

INHALTSVERZEICHNIS

VORBEMERKUNGEN

i

I. ZUR AUFTRAGSERTEILUNG	4
II. DER GEGENWÄRTIGE STAND DES EUROPÄISCHEN LAUTERKEITSRECHTS	5
1. Allgemeines	5
2. Internationales Recht	6
a. Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ)	6
b. Abkommen über handelsbezogene Aspekte des geistigen Eigentums (TRIPS-Abkommen)	7
3. Primäres Gemeinschaftsrecht	8
4. Sekundäres Gemeinschaftsrecht	10
a. Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung	10
aa) Die Stammfassung	10
bb) Die Richtlinie über vergleichende Werbung	12
b. FernsehRL	15
c. E-Commerce-Richtlinie (EC-RL)	15
d. Produktspezifische Werberichtlinien	18
e. EG-Marken-Richtlinie	18
III. DIE AKTUELLEN ENTWÜRFE DER KOMMISSION ZUR HARMONISIERUNG DES EUROPÄISCHEN LAUTERKEITSRECHTS	19
1. Erste Übersicht über den Inhalt dieser Entwürfe	19
a. Vorschlag für eine Verordnung über Verkaufsförderung	19
b. Die legislative Entschließung (LE) des Europäischen Parlaments (EP) zum VO-Vorschlag Verkaufsförderung	20
aa) Zu den Erwägungsgründen	20
bb) Zum Text des Verordnungsvorschlags	22
c. Standpunkt der Kommission zu den vorgeschlagenen Änderungen; Dosier vom 18. 9. 2002; geänderter Vorschlag der Kommission	23

aa)	Änderungen in den Erwägungsgründen	23
bb)	Änderungen im Text des geänderten VO-Vorschlags	24
d.	Grünbuch zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union und das Dokument über die Folgemaßnahmen	25
2. Zum Verhältnis des Verordnungsvorschlags "Verkaufsförderung" zum Grünbuch Verbraucherschutz		26
3. Kritische Stellungnahme zum Verordnungsvorschlag "Verkaufsförderung" und Grünbuch.		28
a.	Verordnungsvorschlag "Verkaufsförderung"	29
aa)	Kritisches zu den Begriffsbestimmungen	29
bb)	Inhaltliche Kritik	37
cc)	Ersetzen der nationalen Beschränkungen von Verkaufsförderaktionen durch Verbraucherinformation	40
dd)	Schutz von Kindern und Jugendlichen (Art 5 VO-Vorschlag)	44
b.	Grünbuch zum Verbraucherschutz samt Folgemaßnahmen	45
aa)	Allgemeines	45
bb)	Ziele der Richtlinie	46
cc)	Beschränkung der Regelung auf die Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmern und Verbrauchern?	48
IV. ENTWURF VON ECKPUNKTEN FÜR EINEN KÜNFTIGEN EUROPÄISCHEN RECHTSRAHMEN DES LAUTERKEITSRECHTS		52
1. Grundsätzliche Überlegungen		52
2. Regelungsbedürftige Einzeltatbestände		55
a.	Allgemeines	55
b.	Hervorrufen von Verwechslungen	55
c.	Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	56
d.	Anschwärzung (Herabsetzung eines fremden Unternehmens)	56
e.	Geheimnisschutz	57
f.	Tarnung von Werbung	58
g.	Belästigende Werbung	59
h.	Gewinnspiele	59
i.	Progressive Kundenwerbung	61

j.	Verletzung von Grundwerten	61
k.	Werteklame	62
l.	Unlauterer Rechtsbruch (Verletzung außerwettbewerbsrechtlicher Normen)	63
m.	Behinderung	64
n.	Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit	64
o.	Verletzung von Informationspflichten	65
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS		66
ANHANG		69
VERWENDETE UNTERLAGEN		69
LITERATURVERZEICHNIS		69
I.	EG-DOKUMENTE	69
II.	STELLUNGNAHMEN ZU DEN GEPLANTEN REFORMEN AUS DER WISSENSCHAFT	70
III.	SONSTIGES SCHRIFTTUM	71

ANHANG 1: Grünbuch Verbraucherschutz in der Europäischen Union

ANHANG 2: Mitteilung der Kommission: Folgemaßnahmen zum Grünbuch über Verbraucherschutz in der Europäischen Union

ANHANG 3: Überarbeiteter Vorschlag einer Verordnung über Verkaufsförderung im Binnenmarkt

ANHANG 4: Publikationen des Center 1 des Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit