

## Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der abgedruckten Bestimmungen .....	XV
Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
Literaturverzeichnis .....	XXXIII
Gesetzestexte: UWG, ZugabeVO, RabattG. ....	1ff
Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft (EGV) .....	15ff
Richtlinie zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mit- gliedstaaten über irreführende Werbung .....	27ff
Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über vergleichende Werbung und zur Änderung der Richtlinie über irreführende Werbung .....	31ff

### Teil I

#### Allgemeine Grundlagen des Wettbewerbsrechts

<b>1. Kapitel. Wesen des wirtschaftlichen Wettbewerbs</b> .....	35
I. Allgemeine Bedeutung .....	35
II. Wirtschaftlicher Wettbewerb .....	35
III. Wettbewerbsfreiheit .....	49
<b>2. Kapitel. Wettbewerb und Wirtschaftsordnung</b> .....	51
I. Grundformen .....	53
II. Entwicklung .....	53
III. Verfassungsrechtliche Grundlagen .....	56
IV. Gegenwärtige Wirtschaftsordnung .....	69
<b>3. Kapitel. Wesen des Wettbewerbsrechts</b> .....	72
I. Schutz des Wettbewerbs .....	73
II. Recht gegen unlauteren Wettbewerb .....	73
III. Recht gegen Wettbewerbsbeschränkungen .....	76
IV. Gesamtordnung .....	77
<b>4. Kapitel. Gewerblicher Rechtsschutz</b> .....	81
I. Begriff .....	81
II. Würdigung .....	82
III. Sonderrechtsschutz und Wettbewerbsrecht .....	84
<b>5. Kapitel. Schutz des Unternehmens</b> .....	85
I. Ausgangspunkt .....	87
II. Wesen des Unternehmens .....	87
III. Rechtsnatur .....	89
IV. Der eingerichtete und ausgeübte Gewerbebetrieb .....	91
V. Begrenzung des Schutzbereichs .....	93
VI. Erfassung des Unrechtsgehalts .....	95
VII. Eingriffe innerhalb des Wettbewerbs .....	97
VIII. Eingriffe außerhalb des Wettbewerbs .....	98
<b>6. Kapitel. Schutz der Persönlichkeit</b> .....	102

### Teil II

#### Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

<b>Einleitung</b> .....	113
<b>1. Kapitel. Geschichtliches und Quellen</b> .....	113
I. Grundlinien .....	113
II. Ausland .....	114

