

Berichte aus der Rechtswissenschaft

**Abdullah Erdogan**

**Vergleichende Werbung nach § 6 UWG**

D 38 (Diss. Universität Köln)

Shaker Verlag  
Aachen 2008

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Köln, Univ., Diss., 2008

Copyright Shaker Verlag 2008

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8322-7624-9

ISSN 0945-098X

Shaker Verlag GmbH • Postfach 101818 • 52018 Aachen

Telefon: 02407 / 95 96 - 0 • Telefax: 02407 / 95 96 - 9

Internet: [www.shaker.de](http://www.shaker.de) • E-Mail: [info@shaker.de](mailto:info@shaker.de)

## **Zusammenfassung des Werks**

Seit dem Inkrafttreten der RL 97/55/EG am 01.09.2000 ist vergleichende Werbung in Deutschland zulässig. Die Zulässigkeit der vergleichenden Werbung ist jedoch durch die strengen Voraussetzungen in § 6 UWG beschränkt. Diese Arbeit beschäftigt sich mit der Auslegung des § 6 UWG und erarbeitet dabei die normativen Veränderungen im Vergleich zur bisherigen Rechtslage sowie deren faktischen Auswirkungen auf einzelne Fallgruppen.

Insgesamt stellt § 6 UWG bessere Rahmenbedingungen für vergleichende Werbung. Allerdings hängt die beabsichtigte Liberalisierung des Rechts der vergleichenden Werbung von der Haltung der Rechtsprechung. Denn diese Vorschrift enthält viele auslegungsbedürftige Rechtsbegriffe, die je nach ihrer (engen oder weiten) Auslegung den Anwendungsbereich dieser Vorschrift erheblich ändern können.