

Inhalt

Lernziele	8
A. Gegenstand, Besonderheiten und Informationsquellen des Wettbewerbsrechts	9
I. Gegenstand des UWG	9
II. Das UWG im Kontext der Rechtsordnung	11
1. UWG und Vertragsrecht	11
2. UWG und Bürgerliches Deliktsrecht	12
3. UWG und Nebengesetze	13
4. UWG und Immaterialgüterrecht	14
5. UWG und Kartellrecht	15
6. Europäisches Recht	16
a) Primäres Gemeinschaftsrecht	16
b) Sekundäres Gemeinschaftsrecht	20
7. Ausländisches Recht	25
a) Österreich	25
b) Schweiz	26
c) Frankreich	26
d) Italien	27
e) Belgien	28
f) Luxemburg	29
g) Niederlande	29
h) Spanien	30
i) Großbritannien	31
j) Dänemark	32
k) Polen	33
l) Tschechische Republik	33
III. Informationsquellen	35
1. Normtexte	35
2. Literatur	35
3. Rechtsprechung	36

4. Sonstiges	37
B. Entwicklung und Struktur des UWG	38
I. Entwicklung des UWG	38
II. Struktur des UWG	42
C. Grundbegriffe des UWG	45
I. Schutzzweck.....	45
II. Verbraucher	46
III. Unternehmer.....	48
IV. Mitbewerber	48
V. Marktteilnehmer.....	49
VI. Unlautere geschäftliche Handlung.....	50
1. Verhalten einer Person.....	50
2. Unternehmensbezug der Tätigkeit	50
3. Marktauswirkung	52
4. Absatz- oder Bezugsförderung	53
a) Förderung des eigenen Unternehmens	54
b) Förderung eines fremden Unternehmens	55
c) Fehlende Absatz- oder Bezugsförderung	57
5. Zeitrahmen	59
VII. Neue Medien	61
D. Der Grundtatbestand des § 3 UWG	62
I. Struktur des § 3 UWG	62
II. Bedeutung der Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG	62
III. Allgemeine Voraussetzungen für unlauteres Verhalten...	64
1. Geschäftliche Handlung	64
2. Relevanzkriterien	65
3. Objektiver Verhaltensmaßstab	65
IV. Besondere Voraussetzungen für unzulässiges Verhalten im B2C-Bereich	66
1. Unzulässigkeit einer geschäftlichen Handlung gem. § 3 Abs. 2 UWG	66
a) Verbraucherbezug	67
b) Unlauterkeit.....	67
c) Bewertungsmaßstab.....	69
2. Unzulässige Per-se-Verbote gem. § 3 Abs. 3 UWG...	70

E. Das Verhältnis von § 3 UWG zu den Tatbeständen der §§ 3a – 6 UWG	81
F. § 3a UWG – Rechtsbruch	83
I. Bedeutung und Zweck	83
II. Verstoß gegen gesetzliche Vorschriften	84
III. Eignung zur Interessenbeeinträchtigung	90
IV. Spürbarkeit	91
V. Fallgruppen	93
1. Produktspezifische Regelungen	93
2. Vertriebsbezogene Vorschriften	94
3. Berufsrechtliche Regelungen	95
a) Ärzte	96
b) Rechtsanwälte	97
VI. Verstöße gegen vertragliche Regelungen	99
1. Verletzung von Vertragspflichten	99
2. Verstöße gegen Wettbewerbsverbote	99
3. Ausnutzen fremden Vertragsbruchs	100
4. Selektive Vertriebsysteme	101
5. Schleichbezug	102
Literaturverzeichnis	103