# Inhaltsverzeichnis

III. Deutschland . . . . .	120
IV. Quellen . . . . .	122
V. Schutzorgane und Schutzverbände . . . . .	123
<b>2. Kapitel. Schutzzweck . . . . .</b>	<b>128</b>
I. Bedeutung der Frage . . . . .	129
II. Schutzsubjekt . . . . .	131
III. Schutzobjekt . . . . .	134
IV. Schutzgestaltung . . . . .	134
V. Funktionswandel . . . . .	134
VI. Verhältnis zum bürgerlich-rechtlichen Schutz . . . . .	135
VII. Rechtsanwendung . . . . .	138
<b>3. Kapitel. Lauterer und unlauterer Wettbewerb . . . . .</b>	<b>139</b>
1. Abschnitt. Die Generalklausel der „guten Sitten“ . . . . .	142
I. Grundfragen . . . . .	142
II. Ermächtigungsnorm . . . . .	144
2. Abschnitt. Konkretisierung der Generalklausel . . . . .	146
I. Funktionale Bestimmung . . . . .	146
II. Geschützte Interessen . . . . .	147
3. Abschnitt. Wertungsmaßstäbe . . . . .	149
I. Grundauffassung . . . . .	149
II. Außerrechtliche Maßstäbe . . . . .	149
III. Innerrechtliche Maßstäbe . . . . .	152
IV. Leistungs- und Nichtleistungswettbewerb . . . . .	153
4. Abschnitt. Rechtliche Beurteilung . . . . .	157
I. Gesamtbeurteilung . . . . .	157
II. Inhaltliche Bestimmung . . . . .	158
III. Unlauterkeitskriterien . . . . .	160
IV. Subjektive Erfordernisse . . . . .	166
V. Richtlinien . . . . .	169
VI. Verschulden . . . . .	172
VII. Klassifikation . . . . .	174
VIII. Wettbewerbswidrige und wettbewerbs eigene Handlungen . . . . .	175
IX. Rechtswidrigkeit . . . . .	176
<b>4. Kapitel. System . . . . .</b>	<b>177</b>
I. Bedeutung der Systematik . . . . .	177
II. Einteilungssysteme . . . . .	178
III. Übersicht . . . . .	181
<b>5. Kapitel. Geltungsbereich . . . . .</b>	<b>181</b>
1. Abschnitt. Internationales Privatrecht . . . . .	182
I. Ausgangspunkt . . . . .	182
II. Entwicklungsstufen . . . . .	182
III. Kollisionsrechtliche Regeln . . . . .	183
IV. Grundauffassung . . . . .	185
2. Abschnitt. Internationales Verfahrensrecht . . . . .	190
3. Abschnitt. Internationales Strafrecht und Ordnungswidrigkeitenrecht . . . . .	193
4. Abschnitt. Zeitlicher Geltungsbereich . . . . .	193
<b>6. Kapitel. Einige Grundbegriffe . . . . .</b>	<b>193</b>
Vorbemerkung . . . . .	194
I. Gewerbetreibende . . . . .	194
II. Waren oder gewerbliche Leistungen gleicher oder verwandter Art . . . . .	196
III. Herstellen, Inverkehrbringen, Vertreiben . . . . .	196
IV. Geschäftlicher Verkehr . . . . .	197
V. Geschäftlicher Betrieb . . . . .	199
VI. Wettbewerbshandlung . . . . .	200
VII. Verkehrsauffassung . . . . .	221



# Inhaltsverzeichnis

<b>7. Kapitel. Rechtsschutz</b>	221
1. Abschnitt. Rechtsgrundlagen	223
I. Wettbewerbsrechtlicher Abwehranspruch	223
II. Bürgerlich-rechtlicher Abwehranspruch	224
2. Abschnitt. Unterlassungsanspruch	225
I. Überblick	226
II. Wiederholungsgefahr	228
III. Erstbegehungsgefahr	241
3. Abschnitt. Beseitigungs- und Widerrufsanspruch	243
I. Beseitigungsanspruch	243
II. Widerrufsanspruch	246
4. Abschnitt. Sachlegitimation und Prozeßführungsrecht	251
5. Abschnitt. Haftung der Presse	257
6. Abschnitt. Ersatzanspruch	261
I. Anspruchsbegründende Handlungen	261
II. Rechtswidrigkeit	264
III. Abwehr	267
IV. Verschulden	270
V. Haftungsumfang	274
VI. Sachlegitimation	282
VII. Haftung für Dritte	283
7. Abschnitt. Ansprüche auf Auskunft und Rechnungslegung	283
I. Auskunft	284
II. Rechnungslegung	289
III. Bemängelung von Auskunft und Rechnung	290
IV. Sonstige Fragen	290
8. Abschnitt. Der Herausgabeanspruch	291
I. Allgemeines	291
II. Geschäftsführungsanspruch	292
III. Bereicherungsanspruch	293
<b>8. Kapitel. Rechtsmißbrauch</b>	296
I. Unzulässige Rechtsausübung	296
II. Verwirkung	298
III. Einwand der „unclean hands“	310
<b>9. Kapitel. Erkenntnisverfahren</b>	311
I. Übersicht	312
II. Gerichtsbarkeit und Rechtsweg	312
III. Allgemeines Rechtsschutzinteresse	313
IV. Leistungsklage	315
V. Beweisfragen	322
VI. Sachurteil	325
VII. Feststellungsklage	333
VIII. Vergleich	336
IX. Erledigung der Hauptsache	337
X. Streitwert	339
<b>10. Kapitel. Kostenregelung</b>	343
I. Erstattungsanspruch	344
II. Abmahnung	345
III. Erledigung der Hauptsache	358
IV. Kostenfestsetzung	360
<b>11. Kapitel. Zwangsvollstreckung</b>	363
I. Unterlassungsurteile	363
II. Urteile auf Vornahme einer Handlung	371
III. Gemeinsames	373
<b>12. Kapitel. Europäisches Gemeinschaftsrecht</b>	373
I. Zielsetzung	376
II. Mittel der Rechtsangleichung	377

