

# Lexikon des Wettbewerbsrechts

von  
Prof. Dr. Peter Krebs, Prof. Dr. Maximilian Becker

1. Auflage



Verlag C.H. Beck München 2015

Verlag C.H. Beck im Internet:  
[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 66461 8

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

# beck-shop.de

139

15%, und zwar durch eines der beteiligten Unternehmen, angenommen.

**Hover Ad** (engl. für schwebende Anzeigen) steht für eine spezifische Art der Internetwerbung, bei der verhindert werden soll, dass Programme, die das Öffnen von sogenannten Pop-up-Fenstern unterbinden sollen, ihrer Aufgabe nachkommen können. Im Ergebnis entfällt damit die Blockadefunktion solcher Abwehrprogramme, was eine Darstellung der → Werbung ermöglicht. Hover Ads unterscheiden sich von anderen Formen der Internetwerbung dadurch, dass die Werbung die eigentlich aufgerufene Webseite verdeckt und deren Inhalt nur zum Teil sichtbar ist.

**Hub & Spoke.** Der Begriff Hub & Spoke (engl. für Nabe & Speiche) steht für eine Vorgehensweise, die die Abstimmung von Preisen und anderen Wettbewerbsparametern im Dreiecksverhältnis zwischen Lieferanten und Groß-/Einzelhändlern bezweckt oder bewirkt. Es liegt keine direkte Abstimmung im Horizontalverhältnis vor, vielmehr erfolgt die Kommunikation zwischen den Handelsunternehmen mittelbar über Lieferanten. Charakteristisch für ein Hub & Spoke sind insbesondere die Offenlegung von Konditionen bzw. Verträgen zwischen Lieferant und Händler gegenüber anderen Händlern, die Ver-

## Hydrasystem

einbarung von Meistbegünstigungsklauseln, die Übermittlung preisbezogener Informationen zwischen einem Lieferanten und einem Händler an einen anderen Händler auf dessen Verlangen hin sowie die Abstimmung des Sortiments, der Verkaufsstrategie oder der Werbung. Auch die Kommunikation über beobachtete Ladenverkaufspreise (→LVP) konkurrierender Händler und Meldepflichten für Änderungen der LVP sind häufig Bestandteil bzw. sogar die Basis für ein Hub & Spoke. Insbesondere ein durch einen Hersteller bzw. Lieferanten koordiniertes Vertriebssystem ist eine ideale Grundlage für einen Hub & Spoke. Ein Hub & Spoke stellt eine abgestimmte Verhaltensweise im Sinne des Art. 101 Abs. 1 AEUV bzw. § 1 GWB dar und ist demnach – vorbehaltlich einer Freistellung – grundsätzlich unzulässig. Schwierigkeiten betreffen allerdings die Nachweisbarkeit, da der unabhängige Abschluss vertikaler Vereinbarungen grundsätzlich zulässig ist. Siehe hierzu auch die Handreichung des → Bundeskartellamtes zur vorläufigen Bewertung von Verhaltensweisen in Verhandlungen zwischen Herstellern von Markenartikeln, Großhändlern und Einzelhandelsunternehmen zum Zwecke der Konkretisierung der Kooperationspflichten (WuW 2010, S. 786–791).

**Hydrasystem** → Schneeballsysteme

## I

**ICC** → Internationale Handelskammer

**ICF** → International Competition Law Forum (ICF)

**ICN** → International Competition Network

### **Identifizierende Marktinformationssysteme.**

Identifizierende → Marktinformationssysteme sind Verfahren, die Rückschlüsse auf Einzelheiten individueller Geschäftsabschlüsse oder das Marktverhalten einzelner → Unternehmen ermöglichen. Solche Systeme fallen unter das Kartellverbot (Art. 101 AEUV, § 1 GWB). Die Identifikation der Teilnehmer am Marktinformationsverfahren kann auch dann die Möglichkeiten von → Wettbewerb verringern, wenn die Informationen nicht die Preise, sondern die Gesamtheit der relevanten anderen Absatzdaten zum Gegenstand haben (→ EuG Slg. 1994, 957 Rn. 66 – Deere/Kommission).

**Identische Nachahmung.** Die identische Nachahmung bezeichnet die unmittelbare Übernahme des fremden Leistungsergebnisses. Nach ständiger Rechtsprechung kann die Übernahme (→ Nachahmung) einer Gestaltungsform, die nicht oder nicht mehr unter Sonderrechtsschutz steht, wettbewerbswidrig im Sinne von § 4 Nr. 9 → UWG sein, wenn das Erzeugnis von → wettbewerblicher Eigenart ist und besondere Umstände hinzutreten, die die Nachahmung als unlauter erscheinen lassen (BGH GRUR 1985, 876, 877 – Tchibo Rolex I). Dabei besteht zwischen dem Grad der wettbewerblichen Eigenart, der Art und Weise und der Intensität der Übernahme sowie den besonderen wettbewerblichen Umständen eine Wechselwirkung. Je größer die → wettbewerbliche Eigenart und je höher der Grad der Übernahme ist, desto geringer sind die Anforderungen an die besonderen Umstände, die die Wettbewerbswidrigkeit begründen (BGH GRUR 1999, 1106, 1108 – Rollstuhlnachbau). In der heutigen gesetzlichen Regelung des § 4 Nr. 9 UWG wird das identische Nachahmen nicht ausdrücklich angesprochen. Nach Auffassung des BGH stellt die Filmaufzeichnung im Rahmen von (Amateur-)Fußballspielen sowie die Veröffentlichung einzelner Szenen auf einem werbefinanzierten Internetportal keine unlautere Nachahmung im Sinne des § 4 Nr. 9 UWG dar. Der BGH sieht in der Filmaufzeichnung vielmehr eine lediglich daran anknüpfende eigenständige Leistung, die nicht von § 4 Nr. 9 UWG erfasst wird und versagt daher eventuell bestehenden unmittelbaren Leistungsschutz über § 3 UWG (BGH GRUR 2011, 436, 437 – Hartplatzhelden.de). Bei fehlender Einschlägigkeit einer der Fallgruppen des § 4 UWG kommt eine → Unlauterkeit gemäß § 3 UWG in Betracht.

