

Rolf H. Weber
Stephanie Volz

FACHHANDBUCH

Wettbewerbsrecht

EXPERTENWISSEN FÜR DIE PRAXIS

2., erweiterte Auflage

Schulthess § 2023

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Allgemeines Literaturverzeichnis	XXIX
Materialienverzeichnis	XXXI
Abkürzungsverzeichnis	XXXIII
Kapitel 1: Einleitung	1
I. Zweck und Ausgestaltung des Wettbewerbsrechts	3
A. Wettbewerb: Begriff, Funktionen und Leitbilder	3
1. Begriff des Wettbewerbs	3
2. Funktionen des Wettbewerbs	4
3. Wettbewerbspolitische Leitbilder	5
B. Verfassungsrechtliche Ordnung des Wettbewerbsrechts	6
C. Geschichtliche Entwicklung des Wettbewerbsrechts	6
1. Ursprünge	6
2. Paradigmenwechsel und heutige Gesetze	7
3. Ausblick	8
D. Ausgestaltung des Wettbewerbsrechts in der Schweiz	8
1. Natur von KG und UWG	8
2. Ziel und Grundtatbestände des Kartellgesetzes	9
a) Schutz des quantitativen Wettbewerbs	9
b) Grundtatbestände des Kartellgesetzes	9
3. Ziel und Grundtatbestände des UWG	10
a) Schutz des qualitativen Wettbewerbs?	10
b) Grundtatbestände des UWG	10
II. Geltungs- und Anwendungsbereich des Kartellgesetzes	11
A. Persönlicher Geltungsbereich	11
1. Begriff des Unternehmens	11
2. Konzerne	13
3. Besonderheiten des Arbeits- und Konsumentenmarktes	14
4. Vereine, Vereinigungen und Verbände	14
5. Handelsvertreter/Agenturvertrag	15
B. Sachlicher Geltungsbereich	15
C. Örtlicher Geltungsbereich	17
D. Zeitlicher Geltungsbereich	18
E. Zusammenfassung	18
F. Verhältnis zu anderen Rechtsvorschriften	19
1. Vorbehalt von wettbewerbsausschliessenden Vorschriften	19
a) Begründung für Wettbewerbsausschluss	19
aa) Einleitung	19
bb) Mögliche Vorschriften i.S.v. Art. 3 Abs. 1 KG	20
cc) Folgen des Wettbewerbsausschlusses	20

b)	Staatliche Markt- und Preisordnung	21
c)	Unternehmen mit besonderen Rechten	23
2.	Vorbehalt zugunsten von Immaterialgüterrechten	24
a)	Wettbewerbsrechtliche Problematik	24
b)	Anwendungsprinzipien	25
c)	Parallelimporte im Besonderen	26
d)	Lizenzverträge	29
3.	Verhältnis des Kartellgesetzes zu anderen Bundesgesetzen	30
a)	Kartellgesetz und Preisüberwachungsgesetz	30
b)	Kartellgesetz und Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb	32
c)	Kartellgesetz und Binnenmarktgesetz	32
d)	Kartellgesetz und öffentliches Beschaffungswesen	33
e)	Kartellgesetz und ZGB/OR	33
III.	Geltungs- und Anwendungsbereich des UWG	34
A.	Sachlicher Geltungsbereich	34
B.	Persönlicher Anwendungsbereich	36
C.	Örtlicher Anwendungsbereich	37
D.	Verhältnis zu anderen Rechtsvorschriften	37
1.	Abgrenzung zu den Immaterialgüterrechten	37
2.	Abgrenzung zum Persönlichkeitsschutz	38
3.	Weitere Abgrenzungen	39
Kapitel 2: Materielle Ordnung im Kartellrecht		41
I.	Definitionen und Schlüsselbegriffe	46
A.	Ökonomische Grundlagen	46
1.	Wettbewerb und wirksamer Wettbewerb	46
2.	Marktstrukturen	47
3.	Beschränkungen des Wettbewerbs	47
a)	Wettbewerbsbeschränkungen durch Abreden	47
aa)	Horizontale Abreden	47
bb)	Vertikale Abreden	48
b)	Wettbewerbsbeschränkungen durch Marktmacht	49
c)	Wettbewerbsbeschränkungen durch Unternehmenszusammenschlüsse	50
aa)	Horizontale Zusammenschlüsse	50
bb)	Vertikale Zusammenschlüsse	51
cc)	Konglomerale Zusammenschlüsse	51
B.	Abgrenzung des relevanten Marktes	52
1.	Sachlich relevanter Markt	52
a)	Umschreibung	52
b)	Methoden zur Bestimmung des sachlichen Marktes	54
c)	Besonderheiten der Marktabgrenzung	56
aa)	Zwei- oder mehrseitige Märkte	56
bb)	Systemmärkte	57
2.	Räumlich relevanter Markt	57
3.	Zeitlich relevanter Markt	59

II.	Wettbewerbsabreden	60
A.	Gesetzliches System	60
B.	Begriff der Abrede	61
	1. Bewusstes und gewolltes Zusammenwirken	62
	a) Vereinbarungen	62
	aa) Rechtlich erzwingbare Abreden	62
	bb) Rechtlich nicht erzwingbare Abreden	63
	b) Aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen	63
	aa) Abstimmung	64
	bb) Marktverhalten	65
	cc) Kausalzusammenhang	66
	2. Abrede zwischen mindestens zwei Unternehmen gleicher oder verschiedener Marktstufen	66
	a) Mindestens zwei Unternehmen	66
	b) Abgrenzung von horizontalen und vertikalen Abreden	67
	c) Weitere Abgrenzungen	68
	aa) Abreden im Bündel	68
	bb) Dual Distribution	68
	cc) Hub-and-Spoke	69
	3. Bezwecken oder Bewirken einer Wettbewerbsbeschränkung	70
	a) Wettbewerbsbeschränkung	70
	b) Bezwecken oder Bewirken	70
	4. Spezielle Formen von Abreden	72
	a) Informationsaustausch	72
	b) Empfehlungen	74
	c) Nebenabreden («Ancillary Restraints»)	79
	d) ARGE und BIEGE	79
	e) Gesamtabrede	80
	f) Einseitige Massnahmen und passives Verhalten	82
C.	Unerhebliche Beschränkungen	82
	1. Bagatellwirkung	82
	2. Bagatellfälle aus rechtlicher Sicht	83
D.	Wettbewerbsbeseitigung	84
	1. Konzept der wettbewerbsbeseitigenden Abreden	84
	2. Horizontale Abreden	85
	a) Preisabreden	86
	aa) Direkte Preisabreden	87
	bb) Indirekte Preisabreden	88
	cc) Horizontale Preisempfehlungen	89
	dd) Preisabreden in Verbänden	90
	ee) Kasuistik zu den Preisabreden	91
	b) Mengenabreden	93
	aa) Begriff	93
	bb) Besondere Formen von Mengenabreden	93
	aaa) Spezialisierungsvereinbarungen	93
	bbb) Strukturkrisenkartelle	94
	cc) Kasuistik zu den Mengenabreden	94
	c) Gebietsabreden	94
	aa) Abreden über Gebietszuweisungen	95

	bb) Abreden über Geschäftspartner	95
	cc) Kasuistik zu den Gebietsabreden	96
3.	Vertikale Abreden	96
	a) Einleitung	96
	b) Preisbindungen zweiter Hand	97
	aa) Wiederverkaufspreis	97
	bb) Mindest- und Festpreis	98
	cc) Vertikale Preisempfehlung	98
	dd) Indirekte vertikale Preisfestsetzung	99
	ee) Kasuistik zu den Preisbindungen zweiter Hand	99
	c) Absoluter Gebietsschutz in Vertriebsverträgen	100
	aa) Erfasste Vertriebsverträge	100
	bb) Zuweisung von Gebieten	101
	cc) Verkaufsverbot durch gebietsfremde Partner	102
	dd) Kasuistik zum absoluten Gebietsschutz	104
	d) Sonderfall: Selektive Vertriebssysteme	105
4.	Folgen der Vermutung	105
E.	Widerlegung der Vermutung bei Wettbewerbsbeseitigung	105
	1. Einleitung	105
	2. Keine Widerlegung bei Marktabschottung	106
	3. Horizontale Abreden	106
	a) Relevanter Markt	106
	b) Aussenwettbewerb	107
	c) Innenwettbewerb	109
	4. Vertikale Abreden	110
	a) Relevanter Markt	110
	b) Intra-brand-Wettbewerb	111
	c) Inter-brand-Wettbewerb	112
	5. Folgen der Widerlegung der Vermutung	112
F.	Erhebliche Wettbewerbsbeschränkung	113
	1. Einleitung	113
	2. Bestimmung des relevanten Marktes	113
	3. Erheblichkeit	114
	a) Qualitative Kriterien	114
	b) Quantitative Kriterien	115
	c) Gesamtbetrachtung	116
	4. Horizontale Absprachen	116
	a) Qualitative Kriterien bei horizontalen Absprachen	116
	b) Quantitative Kriterien bei horizontalen Abreden	117
	5. Vertikale Abreden	117
	a) Qualitative Kriterien bei vertikalen Abreden	117
	b) Quantitative Kriterien bei vertikalen Abreden	119
	c) Gesonderte Betrachtung bestimmter vertikaler Abreden	120
	aa) Selektiver Vertrieb	120
	bb) Wettbewerbsverbote	123
G.	Rechtfertigung bei sich erheblich auswirkenden Wettbewerbsabreden	125
	1. Allgemeine Voraussetzungen	125
	a) Notwendigkeit	125
	b) Fehlende Möglichkeit zur Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs	126

2.	Mögliche Rechtfertigungsgründe	126
a)	Senkung der Herstellungs- und Vertriebskosten	126
aa)	Allgemeines	126
bb)	Kooperationsformen zur Rationalisierung	127
cc)	Rechtfertigungsgründe der Vertikalbekanntmachung	128
b)	Verbesserung der Produkte und Produktionsverfahren	129
aa)	Allgemeines	129
bb)	Investitionsschutz	130
cc)	Trittbrettfahrerproblem	130
dd)	Problem der doppelten Marginalisierung	133
ee)	Kasuistik zum Rechtfertigungsgrund der Verbesserung der Produkte oder der Produktionsverfahren	133
c)	Förderung der Forschung oder der Verbreitung von technischem oder beruflichem Wissen	134
d)	Rationellere Nutzung von Ressourcen	135
3.	Besondere Rechtfertigungsgründe bei vertikalen Abreden	136
4.	Konkretisierung von Rechtfertigungsgründen durch Bekanntmachungen und Richtlinien	137
a)	Von Art. 6 KG erfasste Kooperationsformen	137
aa)	Allgemeines	137
bb)	Abreden über die Zusammenarbeit in der Forschung und Entwicklung	138
cc)	Abreden über die Spezialisierung und Rationalisierung einschliesslich diesbezüglicher Abreden über Kalkulationshilfen	139
aaa)	Abreden über die Rationalisierung	139
bbb)	Abreden über die Spezialisierung	140
ccc)	Abreden über die Verwendung von Kalkulationshilfen	141
dd)	Abreden über den ausschliesslichen Bezug oder Absatz bestimmter Waren oder Dienstleistungen	141
ee)	Lizenzvereinbarungen	141
ff)	Abreden über die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von KMU	142
gg)	Branchenspezifische Kooperationsformen	142
b)	Überblick über die Bekanntmachungen	143
aa)	Allgemeines	143
bb)	Homologation und Sponsoring	144
cc)	Kalkulationshilfen	145
dd)	Vertikalbekanntmachung	146
ee)	Kfz-Bekanntmachung	147
ff)	KMU-Bekanntmachung	147
H.	Ausnahmsweise Zulassung	149
1.	Bestimmung von Art. 8 KG	149
2.	Formelle Voraussetzungen	149
a)	Entscheid	149
b)	Unzulässigkeitsentscheid in einem verwaltungsrechtlichen oder zivilrechtlichen Verfahren	149
c)	Gesuch und Verfahren	150
3.	Materielle Voraussetzungen	150
a)	Prüfungsbefugnis des Bundesrates	150

b)	Überwiegende öffentliche Interessen	150
c)	Notwendigkeit	151
4.	Rechtsfolgen	151
III.	Unzulässige Verhaltensweisen marktbeherrschender und relativ marktmächtiger Unternehmen	152
A.	Gesetzliches System	152
1.	Einleitung	152
2.	Voraussetzungen	152
B.	Marktmacht	153
1.	Allgemeines	153
2.	Stufen der Marktmacht	154
3.	Vorliegen einer marktbeherrschenden Stellung	155
a)	Allgemeines	155
b)	Relevanter Markt	155
c)	Beurteilungskriterien	156
aa)	Aktueller Wettbewerb	157
aaa)	Marktanteile	157
bbb)	Weitere Elemente des aktuellen Wettbewerbs	158
bb)	Potenzieller Wettbewerb	158
aaa)	Typologie von Marktzutritts- und Marktaustrittsschranken	158
bbb)	Wichtige Marktzutrittsschranken	159
ccc)	Voraussetzungen für das Vorhandensein potenziellen Wettbewerbs	161
cc)	Stellung der Marktgegenseite	161
dd)	Weitere Beurteilungskriterien	162
ee)	Zusammenfassung	163
4.	Relative Marktmacht	163
a)	Begriff und Merkmale	163
b)	Fallgruppen von relativer Marktmacht	165
5.	Kollektive Marktbeherrschung	166
a)	Begriff	166
b)	Strukturmerkmale des Marktes	167
c)	Paralleles Verhalten	169
C.	Generalklausel, Art. 7 Abs. 1 KG	170
1.	Allgemeines	170
a)	Behinderungs- und Ausbeutungsmisbrauch	171
b)	Konkretisierung von Art. 7 Abs. 1 KG durch Art. 7 Abs. 2 KG	172
2.	Fallgruppen der Generalklausel	172
a)	Einleitung	172
b)	Behinderung im Zusammenhang mit neuen Produkten	172
c)	Marktstrukturmissbrauch	173
d)	Weitere Fälle	174
3.	Sachliche Gründe («Legitimate Business Reasons»)	175
a)	Allgemeines	175
b)	Systematik der Rechtfertigungsgründe	175
c)	Verhältnismässigkeitsprinzip	176
d)	Rechtfertigungsgründe in der Praxis	176

D.	Missbräuchliche Verhaltensweisen, Art. 7 Abs. 2 KG	177
1.	Verweigerung von Geschäftsbeziehungen und Essential Facility Doctrine, Art. 7 Abs. 2 lit. a KG	178
	a) Allgemeines	178
	b) Erfasste Verhaltensweisen	179
	aa) Verweigerung von Geschäftsbeziehungen	180
	bb) Einschränkung oder Abbruch bestehender Geschäfts- beziehungen	181
	c) Objektive Notwendigkeit	182
	d) Eignung zur Wettbewerbsbehinderung	183
	e) Sachliche Rechtfertigung	184
	f) Besondere Formen von Geschäftsverweigerungen	185
	aa) Essential Facility Doctrine	185
	bb) Schnittstelleninformationen	188
	cc) Immaterialgüterrechtslizenzen	188
	g) Kasuistik	191
2.	Diskriminierung von Handelspartnern, Art. 7 Abs. 2 lit. b KG	191
	a) Allgemeines	191
	b) Ungleichbehandlung	192
	aa) Preisdiskriminierung	193
	bb) Ungleichheit der Geschäftsbedingungen	194
	c) Betroffenheit eines Handelspartners	195
	d) Wettbewerbsbehinderung oder Benachteiligung	195
	e) Sachliche Rechtfertigungsgründe	195
	f) Besondere Formen von Diskriminierung	196
	aa) Quersubventionierung	196
	bb) Preis-Kosten-Schere	197
	cc) Rabatte	197
	g) Kasuistik	197
3.	Erzwingung unangemessener Preise oder Geschäftsbedingungen, Art. 7 Abs. 2 lit. c KG	199
	a) Allgemeines	199
	b) Abgrenzungen	200
	aa) Verhältnis zum Preisüberwacher	200
	bb) Verhältnis zum UWG	200
	c) Vorliegen von «Zwang»	201
	d) Preise oder Geschäftsbedingungen	202
	e) Beurteilung der Unangemessenheit	202
	aa) Unangemessenheit des Preises im Besonderen	203
	bb) Unangemessenheit von Geschäftsbedingungen	205
	f) Nicht: Wettbewerbsbehinderung	206
	g) Sachliche Rechtfertigungsgründe	206
	h) Immaterialgüterrechte und Parallelimporte patentierter Produkte	207
	i) Kasuistik	207
4.	Gezielte Unterbietung von Preisen und sonstigen Geschäftsbedingungen, Art. 7 Abs. 2 lit. d KG	208
	a) Allgemeines	208
	b) Abgrenzung zum UWG	209
	c) Preise oder Geschäftsbedingungen	209
	d) Behinderungselement: Gegen einen Wettbewerber gerichtet	210

