

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XIX
Normen und Materialien	XXV
Literaturverzeichnis	XXXI

I. Teil. Grundlagen

§ 1. Begriff, Gegenstand und inhaltliche Charakteristika	1
§ 2. Unlauterer Wettbewerb und wettbewerbstheoretische Aspekte	34
§ 3. Rechtsgeschichtliche Entwicklung in Deutschland	69

II. Teil. Rechtsgrundlagen und Rechtsanwendung

1. Abschnitt. Völkerrecht

§ 4. Überblick zum Völkerrecht	119
--------------------------------------	-----

2. Abschnitt. Europäisches Gemeinschaftsrecht

§ 5. Unlauterer Wettbewerb und Europäisches Recht	130
§ 6. Wettbewerb, Verbraucherschutz und Binnenmarkt als EG-Vertragsziele	146
§ 7. Warenverkehrsfreiheit und sonstige Marktfreiheiten	175
§ 8. Europäisches Sekundärrecht	225

3. Abschnitt. Deutsches Recht

§ 9. Verfassungsrecht	275
§ 10. Strukturen und Schutzzwecke des UWG im Überblick	287
§ 11. Anwendungsvoraussetzungen	298
§ 12. Generalklausel	321

III. Teil. Schutzrichtungen

1. Abschnitt. Verbraucher

§ 13. Verbraucherschutz und Wettbewerbsrecht	355
§ 14. Schutz vor überhöhten Preisen	375
§ 15. Schutz der Entscheidungsgrundlage	387
§ 16. Schutz des Entscheidungsprozesses	449

Inhaltsübersicht

2. Abschnitt. Konkurrenten

§ 17. Konkurrentenschutz und Wettbewerbsrecht	477
§ 18. Schutz des innerbetrieblichen Unternehmensbereichs	489
§ 19. Schutz des Marktzugangs	506
§ 20. Schutz vor Zurechnungsstörungen	527
§ 21. Schutz vor dysfunktionalem Geschäftsverhalten	544
§ 22. Schutz von Investitionen	564

3. Abschnitt. Weitere Schutzrichtungen

§ 23. Unternehmen der Marktgegenseite	601
§ 24. Wettbewerbsbestand	617
§ 25. Allgemeinheitsinteressen	636

IV. Teil. Sondertatbestände, Querschnittsfragen, Abwehr

§ 26. Sondertatbestände und Preisangabepflicht	655
§ 27. Rechtsbruch	692
§ 28. Wettbewerbsrecht und Individualrechtsschutz	721
§ 29. Abwehrhandlungen	747

V. Teil. Ansprüche, Kollisionsrecht

§ 30. Ansprüche	759
§ 31. Kollisionsrecht	813
Entscheidungsverzeichnis	829
Stichwortverzeichnis	835