III. Durchsetzung des freien Warenverkehrs . . . . .	379
IV. Vorabentscheidung des EuGH . . . . .	385
<b>Kommentierung</b>	
<b>Generalklausel § 1 UWG</b>	
<b>Vorbemerkung</b> . . . . .	394
<b>1. Kapitel. Kundenfang</b> . . . . .	396
1. Abschnitt. Täuschung . . . . .	396
I. Wahrheitsgrundsatz . . . . .	396
II. Arten der Täuschung . . . . .	397
III. Irreführende Praktiken . . . . .	398
IV. Tarnung von Werbemaßnahmen . . . . .	405
2. Abschnitt. Nötigung . . . . .	414
I. Kennzeichnung . . . . .	414
II. Druckmittel . . . . .	415
3. Abschnitt. Belästigung . . . . .	417
I. Anreißen . . . . .	418
II. Straßenwerbung . . . . .	419
III. Telefon-, Telex-, Telefax, Btx- und Briefkastenwerbung . . . . .	421
IV. Zusendung unbestellter Waren . . . . .	426
V. Hausbesuche . . . . .	428
VI. Werbung im Todesfall . . . . .	430
VII. Haustürgeschäfte . . . . .	431
VIII. Geschmackloses Werben . . . . .	433
4. Abschnitt. Verlockung . . . . .	434
I. Wertreklame . . . . .	434
II. Unentgeltliche Zuwendungen . . . . .	440
III. Zugaben, Probegaben, Kopplungsgeschäfte und Vorspannangebote . . . . .	451
5. Abschnitt. Aleatorische Anreize . . . . .	462
I. Ausnutzung der Spiellust . . . . .	463
II. Preisausschreiben, Gratisverlosungen, Gewinnspiele . . . . .	465
III. Einzelfragen . . . . .	474
IV. Progressive Kundenwerbung . . . . .	475
6. Abschnitt. Gefühls- und Vertrauensausnutzung . . . . .	477
I. Kennzeichnung . . . . .	477
II. Werbung mit der Angst . . . . .	477
III. Verunsichern . . . . .	478
IV. Gesundheitswerbung . . . . .	479
V. Umweltbezogene Werbung . . . . .	480
VI. Appelle an das Gefühl . . . . .	486
VII. Vertrauensausnutzung . . . . .	488
VIII. Appell an das Unbewußte . . . . .	490
7. Abschnitt. Ausnutzung der Unerfahrenheit . . . . .	491
8. Abschnitt. Laienwerbung . . . . .	494
<b>2. Kapitel. Behinderung</b> . . . . .	497
Kennzeichnung . . . . .	497
1. Abschnitt. Absatz-, Werbe-, Lizenz- und Bezugsbehinderung . . . . .	499
I. Absatzbehinderung . . . . .	500
II. Werbebehinderung . . . . .	505
III. Bezugsbehinderung . . . . .	508
2. Abschnitt. Betriebsstörung . . . . .	509
3. Abschnitt. Preisunterbietung . . . . .	514
I. Freie Preisbestimmung . . . . .	515
II. Grundlinien . . . . .	515
III. Verdrängungs- oder Vernichtungsunterbietung . . . . .	516
IV. Unlautere Begleitumstände . . . . .	521