e)	Unterbietung von Preisen oder Geschäftsbedingungen	210
f)	Möglichkeit der Preisanhebung (<i>Recoupment</i>)	211
g)	Sachliche Rechtfertigung	211
h)	Kasuistik	212
5.	Einschränkung der Erzeugung, des Absatzes oder der technischen Entwicklung, Art. 7 Abs. 2 lit. e KG	213
a)	Allgemeines	213
b)	Erfasste Verhaltensweisen	214
c)	Begriff der Einschränkung	214
d)	Einschränkung der Erzeugung	215
e)	Einschränkung des Absatzes	215
f)	Einschränkung der technischen Entwicklung	217
g)	Wettbewerbsbehinderung oder -benachteiligung	218
h)	Sachliche Rechtfertigung	219
i)	Kasuistik	219
6.	Koppelungsgeschäfte, Art. 7 Abs. 2 lit. f KG	220
a)	Allgemeines	220
b)	Getrennte Güter	221
c)	Koppelung	222
d)	Wettbewerbsbeschränkung	223
e)	Sachliche Rechtfertigung	224
f)	Kasuistik	225
7.	Einschränkungen des Bezugs im Ausland, Art. 7 Abs. 2 lit. g KG	226
a)	Allgemeines	226
b)	Tatbestand	226
c)	Sachliche Rechtfertigung	227
8.	Besondere Formen missbräuchlichen Verhaltens	228
a)	Preis-Kosten-Schere	228
b)	Rabatte	229
c)	Englische Klausel (<i>English Clause</i>)	231
d)	Abgrenzung und Kombination	232
E.	Ausnahmsweise Zulassung, Art. 8 KG	235
IV.	Unternehmenszusammenschlüsse	237
A.	Gesetzliches System	237
B.	Begriff des Unternehmenszusammenschlusses	238
1.	Einleitung	238
2.	Fusion	238
a)	Allgemeines	238
b)	Gesellschaftsrechtliche Fusionen	238
c)	Wirtschaftliche Fusionen	239
3.	Kontrollerwerb	240
a)	Allgemeines	240
b)	Begriff	241
c)	Mittel	242
aa)	Beteiligungserwerb	242
bb)	Erwerb eines Unternehmensteils	243
cc)	Vertragliche Kontrollübernahme	244
dd)	Kombination von Mehr- und Minderheitsbeteiligungen	245
ee)	Öffentliches Übernahmeangebot	246

4.	Gemeinschaftsunternehmen	247
a)	Allgemeines	247
b)	Gemeinsame Kontrolle	247
c)	Vollfunktions(gemeinschafts)unternehmen	248
aa)	Eigene Marktpräsenz bzw. Marktauftritt	249
bb)	Selbstständige wirtschaftliche Einheit	249
cc)	Eigene Ressourcen	250
dd)	Auf Dauer angelegt	250
ee)	Einfließen der Geschäftstätigkeit bei Neugründung	251
d)	Sonderfall: Auflösung eines Gemeinschaftsunternehmens	253
e)	Doppelkontrolle bei Gemeinschaftsunternehmen	254
5.	Ausgenommene Transaktionen	254
a)	Kooperative Gemeinschaftsunternehmen	254
b)	Bankenklausel	255
c)	Luxemburgische Klausel	255
d)	Fehlender Bezug zur Schweiz	256
e)	Mehrstufige Zusammenschlussvorhaben	256
6.	Änderung der Qualität der Kontrolle	257
C.	Allgemeine Aufgreifkriterien	258
1.	Quantitatives Aufgreifkriterium	258
2.	Umsatzberechnungen	260
a)	Berechnungsgrundlagen	260
b)	Beteiligte Unternehmen	261
D.	Aufgreifkriterien für bestimmte Branchen	262
1.	Allgemeines	262
2.	Banken und Versicherungen	262
E.	Marktbeherrschung als qualitatives Aufgreifkriterium	263
1.	Einleitung	263
2.	Feststellung der Marktbeherrschung	264
3.	Betroffener Markt	266
F.	Meldung	268
1.	Meldepflichtige Unternehmen	268
2.	Zeitpunkt der Meldung	269
a)	Zeitpunkt der Einreichung	269
b)	Vorzeitiger Vollzug	271
c)	Kontrollerwerb in mehreren Schritten	273
d)	Unbedenklichkeitserklärung (Comfort Letter)	274
3.	Inhalt der Meldung	275
a)	Anforderungen und Inhalt	275
b)	Erleichterte Meldung	277
4.	Sonderprobleme	278
a)	Gun Jumping	278
aa)	Verstoss gegen das Vollzugsverbot	278
bb)	Unzulässiger Informationsaustausch	280
b)	Nebenabreden (Ancillary Restraints)	282
G.	Beurteilung des Zusammenschlusses	285
1.	Einleitung	285
2.	Ablauf des Prüfungsverfahrens	285

H.	Materielle Prüfung anhand der Eingreifkriterien	286
1.	Einleitung	286
2.	Marktbeherrschende Stellung	286
a)	Relevanter Markt und Betroffenheit des Marktes	286
b)	Marktbeherrschung	288
c)	Beurteilungskriterien	289
d)	Kollektive Marktbeherrschung und Oligopol	292
e)	Besonderheiten bei nicht horizontalen Zusammenschlüssen	293
3.	Möglichkeit der Beseitigung des wirksamen Wettbewerbs	293
4.	Kausalzusammenhang und Failing Company Defense	294
a)	Notwendigkeit eines Kausalzusammenhangs	294
b)	Failing Company Defense (Sanierungsfusion)	294
5.	Keine Verbesserung der Marktverhältnisse auf einem anderen Markt	297
6.	Stellung der Unternehmen im internationalen Wettbewerb	298
7.	Besonderheiten bei Banken und Versicherungen	299
I.	Folgen der Prüfung	299
J.	Auflagen und Bedingungen	300
1.	Einleitung	300
2.	Abgrenzung von Auflagen und Bedingungen	301
3.	Möglichkeiten der Gestaltung von Auflagen und Bedingungen	302
4.	Sonderfall: Überprüfung der Einhaltung von Auflagen	304
K.	Ausnahmsweise Zulassung	306
1.	Einleitung	306
2.	Gründe	307
3.	Verfahren	307
Kapitel 3: Materielle Ordnung im Lauterkeitsrecht		309
I.	Grundlagen	312
A.	Schutzobjekte des UWG	312
B.	Schlüsselbegriffe und Definitionen	313
1.	Durchschnittlicher Adressat	313
2.	Werbung	314
II.	Generalklausel	315
A.	Tatbestand	315
1.	Verhalten oder Geschäftsgebahren	315
2.	Verstoss gegen Treu und Glauben	316
3.	Beeinflussung des Verhältnisses zwischen Mitbewerbern oder zwischen Anbietern und Abnehmern	316
B.	Fallgruppen	317
1.	Einleitung	317
2.	Unlautere Beeinflussung von Kunden bzw. Abnehmern	317
a)	Einleitung	317
b)	Täuschende und irreführende Werbemassnahmen	318
c)	Aggressive und belästigende Werbung	319
d)	Unsachliche Werbung	319
e)	Laienwerbung	320
f)	Ausnützen des Spieltriebes	320

