

## LITERATUR

Axel Beater, Unlauterer Wettbewerb. München (C.H. Beck) 2002, 867 S., 72,- €.

I. Die Anzahl der Lehrbücher zum Recht des Unlauteren Wettbewerbs ist in Deutschland überraschenderweise recht überschaubar geblieben. Neben den Werken von *Emmerich*, *Nordemann* und *Rittner*<sup>1</sup> existieren auf dem deutschen Markt entweder nur knappe Werke, die sich als „Leitfaden“ verstehen<sup>2</sup>, oder gleich umfangreichere Kommentare<sup>3</sup> oder Handbücher<sup>4</sup>; die Ergänzung des Büchermarktes durch die Neuerscheinung eines Großlehrbuches in der Grünen Reihe des C.H.Beck-Verlages ist deshalb ausdrücklich zu begrüßen. Das gilt umso mehr, als zu befürchten war, dass die Zeit der Großlehrbücher vielleicht vorüber ist. Die Lücken, die beispielsweise *Larenz* mit seinen Schuldrechtslehrbüchern hinterlassen hat, sind bis heute nur im Ansatz geschlossen und nur wenige Großlehrbücher entpuppen sich als wahre Verkaufsschlager, die eine Neuauflage nach der anderen erleben.

Kommentare folgen in der Regel nur der schlichten numerischen Folge der Gesetznormen; auch eine Einleitung kann die erforderliche Systematisierung nur bedingt leisten. Das Großlehrbuch bezweckt dagegen schon von seiner Zielsetzung her üblicherweise eine Systematisierung jenseits der reinen Abfolge der einzelnen Paragraphen. Insofern ist es erfreulich, dass sich *Beater* der Komplexität und Schnelligkeit des Rechts zum Trotz der Herkulesaufgabe eines Großlehrbuches gestellt hat. Er konnte dabei auf zahlreiche eigene Vorarbeiten zurückgreifen.<sup>5</sup> Dem Anspruch eines Großlehrbuches gerecht werdend, setzt er sich laut seines Vorwortes drei Ziele: das deutsche Recht gegen den unlauteren Wettbewerb im Kontext ausländischer Rechtsordnungen und des europäischen Rechts darzustellen, interdisziplinäre Bezüge, vor allem zum Marketing herzustellen, sowie das materielle Recht jenseits der traditionellen Fallgruppen des § 1 UWG nach wettbewerbsfunktionalen Interessen neu zu strukturieren. Er gliedert das Buch in fünf Teile, wobei die ersten zwei Teile als Grundlagen den Bezügen zum europäischen Recht und der Systematik dienen. Den Schutzrichtungen als drittem Teil werden 300 Seiten gewidmet. Die letzten zwei Teile dienen den Sonderatbeständen, Ansprüchen und dem Kollisionsrecht.

1 *Emmerich*, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs, 6. Aufl. 2002; *Nordemann*, Wettbewerbs- und Markenrecht, 9. Aufl. 2003; *Rittner*, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 6. Aufl. 1999.

2 *Berlit*, Wettbewerbsrecht anhand ausgewählter Rechtsprechung, 4. Aufl. 2002; *Lehmle*, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs, 2000; *Lehr*, Wettbewerbsrecht, 2000; *Kling/Thomas*, Wettbewerbs- und Kartellrecht, 2004.

3 *Baumbach/Hefermehl*, UWG, 22. Aufl. 2001; *Jacobs/Lindacher/Teplitzky* (Hrsg.), GroßkommUWG, 1990 ff.; *Köhler/Piper*, UWG, Kommentar, 3. Aufl. 2002; *Ekey/Klippel/Kotthoff/Meckel*, Heidelberger Kommentar zum Wettbewerbsrecht, 2000.

4 *Gloy* (Hrsg.), Handbuch des Wettbewerbsrechts, 2. Aufl. 1997; *Teplitzky*, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche, 8. Aufl. 2001; *Pastor/Abrens*, Der Wettbewerbsprozeß, 4. Aufl. 1999; *Melullis*, Handbuch des Wettbewerbsprozesses, 3. Aufl. 2000; *Lambsdorff*, Handbuch des Wettbewerbsverfahrensrechts, 2000.

