

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XVII
Verzeichnis der zitierten und weiterführenden Literatur	XXIII

1. Kapitel. Grundlagen

§ 1. Einführung	1
A. Abgrenzung, Begriff	1
B. Geschichte des UWG bis 2004	2
I. Anfänge	2
II. UWG von 1896	2
III. UWG von 1909	3
IV. Die Entwicklung bis 2004	4
C. Europäische Union	5
D. UWG 2015, UWG 2022	6
§ 2. Internationales Wettbewerbsrecht	7
A. Internationale Abkommen	7
I. Pariser Verbandsübereinkunft	7
II. WIPO, TRIPs	8
B. Rechtsvergleichung	8
I. Österreich	8
II. Schweiz	9
§ 3. Zweck	9
§ 4. Anwendungsbereich	12
A. Geschäftliche Handlung	12
I. Überblick	12
II. Geschäftlicher Verkehr	14
III. Verhalten einer Person vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss	15
1. Verhalten einer Person	15
2. Vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss	16
B. Äußerungen der Medien und der Wissenschaft	17
C. Öffentliche Hand	18
I. Geschäftliche Handlung	19
II. Schranken	20
D. Internationales Privatrecht	22
§ 5. Grundbegriffe	25
A. Verbraucher	25
B. Unternehmer	25
C. Mitbewerber	27
D. Marktteilnehmer	28
E. Weitere Grundbegriffe	28

§ 6. Unlauterkeit	29
A. Überblick	29
B. Unlauterkeit (§ 3 Abs. 1 UWG)	31
I. Maßstäbe	31
II. Bedeutung des GWB	34
C. Verbrauchergeneralklausel (§ 3 Abs. 2, 4 UWG)	35
D. Relevanzkriterien	36
I. § 3 Abs. 2 UWG	36
II. § 3 Abs. 1 UWG	38

2. Kapitel. Verletzung von Interessen der Mitbewerber (B2B)

§ 7. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 4 UWG)	40
A. Behinderung	40
B. Preisunterbietung	42
I. Überblick	42
II. Beispiele	43
C. Boykott	45
D. Verletzung von Preis- und Vertriebsbindungssystemen	46
E. Abwerbung von Kunden	49
F. Abwerbung von Arbeitnehmern	52
G. Missbrauch von Zeichenrechten	54
H. Anhang: Geheimnisverrat	54
I. Geschichte	54
II. Überblick	55
§ 8. Vergleichende Werbung	59
A. Überblick, Geschichte	59
B. Merkmale einer vergleichenden Werbung	61
I. Werbung	61
II. Bezugnahme auf Mitbewerber	62
III. Vergleich	64
IV. Insbesondere kritisierende, persönliche und unternehmensbezogene Werbung	65
C. Die einzelnen Tatbestände des § 6 Abs. 2 UWG	66
I. Überblick	66
II. § 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG	67
III. § 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG	68
IV. § 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG	70
V. § 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG	70
VI. § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG	71
VII. § 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG	72
VIII. Irreführungsverbot	73
D. Rechtsfolgen	74
§ 9. Maßnahmen im Stufenwettbewerb	74
A. Überblick	74
B. Direktverkäufe	75

C. Bestechung	75
I. Überblick	75
II. § 299 StGB	76
1. Tatbestand	76
2. Rechtsfolgen	77
III. Bestechungsähnliche Maßnahmen	78
D. Missbrauch der Nachfragemacht	79
§ 10. Geschäftsehrverletzung und Anschwärzung	80
A. Überblick	80
B. Konkurrenzen	81
C. Geschäftsehrverletzung (§ 4 Nr. 1 UWG)	82
D. Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG)	84
I. Tatsachen	84
II. Insbesondere Schutzrechtsverwarnung	86
III. Behauptung, Verbreitung	87
IV. Beweislast	88
V. Rechtsfolgen	89
§ 11. Ausbeutung fremder Leistungen	90
A. Überblick	90
B. Konkurrenzen	92
C. Herkunftstäuschung	93
I. Überblick	93
II. Wettbewerbliche Eigenart	94
III. Nachahmung	96
IV. Vermeidbare Herkunftstäuschung	97
V. Nachahmung fremder Werbung	99
D. Rufausnutzung und Rufbeeinträchtigung	100
I. Rufausnutzung	100
II. Rufbeeinträchtigung	102
E. Unredliche Kenntniserlangung	103
F. Ersatzteile und Zubehör	103
F. Leistungsschutz aufgrund der Generalklausel	104
G. Rechtsfolgen	106
I. Unterlassungsanspruch	106
II. Schadensersatzansprüche	107
H. Dauer	107
3. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Abnehmer	
§ 12. Aggressive Geschäftspraktiken (§ 4a UWG)	108
A. Überblick	108
B. Tatbestandsmerkmale	108
C. Beispiele	111
D. Werbung gegenüber Kindern	112
E. Kaufzwang, übertriebenes Anlocken	113