Inhaltsverzeichnis*

Abkürzungsverzeichnis	XIX
Normen und Materialien	XXV
Literaturverzeichnis	XXXI

I. Teil. Grundlagen

§ 1. Begriff, Gegenstand und inhaltliche Charakteristika	1
A. Terminologie	2
B. Wettbewerbliche Individual- und Kollektivinteressen	4
I. Elementare Individualansprüche	5
II. Kollektivinteressen und Sanktionierungssystem	8
C. Rechtsergänzungs- und Rechtsbildungsfunktion	18
I. Grundgedanke	18
II. Regelungstechnik	20
III. Neuerungsfreudigkeit und -unfreudigkeit der Gerichte	22
IV. Beispiele aus dem deutschen Recht	23
D. Verhältnis zu Nachbargebieten	25
I. Deliktsrecht	25
II. Vertragsrecht	28
III. Wirtschaftsrechtliche Nachbargebiete	31
§ 2. Unlauterer Wettbewerb und wettbewerbstheoretische Aspekte	34
A. Grundfragen	35
I. Ethische Aspekte	35
II. Wettbewerbsfunktionen	37
III. Kausalität und Vorhersagbarkeit von Marktprozessen	41
IV. Ökonomische und wettbewerbsrechtliche Fragestellungen	43
B. Unternehmerische Absatzpolitik	44
I. Überblick	45
II. Marktphasen	46
III. Produktpolitik	49
IV. Preispolitik	51
V. Vertriebspolitik	54
VI. Kommunikationspolitik	57
C. Verhalten von Verbrauchern	59
I. Homo Oeconomicus und Fairness-Normen	59
II. Kaufentscheidungsverhalten	60
D. Verhalten von Konkurrenten und Unternehmen der Marktgegenseite	63
I. Strategie gegenüber Konkurrenten	64
II. Strategie gegenüber der unternehmerischen Marktgegenseite	66
§ 3. Rechtsgeschichtliche Entwicklung in Deutschland	69
A. Vorbemerkung und Überblick	70
B. Zünfte	71
I. Allgemeines	72
II. „Wettbewerbsrecht“ der Zünfte	75
III. Rückgang der Zünfte	81
C. Gewerbefreiheit	83
I. Allgemeines	84

* Detaillierte Übersichten finden sich vor den jeweiligen Paragraphen.

Inhaltsverzeichnis

II. Preußen	85
III. Einheitliches Gewerberecht	88
D. Weg zum UWG	89
I. Allgemeines	89
II. Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs vor 1896	91
III. UWG 1896	94
IV. UWG 1909	98
V. Seitenblick auf ausländische Rechte	98
E. Entwicklung seit 1909	101
I. Kaiserreich, Weimarer Republik und Nationalsozialismus	101
II. DDR	109
III. Bundesrepublik	113
 II. Teil. Rechtsgrundlagen und Rechtsanwendung	
1. Abschnitt. Völkerrecht	
§ 4. Überblick zum Völkerrecht	119
A. Allgemeines	119
B. Pariser Verbandsübereinkunft	120
I. Grundsatz der Inländerbehandlung	121
II. Mindestrechte	122
III. Art. 10 ^{bis} PVÜ	122
IV. Art. 10 ^{ter} PVÜ	125
C. TRIPS-Abkommen	125
I. Allgemeines	126
II. Wettbewerbsrechtliche Tatbestände	127
D. Europäische Menschenrechtskonvention	127
I. Allgemeines	127
II. Wettbewerbsrechtliche Einzelkonstellationen	128
 2. Abschnitt. Europäisches Gemeinschaftsrecht	
§ 5. Unlauterer Wettbewerb und Europäisches Recht	130
A. Europäisches Recht gegen den unlauteren Wettbewerb	131
I. Bedürfnis	132
II. Ansatzpunkte	133
B. Angleichung der nationalen Rechte	137
I. Angleichungsaktivitäten im Überblick	138
II. Angleichungshürden	139
III. Angleichungskompetenzen	140
IV. Angleichungsinstrumentarium	141
C. Der europäische Einfluss aus deutscher Sicht	142
I. Entwicklung bis Ende der 80er Jahre	143
II. Entwicklung seit Beginn der 90er Jahre	144
§ 6. Wettbewerb, Verbraucherschutz und Binnenmarkt als EG-Vertragsziele	146
A. Vertragsziele	146
I. Gemeinschaftsrechtliche Bedeutung	148
II. Zielkonflikte	149
B. Vor Verfälschungen geschützter Wettbewerb	150
I. Allgemeines	150
II. Verfälschungen	152
III. Überblick zu den Art. 81, 82 EGV	154
IV. Europäisches Kartellrecht und unlauterer Wettbewerb	158
C. Verbraucherschutz	161
I. Kompetenzen und Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Verbraucher- schutz	162
II. Verbraucherinteressen, Art. 153 Abs. 1 EGV	164