5 Monographisch *Beater*, Nachahmen im Wettbewerb, 1995 (hierzu *Sack*, ZHR 160 (1996), 492 ff.); *ders.*, Zivilrechtlicher Schutz vor der Presse, 1996; *ders.*, Verbraucherschutz und Schutzzweckdenken im Wettbewerbsrecht, 2000.

II. 1. *Beater* beginnt in seinem ersten Teil mit einer kurzen Übersicht über „inhaltliche Charakteristika“ des Unlauterkeitsrechts. Neben Ansprüchen des Wettbewerbers will das Unlauterkeitsrecht Kollektivinteressen, wie beispielsweise die des Verbrauchers vor Irreführung, schützen. Mit großer Sachkenntnis bezieht der Verfasser das Unlauterkeitsrecht anderer Mitgliedstaaten und der USA mit ein. Das ist wohlthuend, weil in einem zusammenwachsenden Europa Rechtsvergleichung und europäisches Recht nicht fehlen dürfen.<sup>6</sup> Während er dem europäischen Recht aber einen eigenen größeren Block widmet, wird die Rechtsvergleichung nur am jeweiligen Rechtsproblem aufgezeigt. Die rechtsvergleichende Gegenüberstellung der unterschiedlichen Sanktionen wird knapp ausgeführt: Während in Deutschland nahezu ausschließlich der Zivilrechtsweg beschritten wird, reagieren in den USA mit der *Federal Trade Commission*, in Großbritannien durch das *Office of Fair Trading* und in Schweden durch die *Allmänna reklamationsnämnden* auch Behörden und Institutionen der Werbeselbstkontrolle auf unlautere Praktiken. Nur undeutlich wird ausgeführt, inwieweit in anderen Staaten Teile des Unlauterkeitsrechts als Verbraucherschutzrecht verstanden und dann durch Behörden überwacht werden. Eine zumindest kurze Einführung<sup>7</sup> hätte noch stärker den Blick für die Unterschiede geschärft. Auch auf den Deutschen Werberat, der in Deutschland als Werbeselbstregulierungsinstitution agiert<sup>8</sup>, wird leider nicht weiter eingegangen (§ 1 Rdn. 34).

2. Durchaus gelungen sind die wettbewerbstheoretischen und ökonomischen Ausführungen. Gerade das tatsächliche Verbraucherverhalten nachvollziehen zu können, gehört zum unabdingbaren Vorverständnis, um die relevanten Eingriffsschwellen zu definieren. Der *homo oeconomicus*, also der Verbraucher, der ökonomisch sinnvolle Entscheidungen trifft, sollte angesichts der zunehmenden Überschuldung der Haushalte nicht immer als Entscheidungsmaßstab herangezogen werden.

III. Den mit Rechtsgrundlagen und Rechtsanwendung überschriebenen zweiten Teil gliedert *Beater* in Völkerrecht, Europäisches Gemeinschaftsrecht und Nationales Recht. Dabei geraten die 104 Seiten zum Europäischen Recht deutlich zu lang, dienen doch die Ausführungen zu den Angleichungsaktivitäten, den Vertragszielen oder den Nachbargebieten nur höchst mittelbar der tieferen Durchdringung des Unlauterkeitsrechts. Die Ausführungen zum europäischen Unlauterkeitsrecht sind dagegen durchaus weiterführend. So betont *Beater*, dass Art 2 Nr. 2 der Irreführungs-Richtlinie 84/450/EWG kein Wettbewerbsverhältnis des Werbenden zu einem anderen Unternehmen erfordere und damit auch unlautere Praktiken des Monopolisten schütze (§ 1 Rdn. 18; § 11 Rdn. 33 ff., § 13 Rdn. 8). Ein Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs müsse also nicht vorliegen. Zu recht kritisiert er die herrschende Ansicht, die den Wortlaut überdehnt. Er fragt allerdings nicht, wie sich ein solcher Umsetzungsmangel

6 Anders *Larenz/Canaris*, Lehrbuch des Schuldrechts, II/2, 13. Aufl. 1994, im Vorwort auf S. VI, der den Verzicht auf die Rechtsvergleichung mit dem ansonsten unüberschaubaren Umfang des Werkes begründet.

