

NINA DETHLOFF

Europäisierung des Wettbewerbsrechts

Jus Privatum

54

Mohr Siebeck

JUS PRIVATUM
Beiträge zum Privatrecht

Band 54



Nina Dethloff

Europäisierung des Wettbewerbsrechts

Einfluss des europäischen Rechts
auf das Sach- und Kollisionsrecht
des unlauteren Wettbewerbs

Mohr Siebeck

Nina Dethloff, geboren 1958; 1976–82 Studium der Rechtswissenschaften in Hamburg, Genf und Freiburg; 1983–84 Master of Laws (Georgetown University); 1984–86 und 1987–91 wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Freiburg; 1986–87 Beraterin bei der Federal Trade Commission in Washington, D.C.; 1987 Zulassung als Attorney at Law (New York); 1990 Promotion; 1991–96 Wissenschaftliche Assistentin an der Universität Freiburg; 1996–99 DFG-Stipendium; 2000 Habilitation; seit Sommersemester 2001 Inhaberin des Lehrstuhls für Bürgerliches Recht, Internationales Privatrecht, Rechtsvergleichung und Europäisches Privatrecht an der Rechts- und Staatswissenschaftlichen Fakultät der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn.

Als Habilitationsschrift auf Empfehlung der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg gedruckt mit Unterstützung der Deutschen Forschungsgemeinschaft.

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Dethloff, Nina:

Europäisierung des Wettbewerbsrechts: Einfluß des europäischen Rechts auf das Sach- und Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs/Nina Dethloff. –
Tübingen: Mohr Siebeck, 2001

(Jus privatum; Bd. 54) 978-3-16-158026-0 Unveränderte eBook-Ausgabe 2019
ISBN 3-16-147379-5

© 2001 J.C.B. Mohr (Paul Siebeck) Tübingen.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Buch wurde von Gulde-Druck in Tübingen aus der Garamond-Antiqua belichtet, auf alterungsbeständiges Werkdruckpapier gedruckt und von der Großbuchbinderei Heinr. Koch in Tübingen gebunden.

ISSN 0940-9610

Vorwort

Die vorliegende Abhandlung wurde von der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Albert-Ludwigs-Universität im Wintersemester 1999/2000 als Habilitationsschrift angenommen. Standen bei Beginn der Arbeit im Jahr 1993 zunächst noch die wettbewerbskollisionsrechtlichen Fragen im Vordergrund, so rückte schon bald die gemeinschaftsrechtliche Problematik in den Blickpunkt meines Interesses. Angesichts des ständig wachsenden Umfangs schon der deutschen Literatur und Rechtsprechung zum Einfluß des Gemeinschaftsrechts auf das nationale Recht habe ich mich insoweit im wesentlichen auf die Sicht des deutschen Rechts beschränkt. Die sicher lohnende Behandlung von Schrifttum und Rechtsprechung der übrigen EG-Staaten muß anderen Arbeiten vorbehalten bleiben. Die zahlreichen Entwicklungen in Gesetzgebung und Rechtsprechung, die nach Einreichen der Arbeit im August 1999 sowohl auf europäischer als auch auf nationaler Ebene zu verzeichnen gewesen sind, habe ich ebenso wie die umfangreiche Literatur im wesentlichen bis zum Sommer 2000 berücksichtigt.

Meinem verehrten Lehrer Herrn Prof. Dr. Hans Stoll danke ich sehr herzlich für die wohlwollende Unterstützung, die er mir in den Jahren der Entstehung dieses Werkes hat zuteil werden lassen. Sowohl während der Zeit als Wissenschaftliche Assistentin am Institut für ausländisches und internationales Privatrecht als auch in den folgenden Jahren meines Habilitationsstipendiums waren mir unsere zahlreichen Gespräche eine unschätzbare Hilfe. Sein kluger Rat wie auch die wissenschaftliche Freiheit, die er mir immer zugestanden hat, haben wesentlich zum Gelingen der Arbeit beigetragen. In den Jahren seiner Präsidentschaft an den Sitzungen des Deutschen Rates für Internationales Privatrecht teilzunehmen, hat mir interessante Einblicke in die neuesten Entwicklungen auf dem Gebiet des Internationalen Privatrechts gewährt. Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. Peter Schlechtriem, M.C.L., danke ich herzlich sowohl für die Begutachtung meines Forschungsvorhabens für die Deutsche Forschungsgemeinschaft als auch für die Erstattung des Gutachtens im Habilitationsverfahren. Vor allem bin ich ihm aber dankbar für seine frühe Ermutigung, die wissenschaftliche Laufbahn einzuschlagen. Herrn Professor Dr. Uwe Blaurock bin ich für seine gutachtliche Stellungnahme zu Fragen des europäischen Wettbewerbsrechts zu Dank verpflichtet.

Viele andere haben ebenfalls Anteil am Entstehen dieses Werkes. Mein Interesse am Wettbewerbsrecht hat Herr Richter am Bundesgerichtshof Prof. Dr. Joachim Bornkamm in der Wahlfachausbildung während der Referendarzeit ge-

weckt. Hilfreich waren die Diskussionen mit Experten aus der Praxis während eines wettbewerbsrechtlichen Fachseminars im Sommer 1995. Viel habe ich dort vor allem von Herrn Richter am Bundesgerichtshof a. D. Prof. Dr. Otto Teplitzky gelernt. Danken möchte ich auch Herrn Rechtsanwalt und Steuerberater Dr. Bernhard von Linstow für seine Anmerkungen zu einer frühen ausführlichen Fassung des Abschnitts zum einstweiligen Rechtsschutz in Wettbewerbs-sachen.

Zu Beginn der Arbeit haben mir Gespräche mit Professor Peter Hay und Professor Paul Lagarde geholfen. Herrn Prof. Dr. Dr. h.c. Hans Jürgen Sonnenberger danke ich herzlich für seine Anmerkungen, mit denen er meine Ausführungen zu den kollisionsrechtlichen Fragen des Marketing im Internet bedacht hat. Dem Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Privatrecht in Hamburg sowie seinen Direktoren Herrn Prof. Dr. Jürgen Basedow, LL.M., Herrn Prof. Dr. Dr. Dres. h. c. Klaus J. Hopt, M.C.J., sowie Herrn Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Hein Kötz, LL.M., bin ich dankbar für die Gelegenheit, im Rahmen des Habilitandenkolloquiums im März 1998 über meine Arbeit berichten zu können. In einer wichtigen Phase habe ich Anregungen erhalten, die den Abschluß der Arbeit sehr befördert haben. Hierfür danke ich auch den anderen Teilnehmern des Kolloquiums. Dankbar bin ich auch den Freunden und Freundinnen in meinem Habilitandenkreis für ihre fachliche und moralische Unterstützung. Herr Rechtsanwalt Stefan Speyer hat in zahlreichen langen Gesprächen viele gemeinschaftsrechtliche Fragen mit mir erörtert. Für Gespräche und die Hilfe bei der Beschaffung neuester Materialien danke ich den Herren Jean Bergevin, Mike Sainsbury und Mike Pullen in Brüssel. Mein Doktorvater Herr Prof. Dr. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfram Müller-Freienfels hat meinen wissenschaftlichen Weg während der Zeit meiner Habilitation stets mit großer Anteilnahme begleitet. Auch ihm bin ich zu Dank verbunden.

Zu Anfang meiner Habilitation haben mich einige Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen am Institut für ausländisches und internationales Privatrecht in Freiburg bei der Materialsuche unterstützt. Hier danke ich vor allem Herrn Dr. Thomas Köster, LL.M., und Herrn Wolfgang Greber. Später haben mir insbesondere Frau Ursula Deutsch und Frau Petra Helbig zuverlässig geholfen. Bei den letzten redaktionellen Arbeiten haben mir Herr Michael Droege, Herr Eggo Ortmann, Herr Frank Michael Wagner und vor allem Frau Heike Dohrn mit großem Einsatz zur Seite gestanden. Für das Korrekturlesen der Druckfahnen danke ich meinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Herrn Achim Henkel, Frau Claudia Keiper, Frau Eva Meidt und Frau Nicole Offergeld. Weiterhin bin ich Frau Gudula Diesch dankbar, die mich auch bei dieser Arbeit kompetent in technischen Fragen unterstützt hat. Dank schulde ich schließlich der Deutschen Forschungsgemeinschaft für die Gewährung eines Habilitationsstipendiums und einer Druckbeihilfe sowie dem Verlag Mohr Siebeck und Herrn Dr. Peter Gillig für die Aufnahme in die Reihe *Jus Privatum*.

