

Inhalt

Vorwort des Herausgebers	IV
Abkürzungen	XIII
Literatur	XV
Teil A Die Tatbestände unlauteren Wettbewerbs	1
<i>Abschnitt I</i> Einleitung/Abgrenzung gegen den Bereich der vertraglichen Wettbewerbsverbote	1
<i>Abschnitt II</i> Die Rechtsgrundlagen für das Verbot unlauteren Wettbewerbs	5
<i>Kapitel 1</i> Gesetzliche Rechtsquellen/die Generalklausel des § 1 UWG	5
<i>Kapitel 2</i> Das Leitbild des Leistungswettbewerbs	8
<i>Kapitel 3</i> Gliederung der Wettbewerbsverstöße nach ihrer unmittelbaren Zielrichtung	9
<i>Abschnitt III</i> Wettbewerbshandlungen, die unmittelbar auf die Beeinflussung der Kundenentschließung gerichtet sind	11
<i>Unterabschnitt 1</i> Übermittlung von Werbeaussagen in Wort, Schrift und/oder Bild	11
<i>Kapitel 4</i> Die Auslegung von Werbeaussagen	11
<i>Kapitel 5</i> Irreführende Werbung (§ 3 UWG); Grundsätze bei der Anwendung des § 3 UWG	15
<i>Kapitel 6</i> § 3 UWG/Fallgruppe: Vorspiegelung der amtlichen Prüfung einer Ware oder Leistung	20
<i>Kapitel 7</i> § 3 UWG/Fallgruppe: Irreführende Werbung mit dem Preis	22
<i>Kapitel 8</i> § 3 UWG/Fallgruppe: Lockvogelwerbung	26
	VII

<i>Kapitel 9</i> §§ 3, 6 a UWG/Werbung mit dem Vertriebsweg und der Handelsstufe	29
<i>Kapitel 10</i> Konkursverkäufe und andere Liquiditationsveräußerungen	33
<i>Kapitel 11</i> § 3 UWG/Sonstige Irreführung über geschäftliche Verhältnisse	35
<i>Kapitel 12</i> Alleinstellungs-/Superlativwerbung	41
<i>Kapitel 13</i> Werbevergleich	46
<i>Unterabschnitt 2</i> Kundenbeeinflussung durch Gewährung geldwerter Vorteile/Wertreklame	51
<i>Kapitel 14</i> Zum Begriff der Wertreklame unter Einbeziehung der Sonderveranstaltungen/Ausverkäufe	51
<i>Kapitel 15</i> Sonderveranstaltungen (§ 7 Abs. 1 UWG n.F.)	53
<i>Kapitel 16</i> Sonderangebote (§ 7 Abs. 2 UWG n.F.) als Gegensatz zur Sonderveranstaltung	55
<i>Kapitel 17</i> Besondere Erscheinungsformen von Sonderangeboten	59
<i>Kapitel 18</i> Werbehinweise auf mengenmäßig oder nach der Person des Erwerbers beschränkte Warenabgabe (§ 6 d UWG n.F.)	62
<i>Kapitel 19</i> Zulässige Sonderveranstaltungen in den Grenzen des regelmäßigen Geschäftsverkehrs	64
<i>Kapitel 20</i> Jubiläumsverkäufe (§ 7 Abs. 3 Nr. 2 UWG n.F.)	66
<i>Kapitel 21</i> Abschnittsschlußverkäufe (§ 7 Abs. 3 Nr. 1 UWG n.F.) ..	68
<i>Kapitel 22</i> Räumungsverkäufe (§ 8 UWG n.F.)	72
<i>Kapitel 23</i> Preisnachlässe/Rabattrecht; Anwendungsbereich des Rabattgesetzes/Erscheinungsformen des Rabatts	80
<i>Kapitel 24</i> Rabattrecht: Der Normalpreis des Anbieters als Ausgangspunkt der Rabattberechnung	84
<i>Kapitel 25</i> Rabattrecht: Sonderpreise/Sondernachlässe, Mengenrabatt	88
<i>Kapitel 26</i> Kaufscheinhandel	91
<i>Kapitel 27</i> Zugaberecht	93
<i>Kapitel 28</i> Werbegaben/Werbegeschenke	100