**IfD/Allensbach.** Das Institut für Demoskopie Allensbach (IfD/Allensbach) wurde 1947 mit Sitz in Allensbach am Bodensee gegründet. Es handelt sich

um ein mittleres Meinungsforschungsinstitut, dessen Verkehrsumfragen von der Rechtsprechung insbesondere zur Bestimmung der Irreführungsquoten im Rahmen der Spürbarkeitsschwelle des § 3 Abs. 1 UWG sowie zur Bestimmung der Verkehrsauffassung im Bereich des Markenrechtes herangezogen werden.

**IHK.** Die Industrie- und Handelskammern (IHK) sind durch Gesetz eingerichtete Institutionen zur Vertretung der Interessen der → Unternehmen aus den Bereichen Industrie, Handel und Verkehr. Die Dachorganisation der 81 deutschen IHKs ist der → Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK). Für Gewerbetreibende besteht eine Pflichtmitgliedschaft. Auf dem Gebiet des → Wettbewerbsrechts sind die IHK beratend und begutachtend tätig. Besondere Bedeutung hat die Gutachter- und Auskunftstätigkeit für die Feststellung von Handelsbräuchen sowie für das Bestehen einer → Verkehrsgeltung. Die IHK können auf Grund ihrer durch das Gesetz vom 25. Juli 1986 (BGBl. I 1169) ausdrücklich anerkannten Anspruchsberechtigung bei Wettbewerbsverstößen den Anspruch auf Unterlassung und Beseitigung geltend machen (§ 8 Abs. 3 Nr. 4 → UWG). Darüber hinaus fungieren die IHK auf dem Gebiet des Wettbewerbsrechts als Träger der → Einigungsstellen zur Beilegung von Wettbewerbsstreitigkeiten (§ 15 UWG).

**Image-Transfer.** Der Image-Transfer ist maßgeblicher Gesichtspunkt für die Ausnutzung der → Wertschätzung in § 6 Abs. 2 Nr. 4 → UWG, § 127 Abs. 4 Nr. 2 MarkenG, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG sowie § 15 Abs. 3 MarkenG und damit für eine Unzulässigkeit.

**Imagewerbung** wirbt häufig ohne konkrete Bezugnahme auf bestimmte Erzeugnisse allgemein für das Ansehen und die Leistungsvielfalt eines → Unternehmens. Auch die Imagewerbung, die das Waren- oder Leistungsangebot nicht direkt anspricht, aber geeignet ist, den Namen des werbenden Unternehmens im Verkehr positiv bekannt zu machen oder dessen → Verkehrsbekanntheit zu steigern, ist ein marktgerichtetes Handeln im geschäftlichen Verkehr, das dem Begriff der → geschäftlichen Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 → UWG entspricht (BGH GRUR 1995, 595, 596 – Kinderarbeit). Ihre Lauterkeit ist im Einzelfall zu prüfen, aber wettbewerbliche Maßnahmen, die der Verbreitung der Bekanntheit eines Unternehmens und damit der Pflege seines Images gelten, sind lauterkeitsrechtlich regelmäßig zulässig, da sie wegen des Fehlens eines konkreten Produktbezugs im Allgemeinen nicht geeignet sind, den → Verbraucher unangemessen zu beeinflussen und die Rationalität seiner Entscheidung zu beeinflussen. Unlauter kann eine Aufmerksamkeitswerbung dann sein,

wenn die →Werbung sich ihrem Inhalt nach als menschenverachtend darstellt (§ 4 Nr. 1 UWG) oder wenn sonst im Rahmen der konkreten Gestaltung des Einzelfalls das Unlauterkeitsurteil gerechtfertigt ist (BGH GRUR 1997, 761, 765 – Politikerschelte; BGH GRUR 2003, 540, 541 – Stellenanzeige). Als weitere Fallgruppen kommen die pauschale →Herabsetzung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 7 UWG), die Irreführung des Verkehrs (§ 5 UWG) oder eine sonstige unangemessene unsachliche Beeinflussung eines verständigen Verbrauchers, die geeignet ist, die Rationalität seiner Entschliebung zu beeinträchtigen (§ 4 Nr. 1 UWG) in Betracht.

**Imitationswerbung.** Von unzulässiger Imitationswerbung spricht man nach § 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG, Art. 4 lit. g RL 2006/114/EG, wenn Waren oder Dienstleistungen als Imitation oder Nachahmung des Produkts eines Mitbewerbers beworben werden. Das bloße Erkennbarmachen i. S. d. § 6 Abs. 1 UWG reicht hierfür nicht aus (BGH GRUR 2008, 628, 631 – Imitationswerbung).