3.	Behinderung des Wettbewerbs bzw. von Wettbewerbern	320
a)	Werbebehinderung	321
b)	Bezugsbehinderung	321
c)	Parallelanmeldung von Immaterialgüterrechten oder Domainnamen	322
d)	Unberechtigte Abmahnungen oder Betreibungen	322
4.	Ausbeutung insb. Rufausbeutung	323
a)	Nachahmung	323
b)	Rufausbeutung	324
5.	Vorsprung durch Rechtsbruch	326
C.	Verhältnis zu den Sondertatbeständen	327
1.	Einleitung	327
2.	Rechtsprechung	327
3.	Lehre	327
4.	Abschliessende vs. offene Tatbestände	328
III.	Grundtatbestände des UWG	328
A.	Herabsetzung, Art. 3 Abs. 1 lit. a UWG	328
1.	Einleitung	328
2.	Tatbestand	329
a)	Äusserung	329
b)	Herabsetzung	330
c)	Qualifizierte Herabsetzung	331
aa)	Unrichtigkeit	331
bb)	Irreführung	331
cc)	Unnötig herabsetzende Äusserung	332
3.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	333
4.	Relevanz und Kasuistik	333
B.	Irreführung, Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG	334
1.	Einleitung	334
2.	Tatbestand	335
a)	Angabe	335
b)	Irreführung oder Unrichtigkeit	335
c)	Gegenstand der unrichtigen oder irreführenden Angabe	336
aa)	Angaben über sich	336
bb)	Firma und Geschäftsbezeichnung	336
cc)	Waren, Werke und Leistungen	337
dd)	Preise	337
ee)	Vorrätige Menge	338
ff)	Art der Verkaufsveranstaltung	338
gg)	Geschäftsverhältnisse	339
3.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	339
4.	Relevanz und Kasuistik	340
C.	Unzutreffende Titelführung, Art. 3 Abs. 1 lit. c UWG	340
1.	Einleitung	340
2.	Tatbestand	341
3.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	341
4.	Relevanz und Kasuistik	342
D.	Herbeiführung einer Verwechslungsgefahr, Art. 3 Abs. 1 lit. d UWG	342
1.	Einleitung	342

2.	Tatbestand	343
a)	Kennzeichen	343
b)	Kennzeichenkraft	344
aa)	Originäre Kennzeichenkraft	345
bb)	Verkehrsdurchsetzung	345
c)	Gebrauchspriorität	346
d)	Verwechslungsgefahr	346
3.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	348
4.	Relevanz und Kasuistik	349
E.	Vergleichende Werbung, Art. 3 Abs. 1 lit. e UWG	350
1.	Zweck der Bestimmung	350
2.	Tatbestand	351
a)	Vergleich	351
b)	Unlauterkeit: Unrichtige, irreführende, unnötig herabsetzende oder anlehrende Weise	351
aa)	Unrichtig	351
bb)	Irreführend	352
cc)	Unnötig herabsetzend	352
dd)	Unnötig anlehrend	353
ee)	Alleinstellungswerbung oder Superlativwerbung im Besonderen	354
c)	Begünstigung eines Dritten	354
3.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	355
4.	Relevanz und Kasuistik	355
F.	Weitere Formen unlauterer Werbe- und Verkaufsmethoden	356
1.	Aggressive Verkaufsmethoden, Art. 3 Abs. 1 lit. h UWG	356
a)	Einleitung	356
b)	Verkaufsmethode	356
c)	Besondere Aggressivität	357
d)	Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit	357
e)	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	358
f)	Relevanz und Kasuistik	358
2.	Verschleierung, Art. 3 Abs. 1 lit. i UWG	359
a)	Einleitung	359
b)	Täuschung durch Verschleierung	359
c)	Gegenstand der Verschleierung: Beschaffenheit, Menge, Verwendungszweck, Nutzen oder Gefährlichkeit von Waren, Werken oder Leistungen	360
d)	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	361
e)	Relevanz und Kasuistik	361
3.	Lockvogelangebote, Art. 3 Abs. 1 lit. f UWG	361
a)	Einleitung	361
b)	Tatbestand	362
c)	Abgrenzungen und Praxis	363
4.	Zugabe, Art. 3 Abs. 1 lit. g UWG	363
a)	Einleitung	363
b)	Tatbestand	363
c)	Abgrenzungen und Praxis	364
5.	Verzeichnisschwindel, Art. 3 Abs. 1 lit. p UWG	364
a)	Vorbemerkungen	364
b)	Tatbestand	365

aa)	Werbung oder Angebot zur Eintragung in Verzeichnisse etc.	365
bb)	Ungenügende Information des Kunden	365
c)	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	366
d)	Praktische Relevanz und Kasuistik	366
6.	Versand von Rechnungen für Verzeichniseinträge ohne entsprechenden Auftrag, Art. 3 Abs. 1 lit. q UWG	367
a)	Vorbemerkungen	367
b)	Tatbestand	367
c)	Weiteres	368
IV.	Konsumentenschutzrechtliche Vorschriften	368
A.	Unlauteres Handeln im Zusammenhang mit Konsumkrediten, Art. 3 Abs. 1 lit. k, l, m, n UWG	368
1.	Einleitung	368
2.	Gemeinsame Tatbestandsmerkmale	369
a)	Konsumkredit	369
b)	Öffentliche Auskündigung	369
3.	Informationspflichten, Art. 3 Abs. 1 lit. k UWG	369
4.	Informationspflichten, Art. 3 Abs. 1 lit. l UWG	370
5.	Vorgaben für Vertragsformulare, Art. 3 Abs. 1 lit. m UWG	370
6.	Warnklausel, Art. 3 Abs. 1 lit. n UWG	371
B.	Unlauteres Verhalten im elektronischen Geschäftsverkehr	371
1.	Unlautere Massenwerbung, Art. 3 Abs. 1 lit. o UWG	371
a)	Vorbemerkungen	371
b)	Tatbestand	372
aa)	Massenwerbung	372
bb)	Senden oder Sendung veranlassen	372
cc)	Nichteinhalten der Voraussetzungen für Massenwerbung	372
aaa)	Einwilligung (Opt-In)	373
bbb)	Korrekte Angaben über den Absender	373
ccc)	Hinweis auf kostenlose und problemlose Ablehnungsmöglichkeit	373
c)	Ergänzende Bestimmungen und Abgrenzungen	373
d)	Relevanz und Kasuistik	374
2.	Unlauterer Elektronischer Geschäftsverkehr, Art. 3 Abs. 1 lit. s und Abs. 2 UWG	374
a)	Einleitung	374
b)	Tatbestand	375
aa)	Elektronischer Geschäftsverkehr	375
bb)	Angebot von Waren und Dienstleistungen	375
cc)	Mangelhafte Information (Transparenzregel)	375
3.	Verbot des Geoblocking, Art. 3a UWG	376
a)	Einleitung	376
b)	Fernhandel	377
c)	Kunden in der Schweiz	377
d)	Diskriminierung	377
e)	Fehlende Rechtfertigung	378
f)	Rechtsfolgen und Konkurrenzen	378
g)	Relevanz und Praxis	378

