

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; Dossier 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.	Wertreklame	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