# Inhaltsverzeichnis

4. Abschnitt. Boykott . . . . .	524
I. Wesen . . . . .	524
II. Rechtsgrundlagen für den wettbewerblichen Bereich . . . . .	526
III. Rechtliche Beurteilung . . . . .	527
IV. Abwehrboykott . . . . .	531
V. Außerwettbewerblicher Bereich . . . . .	531
VI. Ausländisches Recht . . . . .	533
5. Abschnitt. Diskriminierung . . . . .	534
I. Grundfragen . . . . .	534
II. Eigenunterbietung . . . . .	535
III. Kundenwahl . . . . .	536
IV. Liefer- und Bezugssperren . . . . .	537
V. Aufnahmezwang . . . . .	539
6. Abschnitt. Geschäftsehrverletzung und Anschwärzung . . . . .	540
7. Abschnitt. Vergleichende Werbung . . . . .	545
I. Allgemeine Kennzeichnung . . . . .	546
II. Kritisierende vergleichende Werbung . . . . .	548
III. Allgemeine Schranken für Werbevergleiche jeder Art . . . . .	571
<b>Anhang:</b> Öffentliche Warentests . . . . .	576
IV. Persönlich vergleichende Werbung . . . . .	588
<b>3. Kapitel. Ausbeutung</b> . . . . .	591
1. Abschnitt. Nachahmen fremder Leistung . . . . .	591
I. Grundlinien . . . . .	592
II. Vermeidbare Herkunftstäuschung . . . . .	599
III. Weitere Unlauterkeitskriterien . . . . .	612
IV. Nachahmen von Kennzeichnungen . . . . .	615
V. Sonderfälle . . . . .	617
2. Abschnitt. Unmittelbare Übernahme fremder Leistung . . . . .	620
I. Kennzeichnung . . . . .	620
II. Unmittelbare Aneignung . . . . .	621
III. Identisches Nachmachen . . . . .	625
IV. Modeschöpfungen . . . . .	627
V. Computerprogramme . . . . .	629
3. Abschnitt. Ausnutzung fremder Werbung . . . . .	630
I. Rechtliche Beurteilung . . . . .	630
II. Leitlinien . . . . .	631
III. Einzelfälle . . . . .	633
4. Abschnitt. Ausbeuten fremden Rufs . . . . .	636
I. Wesen und Erscheinungsformen . . . . .	637
II. Rufausbeutung durch Täuschung über die Herkunft einer Ware . . . . .	638
III. Anlehnung an fremde Waren durch gleichstellende Bezugnahme zur Empfehlung der eigenen Ware . . . . .	639
IV. Anlehnung an fremde Waren zur Empfehlung der eigenen Ware . . . . .	642
V. Anlehnung an fremde Kennzeichen zur Empfehlung der eigenen Ware . . . . .	645
VI. Sonstige Anlehnungstatbestände . . . . .	649
<b>Anhang: Verhältnis des wettbewerbsrechtlichen Schutzes zum Sonderrechtsschutz</b> . . . . .	650
I. Patent- und Musterrecht . . . . .	650
II. Urheberrecht . . . . .	652
III. Leistungsschutzrechte . . . . .	654
5. Abschnitt. Ausspannen . . . . .	655
I. Kennzeichnung . . . . .	656
II. Ausspannen von Beschäftigten . . . . .	656
III. Ausspannen von Kunden . . . . .	662
<b>4. Kapitel. Rechtsbruch</b> . . . . .	666
Kennzeichnung . . . . .	666
1. Abschnitt. Verletzung außervertraglicher Bindungen . . . . .	667
I. Gesetzliche Bindungen . . . . .	667
II. Wertbezogene Normen . . . . .	669



III. Wertneutrale Vorschriften . . . . .	675
IV. Einzelbereiche . . . . .	687
V. Berufs- und Standesordnungen . . . . .	689
VI. Regeln . . . . .	698
2. Abschnitt. Verletzung vertraglicher Bindungen . . . . .	700
I. Ausgangspunkt . . . . .	700
II. Beteiligung an fremdem Vertragsbruch . . . . .	701
III. Mißachtung vertraglicher Bindungssysteme . . . . .	706
IV. Verletzung vertikaler Preisbindungen . . . . .	706
V. Verletzung von Vertriebsbindungen . . . . .	733
VI. Vertrauensbruch . . . . .	749
VII. Vertragliche Wettbewerbs- und Werbeverbote . . . . .	749
<b>5. Kapitel. Marktstörung . . . . .</b>	<b>754</b>
1. Abschnitt. Rechtliche Ausgangspunkte . . . . .	754
I. Kennzeichnung . . . . .	754
II. GWB-Recht . . . . .	757
2. Abschnitt. Fallgruppen der Marktstörung . . . . .	763
I. Massenverteilung von Originalware . . . . .	763
II. Umsonstlieferung von Presseerzeugnissen . . . . .	764
III. Preiskampfmethoden . . . . .	771
IV. Ausbeutungsmißbrauch . . . . .	774
<b>Anhang: Aus dem Wirtschaftsstrafgesetz . . . . .</b>	<b>776</b>
<b>6. Kapitel. Wettbewerb innerhalb der Marktstufen . . . . .</b>	<b>776</b>
I. Kennzeichnung . . . . .	776
II. Tarnung von Direktgeschäften . . . . .	781
III. Absatzmarkt . . . . .	782
IV. Beschaffungsmarkt . . . . .	786
V. Sicherung des Leistungswettbewerbs . . . . .	789
1. Beispielskatalog des BMW . . . . .	789
2. Gemeinsame Erklärung von Spitzenorganisationen der gewerblichen Wirtschaft . . . . .	790
3. Wettbewerbsregeln des Markenverbandes . . . . .	792
<b>7. Kapitel. Rechtsfolgen . . . . .</b>	<b>794</b>
<b>Anhang zu § 1 UWG: Wettbewerb der öffentlichen Hand . . . . .</b>	<b>795</b>
I. Wirtschaftliche Betätigung . . . . .	796
II. Rechtswegabgrenzung . . . . .	798
III. Stellung im Wettbewerb . . . . .	804
<b>Waren und gewerbliche Leistungen, § 2 UWG . . . . .</b>	<b>812</b>
<b>Unerlaubte Werbung vor §§ 3–8 UWG . . . . .</b>	<b>812</b>
<b>Irreführende Werbung § 3 UWG . . . . .</b>	<b>820</b>
<b>1. Kapitel. Kennzeichnung des Irreführungstatbestands . . . . .</b>	<b>825</b>
I. Grundlagen . . . . .	825
II. Anwendungsbereich . . . . .	826
III. Angaben . . . . .	828
IV. Irreführende Angaben . . . . .	832
V. Wettbewerbsrechtliche Relevanz . . . . .	865
VI. Interessenabwägung . . . . .	871
VII. Beweisfragen . . . . .	879
<b>Anhang zum 1. Kapitel: Einfluß des EG-Rechts . . . . .</b>	<b>886</b>
I. Ausgangslage . . . . .	886
II. Verbraucherschutz . . . . .	886
III. Irreführende Werbung . . . . .	887
IV. Grenzen des Irreführungsverbots . . . . .	888
<b>2. Kapitel. Hauptfallgruppen . . . . .</b>	<b>890</b>
VIII. Irreführung über die geschäftlichen Verhältnisse . . . . .	890
IX. Irreführung über die Beschaffenheit . . . . .	891
X. Irreführung über die geographische Herkunft . . . . .	914
XI. Irreführung über die betriebliche Herkunft . . . . .	943



