

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XVII
Literaturverzeichnis	XXI

1. Kapitel. Grundlagen

§ 1. Einführung	1
I. Zum Begriff des unlauteren Wettbewerbs	1
II. Geschichte	3
1. Anfänge	3
2. UWG von 1896	4
3. UWG von 1909	5
4. Spätere Änderungen	7
5. UWG von 2004	9

§ 2. Internationales Wettbewerbsrecht

I. Pariser Verbandsübereinkunft	11
II. Europäische Union	13
III. Rechtsvergleichung	17
1. Österreich	17
2. Schweiz	19
3. Frankreich	19
4. Italien	20
5. Belgien, Luxemburg	21
6. Niederlande	21
7. Spanien	22
8. Vereinigtes Königreich, Irland	22

§ 3. Zweck, Grundbegriffe

I. Überblick	24
II. Die Schutzgutdiskussion unter dem alten Recht	26
III. Heutiger Zweck (§ 1 UWG)	28
IV. Grundbegriffe	30
1. Verbraucher und Unternehmer	31
2. Mitbewerber	32
3. Marktteilnehmer	33

§ 4. Anwendungsbereich

I. Überblick	35
II. Wettbewerbshandlung – Altes Recht	36
1. Geschäftlicher Verkehr	37
2. Zu Zwecken des Wettbewerbs	38
3. Beispiele	40
4. Kritik	43
III. Neues Recht	45
IV. Öffentliche Hand	46
1. Zulässigkeit	48
2. Anwendungsbereich des Wettbewerbsrechts	51
3. Schranken	52
4. Mißbrauch	53
V. Internationales Privatrecht	54
1. Überblick	55
2. Marktortprinzip	58

§ 5. Unlauterkeit

I. Überblick	62
II. Bisherige Diskussion (§ 1 UWG a.F.)	64
1. Anstandsformel	65
2. Moralitas v. mores	69
a) Individual- oder Sozialethik	69
b) Konventionalnormen	71
3. Rechtsfortbildungsauftrag	72
4. Funktionales Verständnis	75
III. Das neue UWG (§ 3 UWG n.F.)	78
1. Kontinuität oder Wandel?	78
2. Einzelne Folgerungen	79
3. Bedeutung des GWB	81
4. Subjektive Erfordernisse?	84
IV. Erheblichkeitsschwelle	85
V. Fallgruppen, Gliederung	88

2. Kapitel. Verletzung von Interessen der Mitbewerber**§ 6. Behinderungswettbewerb**

I. Überblick	91
II. Bisheriges Verständnis	92
III. § 4 Nr. 10 UWG	95
IV. Preisunterbietung	96
1. Grundsätzliche Überlegungen	97
2. Preisbildungsfreiheit	98

3. Fallgruppen	101
a) Gesetzesverletzung	101
b) Vernichtungsabsicht	102
c) Sonstige Fälle	103
V. Boykott	105
VI. Verletzung von Preis- und Vertriebsbindungssystemen	107
1. Überblick	108
2. Preisbindung	109
3. Vertriebsbindungen	113
4. Neue Rechtslage	114
VII. Ausspannen	115
1. Abwerbung von Kunden	116
2. Abwerbung von Arbeitnehmern	119
3. Kundenfang	121
VIII. Mißbrauch von Zeichenrechten	122
§ 7. Vergleichende Werbung	
I. Überblick	125
II. Begriff	128
1. Werbung	128
2. Erkennbare Mitbewerber	129
3. Vergleich	130
4. Abgrenzung	131
III. Zulässigkeitsvoraussetzungen	133
1. Irreführungsverbot	133
2. § 6 Abs. 2 UWG	133
IV. Besondere Erscheinungsformen	139
1. Persönliche und unternehmensbezogene Werbung	139
2. Ablehnende vergleichende Werbung	140
§ 8. Maßnahmen im Stufenwettbewerb	
I. Überblick	142
II. Rückblick auf die §§ 6a bis 6e UWG a.F.	144
III. Direktverkäufe	146
IV. Bestechung	147
1. Überblick	147
2. Tatbestand	149
3. Rechtsfolgen	150
4. Bestechungsähnliche Maßnahmen	150
V. Mißbrauch der Nachfragemacht	151
§ 9. Anschwärzung und Geschäftsehrverletzung	
I. Überblick	154
II. Abgrenzung	155

