

## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Teil: Einleitung .....</b>	<b>1</b>
§ 1 Das Problem: Rechtsverfolgung grenzüberschreitender Verstöße .....	6
A) Individualklagebefugnis einzelner Verbraucher / „Prüfzeichen“ – „1. Hauptpreis“ .....	7
B) Anwendbares Recht / Markttortprinzip .....	8
I) Unzulänglichkeiten des Markttortprinzips .....	9
II) „Gewinnspiel im Ausland“ .....	10
C) Vollstreckung im Ausland .....	12
D) Regelungsbedarf .....	13
§ 2 Terminologisches .....	15
A) Sanktion .....	15
B) Harmonisierung .....	17
§ 3 Aufbau der Arbeit .....	18
<b>2. Teil: Lauterkeitsrecht auf internationaler Ebene.....</b>	<b>21</b>
§ 1 PVÜ 1883 .....	21
A) Inhalt .....	22
B) Sanktionen .....	24
C) Fazit .....	26
§ 2 TRIPS-Übereinkommen .....	28
A) Hintergrund .....	28
B) Sanktionen .....	29
I) Allgemeine Bestimmungen .....	29
II) Materielle Ansprüche/ Klagebefugnis .....	29
C) Auswirkungen .....	30
I) Vollwertige Inkorporierung von Art. 10 bis PVÜ durch Art. 2 Abs. 1 TRIPS? .....	31
II) Stellungnahme .....	32
§ 3 „WIPO-Model Provisions“ .....	34
A) Hintergrund .....	34
B) Sanktionen .....	35
C) Fazit .....	37
§ 4 Zwischenergebnis .....	38
<b>3. Teil: Europäisches Lauterkeitsrecht .....</b>	<b>41</b>
§ 1 Historisches zum kontinentaleuropäischen und angelsächsischen Lauterkeitsrecht .....	42
A) Kontinentaleuropa .....	42
I) Länder mit eigenständigem Lauterkeitsrecht .....	42
II) Deliktsrechtliche Verankerung des Lauterkeitsrechts .....	43
B) Angelsächsisches Wettbewerbsrecht .....	43

C) Die Entwicklung der Schutzrichtung – vom Schutz des „anständigen Gewerbetreibenden“ zum Sozialschutz.....	44
I) Die Verbraucherschutzbewegung der 60er Jahre .....	45
II) Reaktionen auf die Verbraucherschutzbewegung in den Mitgliedsstaaten – Integriertes oder zweigeteiltes Modell .....	46
§ 2 Die bestehenden Sanktionssysteme der europäischen Staaten (de lege lata)	
.....	48
A) Das Lauterkeitsrecht in Deutschland .....	49
I) Entwicklung der Sanktionen in Deutschland und ihr geschichtlicher Hintergrund.....	49
II) Das Sanktionssystem in Deutschland de lege lata – unter besonderer Berücksichtigung der UWG-Reform 2004 .....	52
B) Großbritannien.....	55
I) Konkurrentenschutz mittels zivilrechtlicher Sanktionen/ Fallrecht ....	56
1) Passing off.....	56
2) Injurious / malicious falsehood .....	57
3) Defamation.....	57
4) Weitere Fallgruppen .....	58
5) Ansprüche bei Verletzung des Fallrechts .....	58
II) Verbraucherschutz mittels straf- und verwaltungsrechtlicher Sanktionen und das Gesetzesrecht.....	59
III) Selbstkontrolle .....	61
C) Frankreich .....	62
D) Skandinavien (Finnland, Dänemark und Schweden).....	64
I) Schweden .....	65
II) Finnland .....	66
III) Dänemark .....	68
E) Italien.....	69
F) Die Konzeption des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb in den neuen EU-Mitgliedsstaaten.....	72
G) Zusammenfassendes Ergebnis .....	75
I) Wettbewerberschutz .....	77
II) Schutz der Verbraucher und der Allgemeinheit .....	77
1) Klagebefugnis.....	78
2) Ansprüche .....	79
§ 3 Grundlagen der Harmonisierungsbestrebungen .....	81
A) Schwierigkeiten der Angleichungsarbeiten – Spannungsfeld zwischen Wettbewerbs- und Verbraucherschutzrecht .....	81
B) Zusätzliche Hemmnisse im Bereich der Sanktionierung .....	83
C) Einflüsse des EG-Rechts.....	84
I) Primärrecht .....	85
1) Warenverkehrsfreiheit gem. Art. 28 EG .....	86
2) Dienstleistungsfreiheit gem. Art. 49 EG .....	89