D. Binnenmarkt	166
I. Allgemeines	167
II. Binnenmarkt und materielles Wettbewerbsrecht	170
§ 7. Warenverkehrsfreiheit und sonstige Marktfreiheiten	175
A. Überblick	176
B. Allgemeine Anwendungsvoraussetzungen der Art. 28 ff. EGV	177
I. Staatliche und private Maßnahmen	177
II. Waren	178
III. Territorialer Anwendungsbereich	179
C. Einfuhrbeschränkung, Art. 28 EGV	180
I. Ausgangspunkte, Dassonville-Formel	180
II. Unmittelbar diskriminierende Maßnahmen	181
III. Unterschiedslose Maßnahmen	182
D. Rechtfertigungstatbestand, Art. 30 EGV	188
I. Gewerbliches und kommerzielles Eigentum	189
II. Gesundheitsschutz	195
III. Sonstige Anwendungsbereiche	197
E. Cassis de Dijon-Tatbestand	197
I. Allgemeines	197
II. Lauterkeit des Handelsverkehrs und Verbraucherschutz	199
F. Ausführbeschränkung, Art. 29 EGV	214
I. Allgemeines	214
II. Begriff der Maßnahme gleicher Wirkung	214
G. Sonstige Marktfreiheiten im Überblick	216
I. Freizügigkeit, Art. 39 ff. EGV	217
II. Niederlassungsfreiheit, Art. 43 ff. EGV	217
III. Dienstleistungsfreiheit, Art. 49 ff. EGV	218
IV. Freiheit des Kapital- und Zahlungsverkehrs, Art. 56 ff. EGV	218
H. Rechtsfolgen und das Problem der Inländerdiskriminierung	219
I. Überblick	219
II. Inländerdiskriminierung	220
§ 8. Europäisches Sekundärrecht	225
A. Allgemeines	226
I. Funktion	227
II. Schaffung und Wirkung von Sekundärrecht	227
III. Sekundärrecht als materielles Wettbewerbsrecht	233
IV. Auslegungsaspekte	235
V. Verhältnis insbesondere zu den Art. 28 ff. EGV	240
B. Regelungen im Überblick	243
I. Regelungsgegenstände	243
II. Regelungen mit wettbewerbsrechtlichem Charakter	244
III. Regelungen mit wettbewerbsrechtlichen Bezügen	244
C. Werbung, Produktaufmachung und Informationspflichten	245
I. Definitionselemente von Werbung	245
II. Informationspflichten, Erkennbarkeit des Werbecharakters	247
III. Vergleichende Werbung	250
IV. Irreführende Werbung	254
V. Aufgedrängte Werbung	257
VI. Inhaltlich unzulässige Werbung und spezielle Werbeverbote	257
VII. Werteklamme, Verkaufsförderung	258
D. Vertriebsmethoden	259
I. Vertikalbindungen	260
II. Haustürgeschäfte	260
III. Fernabsatz, Teleshopping, elektronischer Geschäftsverkehr	261
IV. Sonstiges	262

Inhaltsverzeichnis

E. Produktgestaltung	262
F. Sanktionierungsfragen	263
I. Zivilgerichtliches System	264
II. Behördensystem	266
III. Selbstkontrollsystem	266
G. Nachbargebiete im Überblick	267
I. Marken	268
II. Geographische Bezeichnungen (VO 2081/92)	269
III. Geschmacksmuster	271
IV. Urheberrecht	273
V. Patent- und Gebrauchsmusterrecht	274
3. Abschnitt. Deutsches Recht	
§ 9. Verfassungsrecht	275
A. Ausgangsfragen	275
I. Freiheitsgrundrechte	276
II. Verfassungsrechtliche Urteile zum UWG	278
B. Berufsfreiheit	279
I. Berufsausübung	280
II. Berufswahl	282
C. Weitere Grundrechte im Überblick	283
I. Meinungsfreiheit	283
II. Eigentum	284
III. Allgemeine Handlungsfreiheit	285
§ 10. Strukturen und Schutzzwecke des UWG im Überblick	287
A. Wesentliche Strukturelemente	287
I. Zivil- und strafrechtliche Steuerung	287
II. Sonderdeliktsrecht	288
III. Verbands- und Individualklage	289
B. Schutzzwecke	290
I. Ausgangsfragen	290
II. Bedeutung für Anwendungsbereich und Sanktionen des UWG	293
III. Materiell-rechtliche Bedeutung	294
C. Konsequenzen für Systematisierung und Darstellung	295
§ 11. Anwendungsvoraussetzungen	298
A. Ausgangsfragen	299
B. Geschäftlicher Verkehr	300
I. Geschäftliche und nichtgeschäftliche Tätigkeit	301
II. Handeln im Verkehr	305
C. Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs	307
I. Ausgangsfragen	307
II. Voraussetzungen	308
D. Sonderformen der Anwendbarkeitsbestimmung	319
§ 12. Generalklausel	321
A. Ausgangsfragen	322
I. Kompetenzaspekt	323
II. Rechtssicherheitsaspekt	324
III. Materiell-rechtlicher Aspekt	325
IV. Systematische Aspekte	329
B. Wettbewerbsfunktionale Anwendung	330
I. Ausgangsüberlegung	330
II. Wettbewerbsrechtliche Interessenabwägung	332
III. Abzuwägende Interessen im Überblick	337