**Immanenztheorie.** Nach der Immanenztheorie sollen wettbewerbsbeschränkende →Nebenabreden wie etwa →Wettbewerbsverbote in ansonsten kartellrechtsneutralen Verträgen, die zur Durchführung solcher Verträge unentbehrlich sind, mittels einer teleologischen Reduktion nicht unter das Kartellverbot des Art. 101 Abs. 1 AEUV bzw. § 1 GWB fallen. Nach dieser Theorie (auch Nebenabreden-Doktrin genannt oder engl. ancillary restraints-Doktrin) soll eine Auslegung des Kartellverbots nach Sinn und Zweck des EU-Kartellrechts die Zulässigkeit von →Vereinbarungen erforderlich machen, die als Mittel wirtschaftlicher Transaktionen dienen, trotz der für das Funktionieren dieser Vereinbarung notwendigen wettbewerbsbeschränkenden Nebenabreden. Die Zulässigkeit der für den Vertragserfolg notwendigen und verhältnismäßigen Wettbewerbsbeschränkungen als Nebenabreden eines als solchem kartellrechtlich unbedenklichen Vertrages ist anerkannt (EuGH Slg. 1966, 337 Rn. 8 – Maschinenbau Ulm), so z. B. für ein begrenztes Wettbewerbsverbot beim Unternehmenskauf (EuGH Slg. 1985, 2545 Rn. 37 – Remia). Was einer eigentlich kartellrechtsneutralen Vereinbarung „immanent“ ist, ist im Einzelfall in Form einer Abwägung aller Umstände zu untersuchen. Zu den Beschränkungen, die normalerweise mit dem Kartellverbot vereinbar sind, weil sie erforderlich für die Durchführung der folgenden Vereinbarungen sind, gehören Vereinbarungen zur Übertragung von →Unternehmen oder zur Errichtung von Gemeinschaftsunternehmen, Know-how- und/oder Patentlizenzvereinbarungen, Markenlizenzvereinbarungen, Franchisevereinbarungen, selektive Vertriebsvereinbarungen und Spezialisierungs- und FuE-Vereinbarungen. Für die Anwendung des § 1 GWB soll entscheidend sein, ob für die Wettbewerbsbeschränkung bei wertender Betrachtungsweise im Hinblick auf die Freiheit des Wettbewerbs kein anerkennungswürdiges Interesse besteht (Begründung im Regierungsentwurf zur 7. GWB-Novelle, BT-Drucksache 15/3640, S. 15). Es handelt sich um die Bilanzierung der wettbewerbslichen Nachteile der Wett-

bewerbsbeschränkung mit den wettbewerbslichen Vorteilen. Der BGH unterscheidet zwei Kategorien von Anwendungsfällen der Immanenztheorie hinsichtlich § 1 GWB (BGH WuW/E 1119, 1123 – Verbundnetz II). Zur ersten Kategorie zählen Wettbewerbsbeschränkungen, die aufgrund des Gegenstandes eines grundsätzlich kartellrechtlich zulässigen Vertragstyps nach einer Abwägung der wettbewerbslichen Vorteile mit den Nachteilen funktionsnotwendig sind. Die zweite Kategorie umfasst sonstige beschränkende Abreden, mit denen ein berechtigtes und mit der Zielsetzung des GWB nicht in Konflikt stehendes Interesse verfolgt wird. Diese Bewertung wurde in Art. 8 Abs. 2 S. 3 FKVO kodifiziert. Nach Art. 6 Abs. 1 lit. b) S. 2 FKVO und Art. 8 Abs. 1 S. 2 FKVO umfasst die Entscheidung, dass ein →Zusammenschluss mit dem Binnenmarkt vereinbar ist, auch die Genehmigung der unerlässlichen →Nebenabreden („ancillary restraints“). Die →Kommission hat zur Beantwortung der Frage, ob und unter welchen Voraussetzungen →Vereinbarungen dieses →Privileg genießen, versucht, im Rahmen ihrer diesbezüglichen Bekanntmachung über Einschränkungen des →Wettbewerbs, die mit der Durchführung von Unternehmenszusammenschlüssen unmittelbar verbunden und für diese notwendig sind (ABl. EG 2005 C 56/24), Klarstellungen vorzunehmen. Nebenabreden im Sinne der FKVO sind bestimmte Arten von zwischen den beteiligten Unternehmen getroffenen, den Wettbewerb einschränkenden Vereinbarungen, die jedoch mit der Durchführung des Zusammenschlusses unmittelbar verbunden und für diese notwendig sind und werden daher wie der Zusammenschluss selbst behandelt, auf den gemäß Art. 21 Abs. 1 FKVO lediglich die FKVO nicht aber die Kartellrechtsinstrumente Anwendung finden. Nebenabreden werden grundsätzlich von der Freigabeentscheidung selbst mitumfasst, die den Zusammenschluss für gemeinschaftskonform erklärt. Es gilt der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit, d. h. die Parteien haben das Mittel zu wählen, das den Wettbewerb am wenigsten einschränkt und dennoch zum Ziel führt. Die häufigsten Vereinbarungen sind Bezugs- und Lieferverpflichtungen, Lizenzvereinbarungen sowie →Wettbewerbsverbote („non-compete clauses“), durch die sich der Veräußerer gegenüber dem Erwerber bzw. die Gründerunternehmen gegenüber dem GU verpflichten, mit dem übertragenen Geschäft weder direkt noch indirekt in Wettbewerb zu treten.

**Immaterialgüterrechte.** Immaterialgüterrechte sind Rechte, die wie das Eigentum umfassend gegen Einwirkungen Dritter geschützt sind. Es handelt sich um subjektive Rechte, die an unkörperlichen Gütern bestehen und einen selbständigen Vermögenswert haben. Der Begriff geht auf Josef Kohlers „Lehre von den Immaterialgüterrechten“ (1874) zurück. Unter den Begriff fallen sowohl Patent- oder Urheberrechte als auch gewerbliche Schutzrechte wie Marken, Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster. Sie erfahren ihren Schutz in erster Linie durch die Spezialgesetze (Urheberrechtsgesetz, Markengesetz, etc.), stellen aber auch sonstige Rechte im Sinne des § 823 Abs. 1 BGB dar. Ein weitergehender Schutz als nach den Spezialgesetzen ergibt sich hierdurch

nicht. Zum Verhältnis zum Kartellrecht siehe Immaterialgüterrecht und Europäisches Wettbewerbsrecht.

