

Inhaltsverzeichnis

	Seite
<i>Vorwort</i>	V
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XIX
<i>Literaturverzeichnis</i>	XXV
A. Einleitung	1
B. Das Wettbewerbs- und Kartellrecht als Begriff	4
I. Funktionen des Wettbewerbsrechts	4
II. Wettbewerbsrecht im weiteren Sinn	5
III. Wettbewerbsrecht im engeren Sinn	6
IV. Fehlende gesetzliche Definition des Wettbewerbs	7
C. Die Entstehung des Wettbewerbs- und Kartellrechts in Deutschland	9
I. Zur Historie des Wettbewerbsrechts im weiteren Sinn	9
II. Zur Geschichte des Kartellrechts	11
D. Europarechtliche Grundlagen des Wettbewerbs- und Kartellrechts	13
E. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb	16
I. Die Europäisierung des Unlauterkeitsrechts	16
1. Allgemeines	16
2. Einzelne Richtlinien	17
a) Die europäische Richtlinie über die vergleichende Werbung	17
b) Die europäische Richtlinie gegen irreführende Werbung	18
3. Die europäische Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	20
a) Zweck der Richtlinie	20
b) Einzelheiten der Richtlinie	20
aa) Verbot unlauterer Geschäftspraktiken	20
bb) Irreführende Unterlassungen	24
cc) Aggressive Geschäftspraktiken	24
c) Ausblick	25

4. Nötigung nach § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG	70
5. Unzulässige Beeinflussung nach § 4a Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG	70
6. Die Voraussetzungen der Feststellung, ob eine geschäftliche Handlung aggressiv ist, § 4a Abs. 2 Nr. 1-5 UWG	71
7. Einzelheiten zum Tatbestand des § 4a Abs. 2 UWG	71
 XIII. Die irreführenden geschäftlichen Handlungen nach § 5 UWG	74
1. Irreführende geschäftliche Handlungen gegenüber Verbrauchern gemäß der Anlage zu § 3 Abs. 3 UWG	74
2. Struktur von § 5 UWG, Prüfungsreihenfolge	75
3. Irreführende geschäftliche Handlung, Begriff der Werbung	76
4. Werbung gegenüber Verbrauchern	77
5. Werbung gegenüber sonstigen Marktteilnehmern	77
 XIV. Die in § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG enthaltenen Kriterien	77
1. Irreführende geschäftliche Handlungen	77
a) Die deutsche Rechtsprechung zur Irreführung im Spannungsfeld der Rechtsprechung des EuGH	77
b) Objektiv zutreffende Werbeangaben	78
c) Irreführende geschäftliche Handlungen	78
d) Wegfall eines Irreführungsbesitzstandes durch die Änderung wesentlicher Bedingungen	80
e) Missverständliche, verunsichernde, übertriebene Werbeaussagen	80
f) Getarnte Werbung	80
g) Die Feststellung des Vorliegens irreführender Angaben nach Maßgabe der Verkehrsauffassung	81
h) Die Einholung eines Meinungsumfragegutachtens	81
2. Angaben	81
a) Weiter Begriff	82
b) Angaben als mitgeteilter Sachverhalt oder Meinungsäußerung ..	82
c) Bloße Kaufappelle, nichtssagende Anpreisungen	83
d) Verwendung von Symbolen und Zeichen	83
e) Äußerungen Dritter, anlehnende Werbung	83
f) Firmierungen und markenrechtliche Bezeichnungen	84
3. Die in § 5 Abs. 1 Satz 2 UWG enthaltene allgemeine Regelung	84
4. Irreführende Angaben über die in § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG aufgeführten Umstände	84
a) Merkmale der Waren oder Dienstleistungen	85
b) Verfügbarkeit	85
c) Einzelne in § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG aufgeführte Merkmale ..	86
5. Zwecktauglichkeit	86
6. Verwendungsmöglichkeit	87
7. Menge	87
8. Beschaffenheit	87
9. Die geografische Herkunft	88

