

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	26
b) Schweiz	26
c) Frankreich	27
d) Italien	28
e) Belgien	28
f) Luxemburg	29
g) Niederlande	30
h) Spanien	30
i) Großbritannien	31
j) Dänemark	32
k) Polen	33
l) Tschechische Republik	34
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	43
C. Grundbegriffe des UWG	46
I. Schutzzweck.....	46
II. Verbraucher	47
III. Unternehmer.....	49
IV. Mitbewerber	49
V. Marktteilnehmer	50
VI. Unlautere geschäftliche Handlung.....	51
1. Verhalten einer Person.....	51
2. Unternehmensbezug der Tätigkeit.....	51
3. Marktauswirkung	53
4. Absatz- oder Bezugsförderung	54
a) Förderung des eigenen Unternehmens	55
b) Förderung eines fremden Unternehmens	56
c) Fehlende Absatz- oder Bezugsförderung	58
5. Zeitrahmen	61
VII. Neue Medien	62
D. Der Grundtatbestand des § 3 UWG.....	64
I. Struktur des § 3 UWG	64
II. Bedeutung der Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG	64
III. Allgemeine Voraussetzungen für unlauteres Verhalten ...	66
1. Geschäftliche Handlung	66
2. Relevanzkriterien	67
3. Objektiver Verhaltensmaßstab	67
IV. Besondere Voraussetzungen für unzulässiges Verhalten im B2C-Bereich	68
1. Unzulässigkeit einer geschäftlichen Handlung gem. § 3 Abs. 2 UWG	68
a) Verbraucherbezug	69
b) Unlauterkeit.....	69
c) Bewertungsmaßstab.....	71
2. Unzulässige Per-se-Verbote gem. § 3 Abs. 3 UWG... <td>72</td>	72

E. Das Verhältnis von § 3 UWG zu den Tatbeständen der §§ 3a – 6 UWG	83
F. § 3a UWG – Rechtsbruch	85
I. Bedeutung und Zweck	85
II. Verstoß gegen gesetzliche Vorschriften	86
III. Eignung zur Interessenbeeinträchtigung	93
IV. Spürbarkeit	94
V. Fallgruppen	96
1. Produktspezifische Regelungen	96
2. Vertriebsbezogene Vorschriften	97
3. Berufsrechtliche Regelungen	98
a) Ärzte	99
b) Rechtsanwälte	100
VI. Verstöße gegen vertragliche Regelungen	102
1. Verletzung von Vertragspflichten	102
2. Verstöße gegen Wettbewerbsverbote	102
3. Ausnutzen fremden Vertragsbruchs	103
4. Selektive Vertriebssysteme	104
5. Schleichbezug	105
Literaturverzeichnis	106