7 So beispielsweise bei *Emmerich*, Unlauterer Wettbewerb, 6. Aufl. 2001, § 1; *Köhler/Piper*, UWG, Kommentar, Einf E; *Ekey/Klippel/Kotthoff/Meckel*, Heidelberger Kommentar zum Wettbewerbsrecht, 2000, Kap. IV, S. 693 ff.; monographisch, wenn auch trotz Loseblattsammlung nicht immer auf dem neuesten Stand *Schricker (Hrsg.)*, Recht der Werbung in Europa, 1995 ff.

8 *Brandmair*, Die freiwillige Selbstkontrolle der Werbung, 1978; *Kisseler*, Die Werbeselbstkontrolle in Deutschland, in: FS Piper, 1996, S. 283 ff.

zu den Vorgaben des Europarechts verhält.<sup>9</sup> Auch kritisiert er, dass der EuGH den Verbraucherbegriff des Primärrechts recht unreflektiert auf das Sekundärrecht überträgt<sup>10</sup> und deshalb nur die Marktöffnungsfunktion, nicht aber Interessen von Verbrauchern und Mitbewerbern berücksichtigt (§ 8 Rdn. 40).

Die Ausführungen zur verfassungskonformen Auslegung des § 1 UWG geraten etwas schief. *Beater* erwähnt zwar die Drittwirkung der Grundrechte; die Schutzgebotsfunktion der Grundrechte<sup>11</sup> bleibt allerdings unerwähnt. Überdies werden die Benettonurteile<sup>12</sup> nur gestreift (§ 9 Rdn. 22). Die Rechtsprechung geht nun davon aus, dass eine Berufung auf die Fallgruppen des § 1 UWG nicht ausreiche, sondern im Einzelfall festgestellt werden müsse, dass eine „Gefährdung des an der Leistung orientierten Wettbewerbs“ bestehe. Mit dieser Anforderung hatte das BVerfG den Hinweis auf die Fallgruppen der anlehrenden Bezug nehmenden Werbung<sup>13</sup>, der gefühlsbetonten Werbung, des Warenartvergleichs<sup>14</sup> und der getarnten Werbung<sup>15</sup> für nicht ausreichend erachtet. Künftig werden alle Entscheidungen des BGH genau zu begründen haben, ob die Funktionsfähigkeit des Leistungswettbewerbs in Frage steht und diese der Meinungsfreiheit vorgeht. Nach diesen Urteilen wird man nunmehr ohne Zweifel von einer Rechtsprechungsänderung sprechen können, da der Begründungsaufwand in Rahmen von § 1 UWG zur Einschränkung der Meinungsfreiheit deutlich erhöht wurde.<sup>16</sup> Leider wird dieser gewichtige Rechtsprechungswandel, den das Bundesverfassungsgericht ausgelöst hat, auch im eigentlichen materiell-rechtlichen Teil nicht weiter gewürdigt (§ 25 Rdn. 26–37).<sup>17</sup>

9 Bekanntlich müssen Richtlinien eindeutig und klar umgesetzt werden; eine entsprechende Interpretation durch die nationalen Gerichte reicht nicht aus, s. EuGH, Urt. v. 10. 5. 2001, Rs. C-144/99, Kommission/Niederlande, Slg. 2001, I-3541 = NJW 2001, 2244 – zu Art. 4 AGB-RiLi 93/13/EWG; hierzu *Möllers*, JZ 2002, 121, 125. § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG des Regierungsentwurfs verzichtet auf dieses Tatbestandsmerkmal, so dass die Europakonformität jedenfalls künftig sichergestellt sein wird.

10 Zu Art. 6 Abs. 2 Kosmetika-RiLi 76/768/EWG s. EuGH, Urt. v. 2. 2. 1994, Rs. 315/92, Verband sozialer Wettbewerb/Clinique Laboratoires, Slg. 1994-I, 312 Rdn. 12 ff. = GRUR 1994, 303. Anders dagegen im Markenrecht zu Art. 7 Marken-RiLi 89/104/EWG s. EuGH, Urt. v. 11. 7. 1996, verb. Rs. C-427/93, C-429/93, C-436/93, Bristol/Myers Squibb, Slg. 1996, I-3457 = GRUR 1996, 1144, 1147 Rdn. 41.

