

# 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...	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 Vertriebsysteme.....	104
5. Schleichbezug .....	105
Literaturverzeichnis .....	106