C.	Unlautere Wettbewerbe und Gewinnspiele, Art. 3 Abs. 1 lit. t UWG	379
	1. Einleitung	379
	2. Tatbestand	379
	3. Weitere Bemerkungen	380
D.	Unlautere Verhaltensweisen im Zusammenhang mit Werbeanrufen, Art. 3 Abs. 1 lit. u–w UWG	380
	1. Einleitung	380
	2. Nichtbeachtung des Vermerks im Telefonverzeichnis, Art. 3 Abs. 1 lit. u UWG	381
	a) Tatbestand	381
	b) Rechtsfolgen und Abgrenzungen	382
	c) Relevanz und Kasuistik	382
	3. Werbeanrufe mit unterdrückter Rufnummer, Art. 3 Abs. 1 lit. v UWG	382
	a) Tatbestand	382
	b) Weitere Bemerkungen	383
	4. Nutzung von widerrechtlich erlangter Information, Art. 3 Abs. 1 lit. w UWG	383
	a) Tatbestand	383
	b) Weitere Bemerkungen	383
E.	Schneeballsysteme, Art. 3 Abs. 1 lit. r UWG	384
	1. Vorbemerkungen	384
	2. Tatbestand	384
	3. Weitere Bemerkungen	385
F.	Verwendung missbräuchlicher Geschäftsbedingungen, Art. 8 UWG	385
	1. Einleitung	385
	2. Allgemeine Geschäftsbedingungen im Vertragsrecht	386
	3. Tatbestand von Art. 8 UWG	386
	a) Allgemeine Geschäftsbedingungen	386
	b) Verwendung	387
	c) Zum Nachteil von Konsumenten	387
	d) Verstoss gegen Treu und Glauben	387
	e) Missbräuchlichkeit: Erhebliches Missverhältnis zwischen vertraglichen Rechten und Pflichten	388
	4. Rechtsfolgen und Abgrenzungen	389
	5. Relevanz und Kasuistik	389
V.	Schutz von Geschäftsgeheimnissen	390
A.	Einleitung	390
B.	Verletzung von Fabrikations- und Geschäftsgeheimnissen, Art. 6 UWG	391
	1. Fabrikations- und Geschäftsgeheimnis	391
	2. Auskundschaften oder sonst unrechtmässiges Erfahren	392
	3. Verwerten oder Mitteilen an andere	393
	4. Rechtsfolgen und Abgrenzungen	393
	5. Relevanz und Kasuistik	394
C.	Verleitung zum Verrat von Fabrikations- oder Geschäftsgeheimnissen, Art. 4 lit. c UWG	394
	1. Geheimhaltungspflicht im Rahmen eines Drittvertrages	394
	2. Fabrikations- und Geschäftsgeheimnis	395
	3. Verleitungshandlung	395

4.	Sondereigenschaft des Verleiteten: Arbeitnehmer, Beauftragter oder Hilfsperson	395
5.	Verrat oder Auskundschaften	395
6.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	396
7.	Relevanz und Kasuistik	396
VI.	Weitere Spezialtatbestände	396
A.	Verleitung zum Vertragsbruch, Art. 4 UWG	396
1.	Einleitung	396
2.	Verleitung zum Vertragsbruch, Art. 4 lit. a UWG	397
a)	Wirksamer Drittvertrag	397
b)	Vertrag mit einem Abnehmer	397
c)	Vertragsbruch	398
d)	Verleiten	398
e)	Subjektive Komponente: Absicht, selbst einen Vertrag abzuschließen, und Wissen um Vertragspflicht	398
f)	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	399
g)	Relevanz und Kasuistik	399
3.	Veranlassung zum Widerruf eines Konsumkreditvertrages, Art. 4 lit. d UWG	399
a)	Vorbemerkungen	399
b)	Tatbestand	400
c)	Weitere Bemerkungen	400
B.	Privatbestechung, Art. 4a UWG	400
1.	Einleitung	400
2.	Bestechender: Jedermann	401
3.	Bestochener: Arbeitnehmer, Gesellschafter, Beauftragte oder andere Hilfspersonen eines Dritten	402
4.	Im privaten Sektor	403
5.	Zusammenhang mit der dienstlichen oder geschäftlichen Tätigkeit	403
6.	Pflichtwidrige oder im Ermessen stehende Handlung oder Unterlassung	404
7.	Tathandlung aktive Bestechung (lit. a): Anbieten, versprechen oder gewähren	404
8.	Tathandlung passive Bestechung (lit. b): Fordern, sich versprechen lassen oder annehmen	404
9.	Nicht gebührender Vorteil für sich oder zugunsten eines Dritten	405
10.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	405
11.	Praktische Bedeutung und Kasuistik	406
C.	Verwertung einer fremden Leistung, Art. 5 UWG	406
1.	Einleitung	406
2.	Verwertung anvertrauter Arbeitsergebnisse, Art. 5 lit. a UWG	407
a)	Arbeitsergebnis	407
b)	Anvertrautsein	407
c)	Unbefugte Verwertung	408
3.	Verwertung unbefugt überlassener oder zugänglich gemachter Arbeitsergebnisse, Art. 5 lit. b UWG	408
a)	Überlassung oder Zugänglichmachen durch einen Dritten	408
b)	Unbefugte Überlassung	409
c)	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	409
d)	Relevanz und Kasuistik von Art. 5 lit. a und b UWG	409