3) Die Rolle des Verbrauchers auf Gemeinschaftsebene – Verbraucherschutz gem. Art. 3 Abs. 1 lit. t EG und Art. 153 EG .....	89
a) Verbraucherleitbild des EuGH.....	90
b) Binnenmarktfunktionalität und Verbraucherschutz.....	92
c) Sanktionierte Informationspflichten.....	93
4) Art. 5 EG Subsidiaritätsprinzip – Grenzen der Harmonisierung....	94
a) Das Auffinden der einschlägigen Kompetenznorm – Kompetenzverteilung bzgl. der Regelung lauterkeitsrechtlicher Sanktionsvorschriften .....	95
aa) Ausschließliche Zuständigkeit der Gemeinschaft für die Vereinheitlichung des Wirtschaftsrechts .....	96
bb) Zuständigkeit im Bereich der Rechtsdurchsetzung und Sanktionierung .....	97
(1) Binnenmarktbezug – Art. 95 EG .....	98
(2) Verbraucherschutz – Art. 153 EG.....	100
(a) Abgrenzung von Art. 153 Abs. 3 lit. a EG zu Art. 95 Abs. 1, 3 EG .....	101
(b) Abgrenzung von Art. 153 Abs. 3 lit. b EG zu Art. 95 EG .	102
(c) Konkurrierende Kompetenz des Art. 153 EG .....	103
(3) Kompetenzaufteilung zwischen Gemeinschaft und Mitgliedsstaaten im Prozessrecht .....	104
(a) Auffassung des EuGH .....	104
(b) Literatur .....	106
(c) Justizielle Zusammenarbeit in Zivilsachen – Art. 65 i. V. m. Art. 61 lit. c EG .....	106
(d) Abgrenzung der Art. 61 lit. c, 65 EG zu Art. 95 EG .....	108
b) Erforderlichkeits-/ Effizienzprüfung gem. Art. 5 Abs. 2 EG....	109
c) Verhältnismäßigkeitsprinzip gem. Art. 5 Abs. 3 EG .....	111
5) Zwischenergebnis .....	113
II) Sekundärrecht - Regelungsalternativen .....	113
1) Verordnung gem. Art. 249 Abs. 1, 2 EG.....	114
2) Richtlinie gem. Art. 249 Abs. 1, 3 EG .....	115
3) Unterschiedliche Regelungsorgane (GD Sanco und GD Markt) ..	116
III) Rechtsprechung des EuGH.....	117
1) Rechtsprechung des EuGH zu Art. 10 EG, Äquivalenz- und Effektivitätsgrundsatz .....	118
2) Die Erfordernis einer wirksamen, verhältnismäßigen und abschreckenden Sanktionierung.....	119
IV) Harmonisierung des Lauterkeitsrechts durch Einführung des Herkunftslandprinzips? .....	120
1) Sendelandprinzip in der Fernsehrichtlinie.....	121
2) Herkunftslandsprinzip in der Richtlinie über elektronischen Geschäftsverkehr .....	122