# Inhaltsverzeichnis

XII. Irreführung über die Herstellungsart . . . . .	948
XIII. Irreführung über die Preisbemessung . . . . .	949
XIV. Irreführung über Bezugsart und Bezugsquelle . . . . .	974
XV. Irreführung über den Besitz von Auszeichnungen . . . . .	982
XVI. Irreführung über Verkaufsanlaß und Verkaufszweck . . . . .	984
XVII. Irreführung über Vorratsmenge oder Lieferbarkeit . . . . .	984
XVIII. Irreführung über den Betrieb . . . . .	988
XIX. Irreführung über Betriebsinhaber und Betriebsmitglieder . . . . .	1012
XX. Irreführung über andere Tatbestände . . . . .	1019
XXI. Zivilrechtlicher Schutz . . . . .	1023
<b>Anhang zu § 3 UWG . . . . .</b>	<b>1026</b>
1. Abschnitt. Sondergesetzliche Regelungen . . . . .	1026
I. Heilmittelwerbe-gesetz . . . . .	1026
II. Auszug aus dem Arzneimittelgesetz . . . . .	1035
III. Auszug aus dem Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz . . . . .	1040
IV. Zum Weingesetz . . . . .	1050
2. Abschnitt. Nebengesetze . . . . .	1052
V. VO über Preisangaben . . . . .	1052
VI. Ladenschlußgesetz . . . . .	1061
VII. Haustürwiderrufsgesetz . . . . .	1069
VIII. Verbraucherkreditgesetz . . . . .	1070
3. Abschnitt. Werberichtlinien . . . . .	1076
IX. Internationale Verhaltensregeln für die Werbepaxis . . . . .	1076
X. Richtlinien des ZAW . . . . .	1081
XI. Richtlinien der Verlegerorganisationen für redaktionelle Hinweise in Zeitungen und Zeitschriften . . . . .	1083
XII. Wettbewerbsrichtlinien der Versicherungswirtschaft . . . . .	1088
<b>Strafbare Werbung, § 4 UWG . . . . .</b>	<b>1101</b>
<b>Gattungsbezeichnungen, Bildwerbung, § 5 UWG . . . . .</b>	<b>1109</b>
<b>Besondere Werbe- und Vertriebsmethoden, §§ 6, 6a–6c UWG . . . . .</b>	<b>1110</b>
<b>Konkurswarenverkauf, § 6 UWG . . . . .</b>	<b>1110</b>
<b>Hersteller- und Großhändlerwerbung, § 6a UWG . . . . .</b>	<b>1112</b>
<b>Kaufscheinhandel, § 6b UWG . . . . .</b>	<b>1122</b>
<b>Progressive Kundenwerbung, § 6c UWG . . . . .</b>	<b>1130</b>
<b>Sonderversammlungen, § 7 UWG . . . . .</b>	<b>1135</b>
<b>Räumungsverkauf, § 8 UWG . . . . .</b>	<b>1163</b>
<b>Schmierereien</b>	
Übersicht . . . . .	1180
Bestechung von Angestellten, § 12 UWG . . . . .	1181
<b>Zivilansprüche aus §§ 1, 3, 4, 6 bis 6c, 7, 8, 12 UWG</b>	
§ 13 UWG . . . . .	1193
<b>Rücktrittsrecht des Abnehmers, § 13a UWG . . . . .</b>	<b>1228</b>
<b>Geschäftsehrverletzung, §§ 14, 15 UWG</b>	
Vorbemerkung . . . . .	1236
Anschwärzung, § 14 UWG . . . . .	1249
Geschäftliche Verleumdung, § 15 UWG . . . . .	1266
<b>Schutz der geschäftlichen Bezeichnungen . . . . .</b>	<b>1268</b>
<b>Ausspähung und Verrat, §§ 17–20a UWG</b>	
Übersicht . . . . .	1270
Geheimnisverrat, § 17 UWG . . . . .	1272
Vorlagenfreibeuterei, § 18 UWG . . . . .	1289
Ersatzanspruch, § 19 UWG . . . . .	1292
Verleiten und Erbieten zum Verrat, § 20 UWG . . . . .	1292
Im Ausland begangene Tat, § 20a UWG . . . . .	1295
<b>Allgemeine Vorschriften, §§ 21–30 UWG</b>	
Übersicht . . . . .	1296
Verjährung, § 21 UWG . . . . .	1296

