

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XIX
Literaturverzeichnis	XXIX
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	1

Einleitung

1. Abschnitt. Wettbewerb und Wettbewerbsordnung	15
A. Wettbewerb und Wettbewerbskonzeptionen	16
B. Wettbewerbsordnung	29
2. Abschnitt. Grundlagen des deutschen Wettbewerbsrechts (Lauterkeitsrechts)	37
A. Entwicklung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb	38
B. Die Durchsetzung des Lauterkeitsrechts	46
3. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Unionsrecht	51
A. Grundlagen des Unionsrechts – Unmittelbare und vorrangige Geltung ...	53
B. Die Bedeutung des primären Unionsrechts für das Lauterkeitsrecht	58
C. Sekundäres Unionsrecht und Lauterkeitsrecht	64
4. Abschnitt. Wettbewerbsrecht im Ausland	73
5. Abschnitt. Internationales Wettbewerbsrecht und Verfahrensrecht	84
A. Überblick über das internationale Wettbewerbsrecht (Kollisionsrecht) ...	87
B. Das bis zum 11.1.2009 geltende Kollisionsrecht (Art. 40–42 EGBGB) ...	88
C. Das ab dem 11.1.2009 geltende Kollisionsrecht (Rom II-VO)	95
D. Internationales Verfahrensrecht	101
6. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht	103
A. Aufgabe des Kartellrechts	103
B. Rechtsquellen des Kartellrechts	104
C. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht als Gesamtordnung des Wettbewerbs ...	107
D. Einzelfragen	109
7. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Bürgerliches Recht	110
A. Allgemeines	111
B. Lauterkeitsrecht und Deliktsrecht	112
C. Lauterkeitsrecht und Vertragsrecht	113
D. Bürgerlichrechtlicher Schutz des Unternehmens	115

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Kapitel 1. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck des Gesetzes	123
A. Allgemeines	125
B. Schutz der Mitbewerber	127
C. Schutz der Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer	129
D. Schutz des Allgemeininteresses an einem unverfälschten Wettbewerb ...	137
E. Das Verhältnis der Schutzzwecke zueinander	139
F. Unternehmer als Normadressaten	141
§ 2 Definitionen	141
A. Allgemeines	147
B. Geschäftliche Handlung (§ 2 I Nr. 1)	148
C. Marktteilnehmer (§ 2 I Nr. 2)	178
D. Mitbewerber (§ 2 I Nr. 3)	178
E. Nachricht (§ 2 I Nr. 4)	187
F. Verhaltenskodex (§ 2 I Nr. 5)	187
G. Unternehmer (§ 2 I Nr. 6)	190

VII

Inhaltsverzeichnis

H. Unternehmerische Sorgfalt (§ 2 I Nr. 7)	192
J. Wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers (§ 2 I Nr. 8)	197
K. Geschäftliche Entscheidung (§ 2 I Nr. 9)	199
L. Verbraucher (§ 2 II)	203
§ 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen	207
1. Abschnitt. Allgemeines	211
A. Allgemeines	213
B. Entstehungsgeschichte des § 3	214
C. Regelungsstruktur des § 3	215
D. Grundrechtskonforme Auslegung des UWG	216
2. Abschnitt. Die „große“ Generalklausel des § 3 I	222
A. Die Funktionen des § 3 I	222
B. Der Tatbestand des § 3 I	223
C. § 3 I als Auffangtatbestand für sonstige unlautere Handlungen	226
3. Abschnitt. Die Verbrauchergeneralklausel des § 3 II	232
A. Entstehungsgeschichte, unionsrechtliche Grundlage und Normzweck	233
B. Anwendungsbereich	233
C. Tatbestand	236
4. Abschnitt. Die stets unzulässigen geschäftlichen Handlungen (§ 3 III)	242
A. Stets unzulässige geschäftliche Handlungen (§ 3 III)	242
B. Auslegung	243
C. Tatbestand	244
D. Keine geschäftliche Relevanz erforderlich	245
5. Abschnitt. Durchschnittsverbraucher und durchschnittliches Mitglied einer Verbrauchergruppe als Beurteilungsmaßstab (§ 3 IV)	245
A. Durchschnittsverbraucher und durchschnittliches Mitglied einer Verbrauchergruppe als Beurteilungsmaßstab (§ 3 IV)	246
B. Anwendung des § 3 IV auf alle Unlauterkeitstatbestände	247
C. Geschützter Personenkreis	248
D. Der Beurteilungsmaßstab des § 3 IV 1	249
E. Der Beurteilungsmaßstab des § 3 IV 2	249
6. Abschnitt. Einsatz von Verkaufsförderern	254
A. Allgemeines	255
B. Gewerbliche Unternehmer als Verkaufsförderer	256
C. Mitarbeiter fremder Unternehmer als Verkaufsförderer	258
D. Berufliche Interessenwahrer als Verkaufsförderer	258
E. Privatpersonen als Verkaufsförderer („Laienwerbung“)	261
7. Abschnitt. Ausnutzung der „geschäftlichen Unerfahrenheit“ und der „Rechtsunkenntnis“	267
A. Einführung	268
B. Die „Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit“	268
8. Abschnitt. Verkaufsförderungsmaßnahmen	275
A. Einführung	277
B. Begriff, Erscheinungsformen und wirtschaftliche Bedeutung von Verkaufsförderungsmaßnahmen	278
C. Entwicklung der lauterkeitsrechtlichen Beurteilung	278
D. Kopplungsangebote (einschließlich Zugaben)	282
E. Preisnachlässe (Rabatte)	288
F. Kundenbindungssysteme	291
G. Geschenke	292
H. Preisausschreiben, Gewinnspiele und sonstige aleatorische Reize	294
I. Versteigerungen	297
9. Abschnitt. Emotionale („gefühlbetonte“) Werbung	299
A. Allgemeines	300
B. Lauterkeitsrechtliche Beurteilung	301
C. Fallgruppen	303