11 BVerfG, Urt. v. 14. 2. 1973, BVerfGE 34, 269, 292 f. – Soraya; BVerfG, Urt. v. 25. 2. 1975, BVerfGE 39, 1, 41 – Abtreibung; *Isensee*, HdbStRV I, 1992, § 111 Rdn. 78, 128, 139; *Kunig* in v. Münch/Kunig, 4. Aufl., 1992, Art. 2 Rdn. 57; *Canaris*, AcP 184 (1984), 201, 213, 227; *J. Hager*, JZ 1994, 373, 378.

12 Dabei wären diese Urteile beispielhaft für die unterschiedlichen Standpunkte von BGH und BVerfG, s. BGH, Urt. v. 6. 7. 1995, GRUR 1995, 595 ff. – HIV Positive I; BVerfG, Urt. v. 12. 12. 2000, BVerfGE 102, 347 = NJW 2001, 591 = GRUR 2001, 170 – HIV Positive I; BGH, Urt. v. 6. 12. 2001, BGHZ 149, 247 = NJW 2002, 1200 = GRUR 2002, 360 – HIV Positive II; BVerfG, Urt. v. 11. 3. 2003, GRUR 2003, 442 = WM 2003, 1033 m. Anm. *Leisch*, WuB V B. § 1 UWG 1.03 – HIV Positive II.

13 BVerfG, Urt. v. 1. 8. 2001, NJW 2001, 3403, 3405 = GRUR 2001, 1058 – Therapeutische Äquivalenz.

14 BVerfG, Urt. v. 6. 2. 2002, NJW 2002, 1187, 1189 = GRUR 2002, 455 – Tier- und Artenschutz.

15 BVerfG, Urt. v. 7. 11. 2002, NJW 2003, 277 – Anwalts-Ranglisten.

16 S. *Kübler/Kübler*, Werbefreiheit nach „Benetton“, in: FS Ulmer, 2003, S. 907, 922 ff.

17 Auch wäre zu fragen gewesen, ob der Fallgruppe der Schockwerbung ein Anwendungsbereich verbleibt, s. BVerfG, Urt. v. 12. 12. 2000, BVerfGE 102, 347; 364; hierzu *Möllers*, WuB V B. § 1 UWG 3. 1.

IV. Der dritte Teil des Buches dient den einzelnen Tatbeständen des Unlauterkeitsrechts. Der mit „Schutzrichtungen“ titulierte Teil zielt auf eine Neustrukturierung der Fallgruppen nach den Schutzzwecken des Unlauterkeitsrechts. *Beater* kritisiert, dass die gängigen Fallgruppen, die sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts aufgrund rechtsge-schichtlicher Zufälligkeiten gebildet haben, Strukturen zementieren. Damit bestehe die Gefahr, materiell-rechtliche Kriterien und Wertungen zu verdecken (§ 10 Rdn. 28). Neu ist dabei nicht die Einteilung in den Schutz des Wettbewerbers, des Verbrauchers und der Allgemeinheit. Die Unterscheidung findet sich schon bei vielen anderen Au-toren.<sup>18</sup> Neu ist vielmehr die starke Zurückdrängung des Konkurrentenschutzdenkens dadurch, dass *Beater* den Verbraucherschutz als zentralen Schutzzweck des Unlauerkeitsrechts definiert.<sup>19</sup> Dabei stehen als wirtschaftliche Interessen des Verbrauchers der Schutz vor überhöhten Preisen durch Preisunterbietungen und Abwerben von Vertragspartnern im Vordergrund (§ 14). Der Schutz der Entscheidungsgrundlage wird durch die Fallgruppen der vergleichenden und irreführenden Werbung konkretisiert (§ 15). Dem Schutz des Entscheidungsprozesses wird durch Rechtsschutz bei Angstwerbung, psychologischem Kaufzwang, Belästigung etc. Rechnung getragen (§ 16). Sich auf eine solche Neubetonung des Verbraucherschutzes einzulassen, er-scheint auf den ersten Blick durchaus reizvoll: Zum einen können so bestimmte Fall-gruppen neu erklärt werden; so ist beispielsweise die grundsätzliche Zulässigkeit der vergleichenden Werbung mit dem Interesse des Verbrauchers an einem niedrigen Preis besser zu erklären als mit dem Schutz des Konkurrenten, der vor unzulässigen Ver-gleichen geschützt werden soll (§ 13 Rdn. 3). Zum anderen bezweckt der deutsche Ge-setzgeber durch die UWG-Novelle eine Stärkung des Verbraucherschutzes.<sup>20</sup> Schließ-lich gehen auch Vorschläge auf europäischer Ebene dahin, zum Schutz des Verbrau-chers bestimmte Geschäftspraktiken zu verbieten.<sup>21</sup>