3) Abrücken vom Herkunftslandsprinzip in der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken .....	123
C) Fazit.....	123
§ 4 Harmonisierungs-Maßnahmen der Gemeinschaft und deren Sanktionierungsregelungen .....	124
A) Allgemeine lauterkeitsrechtliche Harmonisierungs-Maßnahmen .....	124
I) „Ulmer“- Gutachten.....	124
1) Ulmers Vorschläge .....	125
2) Folgen des Ulmer-Gutachtens.....	128
3) Auswirkungen auf das Sanktionenrecht .....	129
II) Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung.....	130
1) Hintergrund .....	130
2) Schutzzweck/ Klagebefugnis .....	131
3) Sanktionsorgane .....	133
4) Ansprüche .....	134
a) Unterlassungsanspruch .....	134
b) Veröffentlichung und berichtigende Erklärung.....	135
5) Verfahrensvorschriften und Beweislast.....	136
6) Freiwillige Selbstkontrolle.....	138
7) Bewertung .....	139
a) Folgen .....	141
b) Vergleich mit dem Ulmer-Gutachten.....	143
III) Grünbuch zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union .....	143
1) Entscheidung für „kombinierten Ansatz“.....	144
2) Durchsetzung.....	145
3) Selbst- und Ko-Regulierung .....	146
4) Folgen .....	146
IV) Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken .....	147
1) Hintergrund .....	147
2) Schutzzweck.....	149
3) Klagebefugnis.....	150
4) Ansprüche und Verfahrensvorschriften.....	151
5) Verhaltenskodizes.....	153
6) Aufhebung des Herkunftslandsprinzips .....	155
7) Beurteilung .....	157
a) Schutzzweckkonzeption .....	161
aa) Stimmen aus der Literatur zur Beschränkung auf den B2C-Bereich.....	162
bb) Unvollkommenes B2B + B2C-System.....	163
cc) Problembereich: Irreführende Werbung, die sich an Verbraucher richtet, aber dadurch auch und vor allem Mitbewerber betrifft .....	165

(1) Schutz des Unternehmers im horizontalen Verhältnis durch die Irreführungsrichtlinie .....	165
(2) Schutz des Unternehmers im vertikalen Verhältnis durch die Irreführungsrichtlinie .....	166
(3) Konsequenzen und Stellungnahme .....	167
b) FSK .....	168
c) Verabschiedung vom Herkunftslandsprinzip .....	170
aa) Wettbewerb der Rechtsordnungen / „Race to the bottom“ ...	170
bb) Ungereimtheiten bzgl. Ausmaß und Bedeutung des Herkunftslandsprinzips in Theorie und Praxis .....	173
(1) Die Theorie – Kollisionsrechtliche Bedeutung und Verhältnis zum Marktortprinzip .....	173
(2) Mangelnde Praktikabilität – Das Herkunftslandsprinzip im Beschluss des OLG Hamburg vom 9. 2. 2004 – Active Two .	175
(a) Die Anmerkung von Henning-Bodewig.....	176
(b) Stellungnahme – BGH: Arzneimittelwerbung im Internet	177
(c) Praktische Unzulänglichkeiten im einstweiligen Verfügungsverfahren und Absinken des Verbraucherschutzes	179
(3) Stellungnahme: Vollharmonisierung anstelle des Herkunftslandsprinzips .....	182
d) Fazit .....	183
V) Vorschlag einer Verordnung über Verkaufsförderung im Binnenmarkt .....	184
VI) ROM II Verordnung .....	186
B) Sekundäres Gemeinschaftsrecht bzgl. Rechtsdurchsetzung und Sanktionierung .....	188
I) Zivilrechtliche Vorgaben .....	188
1) Unterlassungsklagerichtlinie .....	188
a) Klagebefugnis .....	189
b) Sanktionsmittel und Verfahren .....	191
c) Beurteilung.....	192
2) Europäisches Zivilprozessrecht.....	194
a) EuGVVO/ Verordnung über die internationale Zuständigkeit in Civil- und Handelssachen .....	195
aa) Sachlicher Anwendungsbereich.....	196
bb) Gerichtsstände.....	196
cc) Anerkennung (Art. 32 ff. EuGVVO) .....	199
dd) Vollstreckung (Art. 38 ff. EuGVVO) .....	199
ee) Bewertung – Beschluss des OLG Köln vom 3. 6. 2002 .....	201
b) EuVTVO/ Verordnung zur Einführung eines Europäischen Vollstreckungstitels für unbestrittene Forderungen.....	202