Meine Familie und meine Freunde haben mir die Kraft gegeben, die Arbeit zu vollenden. Mein Bruder Dr. Jan Dethloff und mein Schwager Peter Wieland haben mir zudem mit technischem Sachverstand in Fragen der Informationstechnologien zur Seite gestanden. Danken möchte ich vor allem meinem Mann Jochen Wieland für seine unermüdliche Bereitschaft, sich meine Gedanken anzuhören. Seine liebevolle Anteilnahme und sein aufmunternder Zuspruch haben mir in vielen Phasen der Arbeit entscheidend geholfen. Meinen Kindern Lara und Linus verdanke ich viel Lebensfreude in diesen Jahren.

Freiburg, im Winter 2001

Nina Dethloff

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XVII
<i>Einleitung</i>	1

1. Teil

Sach- und Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs

7

<i>1. Kapitel: Grundzüge des Sachrechts des unlauteren Wettbewerbs in Europa</i>	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
2. Kapitel: Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs	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

3. Kapitel: Warenverkehrsfreiheit	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) Unteilbare Wettbewerbshandlungen	167
(b) Teilbare Wettbewerbshandlungen	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 Handelsverkehrs	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>	<i>217</i>
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

5. Kapitel: Rechtliche Vorgaben	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 wettbewerbs- rechtlicher Normen	277
C. Ergebnis	280
<i>6. Kapitel: Europäisches Recht des unlauteren Wettbewerbs</i>	<i>282</i>
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

Abkürzungsverzeichnis

Ann. Inst. Dr. Int.	Annuaire de l'Institut de Droit international
B.O.E.	Bolétin Oficial del Estado
Cass. civ.	Cour de cassation, chambre civile
C. civ.	Código civil bzw. Code civil
CDE	Cahiers de Droit Européen
CMLR	Common Market Law Review
C't	magazin für computer technik
Harv. L. Rev.	Harvard Law Review
K & R	Kommunikation und Recht
MMR	MultiMedia und Recht
RDE	Revue de Droit Européen
Rec. des Cours	Recueil des Cours, Collected Courses of the Hague Academy of International Law
Rev. crit. dr. int. priv.	Revue critique de Droit International Privé
Riv. dir. int. priv. proc.	Rivista di diritto internazionale privato e processuale
SZIER	Schweizerische Zeitschrift für internationales und europäisches Recht
Univ. Chic. Law Rev.	The University of Chicago Law Review
WiB	Wirtschaftsrechtliche Beratung
ZZPInt	Zeitschrift für Zivilprozeß international

Hinsichtlich der im übrigen verwendeten Abkürzungen wird auf *Kirchner*, Hildebert, Abkürzungsverzeichnis der Rechtssprache, 4. Auflage, Berlin/New York 1993, verwiesen.

Einleitung

Wirtschaftliche Märkte decken sich zunehmend weniger mit den Territorien nationaler Staaten. Waren und Dienstleistungen werden vor allem mit der Vollen- dung des europäischen Binnenmarktes vielfach nicht mehr nur auf dem Gebiet eines Mitgliedstaates vermarktet. Sowohl auf seiten der Anbieter als auch der Nachfrager wächst europaweit die Mobilität. Unternehmen bieten ihre Produk- te immer häufiger grenzüberschreitend an, sei es unmittelbar, sei es durch Zweigniederlassungen, Tochterunternehmen oder Dritte. Aber auch Abnehmer befriedigen ihren Bedarf vermehrt auf ausländischen Märkten. Der wirtschaftli- che Markt erstreckt sich daher für viele Waren und Dienstleistungen auf das Gebiet eines oder mehrerer anderer Länder oder auch der gesamten Europäi- schen Union. Zu dieser Entwicklung trägt der wachsende Einsatz moderner In- formations- und Kommunikationstechnologien maßgeblich bei. Nicht nur grenzüberschreitendes Teleshopping sondern vor allem die Vermarktung von Waren und Dienstleistungen über das Internet hat in jüngster Zeit stark zuge- nommen.

Die Europäisierung der wirtschaftlichen Betätigungen hat einen Anstieg von Wettbewerbsverstößen mit Auslandsberührung zur Folge. Werden Produkte grenzüberschreitend, europaweit oder sogar global vermarktet, so berühren die Werbe- und Marketingmaßnahmen häufig mehrere Länder. Dies ist der Fall, wenn Waren derselben Gestaltung, Aufmachung und Bezeichnung oder die gleichen Dienstleistungen in mehreren Ländern angeboten werden. Auch Maß- nahmen des Direktmarketing können gegenüber Abnehmern in mehreren Staa- ten erfolgen. Schließlich können Marketingmaßnahmen in Printmedien, Rund- funksendungen oder in Datennetzen eine große Zahl von Ländern betreffen. Die vorliegende Untersuchung geht der Frage nach, welches Recht des unlauteren Wettbewerbs auf solche grenzüberschreitenden Wettbewerbs-handlungen in Europa Anwendung findet. Welches Recht bestimmt, ob eine Wettbewerbs- maßnahme, die in mehreren Ländern parallel durchgeführt wird oder die gleichzeitig mehrere Länder berührt, einen Wettbewerbsverstoß darstellt oder nicht?

Dem weitgehend einheitlichen Wirtschaftsraum innerhalb der Europäischen Union entspricht noch kein einheitlicher Rechtsraum. Der erste Teil der Abhand- lung befaßt sich daher mit dem Sach- und Kollisionsrecht des unlauteren Wettbe- werbs in Europa. Einleitend vermittelt das erste Kapitel einen Überblick über das

materielle Wettbewerbsrecht in Europa. Eine Bestandsaufnahme gibt Aufschluß über den bisherigen Umfang der Sachrechtsintegration auf diesem Gebiet, die in erster Linie durch eine Vielzahl sekundärrechtlicher Harmonisierungsmaßnahmen geprägt ist. Dem folgt ein Blick auf die verschiedenen nebeneinander fortbestehenden nationalen Wettbewerbsrechtsordnungen.

Soweit es danach an einer Vereinheitlichung des Lauterkeitsrechts fehlt, stellt sich die Frage, welches nationale Recht auf Wettbewerbshandlungen anzuwenden ist, die auf die Märkte mehrerer Staaten einwirken. Das zweite Kapitel behandelt daher das Internationale Privatrecht des unlauteren Wettbewerbs. An einem vereinheitlichten Wettbewerbskollisionsrecht fehlt es bislang. Die vorhandenen Ansätze zielen einerseits auf eine umfassende Vereinheitlichung des Internationalen Lauterkeitsrechts. Andererseits finden sich gewisse kollisionsrechtliche Regeln, die das Wettbewerbsrecht betreffen, auch in Richtlinien.

Mangels Angleichung des Internationalen Privatrechts des unlauteren Wettbewerbs bestimmt das nationale Kollisionsrecht der jeweiligen *lex fori*, welches Recht Anwendung findet. Dem Überblick über den Umfang der Kollisionsrechtsintegration folgt daher eine Analyse des nationalen Wettbewerbskollisionsrechts in Deutschland mit Blick auf die Rechtslage in anderen Ländern Europas. In einem ersten Abschnitt werden Grundsatz und Grenzen der vorherrschenden Marktortanknüpfung näher beleuchtet. Im folgenden wird der zentralen Frage dieses Kapitels nachgegangen, inwieweit sich die allgemeinen Anknüpfungsgrundsätze zur Beurteilung von grenzüberschreitenden Wettbewerbshandlungen heranziehen lassen, die auf Märkte in mehreren Staaten einwirken. Zunächst wird hier untersucht, ob die Marktortanknüpfung bei einer Multiplizität von Marktorten präzisiert oder modifiziert werden muß. Wo bei derartigen Wettbewerbshandlungen der Marktort zu lokalisieren ist, bedarf für ihre verschiedenen Erscheinungsformen getrennter Betrachtung. Zu differenzieren ist zwischen Wettbewerbsmaßnahmen beim Absatz von Waren oder Dienstleistungen, Direktwerbung, Werbung in Printmedien oder Rundfunksendungen sowie Wettbewerbshandlungen in Datennetzen.