**Immaterialgüterrecht und Europäisches Wettbewerbsrecht.** Zwischen den Immaterialgüterrechten und den kartellrechtlichen Bestimmungen des AEUV besteht ein Spannungsverhältnis, da die Immaterialgüterrechte ein gesetzliches → Monopol verleihen und damit den → Wettbewerb beschränken, während das Kartellrecht den Wettbewerb gerade vor Beschränkungen schützen soll. Insbesondere die Garantie der mitgliedstaatlichen Eigentumsordnung hat im Europarecht zu einer Unterscheidung zwischen Gewährleistung von Bestand und Ausübung von Rechten auf geistiges Eigentum geführt, und zwar nicht nur im Hinblick auf die Grenzziehung nach Art. 34, 36 AEUV, sondern auch im Hinblick auf die Frage, ob der Tatbestand einer Wettbewerbsbeschränkung im Sinne von Art. 101 Abs. 1 AEUV vorliegt. Besonders bedeutsam ist die Schnittstelle zwischen Kartellrecht und geistigem Eigentum bei der Anwendung von Art. 102 AEUV auf die Frage, ob die durch geistiges Eigentum gesicherte Monopolstellung in einem → vorgelagerten Markt dazu berechtigt, den Zugang zu einem nachgelagerten Markt zu monopolisieren. Die Verweigerung von → Lizenzen kann in Ausnahmefällen den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung nach Art. 102 AEUV darstellen (siehe hierzu → Essential Facilities-Doktrin). Die Inhaberschaft an einem Immaterialgüterrecht begründet nach Auffassung des EuGH zwar allein keine → beherrschende Stellung (EuGH GRUR Int. 1995, 490, 492 – Magill TV Guide). Entscheidend sind die weiteren Umstände im Einzelfall. Die Ausübung des ausschließlichen Rechts könne dabei unter außergewöhnlichen Umständen ein missbräuchliches Verhalten darstellen (EuGH GRUR Int. 1995, 490, 493 – Magill TV Guide). Dies gelte bei Immaterialgüterrechten allerdings nur für diejenigen Fälle, in denen der Schutzrechtsinhaber auf dem abgeleiteten Markt selbst nicht tätig ist (EuGH Slg. 2004, 5039 Rn. 53 – IMS/Health). Wettbewerbsbeschränkende Lizenzverträge können außerdem auch gegen Art. 101 AEUV verstoßen. Dies gilt jedoch nicht für solche Wettbewerbsbeschränkungen, die durch den spezifischen Gegenstand des Schutzrechts gerechtfertigt sind. Problematisch können insbesondere ausschließliche und gebietsbeschränkende Lizenzen sein. Grundsätzlich unzulässig sind Regelungen, die zu einer territorialen Aufspaltung führen. Der EuGH unterscheidet zwischen offenen und geschlossenen Lizenzen. Während die offene Lizenz, bei der sich der Lizenzgeber lediglich dazu verpflichtet, für dasselbe Gebiet keine weiteren Lizenzen zu erteilen, kartellrechtlich zulässig ist, verstoßen geschlossene Lizenzen, die den Wettbewerb durch Parallelimporte ausschließen wollen, gegen Art. 101 AEUV (EuGH Slg. 1982 Rn. 29 – Nungesser).

**Immunity plus** → Leniency plus

**Import** ist die gängige Bezeichnung für die Einfuhr von → Waren und Dienstleistungen von Wirtschaftseinheiten, die ihren Herstellungsort außerhalb

Deutschlands haben. Das Gegenteil von Import ist der → Export. Dem Markeninhaber steht nach § 14 Abs. 3 Nr. 4 MarkenG (Umsetzung von Art. 5 Abs. 3 lit. c) MRL) das ausschließliche Recht zu, Waren unter dem → Zeichen einzuführen oder auszuführen. Die Einfuhr oder Ausfuhr einer markierten Ware stellt eine rechtserhebliche Benutzungshandlung zur Begründung einer Markenrechtsverletzung dar, ohne dass es darauf ankommt, dass die Ware in den inländischen Verkehr gelangt. Abwehrrechte des Markeninhabers gegenüber einem Import oder Export stehen unter dem Vorbehalt einer → Erschöpfung seines Markenrechts, wenn die markierte Ware vom Markeninhaber selbst oder mit seiner Zustimmung im Sinne des § 24 MarkenG in den Verkehr gebracht worden ist. Im Rahmen von Vertriebssystemen beschränken Export- und Importverbote den → intra-brand-Wettbewerb und fallen daher unter das Kartellverbot (Art. 101 AEUV, § 1 GWB).

**Importkonkurrenz** → Auslandswettbewerb

**Impressum** → Anbieterkennzeichnung

**IMS-Health-Entscheidung.** Die Kommission hat in der IMS-Health-Entscheidung (Entscheidung der Kommission vom 3. Juli 2001, ABl. 2002 L 59/18 – NDC Health/IMS Health) von der nach der Rechtsprechung bestehenden Befugnis (EuGH Slg. 1980, 119 Rn. 18 – Camera Care/Kommission) Gebrauch gemacht, in dringenden Fällen zur Sicherung der Durchsetzung der → Wettbewerbsregeln einstweilige Anordnungen zu erlassen, wenn ein schwerwiegender erster Anschein für eine Zuwiderhandlung besteht und ohne die Anordnung ein schwer wieder gutzumachender Schaden zu besorgen ist. Es ging ihr darum, ein beherrschendes → Unternehmen nach Art. 82 EGV (nun 102 AEUV) zu verpflichten, anderen Unternehmen → Lizenzen auf ein von ihm entwickeltes und urheberrechtlich geschütztes Informationssystem zu erteilen. Das Informationssystem wurde von IMS in Zusammenarbeit mit Unternehmen der Pharmaindustrie schrittweise entwickelt und informiert über den Apothekenabsatz pharmazeutischer Produkte anhand von Großhandelsdaten. Diese Daten werden für bestimmte geografische Zonen („Bausteine“) ermittelt. Die Bausteinstruktur ist nach der deutschen Rechtsprechung urheberrechtlich geschützt. Gestützt auf Art. 3 VO 17/62 machten potenzielle Wettbewerber geltend, die Weigerung von IMS, ihnen eine Lizenz zur Benutzung des Informationssystems zu erteilen, verstoße gegen Art. 82 EGV (nun 102 AEUV). Die Kommission kam zu demselben Ergebnis. Das Informationssystem habe sich zu einer faktischen Industrienorm entwickelt. Durch die Weigerung, Lizenzen zu erteilen, werde jeder → Wettbewerb auf dem Markt für regionale Datendienste ausgeschlossen. Es gebe für Wettbewerber keine Möglichkeit, das Informationssystem zu substituieren. Der Urheberschutz an dieser Struktur führe aus technischen, juristischen und volkswirtschaftlichen Gründen dazu, dass es durch paralleles Schaffen nicht dupliziert werden könne. Dies seien die „außergewöhnlichen“ Umstände, die in Übereinstimmung mit der → Magill-Entschei-