F. Einige Fälle iuris antiqui	114
I. Gefühlsbetonte Werbung	114
II. Laienwerber	116
III. Schleichwerbung, Transparenzgebot	117
IV. Koppelungen	117
§ 13. Unzumutbare Belästigungen	118
A. Überblick	118
B. Grundtatbestand (§ 7 Abs. 1 UWG)	120
I. § 7 Abs. 1 S. 1 UWG	120
II. § 7 Abs. 1 S. 2 UWG	121
III. Fallgruppen	122
1. Ansprechen von Passanten	122
2. Zusendung unbestellter Waren	123
3. Haustürwerbung	124
C. Regeltatbestände des § 7 Abs. 2 UWG	125
I. Telefonwerbung	125
1. Überblick	125
2. Einwilligung von Verbrauchern	126
3. Einwilligung sonstiger Marktteilnehmer	127
4. Rechtsfolgen	127
II. E-Mail-Werbung	129
III. Transparenzgebot (§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG)	130
IV. Hartnäckiges Ansprechen über Fernabsatzmittel (Nr. 26 Anhang UWG)	131
§ 14. Irreführung	132
A. Überblick	133
B. Geschäftliche Handlung	135
I. Begriff	135
II. Nur sachliche Angaben	137
C. Unrichtigkeit	138
I. Überblick	138
II. Verbraucherleitbild	141
III. Irreführungsquote	143
D. Irreführung durch Unterlassen (§§ 5a, 5b UWG)	144
I. Bedeutung und Begriff der wesentlichen Informationen	144
1. Überblick	144
2. Wesentliche Informationen	145
3. Besonderheiten im Internet	145
4. Besonderheiten bei Verbraucherbewertungen	146
5. Bestimmte unionsrechtliche Vorgaben	146
II. Einzelheiten der Vorenthaltung	146
III. Positives Tun, Unterlassung und Aufklärungspflicht	147
1. Handlung oder Unterlassung	147
2. Aufklärungspflicht	148
3. Beispiele	148

IV. Unlauteres Handeln	149
1. Vorenthaltung wesentlicher Informationen	149
2. Stufen der Aufklärungspflicht	150
E. Einzelfragen	151
I. Blickfangwerbung	151
II. Mehrdeutigkeit	153
III. Fortwirkung	153
IV. Bedeutungswandel	154
V. Umweltwerbung	154
VI. Fachausdrücke	155
VII. Verweisende Verbrauchervorstellungen	155
VIII. Verdeckte Werbung, Schleichwerbung	156
1. Überblick, Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG	156
2. § 5 a Abs. 4 UWG	157
a) Nichtkenntlichmachung des kommerziellen Zwecks	157
b) Erleichterungen für Blogger und Influencer	158
IX. Verkaufsförderungsmaßnahmen und Transparenzgebote	159
X. Verbot des sog. dual-quality-Vertriebs	161
F. Erfordernis der Relevanz	162
G. Interessenabwägung	163
H. Beweisfragen	164
I. Beweismittel	164
II. Beweislast	165
1. Beweislastverteilung	165
2. Beweislastumkehr	165
3. Gesetzliche Beweislastregeln	166
I. Rechtsfolgen	166
I. Unterlassungsanspruch	166
II. Schadensersatz	166
III. Nichtigkeit	167
IV. Strafrechtliche Folgen (§ 16 Abs. 1 UWG)	168
§ 15. Irreführung: Beispiele	169
A. Überblick	169
B. Vorräte	170
I. Lockvogelangebote	170
II. Menge, Verfügbarkeit	171
C. Beschaffenheit	172
I. Überblick	172
II. Eigenschaften/Verpackungsgröße	173
III. Kunststoffe	174
IV. Lebensmittel	174
V. Heilmittel	175
1. HWG	175
2. UWG	176
D. Ursprungs- bzw. Herkunftsbezeichnung	176
I. Überblick	176
II. Unionsrecht	177