Angesichts der Vielzahl von Staaten, die vor allem Wettbewerbshandlungen in Medien mit grenzüberschreitender Verbreitung berühren, ist sodann zu klären, welche Konsequenzen es hat, wenn mehrere Rechtsordnungen zur Anwendung kommen. Die Folgen des Nebeneinanders verschiedener Wettbewerbsrechtsordnungen sind zum einen angesichts der Vielgestaltigkeit denkbarer Rechtsfolgen zu überprüfen. Voraussetzungen und Rechtsfolgen eines Wettbewerbsverstößes getrennt für das Gebiet jeden Staates nach dessen Wettbewerbsrecht zu beurteilen, wirft zum anderen Fragen der Praktikabilität dieser Anknüpfung auf. Abschließend wird sich beantworten lassen, inwieweit das Marktortprinzip auch bei Wettbewerbshandlungen, die auf die Märkte mehrerer Staaten einwirken, eine Anknüpfung darstellt, die den für das internationale Wettbewerbsrecht bedeutsamen Anknüpfungsmaximen entspricht.

Ausgehend von diesem Befund stellt sich im zweiten Teil der Untersuchung die Frage, unter welchen Voraussetzungen die Anwendung wettbewerbsrechtlicher Normen gegen die Grundfreiheiten des EG-Vertrages verstößt. Für das Recht des unlauteren Wettbewerbs sind die Warenverkehrsfreiheit und die Dienstleistungsfreiheit von Interesse, denen das dritte und vierte Kapitel gewidmet sind. In welchen Fällen die Warenverkehrsfreiheit des Art. 28 (Art. 30 a.F.) EGV der Anwendung nationaler Normen des Lauterkeitsrechts entgegensteht, hängt zunächst davon ab, inwieweit solche als Maßnahmen gleicher Wirkung wie mengenmäßige Einfuhrbeschränkungen zu qualifizieren sind. Während unterschiedslos anwendbare produktbezogene Regelungen auch weiterhin uneingeschränkt dem Anwendungsbereich des Art. 28 EGV unterfallen, ist dies nach der bekannten *Keck*-Entscheidung des EuGH bei Verkaufsmodalitäten betreffenden Vorschriften nur bei einer Diskriminierung des ausländischen Absatzes der Fall. Im Rahmen einer Analyse des Anwendungsbereichs von Art. 28 EGV bedarf es daher einer grundlegenden Neubestimmung des Verhältnisses von Diskriminierungs- und Beschränkungsverbot. Auf dieser Grundlage stellt sich sodann für das Recht des unlauteren Wettbewerbs die Frage, unter welchen Voraussetzungen Vorschriften als produktbezogen zu qualifizieren sind. Soweit wettbewerbsrechtliche Regelungen lediglich Verkaufsmodalitäten betreffen, ist zu untersuchen, wann sie aufgrund einer Diskriminierung auch weiterhin rechtfertigungsbedürftige Beschränkungen darstellen. Eine solche Diskriminierung kann sich zum einen aus den Rechtsunterschieden zwischen Herkunfts- und Bestimmungsland ergeben. Muß ein länderübergreifend oder europaweit einheitliches Marketing an das Recht des Einfuhrstaates angepaßt werden, so kann dies den Absatz ausländischer Erzeugnisse stärker belasten. Ferner können vermarktungsbezogene Regelungen Einfuhren tatsächlich anders berühren, wenn sie wie Werbeverbote für bestimmte Produkte ausländischen Anbietern den Zugang zum inländischen Markt versperren.

Inwieweit die Anwendung nationaler Normen des Wettbewerbsrechts mit der Warenverkehrsfreiheit vereinbar ist, hängt letztlich davon ab, ob sie zum Schutz bestimmter Rechtsgüter zulässig sind. Wettbewerbsrechtliche Vorschriften können zum einen aus den in Art. 30 (Art. 36 a.F.) EGV angeführten Gründen des Schutzes der Gesundheit oder des gewerblichen und kommerziellen Eigentums gerechtfertigt sein. Hemmnisse, die sich aus unterschiedslos anwendbaren Vorschriften ergeben, können darüber hinaus aus zwingenden Erfordernissen im Sinne der *Cassis de Dijon*-Rechtsprechung hinzunehmen sein. Eine Analyse der Rechtsprechung des EuGH ergibt, unter welchen Voraussetzungen vor allem Verbraucherschutz und Lauterkeit des Handelsverkehrs Beschränkungen der Warenverkehrsfreiheit durch die Anwendung wettbewerbsrechtlicher Normen rechtfertigen. Der vom EuGH postulierte Grundsatz des Verbraucherschutzes durch Information hat Konsequenzen für weite Bereiche des Wettbewerbsrechts. Bedeutung gewinnt hier vor allem das Verbraucherleitbild des EuGH, der im Ge-

gensatz zum deutschen Wettbewerbsrecht nicht von einem flüchtigen und unterdurchschnittlich begabten Verbraucher ausgeht. Die Untersuchung geht der Frage nach, welche Bedeutung den nur punktuellen Aussagen der Judikatur, die in erster Linie das Recht der irreführenden Werbung betreffen, für die Beurteilung der Verhältnismäßigkeit sonstiger wettbewerbsrechtlicher Tatbestände zukommt.

Während sich die Rechtsprechung sowohl des EuGH als auch nationaler Gerichte bislang in erster Linie mit Beschränkungen des freien Warenverkehrs befaßt hat, wird künftig die im vierten Kapitel untersuchte Dienstleistungsfreiheit des Art. 49 (Art. 59 a.F.) EGV in den Blickpunkt des Interesses rücken. Grenzüberschreitende Dienstleistungen nehmen in der europäischen Dienstleistungsgesellschaft ständig zu. Maßgeblich trägt hierzu bei, daß in steigendem Maße Dritte bei der Vermarktung von Waren oder Dienstleistungen eingeschaltet werden. Neben Werbeagenturen oder Direktvermarktungsunternehmen erbringen insbesondere die die Werbung durchführenden Medien wie Rundfunkveranstalter oder Online-Anbieter Leistungen. Vor allem der starke Anstieg der Vermarktung von Produkten im Internet hat zur Folge, daß es sich hierbei häufig um grenzüberschreitenden Wettbewerb handelt, der auf die Märkte mehrerer Staaten einwirkt. Zu untersuchen ist daher, inwieweit die Dienstleistungsfreiheit des Art. 49 EGV der wettbewerbsrechtlichen Haftung von werbungstreibenden Dienstleistenden sowie von Rundfunkveranstaltern, Online-Anbietern oder Online-Zeitungen für den wettbewerbswidrigen Inhalt redaktioneller Beiträge oder der von ihnen publizierten Werbung entgegensteht. Von entscheidender Bedeutung für diese Frage ist, ob Dienstleistungsfreiheit und Warenverkehrsfreiheit angesichts bestehender struktureller Gemeinsamkeiten einheitlich auszulegen sind, so daß auch hier vermarktungsbezogene Regelungen lediglich bei Vorliegen einer Diskriminierung in den Anwendungsbereich von Art. 49 EGV fielen. Eine solche Übertragung der *Keck*-Rechtsprechung auf den Bereich der Dienstleistungsfreiheit setzt voraus, daß eine Abgrenzung zwischen produktbezogenen und vermarktungsbezogenen Regelungen bei der Dienstleistungsfreiheit eine vergleichbare Funktion wie bei Art. 28 EGV erfüllen kann. Abschließend stellt sich auch bei der Dienstleistungsfreiheit die Frage, wann Beschränkungen durch wettbewerbsrechtliche Regelungen als gerechtfertigt anzusehen sind. Damit wird sich als Befund des zweiten Teils eine Aussage darüber treffen lassen, unter welchen Voraussetzungen die Grundfreiheiten der Anwendung der kollisionsrechtlich berufenen Normen des Marktstaates entgegenstehen.

Der dritte Teil der Abhandlung stellt die Synthese zwischen der kollisionsrechtlichen und der gemeinschaftsrechtlichen Analyse der vorangegangenen Teile her. Zunächst wird im fünften Kapitel der Frage nachgegangen, ob das primäre Gemeinschaftsrecht de lege lata Auswirkungen auf das Sach- oder das Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs hat. Der Vorrang des Gemeinschaftsrechts hat zur Folge, daß bei Verstoß gegen eine der Grundfreiheiten nationale Normen des

Wettbewerbsrechts in grenzüberschreitenden Fällen nicht anwendbar sind, während diese Normen in reinen Binnensachverhalten weiterhin zur Anwendung kommen. Einleitend wird geklärt, ob hierin eine unzulässige Inländerdiskriminierung liegt, so daß die betreffenden Vorschriften auch in Inlandsfällen nicht mehr anzuwenden wären. Soweit es danach bei der Anwendung unterschiedlicher Normen für grenzüberschreitende Fälle und Inlandssachverhalte in Europa bleibt, gilt es im weiteren zu untersuchen, ob die Grundfreiheiten Vorgaben für das nationale Sachrecht oder das Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs enthalten.