dies insbesondere vor dem Hintergrund, dass die unmittelbaren Abnehmer häufig zumindest langfristig die erhöhten Preise an ihre Abnehmer weitergeben und ihnen somit unter Umständen gar kein Schaden entsteht. Zur Vermeidung der Inanspruchnahme durch einen nicht geschädigten unmittelbaren Abnehmer oder einer mehrfachen Inanspruchnahme des Schädigers, wird diesem der Einwand der → passing-on-defence zuerkannt, wobei er auch hierfür die Beweislast trägt. Zwar betraf der vorliegende Fall noch die Regelungen vor der 7. GWB-Novelle, allerdings führte der BGH in einem obiter dictum aus, dass sich diese Bewertung durch § 33 Abs. 3 GWB nicht geändert hätte (BGH NJW 2012, 928, 933 ff. – ORWI). Der BGH lehnte sich in seiner Entscheidung zudem auch an die europäische Rechtsprechung in der Sache → Courage (EuGH Slg. 2001, 6297 Rn. 26 – Courage) und Manfredi (EuGH Slg. 2006, 6619 Rn. 61 – Manfredi) an, nach der bei der nationalen Durchsetzung von kartellrechtlichen → Schadensersatzansprüchen die Grundsätze der Effektivität und der Äquivalenz zu berücksichtigen sind und jedermann mit zumutbarem Aufwand Ersatz des Schadens verlangen kann, der ihm durch eine Vereinbarung, die den → Wettbewerb beschränken oder verfälschen kann, oder durch ein entsprechendes Verhalten entstanden ist. Allerdings sah der BGH diese Rechtsprechung nicht als entscheidungserheblich an.

**Indirekte Abnehmer** → Indirect Purchaser

**Individualwerbung.** Der Begriff Individualwerbung wird für Werbung verwendet, die gezielt gegenüber einer Person vorgenommen wird. Nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 → UWG ist eine unzumutbare Belästigung anzunehmen „bei einer Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der Empfänger diese Werbung nicht wünscht“. Hier ist streitig, ob diese Regelung sich nur auf Individualwerbung bezieht.

**Indizienbeweis (Kartellrecht).** Zwar ist → Parallelverhalten von Unternehmen auf einem relevanten Markt grundsätzlich zulässig. Lässt sich dieses allerdings nur durch eine Abstimmung als „einleuchtend erklären“ und liegen zudem weitere Plusfaktoren vor, so ist hierin ein hinreichender Indizienbeweis für das Vorliegen einer Abstimmung zu sehen (EuG Slg. 2008, 1333 Rn. 143 f. – BPB). Insbesondere die Teilnahme von Unternehmen an kartellrechtlich relevanten Sitzungen sowie ein Austausch hinsichtlich zentraler Wettbewerbsparameter (insbesondere Preise, Menge) können entsprechende Indizienbeweise darstellen (EuGH Slg. 1972, 619 Rn. 68, 104 ff. – ICI; EuGH Slg. 1981, 2021 Rn. 13 f. – Züchner). Finden auf unterschiedlichen nationalen Märkten mit unterschiedlichen Preisniveaus und unterschiedlicher Marktstruktur gleichzeitige und einheitliche Preiserhöhungen statt, so spricht dies ebenfalls für das Vorliegen einer entsprechenden Abstimmung (EuGH Slg. 1972, 619 Rn. 104 ff. – ICI). Beliefern Hersteller aus einem Mitgliedstaat ausschließlich andere Hersteller in anderen Mitgliedstaaten und keine sonstigen Marktteilnehmer, liegt darüber hinaus auch eine Abstimmung nahe (EuG Slg. 2004, 2233 Rn. 156 ff.