IV. Bestimmung betroffener Interessen	341
V. Anwendungsbeispiele	342
C. Gesetzliche Wertungen	345
I. Ausgangsfragen	345
II. Einzelne Rechtsnormen	346
D. Einzelaspekte	348
I. Normative Wertungen	348
II. Lehre vom so genannten Leistungswettbewerb	350
E. Subjektive Voraussetzungen	352
III. Teil. Schutzrichtungen	
1. Abschnitt. Verbraucher	
§ 13. Verbraucherschutz und Wettbewerbsrecht	355
A. Ausgangsfragen	356
B. Verbraucherschutz als wettbewerbsrechtlicher Schutzzweck	358
I. Einzelheiten zum deutschen UWG	359
II. Verbraucherschaft als funktioneller Teil des Wettbewerbs	361
C. Verbraucherbegriff	362
I. Überbordende Komplexität des Verbraucherbegriffs	364
II. Verbraucher als privater Abnehmer	367
III. Schutzbedürftiger Verbraucher	369
IV. Andere Verbraucherbegriffe	371
D. Schutzinteressen der Verbraucher	373
§ 14. Schutz vor überhöhten Preisen	375
A. Ausgangsfragen	375
I. Verbraucherschutz und unternehmerische Preisfreiheit	376
II. Niedrige Preise und sonstige Wettbewerbsvorteile	376
III. Verhältnis zu anderen Schutzinteressen des Verbrauchers	378
B. Preisunterbietungen	378
I. Preiskrieg	379
II. Verkauf unter Einstandspreis, Lockvogelangebote	380
C. Geschäftspraktiken gegenüber vertraglich gebundenen Verbrauchern	382
I. Preisgarantie	382
II. Abwerben von Vertragspartnern	383
§ 15. Schutz der Entscheidungsgrundlage	387
A. Ausgangsfragen	388
I. Unrichtige Angaben und wettbewerbliche Schutzzwecke	390
II. Verbraucherinteressen	391
III. Entscheidungsverhalten der Verbraucher	394
B. Informationspflichten	396
I. Erkennbarkeit des Werbecharakters	397
II. Besondere Entscheidungslagen	399
III. Grobe inhaltliche Unvollständigkeit	400
C. Vergleichende Werbung	403
I. Begriff, § 2 Abs. 1 UWG	404
II. Verbotsvoraussetzungen, § 2 Abs. 2, Abs. 3 UWG	406
III. §§ 1, 3 UWG	412
D. Irreführende Werbung	412
I. Ausgangsfragen	413
II. Angabe über geschäftliche Verhältnisse	419
III. Relevanz	429
IV. Weitere Anforderungen	437
E. Werbeverbote	439
I. Schutz des Verbrauchers vor überfordernden Informationen?	440