# Inhaltsverzeichnis

Strafantrag, Privatklage, § 22 UWG . . . . .	1304
Bekanntmachung des Urteils, § 23 UWG . . . . .	1308
Streitwertbemessung bei Unterlassungsansprüchen, § 23a UWG . . . . .	1313
Streitwertbegünstigung, § 23b UWG . . . . .	1317
Örtliche Zuständigkeit, § 24 UWG . . . . .	1321
Einstweilige Verfügung, § 25 UWG . . . . .	1325
Kammer für Handelssachen, § 27 UWG . . . . .	1361
Einigungsstellen, § 27a UWG . . . . .	1364
Inkrafttreten, § 30 UWG . . . . .	1370

## Teil III

### Zugabe- und Rabattrecht

#### I. Kommentar zur Zugabeverordnung

Allgemeines . . . . .	1371
Verbot und Ausnahmen, § 1 ZugabeVO . . . . .	1378
Zivilansprüche, § 2 ZugabeVO . . . . .	1426
Ordnungswidrigkeiten, § 3 ZugabeVO . . . . .	1428
Inkrafttreten, § 5 ZugabeVO . . . . .	1429

#### II. Kommentar zum Rabattgesetz

Allgemeines . . . . .	1430
<b>1. Teil. Preisnachlässe</b>	
§ 1 RabattG (dazu § 13 DVO) . . . . .	1435
<b>1. Abschnitt. Barzahlungsnachlässe</b>	
Grundsatz, § 2 RabattG . . . . .	1471
Abrechnungsgeschäfte, § 3 RabattG . . . . .	1473
Durchführung der Geldrabattgewährung, § 4 RabattG (dazu §§ 1 bis 10 DVO) . . . . .	1473
Konsumvereine, § 5 RabattG . . . . .	1476
Rabattverbot für Großbetriebe, § 6 RabattG . . . . .	1478
<b>2. Abschnitt. Mengennachlässe</b>	
Mengenrabatt bei Waren, § 7 RabattG . . . . .	1479
Mengenrabatt bei gewerblichen Leistungen, § 8 RabattG . . . . .	1482
<b>3. Abschnitt. Sondernachlässe</b>	
§ 9 RabattG (dazu § 12 DVO) . . . . .	1482
<b>4. Abschnitt. Zusammentreffen mehrerer Preisnachlaßarten</b>	
§ 10 RabattG . . . . .	1487
<b>2. Teil. Schlußvorschriften</b>	
Ordnungswidrigkeiten, § 11 RabattG . . . . .	1487
Zivilansprüche, § 12 RabattG (dazu § 14 DVO) . . . . .	1488
Einigungsstellen, § 13 RabattG . . . . .	1490
Inkrafttreten, § 14 RabattG (dazu § 15 DVO) . . . . .	1491
Tabakerzeugnisse, § 15 RabattG . . . . .	1491
Kein Ersatz für Gesetzesschaden, § 16 RabattG . . . . .	1491
Ermächtigung des BMW, § 17 RabattG . . . . .	1492

## Teil IV

### Internationales Wettbewerbsrecht

<b>Grundzüge</b> . . . . .	1493
I. Geschichtliches und Quellen . . . . .	1493
II. Geltungsbereich der Verbandsverträge . . . . .	1495
III. Verbandsverträge und nationales Recht . . . . .	1495
IV. Kriegsauswirkungen . . . . .	1496
<b>Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ) – Stockholmer Fassung</b> . . . . .	1497
Auszug: Art. 1 bis 3 und 10 bis 30 PVÜ . . . . .	1497



**Inhaltsverzeichnis**

**Schlußanhang**

<b>Ergänzungen während des Drucks . . . . .</b>	<b>1515</b>
<b>Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Bundesgerichtshofes . . . . .</b>	<b>1523</b>
<b>Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs . . . . .</b>	<b>1617</b>
<b>Fälleverzeichnis . . . . .</b>	<b>1623</b>
<b>Sachverzeichnis . . . . .</b>	<b>1655</b>