– Mannesmann; EuG Slg. 2004, 2405 Rn. 178 ff. – Dalime; Komm., ABl. EG 1973 Nr. L 140/17, 30 ff. – Europäische Zuckerindustrie; Komm., ABl. EG 1978 Nr. L 70/54, 61 Rn. 59 – Pergamentpapier). Ebenso stellen die Forderung eindeutig überhöhter, prohibitiv wirkender Preise (KOMM., ABl. EG 1972 Nr. L 272/35, 36 – Pittsborough Corning Europe/Formica); der gemeinsame Vertrieb von Wettbewerbern (EuG Slg. 2004, 2233 Rn. 156 ff. – Mannesmann; EuG Slg. 2004, 2405 Rn. 178 ff. – Dalime, Komm., ABl. EG 1973 Nr. L 217/3 f. – SCPA/Kali und Salz; Komm., ABl. EG 1978 Nr. L 242/15, 26 – CSV; Komm., ABl. EG 1980 NR. L 39/51, 55 – Floral) sowie die Veranschlagung von den bereits auf einem Exportmarkt geltenden Preisen ohne Aufnahme des Preiswettbewerbs ein Indiz dar, welches das Vorliegen einer Abstimmung nahelegt (Komm., ABl. EG 1973 Nr. L 140/17, 30 ff. – Europäische Zuckerindustrie). Auch persönliche Verflechtungen der Geschäftsführung (Komm., Wettbewerbsbericht Nr. 6 (1976), Rn. 122 ff. – BIS, Komm., Wettbewerbsbericht Nr. 10 (1980) Rn. 152 ff. – Pilkington/BSN) oder die gemeinsame Kontrolle eines Mitbewerbers (Komm., ABl. EG 1978 Nr. L 242/15, 26 – CSV; Komm., ABl. EG 1980 NR. L 39/51, 55 – Floral) können als Indizienbeweis für das Vorliegen einer Abstimmung hinreichend sein. Allerdings sind auch legitime Gründe für derlei Verhaltensweisen denkbar (EuGH Slg. 1984, 1679 Rn. 20 – Rheinzink; EuGH Slg. 1993, 1575, 1614 ff. – Zellstoff; EuGH Slg. 1995, 1847 – Rn. 76ff – ICI).

**Industrie- und Handelskammern** → IHK

**Informal Guidance** → Confidential Guidance

**Informationsaustausch.** Der Austausch von Informationen zwischen Wettbewerbern kann im Rahmen des Art. 101 Abs. 1 AEUV bzw. § 1 GWB bedenklich sein. Erscheinungsformen sind der direkte Datenaustausch einerseits und der indirekten Austausch über eine gemeinsame Einrichtung (z. B. einen Verband) oder über Dritte (z. B. Marktforschungsinstitut, Lieferanten oder Einzelhändler, siehe hierzu auch → hub & spoke) andererseits (→ Horizontal-Leitlinien, Rn. 55). Die kartellrechtliche Zulässigkeit richtet sich nach den Eigenschaften des relevanten Markts und der Art der ausgetauschten Informationen (Rn. 58). Der Informationsaustausch führt durch die künstliche Erhöhung der Transparenz des Marktes insbesondere zu einer erhöhten Kollisionsgefahr zwischen den beteiligten Unternehmen (Horizontal-Leitlinien, Rn. 65). Grundsätzlich nimmt das Selbständigkeitspostulat den Unternehmen zwar nicht das Recht, sich dem festgestellten oder erwarteten Verhalten ihrer Mitbewerber mit wachem Sinn anzupassen, es verbietet jedoch jede Form der unmittelbaren oder mittelbaren Fühlungnahme zwischen Unternehmen, die geeignet ist, entweder das Marktverhalten eines gegenwärtigen oder potenziellen Mitbewerbers zu beeinflussen oder einen solchen Mitbewerber über das Verhalten ins Bild zu setzen, das man selbst auf dem betreffenden Markt an den Tag zu legen entschlossen ist oder in Erwägung zieht (EuGH Slg. 1998, I-3111 Rn. 87

– John Deere; EuGH Slg. 2009, I-4529 Rn. 34 – T-Mobile Netherlands). Ein Informationsaustausch kann demnach eine wettbewerbsbeschränkende Vereinbarung oder eine abgestimmte Verhaltensweise darstellen. Die Kommission beschäftigt sich in ihren Horizontal-Leitlinien (Rn. 55–110) ausführlich mit der kartellrechtlichen Bewertung. Eine bezweckte Wettbewerbsbeschränkung soll bereits dann vorliegen, wenn der Informationsaustausch seinem Wesen nach geeignet ist, Unsicherheiten hinsichtlich des von den betreffenden Unternehmen ins Auge gefassten Verhaltens auszuräumen und somit den Wettbewerb zu beschränken (EuGH Slg. 2009, I-4529 Rn. 43 – T-Mobile Netherlands), wobei dies beim Austausch über künftige Preise und Mengen grundsätzlich der Fall sei (Horizontal-Leitlinien, Rn. 72 ff.). Demnach sind bereits potenzielle Auswirkungen ausreichend (EuGH Slg. 1998, I-3111 Rn. 87 – John Deere). Eine Freistellung nach Art. 101 Abs. 3 AEUV ist möglich. Als Effizienzgewinne kommen insbesondere die Behebung von Informationsasymmetrien, → Benchmarking sowie die Reduktion von Suchkosten in Betracht (Horizontal-Leitlinien, Rn. 57, 95 ff.). Grenzfälle sind die einseitige Veröffentlichung von Informationen (bspw. → price signaling), die im Einzelfall eine abgestimmte Verhaltensweise darstellen können (Horizontal-Leitlinien, Rn. 62 f.). Das OLG Düsseldorf wendet im Rahmen des § 1 GWB die gleichen Grundsätze wie für das europäische Recht an. Ein Austausch bereits bekannter Informationen soll eine abgestimmte Verhaltensweise darstellen, da auch in diesen Fällen zwischen den Wettbewerbern ein Klima der Gewissheit hinsichtlich ihres künftigen Verhaltens geschaffen werde, wodurch das Risiko des unbeeinflussten Wettbewerbs, mit welchem Nachdruck das Marktverhalten tatsächlich umgesetzt werden kann, reduziert oder gar beseitigt werde. Die Beteiligung der Marktgegenseite an entsprechenden Treffen soll ebenso unerheblich sein, wie die nur passive Beteiligung (OLG Düsseldorf NZKart 2013, 122 – Silostellgebühren). Den im Vorfeld eines Zusammenschlusses stattfindenden Informationsaustausch bezeichnet man als → gun jumping.