Das letzte Kapitel zeigt für das Recht des unlauteren Wettbewerbs in Europa eine sinnvoll ineinandergreifende Kombination der Kollisions- und Sachrechtsangleichung auf. Als Ergebnis der Arbeit wird ein durch Maßnahmen der Sachrechtsharmonisierung zu ergänzendes Anknüpfungssystem für ein einheitliches europäisches Wettbewerbskollisionsrecht entwickelt, das sowohl den kollisionsrechtlichen Anforderungen als auch den Wertungen des EG-Vertrages Rechnung trägt.

1. Teil

Sach- und Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs

Auf grenzüberschreitenden Wettbewerb in Europa findet nationales Recht des unlauteren Wettbewerbs Anwendung, soweit es an einer Vereinheitlichung des Sachrechts fehlt. Der dem Sach- und Kollisionsrecht des unlauteren Wettbewerbs in Europa gewidmete erste Teil befaßt sich daher einleitend im ersten Kapitel mit dem materiellen Wettbewerbsrecht. Einem Überblick über den gegenwärtigen Stand der Sachrechtsharmonisierung (A.) folgt eine kurze Zusammenschau der unterschiedlichen nationalen Wettbewerbsrechte, die mangels Vereinheitlichung nebeneinander fortbestehen (B.). Da im Blickpunkt des Interesses vor allem Wettbewerbshandlungen stehen, die auf mehrere Staaten einwirken, wird das Augenmerk in erster Linie auf die hierfür relevanten Bereiche des Lauterkeitsrechts gerichtet. Soweit das Recht des unlauteren Wettbewerbs nicht vereinheitlicht ist, stellt sich die Frage, das Recht welchen Staates auf solche Wettbewerbshandlungen anzuwenden ist. Das zweite Kapitel untersucht daher das für grenzüberschreitenden Wettbewerb relevante Internationale Privatrecht.

1. Kapitel

Grundzüge des Sachrechts des unlauteren Wettbewerbs in Europa

A. Sachrechtsintegration

Der Umfang der Sachrechtsintegration auf dem Gebiet des unlauteren Wettbewerbs in Europa wird in erster Linie durch das Gemeinschaftsrecht bestimmt (I.). In die Betrachtung einzubeziehen sind auch Regelungen staatsvertraglichen Ursprungs, soweit sie in allen europäischen Ländern gelten (II.). Abschließend ist der Blick auf Regelungen der freiwilligen Selbstkontrolle zu richten, die für grenzüberschreitende Wettbewerbsbehandlungen in Europa gelten (III.).

I. Gemeinschaftsrecht

Im primären Gemeinschaftsrecht finden sich keine ausdrücklichen Regeln zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs. Der Wirtschaftsverfassung der Europäischen Union liegt aber das Bild eines lautereren Wettbewerbs zugrunde¹. Die Ziele der Gemeinschaft umfassen daher nicht nur die Herstellung des in Art. 3 Abs. 1 lit. g EGV vorgesehenen unverfälschten Wettbewerbs, sondern auch eines lautereren Wettbewerbs. Dies kommt auch in der Präambel des EG-Vertrages zum Ausdruck, die ein einverständliches Vorgehen vorsieht, um einen redlichen Wettbewerb zu gewährleisten². Soweit man hieraus auf die Existenz ungeschriebener, dem Primärrecht zuzurechnender Gemeinschaftsnormen zum lautereren Wettbewerb schließt³, mangelt es diesen aber zumindest bislang an der erforderlichen Konkretisierung⁴.

¹ Zur wettbewerblichen Lauterkeit als Verfassungselement der Gemeinschaftsverträge *Müller-Graff*, Ordnungspolitische Divergenzen und wettbewerbliche Lauterkeit in der Verfassung des Gemeinsamen Marktes, in: FS Carstens, S. 209ff.

² Zu diesem 4. Erwägungsgrund von der Groeben/Thiesing/Ehlermann/Zuleeg, Kommentar zum EU-/EG-Vertrag⁵, Präambel Rdnr. 12.

³ *Steindorff*, EG-Vertrag und Privatrecht, S. 173ff.; *Fikentscher*, Das Verhältnis von Kartellrecht und Recht des unlauteren Wettbewerbs im deutschen und europäischen Recht, in: FS Hallstein, S. 127, 158ff.

⁴ Siehe aber EuGH 2.3. 1982, Slg. 1982, 707 Rdnr. 5 – Beele.

Maßgeblich wird die Sachrechtsintegration auf dem Gebiet des unlauteren Wettbewerbs durch das sekundäre Gemeinschaftsrecht geprägt. An einer umfassenden Harmonisierung des Rechts des unlauteren Wettbewerbs in der Europäischen Union fehlt es bislang. Bestrebungen zu einer Vereinheitlichung des Rechts des unlauteren Wettbewerbs datieren bis in die 60er Jahre zurück. Im Auftrag der EG-Kommission legte das Max-Planck-Institut für ausländisches und internationales Patent-, Urheber- und Wettbewerbsrecht eine umfangreiche rechtsvergleichende Untersuchung des Rechts des unlauteren Wettbewerbs in den Mitgliedstaaten vor⁵. Zahlreiche vorbereitende Dokumente der EG-Kommission sowie mehrere Richtlinienentwürfe folgten. Über eine umfassende Angleichung des Lauterkeitsrechts konnte im Verlauf der langwierigen Beratungen allerdings keine Einigung erzielt werden. Das Ergebnis der Bemühungen sind die 1984 verabschiedete Richtlinie über irreführende Werbung sowie die 1997 erfolgte Einbeziehung der vergleichenden Werbung.

Ingehend befaßt sich nun das Grünbuch über Kommerzielle Kommunikationen⁶ mit der Zukunft des europäischen Werbe- und Wettbewerbsrechts. Als kommerzielle Kommunikation erfaßt es alle Formen der Werbung, des Direktmarketing, des Sponsoring, der Verkaufsförderung und der Öffentlichkeitsarbeit⁷. Das Grünbuch geht von der Erkenntnis aus, daß kommerziellen Kommunikationen sowohl für den zwischenstaatlichen Handel mit den beworbenen Produkten als auch angesichts der grenzüberschreitenden Dienstleistungen der Anbieter oder Träger kommerzieller Kommunikationen wachsende Bedeutung zukommt⁸. Den aufgrund der unterschiedlichen nationalen Regelungen in diesem Bereich bestehenden Hindernissen soll nicht durch eine umfassende Vereinheitlichung dieser Rechtsvorschriften, sondern vor allem durch Einführung einer sogenannten Bewertungsmethode begegnet werden⁹. Diese auf der Grundlage der ökonomischen Analyse des Rechts basierende Methode soll es ermöglichen, nationale Regelungen im Bereich kommerzieller Kommunikationen auf ihre Verhältnismäßigkeit und Kohärenz hin zu überprüfen.

Das Folgedokument zum Grünbuch¹⁰ präzisiert diesen Ansatz, indem es Prioritätsbereiche benennt, in denen die einzelstaatlichen Vorschriften besonders

⁵ Ulmer, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs in den Mitgliedstaaten der EWG, Band I, Vergleichende Darstellung.

⁶ Grünbuch Kommerzielle Kommunikationen im Binnenmarkt vom 8.5. 1996, KOM (96) 192 endg.; hierzu Henning-Bodewig, Das Grünbuch der EU-Kommission über die »Kommerziellen Kommunikationen«, GRUR Int. 1997, 515ff.; Nacken, Das Grünbuch über die Kommerzielle Kommunikation – der Beginn einer Harmonisierungsdiskussion?, WRP 1997, 929ff.

⁷ Zum Begriff der kommerziellen Kommunikationen Grünbuch, S.7.

⁸ Grünbuch, S. 27f.

⁹ Siehe näher zu dieser Bewertungsmethode das Arbeitsdokument Kommerzielle Kommunikation im Binnenmarkt, XV/9581/96. Des weiteren schlägt das Grünbuch die Einsetzung einer Expertengruppe für kommerzielle Kommunikationen vor, S. 48.