Inhaltsverzeichnis

II. Konkurrenteninteressen	445
III. Sonstiges	447
§ 16. Schutz des Entscheidungsprozesses	449
A. Ausgangsfragen	449
I. Störung der Verbraucherentscheidung und wettbewerbliche Schutzzwecke ...	450
II. Beurteilungsmaßstab: effektive Sicherung des schutzbedürftigen Verbrauchers	452
B. Praktiken ohne Sanktionsmechanismus	453
I. Subliminale Werbung	453
II. Suggestivwerbung	454
III. Angstwerbung	455
IV. Besondere Entscheidungssituationen	457
V. Aleatorische Praktiken	458
C. Praktiken mit Sanktionsmechanismus	460
I. Psychologischer Kaufzwang	460
II. Belästigen	463
D. Sonderkonstellationen: Anlocken und überfordernde Koppelungen	467
I. Ausgangsfragen	467
II. Reißerische Werbung, Werbegeschenke	468
III. Rabatte und sonstige Preisgestaltungen	469
IV. Koppelungen	470
2. Abschnitt. Konkurrenten	
§ 17. Konkurrentenschutz und Wettbewerbsrecht	477
A. Ausgangsfragen	477
I. Konkurrentenschutz als wettbewerbsrechtlicher Schutzzweck	478
II. Materiell-rechtliche Bedeutung	479
III. Sanktionsrechtliche Bedeutung	480
B. Inhaltliche Grundlinien	481
I. Konkurrentenschutz und Schutz vor Konkurrenz	481
II. Konkurrentenschutzinteressen im Überblick	481
III. Einzelaspekte	483
§ 18. Schutz des innerbetrieblichen Unternehmensbereichs	489
A. Ausgangsfragen	489
B. Betriebsgeheimnisse, Erschleichen	490
I. Ausgangsfragen, Überblick	490
II. Begriff des Geheimnisses	492
III. Verletzungstatbestände der §§ 17 f., 20 UWG	496
IV. Generalklausel, zivilrechtliche Ansprüche	497
C. Schutz offenkundigen Geschäftsverhaltens?	498
I. Ausgangsfragen zu Testkäufen und ähnlichen Praktiken	499
II. Einzelheiten	500
D. Innerbetriebliche Unternehmenstätigkeit	500
I. Ausgangsfragen	501
II. Abwerben von Mitarbeitern	501
III. Sonstige Konstellationen	504
§ 19. Schutz des Marktzugangs	506
A. Ausgangsfragen	507
I. Beschränkungsgegenstand	508
II. Beschränkungsmittel	508
III. Beschränkungsintensität	509
B. Beschränkung durch Dritte in Schlüsselpositionen	510
I. Ausgangsfragen	510