10. Die von der Verwendung zu erwartenden Ergebnisse	88
11. Ergebnisse und wesentliche Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen	89
12. Die in § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG aufgeführten Angaben	90
a) Der Anlass des Verkaufs	90
b) Die Werbung mit dem Preis und dem Preisvorteil	90
c) Die Bedingungen, unter denen die Waren geliefert oder die Dienstleistungen erbracht werden	92
13. Die in § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG aufgeführten Angaben	93
a) Die geschäftlichen Verhältnisse	93
b) Die Identität	94
c) Die Eigenschaften und die Rechte des Unternehmens	95
d) Das Vermögen des Unternehmers	95
e) Die geistigen Eigentumsrechte des Unternehmers	95
f) Die Befähigung des Unternehmers	96
g) Die Auszeichnungen und Ehrungen des Unternehmers	96
14. Aussagen oder Symbole im Zusammenhang mit Sponsoring oder die sich auf eine Zulassung des Unternehmers oder der Waren oder Dienstleistungen beziehen nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 4 UWG ..	97
15. Irreführung über die Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austausches oder einer Reparatur nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 UWG	97
16. Irreführung über die Einhaltung eines Verhaltenskodexes nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 6 UWG	97
17. Irreführung über Rechte des Verbrauchers nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 7 UWG	98
XV. Angaben im Rahmen vergleichender Werbung sowie bildliche Darstellungen und sonstige Veranstaltungen nach § 5 Abs. 2 und 3 UWG	98
XVI. Werbung mit der Herabsetzung eines Preises nach § 5 Abs. 4 Satz 1 UWG	98
1. Gegenstand der Irreführung	99
2. Beweislast nach § 5 Abs. 4 Satz 2 UWG	99
XVII. Die geschäftliche Relevanz der Irreführung nach § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG..	100
XVIII. Werbung für nicht ausreichend vorrätige Ware nach Nr. 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG	100
1. Allgemeines	100
2. Vorhaltung der Ware	101
3. Angemessene Ware zur Befriedigung der zu erwartenden Nachfrage	102
XIX. Irreführung durch Unterlassen nach § 5a UWG	102
1. Die Bedeutung des Verschweigens einer Tatsache für die Entscheidung zum Vertragsschluss nach § 5 Abs. 1 UWG	102

G. Domainrecht	142
I. Einleitung	142
II. Die Domain	142
1. Der Domain-Name	142
a) Top Level Domains	143
b) Second Level Domains	144
c) Sub Level Domains	145
2. Die Funktion der Domain	145
3. Eigentumsfähigkeit	146
III. Ansprüche aus dem Namensrecht	146
1. Schutzbereich	146
2. Schutzumfang	147
3. Recht der Gleichnamigen	150
IV. Ansprüche aus dem Markenrecht	151
1. Verwechslungsgefahr von Domainbezeichnungen	151
a) Entstehung der geschützten Marke	151
b) Verwendung des Verletzerzeichens	151
c) Verwechslungsgefahr	153
aa) Zeichenähnlichkeit	153
bb) Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit	155
d) Maßgeblicher Zeitpunkt	156
e) Keine eigenen Markenrechte des Domaininhabers	156
2. Verwendung einer bekannten Marke als Domain	156
3. Schutz von Werktiteln	158
4. Schutz von Domains	158
V. Ansprüche aus dem Wettbewerbsrecht	160
1. Domaingrabbing	160
2. Irreführende Angaben	161
3. Kanalisierung von Handelsströmen	162
4. Behinderungswettbewerb	163
VI. Verfahrensfragen	163
1. Richtiger Anspruchsgegner	163
2. Dispute-Eintrag (früher: Wait-Eintrag)	165
3. Anspruchsinhalt	166
4. Negative Feststellungsklage	167
5. Vollstreckbarkeit	167
6. Pfändbarkeit von Domains	167
7. Schiedsverfahren	168
a) ICANN-Verfahren	168
b) ADR-Verfahren	168
c) Dispute Resolution Procedure/Trademark Post-Delegation Dispute	169
8. Strafrecht	169