¹⁰ Folgedokument zum Grünbuch über kommerzielle Kommunikationen im Binnenmarkt vom 4.3. 1998, KOM (98) 121 endg.; siehe Henning-Bodewig, Das Folgedokument zum Grün-

stark voneinander abweichen. Neben dem Minderjährigenschutz und dem Sponsoring sind dies vor allem die auch nach der Harmonisierung durch die Richtlinie über irreführende Werbung divergierenden nationalen Irreführungsvorschriften sowie bestimmte dem Recht des unlauteren Wettbewerbs zuzurechnende Rechtsnormen¹¹. In diesen Bereichen sollen anhand der vorgeschlagenen Bewertungsmethodik umfassend die Auswirkungen der betreffenden Regelungen untersucht werden, um die Verhältnismäßigkeit der aus ihnen resultierenden Beschränkungen grenzüberschreitender kommerzieller Kommunikationen zu beurteilen. Weithin offen bleibt, welche Zielsetzungen hiermit verfolgt werden. In erster Linie scheint die Anwendung der Bewertungsmethode dazu zu dienen, solche Vorschriften zu ermitteln, die eine gegenseitige Anerkennung erlauben. Zudem sollen offenbar aber auch Bereiche identifiziert werden, in denen Gemeinschaftsmaßnahmen zu erlassen sind¹².

Eine Bestandsaufnahme zum Umfang der Sachrechtsintegration hat sich in erster Linie mit der Angleichung des Rechts der irreführenden und vergleichenden Werbung zu befassen. In die Betrachtung sollen ferner einige weitere Akte des sekundären Rechts einbezogen werden, die ebenfalls wettbewerbsrechtliche Regelungen enthalten. Neben dieser allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Harmonisierung (1.) sind eine Reihe von Richtlinien von Bedeutung, deren Anwendungsbereich auf ein spezifisches Medium beschränkt ist¹³. Zur medienbezogenen Harmonisierung (2.) ist sowohl die Fernsehrichtlinie als auch die Fernabsatzrichtlinie zu rechnen. Für grenzüberschreitenden Wettbewerb in Europa besonders bedeutsam ist die E-Commerce-Richtlinie. Des weiteren sehen eine kaum mehr überschaubare Anzahl von Regelungen eine Angleichung wettbewerbsrechtlicher und insbesondere werberechtlicher Bestimmungen für bestimmte Produkte oder Dienstleistungen vor. Einer Übersicht über diese produkt- oder dienstleistungsbezogene Harmonisierung (3.) folgt abschließend ein Blick auf Maßnahmen, die auf eine Verbesserung der Rechtsdurchsetzung im Bereich des Wettbewerbsrechts gerichtet sind und damit zu einer verfahrensbezogenen Harmonisierung (4.) beitragen sollen.

buch über die kommerziellen Kommunikationen im Binnenmarkt: Ein neuer Ansatz der Kommission?, GRUR Int. 1999, 233ff.

¹¹ Folgedokument, S. 20ff. Die von der Kommission eingesetzte Expertengruppe hat sich bereits mit dem Rabattrecht befaßt. Aus dem Bereich des unlauteren Wettbewerbs sollen Regelungen der Gutscheinwerbung, Gratisangebote und Werbegeschenke, Preisausschreiben, Lotterien und Gewinnspiele sowie nach dem Schneeballsystem organisierte Direktvertriebspraktiken und progressive Kundenwerbung folgen, S. 20.

¹² Folgedokument, S. 15. Näher zu den Zielen *Henning-Bodewig*, Das Folgedokument zum Grünbuch über die kommerziellen Kommunikationen im Binnenmarkt: Ein neuer Ansatz der Kommission?, GRUR Int. 1999, 233, 238.

¹³ Zu den verschiedenen Kategorien von Regelungen, die sich nicht strikt unterscheiden lassen, *Schwarze*, Werbung im Gemeinschaftsrecht – Rechtsbestand und Grundfragen, in: *Schwarze* (Hrsg.), Werbung und Werbeverbote im Lichte des europäischen Gemeinschaftsrechts, S. 9, 20.

Sachverzeichnis

- Absatzmarkt 62, 90
Abwägung 209f., 214, 216, 263
aleatorische Anreize s. Gewinnspiele
Alkoholwerbung s. Werbung für Alkohol
Alleinstellungsbehauptung 19, 63
Allgemeininteressen 53ff., 247, 270f., 308
Amsterdamer Vertrag 49
Anbieterfreiheit 218
Anerkennung gleichwertiger Vorschriften
10, 197, 248, 267, 282, 307
Anknüpfungsmaximen 137, 283ff.
Anknüpfungssicherheit 287
Anknüpfungsstabilität 303, 305 s. auch Um-
gehung
Anpassungskosten 151ff., 162, 164ff., 239ff.,
273ff.
Anschwärzung 70ff., 76
Anwendungsvorrang 256, 262f.
Arzneimittelrecht, Werbung für Arzneimit-
tel 143, 160f., 179, 183, 185, 188, 308
Aufspaltung des Wettbewerbsstatuts bei
mehreren Beteiligten 89, 298f.
Ausfuhrfreiheit 140, 217, 236, 290 Fn. 18
Auskunftsanspruch 130f., 272
Ausländerwettbewerb im Inland 71, 78
Auslandswettbewerb zwischen Inländern 62,
70ff., 77
Ausweisklausel 64, 276 Fn. 73
Auswirkungsprinzip
– in Österreich, Spanien und der Schweiz 59
– kartellrechtliches 66, 92

Bandenwerbung 104f.
Begehungsort s. Handlungsort, Erfolgsort
Behinderung 74
Belästigung, Schutz vor 208, 249
betriebsgerichtete Wettbewerbsverstöße 73ff.
Binnenmarkt 140, 150, 260f., 283f., 288
Binnenmarktregel s. Herkunftslandprinzip
Binnensachverhalt 153f., 261
bon père de famille 43
Boykottaufruf 76

Chancengleichheit der Wettbewerber 73, 77,
127, 291f.
cold calling s. Telefonwerbung

Datumtheorie 277
demoskopische Umfragen s. Irreführung,
Ermittlung
Dienstleistungen
– akzessorische Gewährleistung, Annex-
rechte 221, 229f.
– Begriff 220ff.
– digitalisierte Produkte 119f., 225ff.
– elektronische Presse 116, 226ff.
– Entgeltlichkeit 223f., 228f.
– Filmvertrieb 225
– gezielte Auslandssendungen 103f., 240f.
– Korrespondenzdienstleistungen 218, 235
– Massendienstleistungen 239f.
– Onlinewerbung 225, 228f., 230, 242
– Werbung für Dienstleistungen und Werbe-
dienstleistungen 239, 244
– Rundfunksendungen 221f.
Dienstleistungsfreiheit
– aktive und passive 218, 235
– als Beschränkungsverbot 219f., 232ff.
– als Diskriminierungsverbot 218f., 231f.
digitalisierte Produkte, immaterielle Güter
110, 119f., 225ff., 294, 296
Direktmarketing 230
Diskriminierung
– formelle 144f., 178f., 232
– materielle, versteckte 145ff., 179ff., 219,
232, 234
– stärkere Belastung ausländischer Erzeug-
nisse im Sinne der *Keck*-Rechtsprechung
150ff., 237ff., 274ff., 294, 297
– und Rechtfertigungsgründe 178ff., 245ff.
Doppelbelastung 232, 248
Drittlandwaren 155, 303f.
Durchschnittsverbraucher 43, 192, 199f.,
203, 207, 249 s. auch Verbraucherleitbild,
EuGH