4.	Übernahme einer fremden Leistung, Art. 5 lit. c UWG	410
a)	Einleitung	410
b)	Marktreifes Arbeitsergebnis	410
c)	Unmittelbare Übernahme als solche	411
d)	Unmittelbare Verwertung	411
e)	Technisches Reproduktionsverfahren	411
f)	Ohne angemessenen eigenen Aufwand	412
g)	Zeitliche Begrenzung?	412
h)	Rechtsfolgen und Abgrenzung	413
i)	Relevanz und Kasuistik	413
D.	Nichteinhaltung von Arbeitsbedingungen, Art. 7 UWG	413
1.	Einleitung	413
2.	Tatbestand	414
3.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	415
4.	Praktische Bedeutung und Kasuistik	415
E.	Verwendung von Preisbindungsklauseln gegenüber Beherbergungsbetrieben, Art. 8a UWG	415
1.	Einleitung	415
2.	Betreiber einer Online-Plattform	416
3.	Gegenüber Beherbergungsbetrieben	416
4.	Verwendung in allgemeinen Geschäftsbedingungen	416
5.	Preisbindungsklauseln	417
6.	Rechtsfolgen und Abgrenzungen	417
7.	Relevanz und Kasuistik	417
Kapitel 4: Verfahrensrecht		419
I.	Vorbemerkungen	423
A.	Verfahren im KG	423
B.	Verfahren im UWG	424
II.	Zivilrechtliches Verfahren im KG	424
A.	Einleitung	424
B.	Anwendungsbereich	425
C.	Anspruchsberechtigung und Anspruchsgegner	425
1.	Aktivlegitimation	425
2.	Passivlegitimation	426
3.	Beweislast	426
D.	Einzelne Ansprüche	427
1.	Negatorische Ansprüche	427
a)	Beseitigung	427
b)	Unterlassung	427
c)	Feststellung	428
d)	Urteilspublikation	429
2.	Reparatorische Ansprüche	429
a)	Schadenersatz und Genugtuung	429
aa)	Allgemeines	429
bb)	Schadenersatz	429
cc)	Genugtuung	431
b)	Gewinnherausgabe	431

E.	Rechtsfolgen	432
	1. Allgemeines	432
	2. Nichtigkeit oder Anfechtbarkeit	433
	a) Verträge mit unzulässigen Wettbewerbsabreden	433
	b) Folgeverträge	433
	c) Kartellrechtswidrige Verträge mit marktbeherrschenden oder relativ marktmächtigen Unternehmen	434
	3. Kontrahierungspflicht	434
F.	Zuständigkeit und Verfahren	435
	1. Zuständigkeit und anwendbares Recht	435
	a) International	435
	b) National	436
	2. Vorsorgliche Massnahmen	436
	a) Zuständigkeit und Verfahren	436
	b) Voraussetzungen	437
	3. Vorlage an die Wettbewerbskommission	438
	4. KG und Schiedsgerichtsbarkeit	439
	a) Zulässigkeit	439
	b) Anwendbares Recht	440
III.	Zivilrechtliches Verfahren im UWG	440
A.	Einleitung	440
B.	Anwendungsbereich	440
C.	Anspruchsberechtigung und Anspruchsgegner	441
	1. Aktivlegitimation, Art. 9 f. UWG	441
	a) Allgemeines	441
	b) Kunden	442
	c) Berufs- und Wirtschaftsverbände	442
	d) Konsumentenschutzorganisationen	442
	e) Bund	443
	f) Einwand der «Unclean Hands»	444
	2. Passivlegitimation	445
	a) Allgemeine Passivlegitimation	445
	b) Geschäftsherrenhaftung, Art. 11 UWG	446
D.	Einzelne Ansprüche	447
	1. Einleitung	447
	2. Negatorische Ansprüche	447
	a) Unterlassung	447
	b) Beseitigung	448
	c) Feststellung	448
	d) Mitteilung oder Veröffentlichung einer Berichtigung/des Urteils, Art. 9 Abs. 2 UWG	449
	3. Reparatorische Ansprüche	450
	a) Schadenersatz	450
	b) Genugtuung	451
	c) Gewinnherausgabe, Art. 9 Abs. 3 UWG	451
	4. Information der Öffentlichkeit durch den Bundesrat, Art. 10 Abs. 4 UWG	452