Inhaltsverzeichnis

10. Abschnitt. Die Rechtsfolgen	308
A. Lauterkeitsrechtliche Rechtsfolgen	308
B. Bürgerlichrechtliche Rechtsfolgen	308
Anhang zu § 3 III	310
§ 3a Rechtsbruch	371
1. Abschnitt. Rechtsbruch	372
A. Allgemeines	378
B. Tatbestand	390
C. Einzelne Regelungen	405
D. Rechtsfolgen und Konkurrenzen	461
2. Abschnitt. Wettbewerb der öffentlichen Hand	461
A. Allgemeines	464
B. Wettbewerbsschutz für die öffentliche Hand	465
C. Wettbewerbsschutz gegenüber der öffentlichen Hand	465
D. Unlauterkeit des Handelns der öffentlichen Hand	472
§ 4 Mitbewerberschutz	487
Vorbemerkung	489
A. Entstehungsgeschichte des § 4	490
B. Auslegung, Erweiterung und Einschränkung der Mitbewerberschutztatbestände	490
C. Rückgriff auf die Generalklausel des § 3 I	491
D. Verhältnis der mitbewerberschützenden zu den verbraucherschützenden Tatbeständen	491
1. Abschnitt. Herabsetzung von Mitbewerbern	491
A. Allgemeines	493
B. Tatbestand	497
C. Rechtsfolgen	504
2. Abschnitt. Anschwärzung	504
A. Allgemeines	505
B. Tatbestand	508
C. Rechtsfolgen	514
3. Abschnitt. Lauterkeitsrechtlicher Nachahmungsschutz („Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz“)	515
A. Allgemeines	520
B. Tatbestand	529
C. Rechtsfolgen	557
4. Abschnitt. Gezielte Behinderung	561
A. Allgemeines	566
B. Absatzbehinderung	574
C. Nachfragebehinderung	591
D. Werbebehinderung	592
E. Behinderung durch Kennzeichenverwendung	595
F. Behinderung durch Mitarbeiterabwerbung	606
G. Boykott	612
H. Missbrauch der Nachfragemacht	619
I. Vergleichende Werbung ohne erkennbare Bezugnahme auf Mitbewerber	621
J. Betriebsstörung	629
K. Preisunterbietung	641
L. Rechtsfolgen	647
5. Abschnitt. Allgemeine Marktbehinderung	647
A. Allgemeines	648
B. Tatbestand der allgemeinen Marktbehinderung	650
C. Fallgruppen	653
§ 4a Aggressive geschäftliche Handlungen	659
1. Abschnitt. Allgemeines	661
A. Entstehungsgeschichte und Normzweck des § 4a	663

