

Dr. Armin Weinand

# **Europarecht und Recht gegen den unlauteren Wettbewerb**

Entwicklung und Harmonisierung des Rechts gegen den  
unlauteren Wettbewerb im EG-Rechtssystem



Nomos Verlagsgesellschaft  
Baden-Baden

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung</b>	<b>17</b>
<b>A. Die materielle Entwicklung der Harmonisierung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb</b>	<b>19</b>
<b>I. Begriffe</b>	<b>19</b>
1. Das Recht gegen den unlauteren Wettbewerb	19
2. Die Harmonisierung	20
3. Harmonisierung und europäische Integration	20
<b>II. Die bisherige Entwicklung</b>	<b>21</b>
1. Angleichung auf zwischenstaatlicher Ebene	22
2. Angleichung auf EG-Rechtsebene	22
a) Die europäische Rechtssetzung	22
(1) Primäres Gemeinschaftsrecht	22
(2) Sekundäres Gemeinschaftsrecht	24
(a) Die Richtlinie über die irreführende Werbung 84/450/EWG	24
(i) Die herkömmliche Beurteilung der Irreführungsrichtlinie in der deutschen Diskussion	25
(ii) Die Problematik der herrschenden Meinung	25
(iii) Die neuere Interpretation der Irreführungsrichtlinie	26
(iv) Die Ansicht von der Teilharmonisierung	27
(v) Stellungnahme	28
(b) Die Richtlinie über vergleichende Werbung	30
(i) Die Begründung des Richtlinienvorschlags	30
(ii) Zum Umfang des Regelungsgehalts	31
(iii) Die Kritik	32
(iv) Stellungnahme	33
(c) Die Fernsehrichtlinie	34
(d) Richtlinie zum Verbraucherkredit	35
(e) Angaben über Lebensmittel	35
(i) Die Etikettierungsrichtlinie	36
(ii) Die Verordnung zum Schutz von geographischen Angaben	39
(iii) Weitere Regelungen	41
(f) Angaben über medizinische Produkte	42
(3) Die Wirkungsweise harmonisierenden Sekundärrechts	43

(4) Schutzrichtung des sekundären harmonisierenden Gemeinschaftsrechts	44
(a) Der gegenwärtige Zustand	44
(b) Kritik und Remedium	46
b) Angleichung in der Rechtsprechung des EuGH	48
(1) Die Rechtsprechung zum primären Gemeinschaftsrecht	49
(a) Ausgangspunkt für die Auslegung des Art. 30 EGV	49
(b) Unlauterer Wettbewerb und Art. 30 EGV	51
(i) Die Teilnahme an fremdem Vertragsbruch	51
(ii) Zugabenverkäufe	52
(iii) Eigenpreisvergleiche	52
(iv) Verwechslungsgefahr	54
(v) Der Schutz geographischer Herkunftsangaben in zwischenstaatlichen Abkommen	55
(vi) Irreführung	56
(vii) Die Angleichungswirkung	58
(c) Die neue Rechtsprechung des EuGH zum Verhältnis von Art 30 EGV und dem Unlauterkeitsrecht	59
(d) Art. 59 EGV und das Unlauterkeitsrecht	62
(2) Die Rechtsprechung zum sekundären Gemeinschaftsrecht	67
(a) Anschwärzung	68
(b) irreführung und Auslegurigsmonopol	69
(c) Verbraucherleitbild	72
(d) Wettbewerbsfreiheit	74
c) Angleichung durch andere Organe der EG	74
(1) Entscheidungen der Kommission	74
(2) Mitteilungen der Kommission	75
(3) Das Weißbuch der Kommission	78
(4) Rechtsgutachten	78
3. Angleichung in der nationalen deutschen Rechtsordnung	79
a) Angleichung durch den deutschen Gesetzgeber	79
b) Angleichung in der nationalen deutschen Rechtsprechung	79
(1) Aufgrund EG-Rechts	79
(a) Die europarechtlichen Vorgaben	79
(b) Positive Beispiele	80
(c) Negative Beispiele	85
(d) § 1 UWG und das EG-Recht	86
(i) Der Einfluß des Art. 5 EGV	86
(ii) Die neue Gesetzgebung	88