III. Wettbewerbshandlung	156
IV. Geschäftsehrverletzung	157
V. Anschwärzung	158
1. Tatsachen	159
a) Begriff	159
b) Schutzrechtsverwarnung	161
c) Behauptung, Verbreitung	162
2. Beweislast	162
3. Ausnahmen	163
VI. Rechtsfolgen	164
§ 10. Geheimnisverrat	
I. Überblick	166
II. Geheimnisverrat durch Beschäftigte (§ 17 Abs. 1 UWG)	167
1. Täter	168
2. Geschäftsgeheimnis	168
3. Dauer des Schutzes	170
4. Verbotene Handlung	170
5. Rechtsfolgen	171
III. Ausspähung und Verwertung von Geheimnissen (§ 17 Abs. 2 UWG)	171
1. Ausspähung (§ 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG)	172
2. Unbefugte Verwertung und Mitteilung (§ 17 Abs. 2 Nr. 2 UWG)	173
3. Rechtsfolgen	174
IV. Vorlagenfreibeuterei	175
V. Zivilrechtlicher Schutz	176
§ 11. Ausbeutung fremder Leistungen	
I. Überblick	180
II. Herkunftstäuschung	183
1. Wettbewerbliche Eigenart	184
2. Nachahmung	187
3. Vermeidbare Täuschung der Abnehmer	188
4. Nachahmung fremder Werbung	190
III. Rufausbeutung	191
1. Abgrenzung	192
2. Bisherige Praxis	193
3. § 4 Nr. 9 lit. b UWG	195
IV. Weitere Fallgestaltungen	196
1. Unredliche Kenntniserlangung	196
2. Behinderung	197
3. Ersatzteile, Einschleiben in fremde Serie	198
4. Unmittelbare Leistungsübernahme	199

V. Leistungsschutzrechte?	201
VI. Rechtsfolgen	202
VII. Dauer	203

3. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Abnehmer

§ 12. Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit der Abnehmer

I. Einleitung	205
II. Überblick über die Nrn. 1 bis 4 des § 4 UWG	206
1. Druckausübung (§ 4 Nr. 1 UWG)	206
2. Ausnutzung der Unerfahrenheit (§ 4 Nr. 2 UWG)	208
3. Verdeckte Werbung (§ 4 Nr. 3 UWG)	212
4. Aufklärungspflichten bei Verkaufsförderungsmaßnahmen (§ 4 Nr. 4 UWG)	213
III. Täuschung	214
IV. Wertreklame	216
1. Überblick	216
2. Die ZugabeVO und ihre Folgen – Ein Rückblick	219
3. Die Wende nach Aufhebung der ZugabeVO	224
4. Neue Rechtslage	226
a) Transparenzgebot	226
b) Übertriebenes Anlocken, Kaufzwang	227
c) Behinderung	230
V. Gefühlsbetonte und diskriminierende Werbung	231
1. Gefühlsbetonte Werbung	232
2. Menschenverachtende Werbung	235

§ 13. Ausnutzung der Spiellust, Belästigungen

I. Überblick	237
II. Ausnutzung der Spiellust	237
1. Allgemeines	238
2. Bisherige Rechtslage	239
3. Transparenzgebot	242
4. Koppelungsverbot	243
5. Schneeballsysteme	243
III. Unzumutbare Belästigungen	244
1. Einleitung	244
2. Grundtatbestand	246
3. Beispiele	248
a) Briefwerbung	248
b) Ansprechen von Passanten	249
c) Unbestellte Waren	249
d) Vertreterbesuche	250
e) Bestattungsaufträge	251

4. Einsatz von Laienwerbern	251
5. Telefonwerbung	253
6. E-Mail-Werbung	256
7. Transparenzgebot	258
§ 14. Irreführung (§ 5 UWG)	
I. Überblick	260
II. Richtlinie über irreführende Werbung	263
III. Verbraucherleitbild	265
IV. Werbung	269
1. Begriff	269
2. Nur sachliche Angaben	270
V. Unrichtigkeit	272
1. Begriff	272
2. Aufklärungspflichten	276
3. Blickfangwerbung, Mehrdeutigkeit	280
4. Umweltwerbung	283
5. Fachausdrücke, verweisende Verbrauchervorstellungen ...	284
VI. Eignung, Relevanz	286
VII. Beweis	291
VIII. Rechtsfolgen	293
1. Unterlassungsanspruch	293
2. Schadensersatz, Gewinnabschöpfung	294
3. Vertragsauflösung	296
4. Nichtigkeit	296
5. Strafrechtliche Folgen (§ 16 Abs. 1 UWG)	297
§ 15. Irreführung – Beispiele	
I. Überblick	299
II. Merkmale, Beschaffenheit	301
1. Begriff	301
2. Kraftfahrzeuge	302
3. Kunststoffe	303
4. Lebensmittel	304
5. Heilmittel	307
6. Testergebnisse	308
7. Ursprung	309
a) Völkerrecht	310
b) Gemeinschaftsrecht	312
c) Konkurrenzen	313
d) Erscheinungsformen	314
e) Abgrenzung	317
f) Irreführung	319

