

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
---------------	---

Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
-----------------------------	------

Einleitung .....	1
------------------	---

## 1. Teil

### Sach- und Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs

7

1. Kapitel: Grundzüge des Sachrechts des unlauteren Wettbewerbs in Europa .....	8
A. Sachrechtsintegration .....	8
I. Gemeinschaftsrecht .....	8
1. Wettbewerbsrechtliche Harmonisierung .....	11
a. Richtlinie über irreführende Werbung .....	11
(1) Irreführungstatbestand .....	11
(2) Umfang der Harmonisierung .....	17
(3) Ergebnis .....	18
b. Richtlinie über vergleichende Werbung .....	19
c. Sonstige Richtlinien mit allgemeinen werberechtlichen Regelungen .....	21
2. Medienbezogene Harmonisierung .....	23
a. Fernsehrichtlinie .....	23
(1) Anwendungsbereich .....	24
(2) Umfang der Harmonisierung .....	25
b. Fernabsatzrichtlinie .....	26
c. E-Commerce-Richtlinie .....	28
3. Produkt- oder dienstleistungsbezogene Harmonisierung .....	32
4. Verfahrensbezogene Harmonisierung .....	35
II. Staatsverträge .....	36
III. Freiwillige Selbstkontrolle .....	37
IV. Ergebnis .....	38

B. Nationales Wettbewerbsrecht . . . . .	39
I. Grundlagen . . . . .	40
II. Schutzniveau . . . . .	42
C. Ergebnis . . . . .	47
<i>2. Kapitel: Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs</i> . . . . .	48
A. Kollisionsrechtsintegration . . . . .	48
I. Staatsverträge . . . . .	48
II. Gemeinschaftsrecht . . . . .	49
1. Entwurf einer Verordnung des Rates über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anwendbare Recht . . . . .	49
2. Richtlinien . . . . .	50
a. Fernsehrichtlinie . . . . .	50
b. E-Commerce-Richtlinie . . . . .	53
c. Sonstige Richtlinien mit werberechtlichen Regelungen . . . . .	56
III. Freiwillige Selbstkontrolle . . . . .	57
IV. Ergebnis . . . . .	58
B. Nationales Wettbewerbskollisionsrecht . . . . .	58
I. Grundsatz und Grenzen der Marktortanknüpfung . . . . .	59
1. Marktortprinzip . . . . .	59
2. Gemeinsames Heimat- oder Aufenthaltsrecht . . . . .	70
3. Einstweiliger Rechtsschutz . . . . .	79
4. Ergebnis . . . . .	86
II. Multiplizität der Marktorte . . . . .	86
1. Übertragung der allgemeinen Anknüpfungsgrundsätze: Maßgeblichkeit aller betroffenen Marktrechte . . . . .	86
2. Lokalisation des Marktortes bei verschiedenen Arten von Wettbewerbshandlungen . . . . .	88
a. Absatzhandlungen . . . . .	90
b. Direktwerbung . . . . .	93
c. Werbung in Printmedien . . . . .	94
d. Rundfunkwerbung . . . . .	102
e. Marketing über Datennetze . . . . .	108
f. Ergebnis . . . . .	120
3. Anwendbarkeit mehrerer Marktrechte . . . . .	122
a. Territoriale Aufspaltung und Vielfalt der Rechtsfolgen . . . . .	122
(1) Unterlassung . . . . .	122

(2) Schadensersatz . . . . .	128
(3) Widerruf, Gegendarstellung und Urteilsveröffentlichung .	129
(4) Auskunft . . . . .	130
(5) Ergebnis . . . . .	131
b. Praktikabilität der territorialen Aufspaltung bei Maßgeblichkeit vieler Marktrechte . . . . .	131
C. Ergebnis . . . . .	137