- E-Commerce-Richtlinie 28ff., 53ff.
effektiver Rechtsschutz 130, 135, 287
effet utile 261
Ehrverletzungen s. Persönlichkeitsverletzungen
Eilverfahren s. einstweiliger Rechtsschutz
einheitliches Marketing 123, 153, 164ff., 245, 253, 274f.
einstweiliger Rechtsschutz
– anwendbares Recht 79f.
– deutsches Recht als Ersatzrecht 81f., 86
– Feststellung und Anwendung ausländischen Rechts 80ff.
– Glaubhaftmachung 81, 135
– in Österreich, Frankreich, England und der Schweiz 82f.
– summarische Prüfung, 85f., 135
– verwandtes Recht oder Mutterrecht 85f., 135f.
Einwirkung auf die Marktgegenseite, Abnehmer
– bei mehreren Beteiligten 89
– finale 115ff., 119f., 297
– minimale 91, 93, 100, 107
– spürbare 92, 96, 285
Marktauswirkung und Markteinwirkung 65f., 68f., 285, 296ff.
E-Mail-Werbung 27f., 30f., 37, 45, 53, 55, 118f., 169, 208, 250, 295, 309
engste Verbindung 49f., 285, 297f., 302ff.
entgangener Gewinn 128
Erfolgsort 60ff., 134, 136, 297f.
Etikettierung, Kennzeichnung 196, 210
Euromarketing s. einheitliches Marketing
Europäisches Übereinkommen betreffend
Auskünfte über ausländisches Recht 83
European Advertising Standards Alliance (EASA) 38, 57
Exportwaren 145, 155, 300f., 303
Fernabsatzrichtlinie 26ff.
Fernsehrichtlinie 50ff.
Fernsehwerbung s. Rundfunksendungen
Feststellung und Anwendung ausländischen Rechts 79ff., 132, 286 s. auch einstweiliger Rechtsschutz
forum shopping 129, 133, 135
Freiverkehr s. Drittlandwaren
freiwillige Selbstkontrolle 38, 41, 57, 280
Game-Shows 103
Gefährdungstatbestände 43, 198
Gegendarstellung 42, 129f.
gegenseitige Anerkennung s. Anerkennung gleichwertiger Vorschriften
Geheimnisverletzung 74f.
gemeinsames Personalstatut, Heimatrecht 60, 70ff., 89, 132f.
Gemeinschaftskompetenz für die justitielle Zusammenarbeit in Zivilsachen, das Internationale Privat- und Verfahrensrecht 49, 286
Generalklausel, wettbewerbsrechtliche 278f.
Geschäftsehrverletzung 76
Gesundheitsschutz 179, 182ff., 190f., 247, 263, 308
Gewinnspiele, Preisausschreiben, Verlosungen 207, 308
Größenvorteile 151, 240
Groupe Européen de Droit International Privé 49f.
Grünbuch über Kommerzielle Kommunikationen 9f., 58
Gründungstheorie s. Sitzanknüpfung im Internationalen Gesellschaftsrecht
Günstigkeitsprinzip 60, 62, 272, 290
Haager Konferenz für Internationales Privatrecht 48f., 60
Haftung Dritter 31f., 46, 88f., 130f., 163, 289f., 302ff., 309
Haftungssoasen 307
Handlungsort 60ff., 134, 277, 297f.
Harmonisierung s. Rechtsangleichung
Haupttäterstatut s. Aufspaltung des Wettbewerbsstatuts
Haustürwerbung, Haustürverkauf 149, 171, 175, 208
Heimwärtsstreben 133
Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen 65, 73, 144, 147, 158ff., 189f.
Herkunftsland
– Absatzmarkt im 297f., 303ff.
– Dienstleistungen 304ff.
– Rechtmäßigkeit im 155, 165ff., 176, 196f., 271ff., 276f., 279
– Waren 300ff.
Herkunftslandprinzip
– E-Commerce-Richtlinie 29, 53ff.
– Fernsehrichtlinie 23, 51, 295f., 298f.
– gemeinschaftsrechtliches 141, 232, 283ff.
– kollisionsrechtliches 267ff., 293ff.
Herkunftslandrecht
– Anwendung 272f.
– Berücksichtigung 277ff.
– günstigeres 268, 270, 272f., 276, 290

- strengeres 243, 270, 290
- Hersteller- und Großhändlerwerbung 206
- Hörfunk 108, 296
- Hyperlink 46, 112, 116, 124, 228f., 230, 309
- ICC Guidelines on Interactive Marketing Communications 37, 57
- immaterielle Güter s. digitalisierte Produkte
- Inländerdiskriminierung 256ff., 292
- innerstaatlicher Sachverhalt s. Binnensachverhalt
- Institut de Droit International 48f., 136
- Interessenabwägung 200, 279
- Internationale Verhaltensregeln der Internationalen Handelskammer s. ICC Guidelines on Interactive Marketing Communications
- internationale Zuständigkeit 127ff., 133ff.
- internationaler Entscheidungseinklang 113, 129, 283
- internationalprivatrechtliche Gerechtigkeit 82
- Internetwerbung 116, 123ff., 169, 225, 228ff., 242, 301
- Irreführung
 - angesprochene Verkehrskreise 15
 - Ermittlung 13ff., 194, 200
 - über Herkunft 145f., 159, 161, 179, 184, 187, 189, 193f., 199f., 201f., 204ff., 208f., 212, 262
- Irreführungsquote
 - allgemein 13f., 16, 200
 - gesundheitsbezogene Werbung 13 Fn.27, 187f.
 - umweltbezogene Werbung 13 Fn.27, 202
- Jugendschutz s. Minderjährigenschutz
- Kaufscheine 206
- Klagebefugnis 35, 42, 57, 125f., 272f.
- Konkurrentenschutz s. Schutzzwecke im Recht des unlauteren Wettbewerbs
- Konvergenz
 - der Grundfreiheiten 219, 228, 235ff.
 - der Medien 121, 227
- koordinierter Bereich 52, 55
- kumulative Anknüpfung 123, 127, 286, 288, 294ff., 302
- Lauterkeit des Handelsverkehrs 180, 182, 190ff., 248
- Lebensmittelrecht, Werbung für Lebensmittel 143, 159f, 166f., 183, 187
- Leistungswettbewerb 206
- lex loci delicti s. Tatortregel
- lex mercatoria 112
- Mailing List 118f.
- Marketing-Mix 172
- marktgerichtete Wettbewerbsverstöße 65, 73ff.
- Marktortanknüpfung
 - Begriff des Marktortes, Ort der wettbewerblichen Interessenkollision 60ff., 65, 87
 - bei Absatzhandlungen 90ff.
 - bei Direktwerbung 93ff.
 - in Österreich, Spanien und der Schweiz 59, 74
 - und Herkunftslandprinzip 283ff.
 - und Rundfunkwerbung 102ff.
 - und Werbung in Printmedien 94ff.
 - Verlagerung des Marktortes 69, 78f.
- Marktverwirrung 128
- Marktzutrittsschranken 174f., 179, 181, 310
- Maßnahmen gleicher Wirkung 140ff.
- Mehrfachprozesse 133f.
- Merchandising 163
- Minderjährigenschutz 45, 308
- Mindestharmonisierung 17f., 27, 30, 36, 138, 206, 282, 284, 286, 307ff.,
- Minimierung von subjektiven Rechten 138, 286
- Mitbewerberschutz s. Schutzzwecke im Recht des unlauteren Wettbewerbs
- Mosaikbeurteilung s. territoriale Aufspaltung
- most significant factor 137
- Multistate-Wettbewerb
 - Begriff 123ff., 292ff.
 - Beschränkung des freien Dienstleistungsverkehrs 240ff.
 - Beschränkung des freien Warenverkehrs 167f.
 - Sonderanknüpfung 274f., 285ff., 292ff., 307f.
 - Verhältnismäßigkeit 211, 215f., 252
- Mutterrecht s. einseitiliger Rechtsschutz
- Nachahmungsgefahr 208, 249
- Nachfragerfreiheit 172, 218
- Netiquette 37, 112f.
- Netzwerbung s. Internetwerbung
- Niederlassung 51f., 53, 133f., 218, 304f.
- öffentliche Ordnung 182, 246
- Verwaltungsrecht s. Sanktionen im Recht des unlauteren Wettbewerbs