II. Schlüsselstellungen der öffentlichen Hand	511
III. Sonstige Schlüsselstellungen	512
C. Beschränkung durch Konkurrenten	514
I. Ausgangsfragen	514
II. Beschränkung des Zugangs zum Kommunikationswettbewerb	515
III. Unberechtigte Schutzrechtsverwarnung	520
IV. Andere Beschränkungen des Marktzugangs	524
§ 20. Schutz vor Zurechnungsstörungen	527
A. Ausgangsfragen	527
B. Anschwärzung	528
I. Grundtatbestand, § 14 Abs. 1 UWG	529
II. Privilegierungstatbestand, § 14 Abs. 2 UWG	532
III. Geschäftliche Verleumdung, § 15 UWG	533
C. Herabsetzungen	533
I. Ausgangsfragen	533
II. Persönliche Werbung	534
III. Geschäftsbezogene Äußerungen	535
D. Haftung für fremde Fehler	538
I. Fremdproduzierte Zubehör- und Ersatzteile	539
II. Andere Fremdprodukte, Sonstiges	542
§ 21. Schutz vor dysfunktionalem Konkurrentenverhalten	544
A. Ausgangsfragen	544
I. Wettbewerbsfunktionale Grundüberlegung	545
II. Erfordernis einer zusätzlichen Bewertung	546
B. Nötigungspraktiken	547
I. Konkurrentenebene	548
II. Unternehmerische Marktgegenseite	549
III. Verfahrenseinleitung	550
C. Hebelwirkungen	552
I. Ausgangsfragen	552
II. Boykottinitiiierende Handlungen	553
III. Praktiken mit boykottähnlichen Wirkungen	556
D. Branchenüberspringende Tätigkeiten	557
I. Ausgangsfragen	557
II. Produkte mit branchenüberspringenden Wirkungen	558
III. Weitere Konstellationen	559
E. Missbrauch hoheitlicher Gewalt	559
I. Ausgangsfragen	559
II. Einzelkonstellationen	560
F. Schutz vor Vernichtung?	561
§ 22. Schutz von Investitionen	564
A. Ausgangsfragen	565
I. Ausgangspunkt: keine rechtliche Amortisationsgarantie	565
II. Überlagerungen durch sondergesetzliche Wertungen und ethische Aspekte ...	567
B. Wettbewerbsrechtlicher Schutz von Produktgestaltungen	568
I. Vielfalt und Reichweite möglicher Schutzgründe	569
II. Allgemeine Schutzformen	573
III. Berechtigung eines wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes	578
IV. Verhältnis zu sondergesetzlichen Schutzmöglichkeiten	581
V. Voraussetzungen des wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes	586
C. Wettbewerbsrechtlicher Schutz von geschäftlichem Ansehen	590
I. Ausgangsfragen	591
II. Rufausbeutung und Rufherabsetzung	594
III. Irreführende Werbung	597

Inhaltsverzeichnis

3. Abschnitt. Weitere Schutzrichtungen

§ 23. Unternehmen der Marktgegenseite	601
A. Ausgangsfragen	601
I. Bedeutung des Schutzzwecks	602
II. Verhältnis zum Konkurrentenschutz	603
B. Schutz von „Marktstufenfunktionen“?	604
I. Ausgangsfragen, Direktgeschäfte	604
II. Preisgestaltungen	606
C. Nachfragerstufe: Schutz von Entscheidungsgrundlage und Entscheidungsprozess	607
D. Anbieterstufe: Schutz von Vertriebsbindungen	609
I. Ausgangsfragen	609
II. Ansprüche gegen Außenseiter	611
III. Ansprüche im Zusammenhang mit Preisbindungen	615
§ 24. Wettbewerbsbestand	617
A. Ausgangsfragen	618
I. Dogmatische Grundzusammenhänge	618
II. Schutzrichtung des UWG	619
III. Allgemeine Anforderungen	621
B. Einzelkonstellationen	624
I. Marktverstopfung	624
II. Preiskampf	627
III. Nachahmung	628
IV. Sonstiges	634
§ 25. Allgemeinheitsinteressen	636
A. Ausgangsfragen	636
I. Allgemeinheitsinteressen als wettbewerbsrechtlicher Schutzzweck	637
II. Ansatzpunkte für die Berücksichtigung von Allgemeinheitsinteressen	638
B. Presse	639
I. Ausgangsfragen	639
II. Einzelheiten	641
C. Sonstige Konstellationen	645
I. Ausgangsfragen	645
II. Menschenwürde	647
III. Diskriminierungen	649
IV. Schockierende Geschäftspraktiken	651
V. Sonstige Allgemeinheitsinteressen	653
IV. Teil. Sondertatbestände, Querschnittsfragen, Abwehr	
§ 26. Sondertatbestände und Preisangabepflicht	655
A. Ausgangsfragen	656
I. Wettbewerbsrecht und wirtschaftspolitisch motivierte Normen	657
II. Folgerungen für die Rechtsanwendung	658
B. Insolvenzwaren, § 6 UWG	659
C. Direktverkauf und Bezugsscheine	661
I. Ausgangsfragen	661
II. Hinweis auf Hersteller- oder Großhandelseigenschaft, § 6 a UWG	662
III. Bezugsscheine, § 6 b UWG	666
D. Sonderveranstaltungen	668
I. Ausgangsfragen	668
II. Verbot von Sonderveranstaltungen, § 7 Abs. 1 UWG	670
III. Sonderangebote, § 7 Abs. 2 UWG	679