*2. Teil*

## Grundfreiheiten

139

<i>3. Kapitel: Warenverkehrsfreiheit</i> . . . . .	140
A. Grundlagen . . . . .	140
B. Beschränkungen der Warenverkehrsfreiheit durch Normen des unlauteren Wettbewerbs . . . . .	143
I. Diskriminierende Regelungen . . . . .	143
1. Formelle Diskriminierung . . . . .	144
2. Materielle Diskriminierung . . . . .	145
3. Ergebnis . . . . .	148
II. Unterschiedslos anwendbare Regelungen . . . . .	148
1. Abgrenzung von produktbezogenen und vermarktungsbezogenen Regelungen . . . . .	150
2. Produktbezogene Regelungen als Maßnahmen gleicher Wirkung .	154
a. Rechtmäßigkeit der Herstellung und der Vermarktung im Herkunftsland . . . . .	155
b. Produktbezogene Regelungen . . . . .	156
(1) Genereller Produktbezug . . . . .	156
(2) Produktbezug im konkreten Fall . . . . .	161
3. Vermarktungsbezogene Regelungen als Maßnahmen gleicher Wirkung . . . . .	164
a. Diskriminierende Wirkung aufgrund von Rechtsunterschieden . . . . .	165
(1) Rechtmäßigkeit des Marketing im Herkunftsland . . . . .	165
(2) Anpassungskosten . . . . .	167
(a) Werberecht . . . . .	167
(a) <i>Unteilbare Wettbewerbshandlungen</i> . . . . .	167
(b) <i>Teilbare Wettbewerbshandlungen</i> . . . . .	168

(b) Absatz- und Vertriebsregelungen . . . . .	171
(c) Zwischenergebnis . . . . .	172
(3) Diskriminierende Wirkung trotz grenzüberschreitender Vermarktung inländischer Erzeugnisse . . . . .	173
b. Diskriminierende Wirkung aufgrund von Marktzutrittsschranken . . . . .	173
(1) Marktzutrittsschranken . . . . .	174
(a) Werberecht . . . . .	174
(b) Absatz- und Vertriebsregelungen . . . . .	175
(2) Rechtmäßigkeit des Marketing im Herkunftsland . . . . .	176
III. Ergebnis . . . . .	176
 C. Rechtfertigung der Beschränkungen . . . . .	177
1. Differenzierung zwischen diskriminierenden und unterschiedslos geltenden Regelungen . . . . .	178
II. Rechtsgüter des Art. 30 EGV . . . . .	181
1. Gesundheitsschutz . . . . .	182
a. Schutzgut . . . . .	182
b. Verhältnismäßigkeit . . . . .	183
(1) Geeignetheit . . . . .	183
(2) Erforderlichkeit . . . . .	184
(3) Angemessenheit . . . . .	186
c. Art. 30 Satz 2 EGV . . . . .	188
2. Schutz des gewerblichen und kommerziellen Eigentums . . . . .	189
III. Zwingende Gründe des Allgemeininteresses nach der <i>Cassis de Dijon</i> -Rechtsprechung . . . . .	190
1. Verbraucherschutz und Schutz der Lauterkeit des andelsverkehrs . . . . .	191
a. Schutzgüter . . . . .	191
b. Verhältnismäßigkeit . . . . .	192
(1) Geeignetheit . . . . .	193
(2) Erforderlichkeit . . . . .	195
(a) Verkehrsverbote und Information . . . . .	195
(b) Werbeverbote und Information . . . . .	197
(a) <i>Abstrakte Gefährdungstatbestände</i> . . . . .	197
(b) <i>Konkrete Irreführungstatbestände</i> . . . . .	198
(c) Konsequenzen für weitere Wettbewerbstatbestände .	200
(a) <i>Irreführung durch wahre Angaben</i> . . . . .	200
(b) <i>Umweltbezogene Werbung</i> . . . . .	202
(c) <i>Schleichwerbung</i> . . . . .	203
(d) <i>Sklavische Nachahmung</i> . . . . .	203
(e) <i>Zugabe- und Rabattrecht</i> . . . . .	204