Allerdings erscheint doch zweifelhaft, ob das UWG wirklich zum „Verbraucher-schutzgesetz“ umgedeutet werden kann. Historisch gesehen bezweckte das Unlauerkeitsrecht ausschließlich den Schutz der Konkurrenten. Gewichtiger ist der Umstand, dass bisher und auch durch die UWG-Novelle dem Verbraucher kein eigenes Klage-recht eingeräumt und vielmehr das Rücktrittsrecht des § 13 a UWG mangels prakti-

18 *Baumbach/Hefermehl*, UWG, Einl. Rdn. 41 ff., 76 ff.; *Köhler/Piper*, UWG, Kommentar, Einl. Rdn. 23 ff.; *Emmerich*, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs, 6. Aufl. 2002; *Nordemann*, Wettbewerbs- und Markenrecht, 9. Aufl. 2003. Rein alphabetisch dagegen die Fallgruppenbil-dung bei *Berlit*, Wettbewerbsrecht anhand ausgewählter Rechtsprechung, 4. Aufl. 2002.

19 Entsprechende Vorarbeiten finden sich bei *Beater*, JZ 1997, 916 ff.; *ders.*, Verbraucherschutz und Schutzzweckdenken im Wettbewerbsrecht, 2000.

20 RegE UWG v. 22. 8. 2003, BT-Drs. 15/1487.

21 Grünbuch zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union v. 2. 10. 2001, KOM (2001) 531 endg. = BR-Drs. 851/01; Folgemaßnahmen zum Grünbuch zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union v. 11. 6. 2002, KOM (2002) 289 endg.; Vorschlag für eine Richtlinie über unlautere Praktiken v. 18. 6. 2003, KOM (2003) 356 endg.; Vorschlag für eine Verordnung über Verkaufsförderung im Binnenmarkt v. 2. 10. 2001, KOM (2001) 546 endg. = BR-Drs. 853/01; geänd. KOM (2002) 585 endg.; geänd. V-15-5-2003 (9416/03). Folgemaßnahmen zum Grün-buch zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union v. 13. 6. 2002, KOM (2002) 289 endg. Hierzu *Köhler*, WRP 2003, 1019, 1029 ff.

scher Relevanz gestrichen wird.<sup>22</sup> Vor allem lassen sich viele Tatbestände nicht in Verbraucher- und Konkurrentenschutz trennen, sondern bezwecken oft beides.<sup>23</sup> Zudem gibt es Fälle, in denen die Einordnung in den Verbraucherschutz weniger überzeugt. Mit harschen Worten rügt *Beater* beispielsweise die Tchibo/Rolex-I-Entscheidung<sup>24</sup>, weil sie den Verkauf der preisniedrigen, sich an das Design einer Rolexuhr anlehnenen Uhren ausschließe und damit elementare Verbraucherinteressen ignoriere (§ 13 Rdn. 39). Dieser Fall scheint mir mit dem Konkurrentenschutz (Ausbeutung fremder Leistung) besser begründet werden zu können. Auch die Preisunterbietung zielt doch unmittelbar auf den Wettbewerber und nicht den Verbraucher.<sup>25</sup> Selbst wenn auf europäischer Ebene über die Kompetenz zur Regelung des Verbraucherschutzes bestimmte unlautere Praktiken verboten werden sollten, bedeutet dies nicht zwingend, den Anwendungsbereich des nationalen Unlauterkeitsrechts auszuweiten. In anderen Mitgliedstaaten, wie beispielsweise Frankreich und Großbritannien, wird das im Deliktsrecht verhaftete nationale Unlauterkeitsrecht nicht etwa durch das europäische Unlauterkeitsrecht ausgeweitet; vielmehr wurden die europäischen Vorschriften zur irreführenden Werbung als Verbraucherschutzrecht verstanden und vom eigentlichen Deliktsrecht separiert.<sup>26</sup>

