. HGB	309
B. Parasitäre Rufausbeutung	311
I. Gesetzliche Grundlagen im slowakischen und tschechischen Recht	311
II. Formen der parasitären Rufausbeutung	315
1. Anlehnende Werbung	315
2. Rufausbeutung durch Kompatibilitätshinweise	316
III. Ausdehnung des Schutzes gemäß des Tatbestands der parasitären Rufausbeutung auf andere Schutzgegenstände	317
1. Ausbeutung des guten Rufes von Marken	317
2. Ausbeutung des guten Rufs von Kennzeichen in Domainnamen	319
3. Ausbeutung des Rufes einer Kennzeichen durch AdWords	321
C. Weitere Formen des Ausnutzens fremder Leistungen	323
I. »Free Riding«	323
II. Ambush Marketing (Guerilla Marketing)	324
D. Bestechung	324
I. Zivilrechtliches Delikt der Bestechung in § 49 slow. HGB und § 2983 tschech. BGB	326
1. Aktive Bestechung (§ 49 lit. a slow. HGB und § 2983 lit. a tschech. BGB)	326
2. Passive Bestechung (§ 49 lit. b slow. HGB und § 2983 lit. b tschech. BGB)	328
II. Strafrechtliche Regelung der Bestechung bzw. der Korruption im slowakischen und im tschechischen Recht	328
III. Strafrechtliche Regelung der Bestechung als Unlauterkeitstatbestand	331
E. Herabsetzung	331
I. Internationale, europäische und tschechoslowakische Vorlagen des jetzigen Tatbestands der unlauteren Herabsetzung	331
II. Tatbestandsmerkmale und Formen der Herabsetzung	334
1. Herabsetzung durch unwahre Angaben (§ 50 Abs. 1 slow. HGB und § 2984 Abs. 1 tschech. BGB)	336
2. Herabsetzung durch wahre Angaben (§ 50 Abs. 2 slow. HGB und § 2984 Abs. 2 tschech. BGB)	339
a) Exkulpation durch gerechtfertigte Abwehr	341
b) Besondere Exkulpationsform von herabsetzenden wahren Angaben im slowakischen Lauterkeitsrecht	342

F. <i>Verletzung des Geschäftsgeheimnisses</i>	343
I. Der wirtschaftliche Wert eines Geschäftsgeheimnisses	343
II. Begriff des Geschäftsgeheimnisses gemäß §§ 17–20 slow. HGB und § 504 tschech. BGB	344
1. Charakter einer Tatsache und ihre Unternehmens-/Betriebs- bezuglichkeit	348
2. Wert des Geschäftsgeheimnisses	351
3. Nichtoffenkundigkeit	352
4. Geheimhaltungswille	352
5. Interesse an der Geheimhaltung in verantwortlicher Weise	353
III. Schutz von Geschäftsgeheimnissen	354
1. Der absolute Geschäftsgeheimnisschutz	354
2. Der relative Geschäftsgeheimnisschutz nach den lauterkeitsrecht- lichen Nomen in § 51 slow. HGB und § 2985 tschech. BGB	355
a) Gesetzlich qualifizierte Arten der Kenntnisierlangung des Handelnden	356
aa) Arbeits- oder ein anderes Verhältnis zum Wettbewerber oder die Ausübung einer Funktion	356
bb) Eigenes oder fremdes gesetzwidriges Handeln	358
b) Mitteilung, Zugänglichmachung und Ausnutzung des Geschäfts- geheimnisses	359
aa) Mitteilung	359
bb) Zugänglichmachung des Geschäftsgeheimnisses	360
cc) Ausnutzung des Geschäftsgeheimnisses	360
c) In unbefugter Weise	361
3. Verwertung des Geschäftsgeheimnisses im Wirtschaftswettbewerb	361
4. Die Zeitdauer und das Erlöschen des relativen Geschäftsgeheimnisschutzes	361
a) Dauer des relativen Geschäftsgeheimnisschutzes in einem Arbeitsverhältnis	362
aa) Tschechische Republik	364
bb) Slowakische Republik	366
b) Dauer des relativen Geheimnisschutzes bei eigenem oder fremdem gesetzeswidrigen Verhalten	367
5. Aktivlegitimation nach slow. HGB bzw. tschech. BGB	368
6. Strafrechtlicher Schutz des Geschäftsgeheimnisses	369
G. <i>Gefährdung der Gesundheit und der Umwelt durch unlautere Handlungen</i>	370
I. Regelung des Rechtsschutzes der Gemeinschaftsgüter Umwelt und Gesundheit	370
II. Regelung des Tatbestands der Gefährdung der Gesundheit und der Umwelt im slowakischen und im tschechischen Recht	373
1. Tatbestandsvoraussetzungen der § 52 slow. HGB und § 2987 tschech. BGB	373
2. Umwelt- und gesundheitsbezogene Werbung	376
III. Stellungnahme zum Tatbestand der Gefährdung der Umwelt und der Gesundheit	377