III. Konkurrenzen	177
IV. Irreführung	179
V. Rechtsfolgen	181
VI. Betriebliche Herkunftsangaben	181
E. Testergebnisse/Prüfzeichen und Gütesiegel	182
F. Geschäftliche Verhältnisse	184
I. Überblick	184
II. Alleinstellungswerbung	185
1. Begriff	185
2. Maßstab, Beweislast	186
III. Firmenzusätze	187
IV. Alter	188
V. Berufsbezeichnungen	189
VI. Irreführung über den gewerblichen Charakter der geschäftlichen Handlung	190
VII. Schutzrechtsbehauptungen	191
G. Weitere Fälle	191
I. Überblick	191
II. Ausnutzung der Spiellust	192
III. Schneeballsysteme	193
§ 16. Preiswerbung	195
A. Überblick	195
B. Irreführung über die Preise	196
I. Preiswahrheit (§ 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG)	196
1. Beispiele	196
2. Insbes. Preisvergleiche	198
II. Preissenkungen (§ 5 Abs. 5 UWG)	199
C. PAngV	201
I. Überblick	201
II. Anwendungsbereich	201
III. Allgemeine Anforderungen	202
IV. Grundvorschriften	203
1. Angaben zum Gesamtpreis	203
2. Angaben zum Grundpreis	204
V. Besondere Bestimmungen	204
VI. Verhältnis zum UWG	205
VII. Rechtsfolgen bei Verstoß	206
§ 17. Besondere Verkaufsveranstaltungen	206
A. Geschichte	206
B. Bedeutung	207
C. Räumungsverkäufe	207
D. Jubiläumsverkäufe	207
§ 18. Geschäftliche Bezeichnungen	208
A. Überblick	208
B. Schutzsubjekt	209

C. Schutzobjekt	210
I. Überblick	210
II. Besondere Geschäftsbezeichnungen	210
1. Voraussetzungen	210
2. Verkehrsgeltung	211
3. Platzgeschäfte	212
III. Domainnamen	212
1. Überblick	212
2. Rechtsnatur	214
3. Kollision mit Zeichenrechten	215
4. Domaingrabbing	215
IV. Firmenschlagworte, Firmenbestandteile	216
1. Abkürzungen	216
2. Firmenbestandteile	216
V. Geschäftsabzeichen	217
VI. Werktitel	217
D. Dauer des Schutzes	218
I. Beginn	218
II. Ende	218
E. Verwechslungsgefahr	219
I. Überblick	219
II. Anwendungsbereich	219
III. Begriff	220
IV. Werktitel	221
F. Unbefugter Gebrauch	222
I. Prioritätsgrundsatz	222
II. Lizenzverträge	222
III. Interessenverletzung (§ 12 BGB)	223
IV. Gleichgewichtslagen	223
1. Begriff, Interessenabwägung	223
2. Insbes. Gleichnamigkeit	225
3. § 5 Abs. 2 UWG	225
G. Der Schutz bekannter geschäftlicher Bezeichnungen	226
H. Rechtsfolgen	226

4. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Allgemeinheit

§ 19. Allgemeine Marktbehinderung, Marktstörung	228
A. Einleitung, Problematik	228
B. Tatbestand	229
C. Verteilung von Originalware	231
D. Verteilung von Presseerzeugnissen	233
§ 20. Rechtsbruch	235
A. Überblick, Entwicklung	235
B. Vereinbarkeit mit der RL 2005/29/EG	238
C. Tatbestandsmerkmale	239
I. Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift	239

II. Regelung des Marktverhaltens	241
III. Interesse der Marktteilnehmer	243
IV. Zuwiderhandlung	244
V. Relevanzkriterium	245
D. Beispiele	245
I. Berufsspezifische Vorschriften	245
II. Produktspezifische Vorschriften	246
III. Vertriebsbezogene Vorschriften	248
IV. Freie Berufe	248
1. Bedeutung des UWG, insbes. des § 3a UWG	248
2. Ärzte	250
3. Rechtsanwälte	251
E. Verhaltenskodizes	253