V. Im vierten Teil werden Sondertatbestände, Querschnittsfragen und Abwehrhandlungen erörtert. Zu recht fordert *Beater* die Abschaffung der Sondertatbestände, wie beispielsweise das Verbot von Sonderveranstaltungen gem. § 7 Abs. 1 UWG (§ 26 Rdn. 41 ff.), das sich in der jetzigen Gesetzgebungsnovelle zum UWG auch nicht mehr findet. Überzeugend ist auch die Kritik an der Differenzierung zwischen wertbezogenen und wertneutralen Vorschriften (§ 27 Rdn. 13), die in § 4 Nr. 11 UWG-E nun auch nicht wieder aufgenommen wird.<sup>27</sup> Hilfreich ist zudem der § 28 zum Wettbewerbsrecht und Individualschutz, in dem *Beater* das Verhältnis des UWG zum Allgemeinen Vertrags- und Deliktsrecht erörtert. Das Verhältnis des Unlauterkeitsrechts zum Deliktsrecht bedarf weiterer Vertiefung: so wird beispielsweise zu prüfen sein, ob gegen den klaren Wortlaut von § 1 UWG-E, der den Schutz der Verbraucher und Verbraucherinnen (sic!) ausdrücklich nennt, der Schutzgesetzcharakter einzelner Vorschriften weiterhin zu verneinen ist<sup>28</sup>; der Gesetzgeber würde vielleicht gleich mit § 1 UWG einen den Verbraucher irreführenden Tatbestand schaffen. Auch das Verhältnis

22 Zu weiteren Forderungen, dem Verbraucher Ansprüche zu geben s. *Fezer*, WRP 2003, 265 ff.; dagegen *Köhler*, GRUR 2003, 267 ff.; in der Grundtendenz ebenfalls eher ablehnend *Alexander*, Vertrag und unlauterer Wettbewerb, 2002, S. 122 ff.

23 Folglich lehnt sich § 4 UWG-E auch an die Fallgruppen von Hefermehl an, s. *Baumbach/Hefermehl*, UWG § 1 UWG Rdn. 4 ff., 208 ff., 438 ff., 608 ff., 832 ff. Kritisch gegenüber den auf Verbraucherschutz beschränkten Vorschlägen der Kommission, z. B. *Köhler/Lettl*, WRP 2003, 1019, 1033, 1049 f. m. w. N. in Fn. 102; *Henning-Bodewig*, GRUR Int. 2002, 389, 396.

24 BGH, Urt. v. 8. 11. 1984, GRUR 1985, 876.

25 Folglich muss *Beater* dann auch nach unten verweisen (§ 14 Rdn. 11 auf § 24 Rdn. 29 ff.).

26 S. Control of Misleading Advertisements Regulations 1988 SI 1988/915 sowie Art. L 121-1 und L 213-1 Code de la consommation.

27 S. Begr. RegE UWG, BT-Drs. 15/1487, S. 19.

28 Der Gesetzgeber betont ausdrücklich den neuen § 1 UWG als „Schutzzweckbestimmung“, s. Begr. RegE UWG, BT-Drs. 15/1487, S. 1. Zum bisherigen Recht s. BGH, Urt. v. 14. 5. 1974, GRUR 1975, 150 f. – Prüfzeichen.

zum Vertragsrecht, insbesondere der Reichweite des § 434 Abs. 1 S. 3 BGB, wonach die Werbung die Beschaffenheit der Sache bestimmt, ist noch weitgehend ungeklärt.