**Informationsgesellschaftsrichtlinie.** Als Informationsgesellschaftsrichtlinie wird die RL 2001/29/EG bezeichnet. Die üblichere Bezeichnung lautet → Multimedia-Richtlinie.

**Informationspflichten.** Die Verletzung spezieller gesetzlicher Informationspflichten kann unlauter unter dem Gesichtspunkt des Wettbewerbsverstoßes durch → Rechtsbruch (§ 4 Nr. 11 → UWG) und der Irreführung durch Unterlassen (§ 5a UWG) sein (BGH GRUR 2010, 652, 653 – *Costa del Sol*; OLG Düsseldorf GRUR 2006, 782, 783 – Lottofonds; OLG Frankfurt a. M. GRUR-RR 2007, 56, 57 – sprechender Link; KG GRUR-RR 2008, 352, 353 – Eigentümergebrauch II). Solche gesetzlichen Informationspflichten bestehen insbesondere in folgenden Fällen: Bei Verbraucherverträgen (§§ 312 Abs. 1, 312d Abs. 1, 355 Abs. 2, 485, 495 Abs. 1, 505, 641k Abs. 4 BGB; BGB-InfoV sowie Preisangabenverordnung (PAngV); § 14 Abs. 2 Nr. 3 S. 2 Lottoerstaatsvertrag). In § 4 Nr. 5 UWG für Preis-

ausschreiben und Gewinnspiele und in § 4 Nr. 4 UWG für sonstige Verkaufsförderungsmaßnahmen wie z. B. Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke stellt das UWG Informationspflichten auf. Ferner gilt dies für § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG, allerdings außerhalb der Irreführungstatbestände. In diesen Fällen muss also nicht mehr gesondert geprüft werden, ob ein Weglassen wesentlicher Angaben vorliegt. Das Fehlen von Informationen löst automatisch eine Unlauterkeit aus. Von den Informationspflichten ist die → Anbieterkennzeichnung zu unterscheiden.

**Infratest.** TNS Infratest Shared Services (kurz Infratest) wurde 1947 als Institut zur Erforschung der Wirkung publizistischer Mittel mit Sitz in München gegründet. Seit 1949 firmiert es unter dem Namen Infratest, zurzeit als Zweigniederlassung der WPP Deutschland Holding GmbH & Co. KG, die eine Tochtergesellschaft der Kantar Group ist, dem zweitgrößten Meinungsforschungsinstitut der Welt, welche wiederum zur WPP Group gehört. Seine Verkehrsumfragen werden von der Rechtsprechung insbesondere zur Bestimmung der Irreführungsquoten im Rahmen der Spürbarkeitsschwelle des § 3 Abs. 1 UWG sowie zur Bestimmung der Verkehrsauffassung im Bereich des Markenrechts herangezogen.

**In-Game-Advertising** (engl. für → Werbung im Spiel) stellt einen neuartigen Fall des → Product Placement dar, nämlich die Einbeziehung von bezahlter Werbung in → Computerspiele. Computerspiele werden als Werbemedium zunehmend attraktiver, da das Fernsehen an Bedeutung verliert und Spieler hochkonzentriert und teilweise auch emotional gefesselt vor dem Bildschirm sitzen. Zudem bieten neue Techniken die Möglichkeit, Werbebotschaften auch live in Spiele einzustreuen und zu messen, wie lange und aus welchem Winkel diese von den Spielern betrachtet werden.

**Inlandsmarktklausel.** Vom 1. Januar 1999 bis zum 30. Juni 2005 enthielt § 14 GWB a. F. ein Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen über die Preisgestaltung oder Geschäftsbedingungen, wobei diese Vereinbarungen zur Eröffnung des Anwendungsbereichs von § 14 GWB a. F. „sich auf Märkte innerhalb des Geltungsbereichs dieses Gesetzes [zu] beziehen“ hatten. Man sprach insoweit von einer Inlandsmarktklausel. Gegenwärtig enthält § 130 Abs. 2 GWB mit dem → Auswirkungsprinzip eine ähnliche Regelung, die zur Anwendbarkeit des GWB voraussetzt, dass der Wettbewerb in Deutschland betroffen ist.

**Input foreclosure.** Engl. für → Marktverschließungseffekte

**Insolvenzklause** ist die Bezeichnung für die in Art. 3 Abs. 5 lit. b) FKVO getroffene Regelung. Sie behandelt den Fall, dass ein Träger eines öffentlichen Mandats, hier also nach deutschem Recht der Insolvenzverwalter, aufgrund gesetzlicher Vorschriften über die Liquidation von → Unternehmen, die Insolvenz, Zahlungseinstellung oder in einem ähnlichen Verfahren die Kontrolle über ein Unternehmen

übernimmt. In diesen Fällen liegt kein Zusammenschluss vor.

**Inter-brand-Wettbewerb** (inter engl. für zwischen, brand engl. für Marke) bezeichnet den → Wettbewerb zwischen den Anbietern konkurrierender Produkte bzw. den Wettbewerb zwischen Anbietern unterschiedlicher Marken. Dieser Wettbewerb wird durch das Kartellverbot geschützt. Eine Beschränkung des inter-brand-Wettbewerbs setzt regelmäßig voraus, dass die Parteien entweder aktuelle oder potenzielle Wettbewerber sind.

**International Competition Law Forum (ICF).** Internationales Kartellrechtsforum in St. Gallen. Für weitere Informationen siehe [www.sg-icf.com](http://www.sg-icf.com).