(2) Exkurs: Angleichung aufgrund eigener Maßstäbe der Beurteilung internationaler Sachverhalte	88
4. Aktuelle Tendenzen	91
<b>III. Zwischenergebnis</b>	92
<b>B. Das Bedürfnis nach einer Harmonisierung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb</b>	<b>93</b>
<b>I. Funktion der Rechtsangleichung im Gemeinsamen Markt</b>	<b>93</b>
1. Historische Konzeption der Rechtsangleichung	94
2. Die Begriffe „Gemeinsamer Markt“ und „Binnenmarkt“ und deren Bedeutung für die Harmonisierung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb	95
a) Der Begriff des Gemeinsamen Marktes	96
b) Der Begriff des Binnenmarktes	97
<b>II. Erfordernis der Rechtsangleichung</b>	98
1. Rechtsverschiedenheiten	98
2. Rechtsangleichung aus verbraucherpolitischem Interesse	99
3. Wettbewerbspolitische Begründung der Rechtsangleichung	100
a) Hemmnisse des gemeinschaftsweiten Handels	100
b) Wettbewerbs Verzerrungen	102
(1) Aus tatsächlichen Gründen	102
(2) Aus rechtlichen Gründen	102
4. Erforderlichkeit der Harmonisierung aufgrund tatsächlicher Gegebenheiten	103
a) „Produkte der Werbung“	103
b) Werberecht als „Pionierrecht“ des Binnenmarktes	104
c) Das Problem der erschlichenen Internationalität	105
<b>C. Die formellen Grundlagen der Harmonisierung</b>	107
<b>I. Methoden der Rechtsangleichung</b>	107
1. Harmonisierung im Status quo	107
2. Das Herkunftslandprinzip/Das Prinzip der gegenseitigen Anerkennung	108
a) Die bisherige Entwicklung	108
b) Weitergehende Konzepte	110
(1) Gegen die selektive Auslegung nationalen Rechts	110
(2) Direktwirkung von Richtlinien	111
c) Herkunftslandprinzip und IPR	112
3. IPR und europäisches Unlauterkeitsrecht	113
a) Unlauterkeitsrecht und Internationales Deliktsrecht	113

b)	Eingriffsnormen, IPR und Binnenmarkt	114
c)	EG-spezifisches Kollisionsrecht	116
4.	Deregulierung / „Negativintegration“	117
a)	Gemeinschaftsrechtliches Verbot staatlicher Regulierung	118
b)	Inter-nationale Deregulierung	118
(1)	Vorteile der Methode der Deregulierung	119
(2)	Nachteile der Methode der Deregulierung	121
(3)	Deregulierung und Unlauterkeitsrecht	122
5.	„Positivintegration“	122
a)	Die „reaktive“ Angleichung	122
(1)	Reaktive Angleichung in der Rechtssetzung	123
(2)	Reaktive Rechtsangleichung in der Rechtsprechung	124
b)	Die aktive Gestaltung	124
(1)	Darstellung	124
(2)	Stellungnahme	128
<b>II.</b>	<b>Rechtsgrundlagen der Rechtsangleichung auf Gemeinschaftsebene</b>	129
1.	Art. 101 und Art. 102 EGV	129
2.	Kompetenz-Kompetenz	129
3.	Art. 100 EGV	129
4.	Art. 100a EGV	130
a)	Allgemeines	130
b)	Art. 100a und das Recht des unlauteren Wettbewerbs	131
5.	Art. 100b EGV	131
6.	Ungeschriebene Rechtsgrundlagen	132
7.	Art. 235 EGV	133
<b>III.</b>	<b>Akteure der Rechtsangleichung</b>	134
1.	Die Judikatur	134
2.	Die Legislative	134
<b>D.</b>	<b>Harmonisierung durch andere Gebiete des Gemeinschaftsrechts</b>	135
<b>I.</b>	<b>Gemeinschaftsrechtliche Gebote</b>	135
1.	Der Grundsatz der Gemeinschaftstreue	135
a)	Einheitliche Auslegung	135
b)	Sanktionspflichten	135
2.	Das System des unverfälschten Wettbewerbs	136
<b>II.</b>	<b>Der Einfluß von Art. 85 EGV</b>	138
1.	Handlungen gegen Konkurrenten	13
		8