5. Kapitel. Sanktionen

§ 21. Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch	256
A. Überblick	256
B. Unterlassungsanspruch	257
I. Wiederholungsgefahr	257
II. Klageantrag	259
III. Unterlassung vs. Beseitigung	259
C. Vorbeugender Unterlassungsanspruch	260
D. Beseitigung und Widerruf	261
I. Anspruch auf Beseitigung	261
II. Anspruch auf Widerruf	263
E. Unterwerfungserklärung	263
I. Begriff, Rechtsnatur, Zustandekommen	263
II. Einseitige Unterwerfungserklärung	265
III. Vertragsstrafversprechen	265
IV. Rechtsfolgen	267
V. Drittunterwerfung	267
F. Täter, Teilnehmer und Störer	268
I. Täter	268
II. Teilnehmer	269
III. Störer	270
IV. Organe juristischer Personen	271
G. Haftung für Dritte	271
I. Überblick	271
II. Voraussetzungen	272
1. „In einem Unternehmen“	272
2. Mitarbeiter und Beauftragte	273
3. Zuwiderhandlung	274
H. Abwehreinwand	274
 § 22. Klagebefugnis	 275
A. Überblick	275

I. Gläubiger der Abwehransprüche	275
II. Anwendungsbereich	276
B. Mitbewerber	276
C. Wirtschafts- und Berufsverbände	278
I. Überblick	278
II. Rechtsnatur	279
III. Voraussetzungen	279
1. Überblick	279
2. Rechtsfähigkeit und Zweck	280
3. Erhebliche Zahl von im Wettbewerb stehenden Unternehmen	280
4. Ausstattung und Tätigkeitsdauer	282
5. Berührung von Mitgliederinteressen	282
6. Eintragung in die Liste der qualifizierten Wirtschaftsverbände	283
D. Qualifizierte Einrichtungen	283
E. Kammern	285
F. Missbrauch	285
I. Zweck	285
II. Anwendungsbereich	286
III. Begriff	286
IV. Rechtsfolgen	289
G. Besonderheiten bei plattformbasierten Geschäftsmodellen	289
§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung	290
A. Überblick	291
B. Schadensersatzanspruch	292
I. Anspruchsvoraussetzungen im Überblick	292
1. Geschädigter ist Mitbewerber	292
2. Geschädigter ist Verbraucher	292
II. Die Voraussetzungen im Einzelnen	292
III. Einzelne Schadensposten	294
IV. Objektive Schadensberechnung	295
1. Dreifache Schadensberechnung	295
2. Anwendungsbereich	296
3. Wahlrecht bei Schadensberechnung	296
V. Konkurrenzen	297
C. Auskunftsanspruch	298
I. Überblick	298
II. Unselbstständiger Auskunftsanspruch	298
III. Selbstständiger Auskunftsanspruch (auf Drittauskunft)	300
IV. Auskunftsanspruch qualifizierter Einrichtungen	300
D. Gewinnabschöpfung	301
I. Überblick	301
II. Vorsätzlicher Verstoß	302
III. Der erzielte Gewinn zu Lasten einer Vielzahl von Abnehmern	303
IV. Beweislast, Auskunftsanspruch	304
V. Gläubigermehrheit	305

VI. Aufwendungsersatz	305
E. Bereicherungsanspruch	306
F. Verjährung	306
I. Überblick	306
II. Anwendungsbereich	307
III. Beginn	308
§ 24. Strafrechtliche Sanktionen	309
A. Überblick	309
B. Straftatbestände	309
C. Ordnungswidrigkeiten	310
 6. Kapitel. Verfahrensfragen	
§ 25. Abmahnung	311
A. Überblick	311
B. Erforderlichkeit	313
C. Inhalt	314
D. Rechtsnatur	314
E. Ersatz der Abmahnkosten	315
I. Voraussetzungen und Umfang	315
II. Ausnahmen	316
F. Unberechtigte Abmahnung	317
I. Begriff und Problemstellung	317
II. Verbot der missbräuchlichen Geltendmachung	318
§ 26. Einstweilige Verfügung	318
A. Überblick	319
B. Anwendungsbereich	319
C. Dringlichkeitsvermutung	319
D. Verfahren	321
E. Vollziehung	322
F. Rechtsbehelfe	322
G. Abschlussverfahren	323
H. Schutzschrift	324
§ 27. Sonstige Verfahrensfragen	325
A. Einigungsstellen	325
B. Zuständigkeit der ordentlichen Gerichte	326
I. Sachliche Zuständigkeit	326
II. Örtliche Zuständigkeit	326
Stichwortverzeichnis	329