**International Competition Network (ICN).** Die Wettbewerbsbehörden zahlreicher Länder haben am 25. Oktober 2001 in New York das International Competition Network (ICN) gegründet. Beim ICN handelt es sich um ein informelles Netz der Wettbewerbsbehörden aus Industrie- und Entwicklungsländern. Das ICN hat eine eher virtuelle Struktur und verfügt nicht über ein ständiges Sekretariat. Gegenwärtig gehören ihm etwa 65 Behörden von fünf Kontinenten an. Es werden praktische Probleme diskutiert, die bei internationalen Wettbewerbsverhalten auftreten. In der Entwicklung von gemeinsamen Projekten wird das Netzwerk von → Unternehmen, Verbraucherorganisationen, Anwälten und Professoren beraten. Für weitere Informationen siehe [www.internationalcompetitionnetwork.org](http://www.internationalcompetitionnetwork.org).

**Internationale Handelskammer.** Die Internationale Handelskammer (International Chamber of Commerce oder Chambre de commerce internationale; Abkürzung ICC) mit Sitz in Paris wurde 1919 als nichtstaatliche Organisation gegründet und sieht ihre Aufgabe in der Unterstützung und Förderung des weltweiten Handels sowie der Globalisierung. Sie ist nach eigenen Angaben in mehr als 120 Ländern tätig und stellt unverbindliche Leitlinien und Musterverträge für verschiedene Bereiche der internationalen Wirtschaft bereit, namentlich für Banktechnik und -praxis (Banking Technique and Practice), Handelsrecht und -praxis (Commercial Law and Practice), Marketing, Werbung und Vertrieb (Marketing and Advertising), Wettbewerbsrecht und -praxis (Competition), Geistiges Eigentum (Intellectual Property), Steuerfragen (Taxation), Handels-, Zoll- und Investitionspolitik (Trade and Investment Policy/ Customs and Trade Regulations), Transport und Logistik (Transport and Logistics), Unternehmensverantwortung (Corporate Responsibility/Anti-Corruption), E-Business, Informations- und Telekommunikationstechnologie (Digital Economy) sowie Umwelt- und Energiefragen (Environment and Energy). Im internationalen Handelsverkehr finden insbesondere die von ihr herausgegebenen Incoterms (International Commercial Terms, deutsch: Internationale Handelsklauseln) als Regeln zur Definition spezifizierter Handelsbedingungen im Außenhandel Anwendung. Darüber hinaus spielt die ICC eine große Rolle in der internationalen Schiedsgerichtsbarkeit. Ebenso publiziert der ICC seit 1936

(zuletzt 2010 überarbeitet) → internationale Richtlinien für die Werbepaxis im Rahmen der lauterkeitsrechtlichen → Selbstregulierung. Für weitere Informationen siehe [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org) bzw. [www.dvicc-deutschland.de](http://www.dvicc-deutschland.de) (deutschsprachig).

**Internationale Liga für Wettbewerbsrecht.** Die Internationale Liga für → Wettbewerbsrecht (engl. International League of Competition Law, franz. Ligue Internationale du Droit de la Concurrence, daher kurz LIDC) ist eine seit 1930 bestehende, internationale Vereinigung, die sich mit allen Fragen des Wettbewerbsrechts und seinen Beziehungen zum gewerblichen Rechtsschutz und Immaterialgüterrecht beschäftigt. Sie ist in Genf registriert und hat ihren Verwaltungssitz in Lausanne. Die Liga bietet ein internationales Umfeld um sich auf Expertenebene über die aktuellen Fragen des Wettbewerbs- und → Kartellrechts sowie des gewerblichen Rechtsschutzes auszutauschen. Mitglieder kommen aus den rechtsberatenden Berufen, Universitäten, → Unternehmen sowie aus der Europäischen Union. Siehe auch [www.ligue.org](http://www.ligue.org).

**Internationale Richtlinien für die Werbepaxis.** Als lauterkeitsrechtliche Selbstregulierung finden sich im Kodex der → ICC zur Praxis der Werbe- und Marketingkommunikation umfangreiche Richtlinien zur Gestaltung von Werbemaßnahmen (erstmalig 1936 publiziert, zuletzt 2010 überarbeitet) die, insbesondere aufgrund ethischer Komponenten, teilweise über die gesetzlichen lauterkeitsrechtlichen Vorschriften einzelner Länder hinausgehen. Die Einhaltung dieser Regeln ist für Unternehmen allerdings unverbindlich, solange letztere nicht mit deren Einhaltung werben. In diesem Fall kann ein Verstoß den Tatbestand der Irreführung nach § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 6 UWG erfüllen.

**Internationales Wettbewerbsnetz (ICN)** → International Competition Network (ICN)

**Internationales Wettbewerbsrecht.** Internationales → Wettbewerbsrecht bezeichnet das Kollisionsrecht des unlauteren → Wettbewerbs. Es regelt die Frage nach der internationalprivatrechtlichen Anknüpfung lauterkeitsrechtlicher Sachverhalte mit Auslandsbezug. Mit dieser Anknüpfung wird das auf den Sachverhalt anwendbare nationale Recht, das Wettbewerbsstatut, ermittelt. Das Wettbewerbsstatut entscheidet über die Voraussetzungen und Rechtsfolgen eines Wettbewerbsverstoßes. Wettbewerbsverstöße sind nach deutschem Rechtsverständnis unerlaubte Handlungen (BGH GRUR 2002, 618, 619 – Meißner Dekor), so dass das deutsche Internationale Wettbewerbsrecht ein Teil des Internationalen Deliktsrechts ist (BGH GRUR 1962, 243, 245 – Kindersaugflaschen). Auf Wettbewerbsverstöße sind seit dem 1. Juni 1999 die Art. 40, 41 EGBGB anwendbar. Nach Art. 40 Abs. 1 S. 1 EGBGB unterliegen Ansprüche aus unerlaubter Handlung grundsätzlich dem Recht des Staates, in dem der Ersatzpflichtige gehandelt hat (Handlungsort). Der Verletzte kann aber nach Art. 40 Abs. 1 S. 2 EGBGB verlangen, dass anstelle dieses Rechts das Recht des Staates angewandt wird, in dem der Er-