Im Vergleich zu dem Umfang der Handbücher zum Wettbewerbsprozess<sup>29</sup> geraten die 50 Seiten, die *Beater* der Rechtsfolgenseite widmet, doch überraschend kurz. Zwar wird das Prozessrecht im Examen bei zivilrechtlichen Klausuren oft vernachlässigt; dies gilt aber nach meiner Erfahrung nicht für wettbewerbsrechtlichen Klausuren, die damit dem Umstand Rechnung tragen, dass gerade die prozessrechtlichen Fragen für die Praxis eine ganz erhebliche Bedeutung erlangen. So hätten die zahlreichen Einzelprobleme, die im Rahmen der Abmahnung und Vertragsstrafe bestehen, wie Angemessenheit, Umfang des Unterlassungsversprechens und Kerntheorie, Wegfall der Wiederholungsgefahr, Drittunterwerfung und Aufklärungspflicht oder zumindest einige Formulierungsvorschläge für ein konkretes Abmahnschreiben wegen ihrer großen Bedeutung für die Praxis<sup>30</sup> genannt werden sollen.<sup>31</sup>

VI. Erfreulich viele Fälle sind in das Buch eingestreut; sie werden ganz überwiegend auch kritisch kommentiert. Der Stil ist zuweilen pointiert bis hin zur Polemik<sup>32</sup>. Anders als in den Werken von *Karsten Schmidt* werden die Sachverhalte aber oft nicht dargestellt, sondern entweder stark verkürzt oder einfach vorausgesetzt; die Ausführungen sind dann nur für den Kenner nachvollziehbar. Auch ist die Systematisierung und Abstraktion vielleicht etwas übertrieben worden: *Beater* setzt den Ausführungen zum materiellen Recht oft einen „Allgemeinen Teil“ voraus, der sich regelmäßig erst nach der Lektüre des materiellen Teils erschließt. Dem wird dann zum Teil eine weitere Abstraktionsebene vorangestellt. So finden sich Ausführungen zu den Schutzzwecken im 3. Teil (§§ 13–25), im Abschnitt zum deutschen Recht (§ 10) und ganz am Anfang des Buches (§ 1). Vergleichbares gilt für die Ausführungen zum Europarecht, die im materiellen Teil (z. B. § 15.C.), in einem Block zum Europarecht (§§ 6–8) und nochmals vorangestellt (§ 5)<sup>33</sup>, erörtert werden. Diese Technik führt fast durchgängig zu Verweisungen nach unten, die den Lesefluss und Gedankengang doch stören. Die allgemeinen systematische Übersichten bleiben jetzt oft „blutarm“, weil sie stark verkürzen, Wichtiges weglassen und Vieles voraussetzen müssen. Zusammenfassungen am Ende der jeweiligen inhaltlichen Ausführungen wären für den Leser wohl gewinnbringender gewesen. Im Ergebnis geht diese Darstellungsweise auf Kosten der Übersichtlichkeit, die doch gerade bezweckt ist; die großen Linien werden so nur zum Teil sichtbar.<sup>34</sup>

29 S. oben Fn. 4.

30 Immerhin werden mehr als 90% aller Wettbewerbsstreitigkeiten in Deutschland auf diesem Wege erledigt, vgl. *Teplitzky*, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche, 8. Aufl. 2001, Kap. 41 Rdn. 3.

31 S. z. B. das aus der Praxis entstandene Lehrbuch von *Nordemann*, Wettbewerbs- und Markenrecht, Rdn. 3011 ff.; *Rittner*, Wettbewerbs- und Kartellrecht, Rdn. 1551–1580.

32 Zur Schaufenster-Entscheidung des BGH: „Das Urteil ist damit ein Paradebeispiel für Scheinbegründungen, die nichts erklären und das Offenlegen der relevanten Wertungen verhindern.“ (§ 12 Rdn. 61); zur Tchibo/Rolex-I-Entscheidung des BGH: „Die Entscheidung zementiert Mondpreise.“ (§ 13 Rdn. 39); zur Clinique-Entscheidung des EuGH: „Es kann methodisch juristisch nicht richtig sein, statt auf die Kraft von Argumenten auf methodische Taschenspielertricks zu vertrauen.“

33 Die Fälle in § 5 Rdn. 40 sind nur für den Kenner der Rechtsmaterie nachvollziehbar.

34 Vorbildlich für das Kartellrecht, wenn auch leider ohne Neuauflagen *Möschel*, Recht der Wettbewerbsbeschränkung, 1983.