- Online-Presse, elektronische Presse 116, 124f.
- Onlinewerbung s. Internetwerbung
- Opt-in-Prinzip, Opt-out-Prinzip 26ff., 45
- Opt-out-Liste 30
- ordinary man 43
- ordre public 270ff.
- Ort der wettbewerblichen Interessenkollision s. Marktortanknüpfung
- Overspill s. Spillover
- Pageviews 109 Fn.275, 229
- par conditio concurrentium s. Chancengleichheit der Wettbewerber
- Parallelimporte 12ff., 146, 180, 188, 201
- Pariser Verbandsübereinkunft 36, 203
- Parzellierung des Schadensersatzes s. territoriale Aufspaltung
- Pauschalreiserichtlinie 34
- Pay-per-view 121, 227
- Persönlichkeitsverletzungen 133f., 136
- Pflanzenschutzrecht 160f., 183
- Präambel des EG-Vertrages 8
- Praktikabilität 131ff., 286, 294
- Preisherabsetzung, Preisgegenüberstellung, Preisnachlaß 149, 165, 170f., 197f., 201
- Preisunterbietung 76f.
- primärrechtliches Lauterkeitsrecht 8
- Printmedien 162ff., 228ff.
- Product Placement 103f., 241f., 295
- produktbezogene Regelungen
- genereller Produktbezug 156ff.
 - konkreter Produktbezug 142, 150ff., 161ff., 178, 236ff., 274
- Produktfreiheiten s. Konvergenz der Grundfreiheiten
- Prospekt- und Katalogwerbung 168f.
- psychologischer Kaufzwang 44
- Qualifikation 127, 293
- Rabattrecht 43, 66ff., 162, 166, 204f., 308
- Rechtsangleichung
- Recht des unlauteren Wettbewerbs 9, 265, 282, 287, 307ff.
 - Wettbewerbskollisionsrechts 284ff., 293ff.
 - Sach- und Kollisionsrechtsangleichung 282f., 288ff.
- Rechtsanwendungsverordnung 70
- rechtsfreier Raum 111
- Rechtssicherheit, Rechtsunsicherheit 73, 111ff., 121, 273f., 286, 291, 308f.
- Rechtsvereinheitlichung s. Rechtsangleichung
- Rechtsvergleichung 194, 198, 203, 211
- Redaktionsort 95
- Reform des Internationalen Privatrechts, Gesetz zum Internationalen Privatrecht für außervertragliche Schuldverhältnisse und für Sachen 63f., 72, 298 Fn. 35
- Richtigstellung s. Widerruf
- Richtlinien
- Dritte Richtlinie Lebensversicherung und Dritte Richtlinie Schadensversicherung 56
 - Richtlinie betreffend bestimmte Organisationen für gemeinsame Anlagen in Wertpapieren (OGAW) 33, 56
 - Richtlinie über den Dienstleistungsverkehr der Rechtsanwälte 56
 - Richtlinie über die Verarbeitung personenbezogener Daten 30
 - Richtlinie über Unterlassungsklagen zum Schutz der Verbraucherinteressen 35, 57
 - Richtlinie über Wertpapierdienstleistungen 56
 - Zweite Bankenrichtlinie 56
- Robinson-Liste s. Opt-out-Liste
- Rufausnutzung, Rufausbeutung 19, 70ff., 76, 189
- Rundfunksendungen
- Werbung 122ff., 154, 168f., 175, 222f., 229, 231ff., 238, 295 s. auch Dienstleistungen
 - terrestrische Ausstrahlung und Satellitenrundfunk 103ff., 123f., 222f., 240, 296
 - Pay-TV 223
 - Kabelfernsehen 103f., 223f., 231ff., 234f., 241, 295
- Sachverständigengutachten
- s. Irreführung, Ermittlung
 - s. einstweiliger Rechtsschutz, Feststellung ausländischen Rechts
- Sanktionen im Recht des unlauteren Wettbewerbs
- strafrechtliche 40f., 143, 279
 - verwaltungsrechtliche 279
- Schadensersatz 42, 72, 127ff., 134, 272
- Schadenschätzung 128f.
- Schleichwerbung s. Trennungsgebot
- Schutz des gewerblichen und kommerziellen Eigentums 189f., 247
- Schutzrechtsanmaßung, Patentberühmung 72f., 75f., 94
- Schutzzwecke im Recht des unlauteren Wettbewerbs, Interessen von Mitbewerbern, Abnehmern, Allgemeinheit 41f., 60, 64f., 78, 91ff., 194, 287, 293

- Schwerpunkt der Wettbewerbshandlung 97, 136, 297
- Sendeort 103
- Sendestaatsprinzip 23f., 50f.
- Serverstandort 53, 115, 118
- Service Provider 228ff.
- Simulation 99
- single publication rule 136
- Sitzanknüpfung, Sitztheorie im Internationalen Gesellschaftsrecht 266f.
- sklavische Nachahmung 65, 71, 135, 157, 161, 193, 203f.
- Sonderanknüpfung für Multistate-Wettbewerb s. Multistate-Wettbewerb
- Sonderversammlung, Sonderangebot, Schlußverkauf 197, 205f.
- Spamming s. E-Mail-Werbung
- Spartenprogramme 106f.
- Spillover 105ff.
- Spitzengruppenwerbung 19
- Sponsoring 103f.
- Sprache 96f., 101, 107, 115ff., 119, 146, 159f., 169ff., 196f., 232
- Spürbarkeitsgrundsatz
– gemeinschaftsrechtlicher 210
– kollisionsrechtlicher 92f., 96, 99ff., 104ff., 115ff., 119, 121, 285f., 294, 297, 302
- Strafrecht s. Sanktionen im Recht des unlauteren Wettbewerbs
- strengstes Recht 123ff., 295
- Subsidiaritätsprinzip 283
- Substitutionsdruck 78, 101
- Suchmaschinen 116, 228
- Tabak-Etikettierungsrichtlinie, Tabakwerberichtlinie 33f.
- Tatbestandswirkung ausländischen Rechts s. Datumtheorie
- Tatortregel 48, 60, 136
- Tatortzuständigkeit 133f.
- Telefonwerbung, Telefaxwerbung 26f., 93f., 123, 208, 238, 242, 249
- Teleshopping 103, 106, 241f., 295
- territoriale Aufspaltung bei Maßgeblichkeit mehrerer Wettbewerbsstatute 286, 290
- Territorialprinzip s. Marktortanknüpfung
- Timesharing-Richtlinie 34
- Trennungsgebot 38, 203, 248
- Übereilungsschutz 250 s. auch unerbetene Werbung
- Übereinkommen über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anwendbare Recht, Entwurf 49, 277, 284f, 293, 297
- übertriebenes Anlocken 12, 44, 166, 206f.
- Ubiquitätsregel 60
- Umgehung 52, 303 Fn. 50, 305f.
- umgekehrte Diskriminierung s. Inländerdiskriminierung
- Umweltschutz 212
- unfair competition 136, 293
- ungerechtfertigte Bereicherung 128
- unteilbare Wettbewerbshandlungen s. Multistate-Wettbewerb
- Unterlassungsanspruch 122ff., 134f., 272, 290
- unverfälschter Wettbewerb 260f., 292
- Ursprungsbezeichnungen s. Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen
- Urteilsveröffentlichung 42, 129f.
- Verbraucher
– aufmerksamer, vernünftiger, informierter s. Verbraucherleitbild, EuGH
– flüchtiger, s. Verbraucherleitbild, deutsches Recht
- Verbraucherbefragungen s. Irreführung, Ermittlung
- Verbraucherkreditrichtlinie 34
- Verbraucherleitbild
– des EuGH 12ff., 43, 192ff., 199, 202f., 207, 249
– im deutschen Recht 187f., 194ff.
– normatives und empirisches 13ff., 194ff.
- Verbraucherombudsmann 41
- Verbraucherschutz 180, 182, 190ff., 247ff., 263, 287, 291, 293
- Verbraucherschutz durch Information 195ff.
- Verbrauchsgüterkaufrichtlinie 21f.
- Verbreitung von
– Internetwerbung 113ff.
– Presseerzeugnissen 96ff., 136
– Rundfunksendungen 104ff., 136
- Verhaltenskodizes 37f.
- Verhaltenssteuerung 137f., 286f.
- Verhältnismäßigkeitsgrundsatz 10, 183ff., 192ff., 214, 248ff., 263, 289
- Verkauf unter Einstandspreis 142
- Verkaufsmodalitäten betreffende Regelungen
– Absatz- und Vertriebsregelungen 171ff.
– bei Dienstleistungen 236ff.
– und Rechtfertigungsgründe 142, 150ff., 178ff.
– Verbindung von Werbung und Ware 161ff.
– Werberecht 152ff.
- Verkehrsverbote 187, 195f., 210
- Verkörperung 226f., 237ff. s. auch digitale Produkte, immaterielle Güter