(f) Sonderveranstaltungen . . . . .	205
(g) Übertriebenes Anlocken . . . . .	206
(h) Werbung unter Gefühlsausnutzung . . . . .	207
(i) Unerbetene Werbung . . . . .	207
(d) Ergebnis . . . . .	208
(3) Angemessenheit . . . . .	209
c. Ergebnis . . . . .	211
2. Umweltschutz . . . . .	212
IV. Ergebnis . . . . .	212
D. Ergebnis . . . . .	215
<i>4. Kapitel: Dienstleistungsfreiheit</i> . . . . .	217
A. Grundlagen . . . . .	217
B. Beschränkungen der Dienstleistungsfreiheit durch Normen des unlauteren Wettbewerbs . . . . .	220
I. Dienstleistungen und grenzüberschreitender Wettbewerb . . . . .	220
II. Beschränkungen . . . . .	230
1. Diskriminierende Regelungen . . . . .	231
2. Unterschiedslos anwendbare Regelungen . . . . .	232
a. Leistungsbezogene Regelungen in der Rechtsprechung des EuGH . . . . .	233
b. Konvergenz von Dienstleistungsfreiheit und Warenverkehrs- freiheit . . . . .	235
(1) Abgrenzung von produktbezogenen und vermarktungs- bezogenen Vorschriften . . . . .	237
(2) Stärkere Belastung ausländischer Dienstleistender bei produktbezogenen Vorschriften . . . . .	239
(a) Verschiedene Arten von Dienstleistungen . . . . .	239
(a) <i>Massendienstleistungen</i> . . . . .	240
(b) <i>Gleichartigkeit bei Rundfunksendungen und                             Online-Dienstleistungen</i> . . . . .	240
(c) <i>Individualisierte Dienstleistungen</i> . . . . .	242
(b) Fehlen einer vergleichbaren Belastung inländischer Dienstleistender bei grenzüberschreitender Leistungs- erbringung . . . . .	243
c. Ergebnis . . . . .	243
III. Ergebnis . . . . .	244

C. Rechtfertigung der Beschränkungen . . . . .	245
I. Gründe der öffentlichen Ordnung, Sicherheit und Gesundheit nach Art. 55 EGV i.V.m. Art. 46 EGV . . . . .	246
II. Zwingende Gründe des Allgemeininteresses . . . . .	247
III. Ergebnis . . . . .	250
D. Ergebnis . . . . .	251

*3. Teil*

**Einfluß der Grundfreiheiten auf das Sach- und Kollisionsrecht  
des unlauteren Wettbewerbs**

255

<i>5. Kapitel: Rechtliche Vorgaben</i> . . . . .	256
A. Inländerdiskriminierung . . . . .	256
I. Gemeinschaftsrecht . . . . .	257
1. Diskriminierungsverbot des Art. 12 Abs. 1 EGV . . . . .	257
2. Allgemeiner Gleichheitssatz . . . . .	258
3. Grundfreiheiten . . . . .	259
II. Deutsches Verfassungsrecht . . . . .	262
1. Berufsfreiheit des Art. 12 Abs. 1 GG . . . . .	262
2. Allgemeiner Gleichheitssatz des Art. 3 Abs. 1 GG . . . . .	264
B. Auswirkungen auf das Kollisions- oder das Sachrecht des unlauteren Wettbewerbs . . . . .	265
I. Grundfreiheiten und Internationales Privatrecht . . . . .	266
II. Grundfreiheiten und Sachrecht oder Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs . . . . .	268
1. Grundfreiheiten als versteckte Kollisionsnormen . . . . .	269
a. Grundsatz der Verweisung auf das günstigere Herkunftsland- recht . . . . .	269
b. Ordre public-Vorbehalt zugunsten des Bestimmungsland- rechts . . . . .	270
c. Anwendung des Herkunftslandrechts oder Berücksichtigung der Rechtmäßigkeit . . . . .	271
d. Diskriminierung als Tatbestandsvoraussetzung . . . . .	273
2. Grundfreiheiten als Schranken für Kollisions- oder Sachrecht . . .	275
a. Zusammenwirken von Kollisions- und Sachnorm . . . . .	275

b. Gemeinschaftsrechtskonforme Auslegung wettbewerbsrechtlicher Normen . . . . .	277
C. Ergebnis . . . . .	280
<i>6. Kapitel: Europäisches Recht des unlauteren Wettbewerbs . . . . .</i>	282
A. Grundsatz . . . . .	282
B. Kollisionsrechtsangleichung . . . . .	284
I. Grundfragen der Anknüpfung . . . . .	284
II. Sonderanknüpfung bei Multistate-Wettbewerb in Europa . . . . .	292
1. Anknüpfungsgegenstand . . . . .	292
a. Qualifikation als unlauterer Wettbewerb . . . . .	293
b. Multistate-Wettbewerbshandlungen . . . . .	294
c. Einwirkung auf die Märkte von mindestens zwei Mitgliedstaaten . . . . .	296
2. Anknüpfungspunkt des Herkunftsortes . . . . .	298
a. Waren . . . . .	300
b. Dienstleistungen . . . . .	304
III. Ergebnis . . . . .	306
C. Sachrechtsangleichung . . . . .	307
D. Ergebnis . . . . .	310
Literaturverzeichnis . . . . .	313
Sachverzeichnis . . . . .	337