<i>Kapitel 29</i> Einkaufs- und Besichtigungsfahrten/ Kundenbeförderung	103
<i>Kapitel 30</i> Einsatz von Laienwerbern/progressive Kundenwerbung	106
<i>Kapitel 31</i> Kopplungs- und Vorspannangebote	108
<i>Kapitel 32</i> Ausnutzung des Spieltriebs (aleatorische Werbung)	110
<i>Kapitel 33</i> Werbehilfen für den Einzelhandel	112
<i>Kapitel 34</i> Das »Schmieren« von Bediensteten (§ 12 UWG)	114
<i>Unterabschnitt 3:</i> Gefühlsmäßige Kundenbeeinflussung durch sog. lästige Werbung	115
<i>Kapitel 35</i> Werbung mit einem Appell an das Mitleid	116
<i>Kapitel 36</i> Werbung mit der Angst	118
<i>Kapitel 37</i> Spekulation auf Überrumpelungserfolg	119
<i>Kapitel 38</i> Einsatz von Nötigungsmitteln/das sog. »Anzapfen«	122
<i>Abschnitt IV</i> Wettbewerbshandlungen, die sich unmittelbar gegen den Bestand/die Betätigungsmöglichkeiten eines Konkurrenzbetriebes richten	125
<i>Kapitel 39</i> Wettbewerbsschutz und Sonderschutz	126
<i>Kapitel 40</i> Nachahmung/Übernahme fremder Leistung	127
<i>Kapitel 41</i> Anlehnmende Werbung	130
<i>Kapitel 42</i> Sonderfälle wettbewerbswidriger Leistungsübernahme ..	132
<i>Kapitel 43</i> Verletzung von Geschäfts-/Betriebsgeheimnissen Vorlagenfreibeuterei	134
<i>Kapitel 44</i> Wettbewerbsrechtlicher Schutz von Unternehmens- kennzeichnungen (§ 16 UWG)	139
<i>Kapitel 45</i> Eingriff in vertragliche Bindungssysteme (hier: Preis-/Vertriebsbindung)	148
<i>Kapitel 46</i> Behinderung von Kontrollmaßnahmen durch Beseitigung von Fabriknummern/durch Vereitelung von Testkäufen	153
<i>Kapitel 47</i> Abwerbung/Ausspannen von Kunden oder Bediensteten der Konkurrenz	155

<i>Kapitel 48</i>	Einzelfälle von sonstigem Behinderungswettbewerb	157
<i>Kapitel 49</i>	Herabwürdigung von Person und Leistung des Konkurrenten (§§ 14, 15 UWG)	159
<i>Kapitel 50</i>	Behinderung durch Schutzrechtsverwarnung	162
<i>Abschnitt V</i>	Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch	163
<i>Kapitel 51</i>	Abgrenzung der in Betracht kommenden Rechtsnormen	164
<i>Kapitel 52</i>	Wertbezogene Normen und wertneutrale Ordnungsvorschriften/Planmäßigkeit der Normverletzungen ...	166
<i>Kapitel 53</i>	Verstöße gegen die Preisangaben-Verordnung	168
<i>Kapitel 54</i>	Verstöße gegen das Ladenschlußgesetz	174
Teil B	Die Ansprüche aus Wettbewerbsverstößen	181
<i>Abschnitt I</i>	Die Anspruchsarten	183
<i>Kapitel 55</i>	Der Unterlassungsanspruch bei Begehungsgefahr	184
<i>Kapitel 56</i>	Wegfall der Begehungsgefahr/strafbewehrte Unterlassungsverpflichtungen	185
<i>Kapitel 57</i>	Anspruch auf Störungsbeseitigung/ Widerruf	189
<i>Kapitel 58</i>	Ansprüche auf Schadensersatz	190
<i>Kapitel 59</i>	Nebenansprüche: Veröffentlichungsbefugnis/ Auskunft	193
<i>Abschnitt II</i>	Die Anspruchsgegner	195
<i>Kapitel 60</i>	Der wettbewerbswidrig handelnde Störer	195
<i>Kapitel 61</i>	Die Haftung des Betriebsinhabers nach § 13 Abs. 4 UWG n.F.	197
<i>Kapitel 62</i>	Förderung fremden Wettbewerbs	199
<i>Kapitel 63</i>	Die öffentliche Hand als Störer	200
<i>Abschnitt III</i>	Die Anspruchsberechtigten	201
<i>Kapitel 64</i>	Die Stellung der Verbraucher	201
<i>Kapitel 65</i>	Der nach § 13 UWG erweiterte Kreis der Anspruchsberechtigten	202

<i>Kapitel 66</i>	Mißbrauch der Klagebefugnis	204
<i>Kapitel 67</i>	Verjährung/Verwirkung	205
<i>Kapitel 68</i>	Das Rücktrittsrecht der Verbraucher nach § 13 a UWG n.F.	207
Teil C	Besonderheiten des Wettbewerbsprozesses	209
<i>Kapitel 69</i>	Vorläufiger Rechtsschutz durch einstweilige Verfügung (Eilverfahren)	209
<i>Kapitel 70</i>	Die Abmahnung in Wettbewerbssachen	212
<i>Kapitel 71</i>	Das Abschlußschreiben	215
<i>Kapitel 72</i>	Anrufung der Einigungsstelle nach § 27 a UWG	216
<i>Kapitel 73</i>	Die Erledigung der Hauptsache (insbesondere durch Wegfall der Begehungsgefahr)	217
<i>Kapitel 74</i>	Die Dringlichkeitsvermutung im Eilverfahren (§ 25 UWG)	218
<i>Kapitel 75</i>	Die Vollziehung der einstweiligen Verfügung	219
<i>Kapitel 76</i>	Das Beweismittel der Meinungsumfrage	220
<i>Kapitel 77</i>	Der Streitwert in Wettbewerbssachen	221
Sachregister		225