IV. Schluss- und Jubiläumsverkäufe, § 7 Abs. 3 UWG	679
V. Räumungsverkauf, § 8 UWG	681
E. Progressive Kundenwerbung, § 6c UWG	683
I. Ausgangsfragen	683
II. Voraussetzungen	686
III. Rechtsfolgen, Generalklausel	687
F. Preisangabepflicht	688
I. Ausgangsfragen	688
II. Angabepflichten im Überblick	689
§ 27. Rechtsbruch	692
A. Ausgangsfragen	693
I. Schutzzweckbezogener Maßstab	694
II. Abweichendes herrschendes Verständnis	696
B. Gesetzeskategorien	705
I. Fragen der Normqualität	705
II. Schutzrichtung der verletzten Norm	707
C. Sanktionsmechanismen der verletzten Norm	716
I. Gefahren der Doppelrelevanz von Gesetzesverstößen	716
II. Einzelne Rechtsgebiete	717
§ 28. Wettbewerbsrecht und Individualrechtsschutz	721
A. Ausgangsfragen	721
I. Wettbewerbliche Individual- und Kollektivinteressen	722
II. Stellung des einzelnen Konkurrenten	723
III. Stellung des einzelnen Verbrauchers	723
IV. Stellung des einzelnen Unternehmens der Marktgegenseite	726
B. Deliktsrecht	726
I. Deliktsrecht und UWG	726
II. Trichotome Grundstruktur der §§ 823 ff. BGB	728
III. Schutz des Verbrauchers	731
IV. Schutz des Unternehmens	733
C. Vertragsrecht	737
I. Interessenlage und vertragsrechtliche Schutzmöglichkeiten des Vertragspart- ners	738
II. Rücktrittsrecht, § 13a UWG	740
III. Generalklausel	742
§ 29. Abwehrhandlungen	747
A. Ausgangsfragen	747
I. Wettbewerbliche Individual- und Kollektivinteressen	748
II. Wettbewerbsfunktionaler Maßstab	749
B. Einzelne Konstellationen	752
I. Verteidigung gegen öffentliche Äußerungen	752
II. Einzelaspekte	754
C. Unclean hands-Problematik	755
 V. Teil. Ansprüche, Kollisionsrecht 	
§ 30. Ansprüche	759
A. Ausgangsfragen	761
I. Wettbewerbliche Individual- und Kollektivinteressen	761
II. Gesetzliches und richterliches Anspruchsrecht	762
III. Allgemeine zivilrechtliche und spezielle wettbewerbsrechtliche Anforderun- gen	763
B. Die Anspruchsarten	766
I. Unterlassung	766

Inhaltsverzeichnis

II. Beseitigung	776
III. Schadensersatz	780
IV. Wertersatz	785
V. Auskunft	788
C. Aktivlegitimation	792
I. Unmittelbar Verletzter	793
II. § 13 Abs. 2 UWG	798
D. Missbrauch, § 13 Abs. 5 UWG	804
I. Allgemeines	804
II. Einzelkonstellationen	805
E. Außergerichtliche Verfahren	806
I. Allgemeines, Einigungsstellen	806
II. Abmahnverfahren	807
§ 31. Kollisionsrecht	813
A. Ausgangsfragen	813
I. Allgemeines	813
II. Gemeinschaftsrecht	815
III. Überblick: Entwicklung in Deutschland, Österreich und der Schweiz	816
B. Internationale Anwendbarkeit des UWG	817
I. Ausgangsfragen	817
II. Verletzung wettbewerblicher Individualinteressen	819
III. Verletzung wettbewerblicher Kollektivinteressen	823
IV. Ubiquitärer Wettbewerb	825
C. Internationales Rechtsgefälle und materielles Wettbewerbsrecht	827
Entscheidungsverzeichnis	829
Stichwortverzeichnis	835