2. Vertragsverstoß als unlauterer Wettbewerb	139
3. Gesetzesverstoß als unlauterer Wettbewerb	140
<b>III. Der Einfluß von Art. 86 EGV</b>	142
<b>IV. Politische Zielsetzungen</b>	143
<b>V. Stellungnahme</b>	145
<b>E. Inhaltliche Maßstäbe der Harmonisierung</b>	<b>146</b>
<b>I. Wirtschaftliche Ziele</b>	147
1. Die Wirtschaftsverfassung	147
2. Wirtschaftsverfassung und Grundrechte	148
a) Die Grundrechte im klassischen Sinne	148
b) Die Marktgrundrechte	150
c) Wirtschaftspolitische Interessen der Allgemeinheit	150
<b>II. Diskriminierung</b>	151
1. Privilegierte Diskriminierungen	152
2. Versteckte Diskriminierungen	153
<b>III. „Soziales Grundrecht des Verbraucherschutzes“</b>	153
1. Allgemeines	153
2. Praktische Konsequenzen	155
a) Verbraucherleitbild	155
b) Schutzbedürftigkeit	156
c) Verbrauchererwartung	157
d) Verbraucherinformation	159
(1) Grundsätzliches	159
(2) Konkrete Inhalte	159
(a) Vergleichende Werbung in Deutschland unter EG-Recht	159
(b) Abstrakte Mißbrauchsgefahren	161
<b>IV. Herkunftsangaben</b>	161
1. Schutz vor der Pflicht zur Herkunftsangabe	162
2. Schutz für die (mittelbare) Herkunftsangabe	163
<b>V. Der Einfluß von Art. 36 EGV</b>	164
1. Die Auslegung des Art. 36 EGV	164
a) Gewerbliche Schutzrechte und Unlauterkeitsrecht	165
b) Art. 36 EGV und sekundäres Recht	166
2. Grenzen des Einflusses von Art. 36 EGV	167

<b>VI. Die „Cassis-Doktrin“</b>	167
1. Die Lauterkeit des Handelsverkehrs	168
2. Die Erforderlichkeit	169
<b>VII. Eigenständige Marktordnung</b>	170
1. Entwicklungen der Rechtsprechung	170
a) Sklavische Nachahmung	170
b) Informationsbedürfnis des Marktes	171
2. Positivrechtliche Entwicklungen	172
a) Irreführende Werbung	172
(1) Der Irreführungsbegriff	172
(2) Die Weiterentwicklung des Irreführungsbegriffs nach der Auffassung von <i>Ulimann</i>	175
b) Vergleichende Werbung	177
<b>VIII. Verbraucherschutz versus Wettbewerb ?</b>	179
1. Förderung des Wettbewerbs	179
2. Einschränkung des Wettbewerbs	180
<b>F. Ausmaß der Harmonisierung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb</b>	182
<b>I. Im Lichte des Subsidiaritätsprinzips</b>	182
1. Allgemeines	182
2. Subsidiaritätsprinzip und Binnenmarkt	182
3. Subsidiaritätsprinzip und materielles Recht	185
4. Subsidiaritätsprinzip und Wettbewerb der Systeme	186
<b>II. Im Lichte des Grundsatzes der Erforderlichkeit</b>	186
1. Erforderlichkeit und reaktive Angleichung	187
a) Auf Gemeinschaftsebene	187
b) Auf mitgliedstaatlicher Ebene	187
2. Erforderlichkeit und aktive Angleichung	188
<b>III. Im Lichte der rechtsstaatlichen Gemeinschaft</b>	189
1. Das Problem der Inländerdiskriminierung auf europarechtlicher Ebene	189
2. Problemanalyse	190
3. Lösungsmöglichkeiten	194
4. Rechtliche Handhabe	197
a) Freiheitsrechte	197
b) Art. 3 EGV	198

c) Gleichheitsrechte	199
(1) Das Diskriminierungsverbot des Art. 6 EGV	199
(2) Das allgemeine europarechtliche Diskriminierungsverbot	200
5. Zwischenergebnis	201
<b>IV. Grenzen der Harmonisierung aufgrund kultureller und sozialer Besonderheiten</b>	<b>201</b>
1. Formelle Aspekte	202
a) Die Rechtssetzung	202
b) Sprache	202
2. Materielle Aspekte	203
a) Betriebszeiten	203
b) Sozialpolitische Erwägungen	203
<b>G. Schlußbetrachtung und Ausblick</b>	<b>204</b>
<b>I. Harmonisierung auf nationaler Ebene</b>	<b>205</b>
1. Die Bindung nationalen Rechts an primäres Gemeinschaftsrecht	205
2. Die Bindung nationalen Rechts an sekundäres Gemeinschaftsrecht	206
<b>II. Harmonisierung auf gemeinschaftsrechtlicher Ebene</b>	<b>207</b>
1. Konzeptionelle Aspekte	207
a) Freiheit im Wettbewerb	207
b) Das Verhältnis von Freiheit und Regulierung	208
2. Rechtspolitische Aspekte	208
3. Institutionelle Aspekte	209
a) Die Rechtssetzung	209
b) Die Judikative	210
4. Schluß	210
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>213</b>