§ 8 Durch die Rechtsprechung entwickelte Fallgruppen der Generalklausel	381
<i>A. Behinderungswettbewerb</i>	382
I. Individuelle Behinderung	382
II. Physische Behinderung der wettbewerblichen Tätigkeit	383
III. Behinderungswettbewerb im Internet	384
IV. Boykott	384
V. Preisunterbietung	386
<i>B. Abwerben von Arbeitskräften</i>	388
<i>C. Abwerben von Kunden</i>	390
<i>D. Ausnutzen eines fremden Vertragsbruchs</i>	392
<i>E. Weitere Fallgruppen der Generalklausel</i>	393
§ 9 Unlauterer Wettbewerb und Strafrecht	395
<i>A. Slowakische Republik</i>	395
I. Lauterkeitsrechtliche Regelung im slow. StGB Nr. 300/2005 Z.z.	395
II. Weitere strafrechtliche Sanktionierung der Verletzung der Wettbewerber	399
III. Strafrechtliche Sanktionierung der Verletzung der Verbraucher	399
1. Die Straftat der Verletzung des Verbrauchers	399
2. Unlautere Geschäftspraktiken gegen den Verbraucher als Straftat	401
3. Stellungnahme zum strafrechtlichen Verbraucherschutz	402
IV. Straftaten im Bereich des Geistigen Eigentums	403
<i>B. Tschechische Republik</i>	404
I. Lauterkeitsrechtliche Regelung im tschech. StGB Nr. 40/2009 Sb.	404
II. Zusätzliche strafrechtliche Sanktionsmöglichkeiten bei der Verletzung von Verbrauchern	409
III. Straftaten im Bereich des Geistigen Eigentums	411
<i>C. Stellungnahme</i>	414
§ 10 Durchsetzung des Lauterkeitsrechts	417
<i>A. Privatrechtliche Durchsetzung</i>	418
I. Aktivlegitimation in Rechtsstreitigkeiten aus dem unlauteren Wettbewerb	418
1. Wettbewerber als aktivlegitimierte Personen	419
2. Verbraucher als aktivlegitimierte Personen	420
3. Andere Personen bzw. Kunden	421
4. Im Interesse der Verbraucher bzw. Kunden oder der Wettbewerber handelnde juristische Personen	422
II. Passivlegitimation im Rechtsstreit wegen unlauterer Handlung	424
III. Unterschiedliche Regelungen der Beweislast im slowakischen und im tschechischen Lauterkeitsrecht	426
1. Slowakische Republik	426

Inhalt

2. Tschechische Republik	427
IV. Private rechtliche Ansprüche gegen unlauteren Wettbewerb	429
1. Abwehransprüche	430
a) Unterlassungsanspruch	430
b) Beseitigungsanspruch	435
2. Kompensatorische bzw. Satisfaktionsrechtsansprüche	437
a) Angemessene Genugtuung	437
b) Schadensersatz	440
c) Herausgabe der ungerechtfertigten Bereicherung	444
V. Einstweilige Verfügung	446
VI. Kumulation der Unterlassungs- und Beseitigungsklagen	448
VII. Urteilsveröffentlichung und Ausschluss der Öffentlichkeit von der Gerichtsverhandlung	449
1. Urteilsveröffentlichung	449
2. Ausschluss der Öffentlichkeit von der Verhandlung	451
VIII. Außergerichtliche privatrechtliche Rechtsmittel gegen unlauteren Wettbewerb	451
1. Schutz gegen den Eingriff in den »ruhigen Zustand«	452
a) Slowakische Republik	452
b) Tschechische Republik	453
2. Selbsthilfe	454
3. Notwehr	456
3. Öffentlichrechtlicher Schutz vor unlauterem Wettbewerb	457
I. Verwaltungsrechtliche Durchsetzung der Rechtsfolgen wegen unlauterem Wettbewerb im Sinne der slow. und tschech. WerbeG	458
1. Slowakische Republik	458
2. Tschechische Republik	459
II. Verwaltungsrechtliche Durchsetzung der Rechtsfolgen wegen unlauterem Wettbewerb im Sinne der nationalen VerbraucherSG	461
1. Slowakische Republik	461
2. Tschechische Republik	462
III. Strafrechtliche Durchsetzung der Rechtsfolgen wegen unlauterem Wettbewerb	462
C. Alternative Streitbeilegung der Rechtsstreitigkeiten in Verbraucherangelegenheiten	463
I. Slowakische Republik	466
II. Tschechische Republik	467
§ 11 Stand der Harmonisierung des Lauterkeitsrechts und eigene Vorschläge	471
A. Stand der Harmonisierung des nationalen Lauterkeitsrechts infolge der Umsetzung der europäischen Richtlinien	471
B. Möglichkeiten der Regelung des slowakischen und des tschechischen Lauterkeitsrechts de lege ferenda	474
I. Das Modell der gemeinsamen Regelung des Lauterkeitsrechts für den B2B- und B2C-Bereich in einem eigenständigen Gesetz	475

1. TEIL I: Zivilrechtliche Bestimmungen der vorgeschlagenen nationalen UWG	475
a) Vorschläge bezüglich des harmonisierten Bereichs des Lauterkeitsrechts	475
b) Entwurf der slow. und tschech. UWG für den Bereich des harmonisierten Lauterkeitsrechts	477
c) Vorschläge hinsichtlich des nichtharmonisierten Bereichs der lauterkeitsrechtlichen Handlungen	483
2. TEIL II: Strafrechtliche Bestimmungen der vorgeschlagenen nationalen UWG	484
3. TEIL III: Verwaltungsrechtliche Bestimmungen der vorgeschlagenen nationalen UWG	485
II. Das Modell der getrennten Regelungen des Lauterkeitsrechts für B2B- und B2C-Bereiche	485
III. Das Hybridmodell der Regelung des Lauterkeitsrechts	486
IV. Das Modell der Regelung des unlauteren Wettbewerbs in den jeweiligen nationalen BGB	486
§ 12 Zusammenfassung	489
Anhang	493
Literatur	501
Sachregister	559