Ein Verzeichnis der Entscheidungen sowie der Normen und Materialien<sup>35</sup> runden das Werk neben dem Stichwortverzeichnis ab. Das Buch von *Beater* ist ein gewichtiges Werk. Die These, das UWG zu einem Verbraucherschutzgesetzbuch zu definieren, ist mutig; es wird sich weisen, ob sie trägt. – Dem Werk von *Beater* ist eine baldige Neuauflage zu wünschen.

Augsburg

Professor Dr. Thomas M. J. Möllers

Claudia Decker, *Handelskonflikte der USA mit der EU seit 1985: Eine Studie des Reziprozitätsprinzips in der U.S.-Außenhandelspolitik*. Berlin (Duncker & Humblot), 2002, 277 S., 74,- €.

Es gilt, eine Berliner Dissertation zur jüngeren Wirtschaftsgeschichte vorzustellen, die für den interdisziplinär interessierten Juristen wertvolles Hintergrundmaterial liefert, das die Entwicklung des internationalen Wirtschaftsrechts in den vergangenen Jahrzehnten zwar nicht in ein gänzlich neues Licht stellt, aber doch manch ungewöhnlichen Zusammenhang aufdeckt und so die eine oder andere unerwartete Einsicht ermöglicht. *Decker* befasst sich mit einer empirisch auf die einzelnen Konfliktfälle ausgerichteten Untersuchung der Handelskonflikte der USA mit der EU, wobei es das Ziel der (handlichen, angenehm zu lesenden) Studie ist, zu überprüfen, ob und inwieweit sich der in den siebziger und insbesondere in den achtziger Jahren vollzogene Wertewandel der amerikanischen Handelspolitik von der unspezifischen zur strikten Reziprozität (mithin von einem mehr multilateralen, auf unbedingte Meistbegünstigung ausgerichteten hin zu einem eher bilateralen, auf bedingte Meistbegünstigung und konkret handelsbilanzorientierte Zugeständnisse von Drittländern gezielten außenhandelspolitischen Programm) in den bilateralen Handelskonflikten der Vereinigten Staaten mit der EU widerspiegelt. Der Wirtschaftsjurist horcht gespannt auf, geht es doch neben der Analyse der Außenhandelspolitik der Vereinigten Staaten und der Auswirkungen der Handelsgesetze von 1974 und 1988 (*Omnibus Trade and Competitiveness Act* mit den notorisch berüchtigten Sec. 301, *Super 301*<sup>4</sup> und *Special 301*<sup>4</sup>-Verfahren) insbesondere um eine genaue und beispiellos umfassende (die Autorin hat sämtliche Handelskonflikte in der Zeit von 1985 bis 1999 untersucht [!]) Bestandsaufnahme der EU-US-Handelskonflikte, die wertvolle Aufschlüsse, insbesondere über das Funktionieren und die Effektivität des WTO-Streitschlichtungsmechanismus verspricht. Zudem ist es die erklärte Absicht von *Decker*, anhand der umfassenden Untersuchung der Konfliktfälle und ihrer jeweiligen Lösung im Einzelfall festzustellen, ob die Kritik an der (vorgeblich) aggressiven Handelspolitik der Vereinigten Staaten, wie sie sich in Handelsinstrumenten nach Art des *Special 301*-Verfahrens (zumindest institutionell) manifestiert, berechtigt ist. Was könnte gerade zum jetzigen Zeitpunkt, da das zwar nicht beispiellose (man denke an die letzte GATT [Uruguay]-Runde), aber doch beispiellos geräuschvolle Scheitern der GATT/WTO-Ministerkonferenz in Can-

35 Die Finanzfernabsatz-RiLi 2002/65/EG und die Datenschutz-RiLi 2002/58/EG konnten nicht mehr berücksichtigt werden.