E.	Rechtsfolgen	453
	1. Einleitung	453
	2. Nichtigkeit oder Anfechtbarkeit	453
F.	Verfahren und Zuständigkeit	454
	1. Beweislast und Beweislastumkehr, Art. 13a UWG	454
	2. Anwendbares Recht	455
	a) Allgemeines	455
	b) Zwingende Anwendung des UWG bei Klagen des Bundes	455
	3. Internationale Zuständigkeit	455
	4. Nationale Zuständigkeit	456
	5. Vorsorgliche Massnahmen	456
	a) Allgemeines	456
	b) Superprovisorische Massnahmen und Schutzschrift	456
	6. UWG und Schiedsgerichte	457
G.	Aussergerichtliche Streitbeilegung im UWG	457
	1. Schweizerische Lauterkeitskommission (SLK)	457
	2. Abmahnungen	458
	3. Vergleiche	459
IV.	Verwaltungsrechtliches Verfahren im KG	459
A.	Wettbewerbsbehörden	459
	1. Schweizerische Wettbewerbsbehörden	459
	a) Wettbewerbskommission	459
	b) Sekretariat	461
	c) Zusammenarbeit von WEKO und Sekretariat	461
	2. Zusammenarbeit mit ausländischen Wettbewerbsbehörden	462
	a) Zusammenarbeit mit der EU	462
	b) Datenbekanntgabe an ausländische Behörden	463
B.	Verfahren und Rechtsschutz	463
	1. Anwendbarkeit des VwVG	463
	2. Verfahrensbeteiligte	464
	a) Verfahrensbeteiligte und Parteistellung	464
	b) Betroffene Dritte	465
	c) Berufs- und Wirtschaftsverbände und Konsumentenorganisationen	465
	d) Verfahrensbeteiligung im Rahmen von Unternehmens-	
	zusammenschlüssen	466
	3. Verfahrensgrundsätze	467
	a) Allgemeines	467
	b) Untersuchungsgrundsatz	468
	c) Untersuchungshandlungen	471
	d) Anspruch auf rechtliches Gehör	471
	e) Amts- und Geschäftsgeheimnisse	473
	f) Sanktionen nach Art. 49a KG	475
	g) Vorsorgliche Massnahmen im Besonderen	475
	4. Ergänzende Untersuchungsmassnahmen nach KG	477
	a) Zeugeneinvernahme und Beweisaussage	477
	b) Hausdurchsuchung und Beschlagnahme	478
	aa) Allgemeines	478
	bb) Rechte und Pflichten betroffener Unternehmen	482

5.	Rechtsschutz	486
6.	Gang der Untersuchung bei wettbewerbswidrigen Absprachen und missbräuchlichen Verhaltensweisen	487
	a) Vorabklärung, Art. 26 KG	487
	b) Untersuchung, Art. 27 KG	489
7.	Abschluss der Untersuchung im Rahmen von Abreden und missbräuchlichen Verhaltensweisen	491
	a) Einvernehmliche Regelung, Art. 29 KG	491
	b) Entscheid, Art. 30 KG	493
	c) Widerruf des Entscheides	494
8.	Gang der Untersuchung bei Unternehmenszusammenschlüssen	495
	a) Meldung, Art. 9 KG	495
	b) Vorprüfung, Art. 32 KG	495
	c) Hauptprüfung, Art. 33 KG	497
	d) Widerruf und Revision	499
	e) Amtliches Verfahren bei Verletzung der Meldepflicht	499
9.	Sonderverfahren: Ausnahmeweise Zulassung und Ausnahmegenehmigung	500
C.	Direkte Sanktionen, Art. 49a KG	501
	1. Einleitung	501
	2. Sanktionierbare Verhaltensweisen	502
	3. Sanktionen für Verhaltensweisen nach Art. 5 Abs. 1 KG und Art. 7 Abs. 1 KG	502
	4. Frage nach dem Verschulden und der Vorwerfbarkeit	504
	5. Zurechenbarkeit von Kartellrechtsverstößen	505
	6. Höhe der Busse	507
	7. Verjährung von Bussen	515
D.	Bonusregelung, Art. 49a Abs. 2 KG	516
	1. Allgemeines	516
	2. Materielle Voraussetzungen des Sanktionserlasses	517
	3. Formelles Verfahren	519
	4. Reihenfolge der Selbstanzeigen	521
	5. Entscheid über den Sanktionserlass und Änderung	522
	6. Teilweiser Sanktionserlass	523
E.	Meldung und Widerspruchsverfahren, Art. 49a Abs. 3 KG	526
	1. Meldeverfahren	527
	2. Widerspruchsverfahren	528
F.	Compliance	529
	1. Begriff	529
	2. Compliance-Programme	529
	a) Compliance-Programme in Unternehmen	529
	b) Phasen der Compliance im Kartellrecht	530
	3. Zusammenhang von Sanktion und Compliance	531
	a) Compliance-Programm als Schuldausschlussgrund	531
	b) Compliance als Sanktionsmilderungsgrund	531
	c) Kriterien aus der Praxis der WEKO	531
G.	Weitere Sanktionen	532
	1. Verstöße gegen eine einvernehmliche Regelung und behördliche Anordnungen, Art. 50 KG	533

2.	Verstöße im Zusammenhang mit Unternehmenszusammenschlüssen, Art. 51 KG	535
a)	Tatbestand von Art. 51 KG	535
b)	Sanktionshöhe	536
3.	Andere Verstöße, Art. 52 KG	537
H.	Gebühren	538
V.	Verwaltungsrechtliches Verfahren im UWG	539
A.	Einleitung	539
B.	Preisbekanntgabebestimmungen	539
1.	Pflicht zur Preisbekanntgabe, Art. 16, 16a UWG	539
a)	Anwendungsbereich	539
b)	Preisbekanntgabe	540
2.	Preisbekanntgabe in der Werbung, Art. 17 UWG	540
3.	Irreführende Preisbekanntgabe, Art. 18 UWG	541
C.	Verfahrensrechtliche Vorschriften	541
1.	Allgemeine Vorschriften	541
2.	Auskunftspflicht, Art. 19 UWG	541
3.	Vollzug, Art. 20 UWG	541
D.	Zusammenarbeit mit ausländischen Behörden	542
VI.	Strafrechtliches Verfahren im KG	543
A.	Verfahrensrecht und Rechtsmittel	543
B.	Tatbestände	543
1.	Widerhandlungen gegen einvernehmliche Regelungen und behördliche Anordnungen, Art. 54 KG	543
2.	Andere Widerhandlungen, Art. 55 KG	544
C.	Zuständigkeit und Verjährung	545
VII.	Strafrechtliches Verfahren im UWG	546
A.	Verfahrensrecht und Rechtsmittel	546
B.	Tatbestände	546
1.	Verstoß gegen den lautereren Wettbewerb, Art. 23 UWG	546
a)	Tatbestand	546
b)	Täter und Teilnahme	547
c)	Strafantrag	547
2.	Verstoß gegen Preisbekanntgabevorschriften, Art. 24 UWG	547
a)	Tatbestand	547
b)	Weitere Bemerkungen	548
C.	Zuständigkeit und Verjährung	548
	Stichwortverzeichnis	549