II) Exkurs: Die Richtlinie zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums - Vorbildcharakter für ein lauterkeitsrechtliches Sanktionsinstrumentarium? .....	204
III) Strafrechtliche Vorgaben – Rahmenbeschluss über den Europäischen Haftbefehl und die Übergabeverfahren zwischen den Mitgliedsstaaten	208
III) Verwaltungsrechtliche Vorgaben – Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz .....	210
1) Hintergrund: Durchsetzungsdefizite .....	211
2) Inhalt .....	212
a) Innergemeinschaftliche Verstöße gegen Verbraucherschutzgesetze .....	213
b) Behördenbefugnisse .....	214
c) Amtshilfeverfahren.....	215
d) Koordinierung des Netzwerkes.....	215
3) Bedeutung der Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz für die Sanktionssysteme der EU-Mitgliedsstaaten – Ende einer über 30 jährigen Diskussion? .....	216
a) Pro und Contra Behördenmodell .....	218
aa) Aufbau der Behörde .....	218
bb) Einschränkung der Wettbewerbsfreiheit? .....	220
b) Stellungnahme: Ergänzende Funktion der Behörden .....	223
IV) Vorgaben bzgl. alternativer Streitbeilegung .....	226
1) Außergerichtliche Streitbeilegung .....	227
a) Empfehlung der Kommission betreffend die Grundsätze für Einrichtungen, die für die außergerichtliche Beilegung von Verbraucherstreitigkeiten zuständig sind .....	228
b) Empfehlung über die Grundsätze für an der einvernehmlichen Beilegung von Verbraucherrechtsstreitigkeiten beteiligte außergerichtliche Einrichtungen .....	229
c) Fazit – außergerichtliche Streitbeilegung als praktikable, effektive und kostengünstige Alternative.....	230
2) FSK/ Verhaltenskodizes .....	231
a) Vor- und Nachteile der FSK .....	232
b) Sisyphus-Arbeit der Kommission.....	234
c) EASA – European Advertising Standards Alliance .....	235
C) Fazit.....	235
<b>4. Teil: Einzelne Sanktionen .....</b>	<b>239</b>
§ 1 Funktion der Sanktionen .....	239
A) Funktionsweise zivilrechtlicher Sanktionen.....	241
I) Der Gewinnabschöpfungsanspruch gem. § 10 UWG .....	241
1) Handlungsbedarf/ Unzulänglichkeiten der „klassischen“ wettbewerbsrechtlichen Sanktionen .....	242

a) Unterlassung.....	242
b) Schadensersatz .....	243
2) Voraussetzungen des Gewinnabschöpfungsanspruchs .....	244
3) Rechtliche Einordnung .....	247
4) Der Blick nach Europa/ Vergleichbare Sanktionen in der EU.....	247
5) Funktion und Sanktionscharakter von § 10 UWG.....	249
a) Prävention .....	249
aa) Zulässigkeit von Präventions- und Sanktionszwecken im deutschen Zivilrecht.....	250
bb) Sanktions- und Präventionswirkung des § 10 UWG.....	251
(1) Graduelle und funktionale Unterschiede zwischen punitive damages und dem Gewinnabschöpfungsanspruch.....	251
(2) Präventive Elemente im deutschen Zivilrecht.....	254
(3) Abschreckungserfordernis des EuGH.....	256
b) Effektivität .....	257
aa) Abführung an den Bundeshaushalt .....	257
bb) Feststellung des Gewinns .....	258
c) Verhältnismäßigkeit .....	260
II) Bewertung .....	261
B) Funktionsweise strafrechtlicher Sanktionen .....	262
C) Funktionsweise verwaltungsrechtlicher Sanktionen .....	263
§ 2 Zwischenergebnis .....	264
<b>5. Teil: Ergebnisse und Ausblick.....</b>	<b>267</b>
1. Unterentwickeltes Sanktionssystem im internationalen und europäischen Lauterkeitsrecht .....	267
2. Ursachen .....	268
3. Auswirkungen der jüngsten Harmonisierungsmaßnahmen auf die Sanktionierung unlauteren Wettbewerbs.....	270
4. Ausblick – Erfordernis eines einheitlichen Regelwerks und generelle Vorüberlegungen .....	274
5. Ausblick – konkrete Ausgestaltung des Regelwerkes.....	280
<b>6. Teil: Anhang – Synopse .....</b>	<b>291</b>
Abkürzungsverzeichnis .....	311
Literaturverzeichnis.....	313
Gesetzesmaterialien.....	351