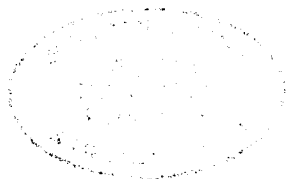


Dominik Roderburg

**Das lauterkeitsrechtliche
Irreführungsverbot in
Deutschland und Belgien**

Eine rechtsvergleichende Untersuchung



PETER LANG

Europäischer Verlag der Wissenschaften

Inhaltsübersicht

A. Erkenntnisinteresse, Problemschwerpunkte, Gang der Untersuchung.....	1
I. Erkenntnisinteresse	1
II. Problemschwerpunkte.....	1
III. Gang der Untersuchung.....	2
B. Allgemeine Grundlegung.....	3
I. Einführung zum lauterkeitsrechtlichen Schutz gegen irreführende Werbung in Belgien (GüH 1991).....	3
II. Schutzzweck der Irreführungsregeln des UWG und GüH	6
III. Wahrheitsgebot und Sachlichkeitsziel	13
IV. Verfassungsrecht	14
V. Verhältnis der Irreführungsverbote zu anderen Normen.....	26
C. Vorab: Verbraucherleitbild.....	41
I. Allgemeines	41
II. Verkehrsauffassung	42
D. Tatbestandliche Voraussetzungen der Irreführung gem. UWG 2004	121
I. Allgemeine Voraussetzungen	121
II. Werbung.....	121
III. Angaben.....	126
IV. Irreführende Angaben	131
V. Marktentscheidungsrelevanz	171
VI. Interessenabwägung (Rechtliche Erheblichkeit der Täuschung).....	177
E. Tatbestandliche Voraussetzungen des Art. 23 GüH	195
I. Rechtsprechung vor 1991.....	195
II. Werbung.....	195
III. Art. 23 GüH	202
F. Rechtsvergleichende Darstellung der belgischen Fallgruppen irreführender Werbung.....	239
I. Struktur und Darstellungsweise	239
II. Produktbezogene Irreführung	239
III. Dienstleistungsbezogene Irreführung, Art. 23 Nr. 2 GüH	265
IV. Unternehmensbezogene Irreführung, Art. 23 Nr. 3 GüH	265
V. Redaktionelle Werbung	268
VI. Fehlender Vorrat	273
VII. Exkurs: Missbräuchliche Gesundheitswerbung, Art. 23 Nr. 13 GüH	289
VIII. Eigenpreisvergleiche	290
G. Beweisfragen	307
I. Belgisches Recht	307
II. Deutsches Recht.....	311
H. Besonderheiten des belgischen Prozess- und Sanktionensystems	323
I. Beschränkung der Erörterung	323
II. Die Befugnisse des Staates	323

III. Besonderheiten für den Klagegegner bei der Unterlassungsklage (Art. 27 GüH)	340
I. Rechtsvergleichende Zusammenfassung	343
I. Regelungstechnik	343
II. Schutzzwecke	343
III. Auswirkungen des europäischen Rechts	343
IV. Verbraucherleitbild	344
V. Adressaten des Irreführungsrechts (Wer kann getäuscht werden ?)	344
VI. Tatbestandvoraussetzungen.....	345
VII. Einzelheiten	349
VIII. Beweis	350
IX. Staatliche Befugnisse	351
X. Reglungsdichte	352
J. Literaturverzeichnis	353