

## **Joro Hertwig: Wettbewerbs-Lexikon**

Joro Hertwig

# Wettbewerbs-Lexikon



---

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

ISBN 978-3-663-12507-5      ISBN 978-3-663-12892-2 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-663-12892-2

Verlags-Nr. 737

---

Copyright by Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 1963

Ursprünglich erschienen bei Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1963.

## Vorwort

Der Wettbewerb ist Teil unseres Systems der freien Wirtschaft, die den Bedürfnissen und der Wohlfahrt der Verbraucher bisher am besten Rechnung zu tragen vermochte. Solange es Wettbewerb gibt, wird es aber auch nicht an Versuchen fehlen, sich mit unlauteren Mitteln einen größeren Vorsprung zu verschaffen, als es der eigenen Leistung entspricht. Je härter der Konkurrenzkampf wird, desto mehr werden sich die Verstöße gegen den lautereren Wettbewerb mehren.

Der Gesetzgeber erkannte bereits Anfang des 20. Jahrhunderts, daß es unmöglich ist, ein Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ausschließlich auf Einzelfälle abzustellen. Er sah daher die noch heute gültige Generalklausel des § 1 UWG vor, nach der jeder, der „im geschäftlichen Verkehre zu Zwecken des Wettbewerbes Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen, auf Unterlassung und Schadensersatz in Anspruch genommen werden kann“.

So elastisch und zeitlos diese Formel auch ist, so hat sie andererseits dazu geführt, daß die Quellen des Wettbewerbsrechts zum großen Teil in der Rechtsprechung der letzten Jahrzehnte liegen, wenn es bei der Beurteilung von Wettbewerbsverstößen schließlich auch stets auf das Anstandsgefühl des verständigen und anständigen Gewerbetreibenden ankommt. Ausgehend von typischen Wettbewerbsverstößen, wird im „Wettbewerbs-Lexikon“ dargestellt, wie sich Rechtsprechung und Verwaltungspraxis — auf der Grundlage der bestehenden Gesetze und Verordnungen — dazu eingestellt haben. Die alphabetische Gliederung ermöglicht einen schnellen Überblick; im übrigen sind die wichtigsten Gesetze und Verordnungen im Anhang wiedergegeben. Gesetzestext und Kommentierung lassen unschwer die Grenzen des lautereren Wettbewerbs erkennen, die im Interesse aller nicht überschritten werden sollten; denn es hat sich bisher noch stets gezeigt, daß unlautere Werbung nur kurzfristig Vorteile verschafft; wird sie nicht sofort unterbunden, beginnt sich eine Spirale ohne Ende zu drehen, die letztlich zu Verlusten führt und Energien fehlliehet.

*Joro Hertwig*