H. Kartellrecht	170
Einleitung	170
I. Die Bedeutung des EU-Rechts	170
1. Der EG-Vertrag	170
a) Allgemeines	170
b) Art. 101 AEUV (ex Art. 81 EGV)	171
aa) Der Ansatz des „more economic approach“	171
bb) Die Tatbestandsmerkmale von Art. 101 AEUV	172
cc) Die Spürbarkeit der Beeinträchtigung des zwischenstaatlichen Handels	173
c) Art. 102 AEUV (ex Art. 82 EGV)	174
d) Die VO Nr. 1/2003 vom 16.12.2002	175
e) Die Freistellung vom Kartellverbot nach Art. 101 AEUV (ex Art. 81 EGV)	175
aa) Die Bedeutung von vertikalen Beschränkungen und Vertriebswegen	175
bb) Die GVO 330/2010	176
f) Europäische Fusionskontrollverfahren	177
aa) Die Umsatzschwellen in Art. 1 Abs. 2 FKVO	177
bb) Die Beurteilung von Zusammenschlüssen nach Art. 2 FKVO	178
g) Vorrang des europäischen Kartellrechts	179
h) Grundlagen des Vergaberechts	179
2. Das GWB als „Kartellrecht in Deutschland“	180
a) Die 7. Novelle des GWB	180
b) Die 8. Novelle des GWB	181
II. Der Regelungsgehalt des GWB	182
1. Zur Funktion des Kartellrechts	182
2. Das Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen	183
a) Allgemeines	183
b) Das Wettbewerbsverbot als gesetzliches Verbot nach § 134 BGB	183
c) Das in § 1 GWB ungeschriebene Tatbestandsmerkmal der Spürbarkeit	183
d) Die Wettbewerbsbeschränkung	184
e) Handeln von Unternehmen	185
f) Weiter Anwendungsbereich von § 1 GWB	186
g) Die in § 1 GWB sanktionierten Verhaltensweisen	187
aa) Vereinbarungen zwischen Unternehmen	187
bb) Beschlüsse von Unternehmensvereinigungen	188
cc) Abgestimmte Verhaltensweisen	188
dd) Bewirkte oder gar bezweckte Wettbewerbsbeschränkung	189
ee) Relevanter Markt	190
3. Vom Verbot des § 1 GWB freigestellte Vereinbarungen nach § 2 GWB	191

4. Freistellung von Mittelstandskartellen nach § 3 GWB	192
5. Marktbeherrschung, wettbewerbsbeschränkendes Verhalten	193
a) Marktbeherrschende Stellung	193
aa) Allgemeines	193
bb) Das Verbot in § 19 Abs. 1 GWB	193
cc) Die gesetzliche Definition der Marktbeherrschung	193
dd) Beispiele des Missbrauchs	195
b) Verbotenes Verhalten von Unternehmen mit Marktbeherrschung sowie verbotenes Verhalten von Unternehmen mit relativer oder überlegener Marktmacht	196
aa) Verbot der missbräuchlichen Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung in § 19 Abs. 1 GWB	196
bb) Verbotenes Verhalten von Unternehmen mit relativer oder überlegener Marktmacht	199
cc) Fassung des § 20 Abs. 4 GWB a.F. ab dem 1.1.2013 bis zur 8. Novelle des GWB	199
dd) Aktuelle Fassung des § 20 Abs. 3 GWB	199
ee) Die Regelung in § 20 Abs. 4 GWB	200
ff) Aufnahmefrist nach § 20 Abs. 5 GWB	200
c) Boykottverbot, Verbot sonstigen wettbewerbsbeschränkenden Verhaltens	200
6. Wettbewerbsregeln	201
7. Sonderregeln für bestimmte Wirtschaftsbereiche	202
a) Landwirtschaft	202
b) Energiewirtschaft	202
c) Preisbindung für Zeitungen und Zeitschriften	202
d) Verträge der Wasserwirtschaft	203
8. Befugnisse der Kartellbehörden	203
9. Sanktionen	204
a) Die zivilrechtlichen Anspruchsgrundlagen in § 33 GWB	204
b) Abschöpfung des wirtschaftlichen Vorteils	205
c) Vorteilsabschöpfung durch Verbände	205
d) Bußgeldverfahren	205
10. Zusammenschlusskontrolle	206
11. Monopolkommission	207
12. Verfahren vor den Kartellbehörden	208
13. Öffentliches Vergaberecht	209
a) Bedeutung	210
b) Vergaberechtsreform 2016	210
c) Allgemeine Grundsätze	212
d) Verfahren unterhalb der Schwellenwerte	215
e) Verfahren oberhalb der Schwellenwerte	217

I. Telekommunikationsrecht	221
I. Einleitung/Rückblick	221
II. Die Regulierungsbehörde	225
III. Verfahren der Marktregulierung/Marktdefinition und Marktanalyse	227
1. Allgemeines	227
2. Zugangsregulierung unabhängig von der Marktmacht der Betreiber	230
3. Zugangsregulierung gegenüber Betreibern mit beträchtlicher Marktmacht	231
4. Funktionelle Trennung vertikal integrierter Unternehmen und Netzneutralität	234
IV. Die Entgeltregulierung	235
V. Besondere Missbrauchsaufsicht	237
 <i>Stichwortverzeichnis</i>	 239