- Verleitung zum Vertragsbruch 75
 vermarktungsbezogene Regelungen
 s. Verkaufsmodalitäten betreffende Regelungen
- Verordnung über das auf außervertragliche Schuldverhältnisse anwendbare Recht, Entwurf 277 Fn. 78, 285 Fn. 11, 293 Fn. 26
- Versandhandel 175
- Versorgungsgebiet von Rundfunkunternehmen 106f.
- versteckte Kollisionsnormen 269ff.
- Verwertung von Vorlagen 74
- Video-on-demand 121, 227
- Vorbehaltsklausel s. ordre public
- vorbeugende Unterlassungsklagen 127
- Vorhersehbarkeit 287, 291, 294, 301ff.
- Vorsprung durch Rechtsbruch 161f., 183
- Warenverkehrsfreiheit
 – als Beschränkungsverbot 148ff.
 – als Diskriminierungsverbot 143ff.
- Werbemarkt 68
- Werbesebstkontrolle s. freiwillige Selbstkontrolle
- Werbung
 – an Kinder und Jugendliche gerichtete 45, 154, 175, 222, 234
 – für Alkohol 46, 146f., 180, 183, 186
 – für Arzneimittel s. Arzneimittelrecht
 – für Tabak 163, 183, 186
 – geschlechtsdiskriminierende 44f.
 – gesundheitsbezogene 187f., 246
 – in Medien mit grenzüberschreitender Verbreitung s. Multistate-Wettbewerb
 – irreführende s. Irreführung
 – mit Preisherabsetzungen s. Preisherabsetzung, Preisgegenüberstellung, Preisnachlaß
 – mit Selbstverständlichkeiten 201
 – mit Testergebnissen 201
 – mit Unterbietung von Richtpreisen 201
 – produktspezifische 46, 210
 – umweltbezogene 22f., 202f.
 – Schleichwerbung s. Trennungsgebot
 – unerbetene 26f., 45, 207f., 249f. s. auch E-Mail-Werbung, Telefonwerbung, Telefaxwerbung
 – unsachliche 44
 – unter Gefühlsausnutzung, schockierende, anstößige 44, 169, 207
 – vergleichende
 – von Freiberuflern 45f.
- Werbung in Printmedien 124f., 168
- Wettbewerbsbehandlungen in Medien mit grenzüberschreitender Verbreitung s. Multistate-Wettbewerb
- Widerruf 42, 129f.
- Zeit und Ort des Verkaufs 151f., 154
- Zersplitterung s. territoriale Ausspaltung
- Zugaberecht 43, 66ff., 149, 153, 162, 165f., 170, 193, 204f., 207, 238, 308
- Zweistufentheorie 278

Jus Privatum

Beiträge zum Privatrecht

Alphabetische Übersicht

- Assmann, Dorothea*: Die Vormerkung (§ 883 BGB). 1998. *Band 29*.
- Bayer, Walter*: Der Vertrag zugunsten Dritter. 1995. *Band 11*.
- Beater, Axel*: Nachahmen im Wettbewerb. 1995. *Band 10*.
- Beckmann, Roland Michael*: Nichtigkeit und Personenschutz. 1998. *Band 34*.
- Berger, Christian*: Rechtsgeschäftliche Verfügungsbeschränkungen. 1998. *Band 25*.
- Berger, Klaus*: Der Aufrechnungsvertrag. 1996. *Band 20*.
- Bittner, Claudia*: Europäisches und internationales Betriebsrentenrecht. 2000. *Band 46*.
- Bodewig, Theo*: Der Rückruf fehlerhafter Produkte. 1999. *Band 36*.
- Busche, Jan*: Privatautonomie und Kontrahierungszwang. 1999. *Band 40*.
- Braun, Johann*: Grundfragen der Abänderungsklage. 1994. *Band 4*.
- Dauner-Lieb, Barbara*: Unternehmen in Sondervermögen. 1998. *Band 35*.
- Dethloff, Nina*: Europäisierung des Wettbewerbsrechts. 2001. *Band 54*.
- Drexler, Josef*: Die wirtschaftliche Selbstbestimmung des Verbrauchers. 1998. *Band 31*.
- Eberl-Borges, Christina*: Die Erbauseinandersetzung. 2000. *Band 45*.
- Einsele, Dorothee*: Wertpapierrecht als Schuldrecht. 1995. *Band 8*.
- Ekkenga, Jens*: Anlegerschutz, Rechnungslegung und Kapitalmarkt. 1998. *Band 30*.
- Escher-Weingart, Christina*: Reform durch Deregulierung im Kapitalgesellschaftsrecht. 2001. *Band 49*.
- Götting, Horst-Peter*: Persönlichkeitsrechte als Vermögensrechte. 1995. *Band 7*.
- Habersack, Mathias*: Die Mitgliedschaft – subjektives und ‚sonstiges‘ Recht. 1996. *Band 17*.
- Heermann, Peter W.*: Drittfinanzierte Erwerbsgeschäfte. 1998. *Band 24*.
- Heinrich, Christian*: Formale Freiheit und materielle Gerechtigkeit. 2000. *Band 47*.
- Henssler, Martin*: Risiko als Vertragsgegenstand. 1994. *Band 6*.
- Hergenröder, Curt Wolfgang*: Zivilprozessuale Grundlagen richterlicher Rechtsfortbildung. 1995. *Band 12*.
- Hess, Burkhard*: Intertemporales Privatrecht. 1998. *Band 26*.
- Hofer, Sibylle*: Freiheit ohne Grenzen? 2001. *Band 53*.
- Junker, Abbo*: Internationales Arbeitsrecht im Konzern. 1992. *Band 2*.
- Kaiser, Dagmar*: Die Rückabwicklung gegenseitiger Verträge wegen Nicht- und Schlechterfüllung nach BGB. 2000. *Band 43*.
- Kindler, Peter*: Gesetzliche Zinsansprüche im Zivil- und Handelsrecht. 1996. *Band 16*.
- Kleindiek, Detlef*: Deliktshaftung und juristische Person. 1997. *Band 22*.
- Luttermann, Claus*: Unternehmen, Kapital und Genußrechte. 1998. *Band 32*.

- Looschelders, Dirk*: Die Mitverantwortlichkeit des Geschädigten im Privatrecht. 1999. *Band 38*.
- Lipp, Volker*: Freiheit und Fürsorge: Der Mensch als Rechtsperson. 2000. *Band 42*.
- Merkt, Hanno*: Unternehmenspublizität. 2001. *Band 51*.
- Möllers, Thomas M.J.*: Rechtsgüterschutz im Umwelt- und Haftungsrecht. 1996. *Band 18*.
- Muscheler, Karlheinz*: Die Haftungsordnung der Testamentsvollstreckung. 1994. *Band 5*.
- Oechsler, Jürgen*: Gerechtigkeit im modernen Austauschvertrag. 1997. *Band 21*.
- Oetker, Hartmut*: Das Dauerschuldverhältnis und seine Beendigung. 1994. *Band 9*.
- Oppermann, Bernd H.*: Unterlassungsanspruch und materielle Gerechtigkeit im Wettbewerbsprozeß. 1993. *Band 3*.
- Peifer, Karl-Nikolaus*: Individualität im Zivilrecht. 2001. *Band 52*.
- Peters, Frank*: Der Entzug des Eigentums an beweglichen Sachen durch gutgläubigen Erwerb. 1991. *Band 1*.
- Raab, Thomas*: Austauschverträge mit Drittbeteiligung. 1999. *Band 41*.
- Reiff, Peter*: Die Haftungsverfassungen nichtrechtsfähiger unternehmenstragender Verbände. 1996. *Band 19*.
- Rohe, Mathias*: Netzverträge. 1998. *Band 23*.
- Sachsen Gessaphe, Karl August Prinz von*: Der Betreuer als gesetzlicher Vertreter für eingeschränkt Selbstbestimmungsfähige. 1999. *Band 39*.
- Saenger, Ingo*: Einstweiliger Rechtsschutz und materiellrechtliche Selbsterfüllung. 1998. *Band 27*.
- Sandmann, Bernd*: Die Haftung von Arbeitnehmern, Geschäftsführern und leitenden Angestellten. 2001. *Band 50*.
- Stadler, Astrid*: Gestaltungsfreiheit und Verkehrsschutz durch Abstraktion. 1996. *Band 15*.
- Taeger, Jürgen*: Außervertragliche Haftung für fehlerhafte Computerprogramme. 1995. *Band 13*.
- Trunk, Alexander*: Internationales Insolvenzrecht. 1998. *Band 28*.
- Wagner, Gerhard*: Prozeßverträge. 1998. *Band 33*.
- Waltermann, Raimund*: Rechtsetzung durch Betriebsvereinbarung zwischen Privatautonomie und Tarifautonomie. 1996. *Band 14*.
- Weber, Christoph*: Privatautonomie und Außeneinfluß im Gesellschaftsrecht. 2000. *Band 44*.
- Wendehorst, Christiane*: Anspruch und Ausgleich. 1999. *Band 37*.
- Würthwein, Susanne*: Schadensersatz für Verlust der Nutzungsmöglichkeit einer Sache oder für entgangene Gebrauchsvorteile? 2001. *Band 48*.