III. Geschäftliche Verhältnisse	321
1. Begriff	321
2. Alleinstellungswerbung	322
a) Begriff	322
b) Maßstab	324
3. Firmenzusätze	325
4. Alter	327
5. Berufsbezeichnungen	328
6. Schutzrechtsbehauptungen	330
IV. Vorräte	331
§ 16. Preiswerbung	
I. Überblick	334
II. Irreführung über die Preise	335
III. Preissenkungen	339
IV. Preisangabenverordnung	341
1. Überblick	341
2. Anwendungsbereich	343
3. Angebot	344
4. Angabe von Preisen	345
5. Zinsen	346
§ 17. Besondere Verkaufsveranstaltungen	
I. Geschichte	348
II. Ein Rückblick auf das alte Sonderveranstaltungsrecht	350
III. Jetzige Rechtslage	354
1. Räumungsverkäufe	354
2. Sonstige Sonderveranstaltungen	356
§ 18. Geschäftliche Bezeichnungen	
I. Überblick	358
II. Schutzsubjekt	360
III. Schutzobjekt	362
1. Besondere Geschäftsbezeichnungen	363
a) Voraussetzungen	363
b) Verkehrsgeltung	366
c) Platzgeschäfte	367
2. Domainnamen	368
a) Begriff	368
b) Rechtsnatur	370
c) Kollisionen	371
d) Domaingrabbing	372
3. Firmenschlagworte und -abkürzungen	373

4. Geschäftsabzeichen	376
5. Titel	377
IV. Dauer des Schutzes	381
1. Beginn	381
2. Ende	382
V. Verwechslungsgefahr	383
1. Geschäftlicher Verkehr	383
2. Namensmäßiger Gebrauch	384
3. Voraussetzungen	385
4. Titel	389
5. Beispiele	390
VI. Unbefugter Gebrauch	392
1. Prioritätsgrundsatz	392
2. Erschöpfungsgrundsatz	394
3. Abweichende Vereinbarungen	394
4. Interessenverletzung	396
5. Gleichgewichtslagen	397
VII. Der Schutz bekannter geschäftlicher Bezeichnungen	401
1. Geschichte	401
2. Anwendungsbereich	402
3. Besonderer Schutz	404
VIII. Rechtsfolgen	405
1. Beseitigungs- und Unterlassungsanspruch	405
2. Schadensersatzanspruch	406

4. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Allgemeinheit

§ 19. Allgemeine Marktbehinderung

I. Überblick	409
II. Verteilung von Originalware	411
1. Bisherige Rechtsprechung	412
2. Kritik	414
III. Verteilung von Presseerzeugnissen	415

§ 20. Rechtsbruch

I. Überblick	420
II. Bisherige Rechtsprechung	422
1. Entwicklung	422
2. Kritik	428
III. Entstehungsgeschichte	430
IV. Die einzelnen Tatbestandsmerkmale	432
V. Berufsrecht	434
1. Einleitung	435

2. Anwaltschaft	437
3. Heilberufe	439
VI. Wettbewerbsrichtlinien	440

5. Kapitel. Sanktionen

§ 21. Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch

I. Überblick	443
II. Unterlassungsanspruch	446
1. Voraussetzungen	447
2. Rechtsfolgen	449
III. Vorbeugender Unterlassungsanspruch	450
IV. Beseitigungsanspruch	451
V. Unterwerfungserklärung	453
1. Begriff	453
2. Wirkungen	456
3. Erklärungen zugunsten und gegenüber Dritten	457
VI. Störer	458
VII. Haftung für Dritte	461
1. Überblick	462
2. „Im Unternehmen“	463
3. Mitarbeiter und Beauftragte	464
VIII. Abwehreinwand	465

§ 22. Klagebefugnis

I. Überblick	467
II. Unmittelbar Verletzter	469
III. Wirtschaftsverbände	471
1. Entstehungsgeschichte	472
2. Voraussetzungen	473
IV. Qualifizierte Einrichtungen	476
V. Kammern	479
VI. Mißbrauch	479

§ 23. Andere Ansprüche

I. Überblick	483
II. Schadensersatzanspruch	485
1. Voraussetzungen	485
2. Umfang	487
3. Dreifache Schadensberechnung	488
4. Konkurrenzen	489
III. Auskunftsanspruch	490

IV. Gewinnabschöpfung	493
1. Überblick	493
2. Voraussetzungen	495
3. Gläubigermehrheit	498
4. Aufwendungsersatz	498
V. Bereicherungsanspruch	499
VI. Verjährung	500
1. Überblick	500
2. Anwendungsbereich	501
3. Beginn	502
4. Hemmung	503
§ 24. Strafrechtliche Sanktionen	504

6. Kapitel. Verfahrensfragen

§ 25. Abmahnung	
I. Überblick	505
II. Erforderlichkeit	508
III. Inhalt	509
IV. Kosten	510
V. Abschlußschreiben	512
VI. Schutzschrift	513
§ 26. Einstweilige Verfügung	
I. Anwendungsbereich	515
II. Dringlichkeitsvermutung	516
III. Verfahren	519
IV. Vollziehung	519
V. Rechtsbehelfe	520
§ 27. Sonstige Verfahrensfragen	
I. Einigungsstellen	522
II. Zuständigkeit	523
III. Streitwert	525
Stichwortverzeichnis	527