

Vergleichende Werbung

von
Dr. Wolfgang Berlit

1. Auflage

Vergleichende Werbung – Berlit

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Unlauterer Wettbewerb



Verlag C.H. Beck München 2002

Verlag C.H. Beck im Internet:

www.beck.de

ISBN 978 3 406 49699 8

Inhaltsverzeichnis

| | Seite |
|--|-------|
| Abkürzungsverzeichnis | IX |
| Literaturverzeichnis | XI |
| | |
| I. Allgemeines | 1 |
| 1. Früheres Recht | 1 |
| 2. Richtlinie 84/450/EWG des Rates zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung | 2 |
| 3. Richtlinie 97/55/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Oktober 1997 zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG über irreführende Werbung zwecks Einbeziehung der vergleichenden Werbung | 3 |
| 4. Gesetz zur vergleichenden Werbung und zur Änderung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften vom 1. September 2000 | 5 |
| | |
| II. Legaldefinition (§ 2 Abs. 1 UWG) | 8 |
| 1. Werbung | 8 |
| 2. Unmittelbares oder mittelbares Erkennbarmachen, Vergleich | 9 |
| 3. Mitbewerber | 12 |
| 4. Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers | 14 |
| | |
| III. Sittenwidriger Werbevergleich (§ 2 Abs. 2 UWG) | 17 |
| 1. Unterschiedliche Funktionen (§ 2 Abs. 2 Ziff. 1 UWG) | 17 |
| a) Kein gleicher Bedarf | 17 |
| b) Nicht dieselbe Zweckbestimmung | 19 |
| 2. Sachlichkeitsgebot (§ 2 Abs. 2 Ziff. 2 UWG) | 21 |
| a) Objektivität des Vergleichs | 21 |
| b) Wesentliche Eigenschaft | 23 |
| c) Relevante Eigenschaft | 25 |
| d) Typische Eigenschaft | 26 |
| e) Nachprüfbarkeit | 27 |
| f) Preis | 29 |
| 3. Täuschung des Werbeaddressaten (§ 2 Abs. 2 Ziff. 3 UWG) | 31 |
| a) Geschäftlicher Verkehr | 32 |
| b) Verwechslung zwischen Werbendem und Mitbewerber | 33 |
| c) Verwechslung von Waren oder Dienstleistungen | 34 |
| d) Kennzeichen | 35 |
| e) Kennzeichenverwechslung | 36 |
| 4. Wettbewerbswidrige Rufausbeutung oder Verwässerung (§ 2 Abs. 2 Ziff. 4 UWG) | 38 |
| a) Ausnutzung der Wertschätzung eines Kennzeichens | 39 |
| b) Beeinträchtigung der Wertschätzung eines Kennzeichens | 41 |
| c) Unlauterkeit | 42 |
| 5. Herabsetzung und Verunglimpfung (§ 2 Abs. 2 Ziff. 5 UWG) | 49 |
| a) Herabsetzung | 45 |
| b) Verunglimpfung | 47 |
| c) Waren, Dienstleistungen oder Tätigkeiten | 49 |

Inhalt

| | Seite |
|--|-------|
| d) Persönliche Verhältnisse | 49 |
| e) Geschäftliche Verhältnisse | 50 |
| 6. Anlehnender Werbevergleich (§ 2 Abs. 2 Ziff. 6 UWG) | 53 |
| a) Imitationswerbung von Markenangebot | 51 |
| b) Nachahmungswerbung eines Markenangebots | 53 |
| 7. Angebote mit besonderen Preisen oder Bedingungen (§ 2 Abs. 3 UWG) | 55 |
| a) Angebot mit einem besonderen Preis | 55 |
| b) Angebot mit anderen besonderen Bedingungen | 56 |
| c) Verfügbarkeit der Ware oder Dienstleistung | 56 |
| 8. Beweislast | 57 |
| IV. Systemvergleich und Warenartenvergleich | 59 |
| V. Sonstiger Werbevergleich ohne Mitbewerberbezug (§ 1 UWG) | 61 |
| 1. Werbevergleich | 62 |
| 2. Sittenwidrigkeit | 63 |
| VI. Alleinstellungswerbung | 65 |
| VII. Irreführender Werbevergleich (§ 3 Satz 2 UWG) | 66 |
| 1. Neuregelung | 66 |
| 2. Werbevergleich | 68 |
| 3. Irreführende Angaben | 68 |
| 4. Irreführender Werbevergleich durch Verschweigen | 70 |
| VIII. Warentest | 72 |
| IX. Werbevergleich bei Humanarzneimitteln (§ 11 HWG) | 74 |
| Anhang: Gesetzestexte | |
| 1. Richtlinie 84/450/EWG des Rates zur Angleichung der Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über irreführende Werbung vom 10. September 1984 | 75 |
| 2. Richtlinie 97/55/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 6. Oktober 1997 zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG über irreführende Werbung zwecks Einbeziehung der vergleichenden Werbung . | 80 |
| 3. Entwurf eines Gesetzes zur vergleichenden Werbung und zur Änderung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften, BT-Drs. 14/2959 vom 20.3.2000 . | 88 |
| 4. Gesetz zur vergleichenden Werbung und zur Änderung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften vom 1. September 2000 | 109 |
| Sachregister | 113 |