

Beiträge zum Europäischen Wirtschaftsrecht

Band 3

**Die Irreführungsverbote
des UWG im Spannungsfeld
des freien europäischen
Warenverkehrs**

Von

Andrés Martin-Ehlers



Duncker & Humblot · Berlin

ANDRÉS MARTIN-EHLERS

**Die Irreführungsverbote des UWG
im Spannungsfeld des freien europäischen Warenverkehrs**

Beiträge zum Europäischen Wirtschaftsrecht

**Herausgegeben im Auftrag des Instituts für Europäisches Wirtschaftsrecht
der Universität Erlangen-Nürnberg durch die Professoren
Dr. Wolfgang Blomeyer und Dr. Karl Albrecht Schachtschneider**

Band 3

Die Irreführungsverbote des UWG im Spannungsfeld des freien europäischen Warenverkehrs

Von

Andrés Martin-Ehlers



Duncker & Humblot · Berlin

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Martin-Ehlers, Andrés:

Die Irreführungsverbote des UWG im Spannungsfeld des freien europäischen Warenverkehrs / von Andrés Martin-Ehlers. – Berlin : Duncker und Humblot, 1996

(Beiträge zum europäischen Wirtschaftsrecht ; Bd. 3)

Zugl.: Erlangen-Nürnberg, Univ., Diss., 1994

ISBN 3-428-08499-3

NE: GT

n 2

Alle Rechte vorbehalten

© 1996 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fotoprint: Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0947-2452

ISBN 3-428-08499-3

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 

*Meiner Familie
und meinen Freunden*

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 1994/1995 von der juristischen Fakultät der Friedrich-Alexander Universität als Dissertation angenommen. Das Thema wurde von Prof. Dr. Winfried Veelken angeregt und betreut. Er hat mich mit seinem fachlichen und darüber hinaus auch menschlichen Engagement fortwährend unterstützt und so die Arbeit mitgeprägt. Ich bin ihm zu tiefem Dank verpflichtet.

Dank gebührt auch Herrn Prof. Dr. Klaus Viehweg für sein instruktives Zweitgutachten.

Von der thematischen Diskussion bis hin zur Korrektur der Arbeit waren mir meine Studienfreunde und Referendarkollegen Nicole Rollinger, Jörg Gundel, Dr. Helmut Satzger sowie Martin Schultheiß behilflich.

Die datentechnische Verarbeitung zur Drucklegung hat maßgeblich Alexander Tchernavski übernommen.

Schließlich möchte ich mich auch noch bei Prof. Dr. Karl Albrecht Schachtschneider sowie Prof. Dr. Wolfgang Blomeyer für die Aufnahme der Arbeit in die Schriftenreihe „Beiträge zum Europäischen Wirtschaftsrecht“ bedanken.

Die Arbeit spiegelt den Stand in Rechtsprechung und Literatur bis einschließlich April 1995 wider.

Nürnberg, im Oktober 1995

Andrés Martin-Ehlers

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	19
-------------------------	----

1. Kapitel

Grundlagen: Die Rechtsprechung des EuGH zu den Art. 30 ff. EGV

A. Art. 30 EGV: Maßnahmen mit kontingentgleicher Wirkung.....	23
I. Die „Dassonville“-Formel.....	23
II. Die „Keck“-Regel.....	24
III. Die „Cassis“-Systematik.....	25
B. Dogmatische Eingliederung der „Cassis“-Grundsätze	26
I. Die Modifikation der Normstruktur des Art. 30 EGV.....	26
II. Die Einführung des Verhältnismäßigkeitsprinzips.....	27
III. Die Anwendbarkeit der „Cassis“-Systematik.....	28
1. Keine abschließende gemeinschaftsrechtliche Regelung.....	28
2. Unterschiedslose Geltung der betreffenden nationalen Regelung.....	29
C. Die Bedeutung des „Cassis“-Urteils	30
I. Das Ursprungslandprinzip.....	30
II. Das Prinzip der gegenseitigen Anerkennung.....	33
1. Rechtsangleichung durch den Rat.....	33
2. Stellung der Kommission.....	34
3. Ersatzstrategie des EuGH.....	34
D. Unmittelbare Anwendbarkeit von Art. 30 EGV	35

*2. Kapitel***Das internationale Wettbewerbsrecht**

A. Strukturen des internationalen Wettbewerbsrechts.....	36
I. Kritik des Schrifttums an der Zuordnung des Wettbewerbsrechts zum Deliktsrecht.....	37
II. Ausgangspunkt der Rechtsprechung.....	37
1. Der Auslandswettbewerb deutscher Unternehmen.....	38
2. Die Werbung.....	39
a) Auseinanderfallen von Werbe- und Absatzmarkt.....	39
aa) Deutsche Werbung für einen Absatz im Ausland.....	39
bb) Ausländische Werbung für Absatz in der BRD.....	41
b) Die grenzüberschreitende Werbung.....	44
B. Ansatzpunkte für eine Überschneidung mit dem Gemeinschaftsrecht.....	44
I. Einschränkung der Kollisionsregeln des UWG?.....	45
II. Das Prinzip der „Quell-Verantwortung“.....	46
III. Stellungnahme.....	48

*3. Kapitel***Irreführungsverbote als Maßnahmen gleicher Wirkung i.S.v. Art. 30 EGV**

A. Vorschriften zur Ausgestaltung der Werbung.....	50
I. Bestandsaufnahme aktueller gemeinschaftsrechtlicher Werbe- regelungen.....	50
II. Nationale Beschränkungen der irreführenden Werbung und ihre Vereinbarkeit mit Art. 30 EGV.....	52
1. Der Begriff der „irreführenden Werbung“ in der RiL 84/450.....	52
2. Regelungsmodelle zur Bekämpfung der irreführenden Werbung.....	54
3. Die Anwendbarkeit des Art. 30 EGV auf mitgliedstaatliche Werberegulungen.....	55
4. Wandel in der Rechtsprechung des EuGH.....	57
5. Die mögliche Berufung auf „zwingende Erfordernisse“ bzw. Art. 36 EGV.....	58
6. Fälle aus der deutschen Rechtsprechung.....	61