Inhaltsverzeichnis

B. Systematische Stellung und Auslegung des § 4a	664
C. Verhältnis des § 4a zu anderen Normen	665
D. Der Tatbestand des § 4a	669
E. Belästigung (§ 4a I 2 Nr. 1)	672
F. Nötigung (§ 4a I 2 Nr. 2)	675
G. Unzulässige Beeinflussung (§ 4a I 2 Nr. 3)	676
H. Feststellung einer aggressiven geschäftlichen Handlung (§ 4a II 1)	683
2. Abschnitt. Konkretisierung des Verbraucherschutzes (§ 4a II 2)	689
A. Allgemeines	690
B. Das Verhältnis zu anderen Regelungen	693
C. „Angst“ und „Zwangslage“	695
§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen	698
Einführung. Grundlagen des Irreführungsverbots	702
A. Gesetzesgeschichte	706
B. Schutzzweck	708
C. Das Irreführungsverbot in der Rechtsordnung	710
D. Bedeutung und Stellung des Irreführungsverbots im heutigen Lauterkeitsrecht	737
1. Abschnitt. Tatbestand der irreführenden geschäftlichen Handlung	740
A. Irreführende geschäftliche Handlung	745
B. Angaben	749
C. Irreführende Angaben	756
D. Geschäftliche Relevanz der Irreführung	786
E. Interessenabwägung, Prüfung der Verhältnismäßigkeit	794
F. Verfahrensrechtliche Fragen	799
2. Abschnitt. Irreführung über wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung (§ 5 I 2 Nr. 1 UWG)	807
A. Allgemeines	812
B. Verfügbarkeit	812
C. Art, Ausführung, Zusammensetzung, Beschaffenheit, Zubehör	812
D. Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung ...	860
E. Irreführung über Vorteile, Risiken, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse .	862
F. Menge	868
G. Kundendienst und Beschwerdeverfahren	869
H. Irreführung über die geographische oder betriebliche Herkunft (§ 5 I 2 Nr. 1)	869
I. Irreführung über Ergebnisse oder wesentliche Bestandteile von Tests	877
3. Abschnitt. Irreführung über den Anlass des Verkaufs, den Preis oder die Bedingungen der Warenlieferung oder Dienstleistungserbringung (§ 5 I 2 Nr. 2)	880
A. Irreführung über den Anlass des Verkaufs	883
B. Irreführung über die Preisbemessung	887
C. Irreführung über die Bedingungen der Lieferung der Ware oder Erbringung der Dienstleistung	927
4. Abschnitt. Irreführung über Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers (§ 5 I 2 Nr. 3)	930
A. Einführung	934
B. Identität des Unternehmens	934
C. Irreführende Angaben über Eigenschaften, Umfang und Bedeutung des Unternehmens	947
D. Irreführende Angaben über das Vermögen einschließlich der Rechte des geistigen Eigentums sowie über den Umfang von Verpflichtungen	961
E. Irreführende Angaben über Befähigung, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen	967
F. Irreführung über Auszeichnungen und Ehrungen	977
G. Irreführung über die Beweggründe für die geschäftliche Handlung und die Art des Vertriebs (vertriebsbezogene Irreführung)	979

Inhaltsverzeichnis

5. Abschnitt. Irreführung über Sponsoring oder Zulassung (§ 5 I 2 Nr. 4 UWG)	987
A. Irreführung über Sponsoring	988
B. Irreführung über Zulassung	989
6. Abschnitt. Irreführung über Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs einer Reparatur (§ 5 I 2 Nr. 5 UWG)	989
7. Abschnitt. Irreführung über Einhaltung eines Verhaltenskodexes (§ 5 I 2 Nr. 6)	990
A. Begriff des Verhaltenskodexes	990
B. Bedeutung von Verhaltenskodizes	990
C. Kartellrechtliche Problematik von Verhaltenskodizes	991
8. Abschnitt. Irreführung über Verbraucherrechte (§ 5 I 2 Nr. 7)	991
A. Allgemeines	992
B. Rechte des Verbrauchers	992
9. Abschnitt. Lauterkeitsrechtlicher Schutz vor Verwechslungen (§ 5 II)	993
A. Allgemeines	994
B. Tatbestand des § 5 II	995
C. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und Markenrecht	996
D. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und lauterkeitsrechtlicher Nachahmungsschutz	999
E. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und Designschutz	1000
§ 5a Irreführung durch Unterlassen	1000
1. Abschnitt. Allgemeines	1004
A. Rechtsentwicklung	1005
B. Zur Unterscheidung zwischen „irreführenden geschäftlichen Handlungen“ (§ 5) und der „Irreführung durch Unterlassung“ (§ 5a)	1006
2. Abschnitt. Irreführung durch Verschweigen von Tatsachen (§ 5a I)	1007
A. Schutzzweck des § 5a I	1008
B. Normstruktur und Funktion des § 5a I	1009
C. Irreführung im Sinne des § 5a I	1009
D. Bestehen von Informationspflichten	1009
E. Geschäftliche Relevanz des Verschweigens einer Tatsache	1011
3. Abschnitt. Irreführung durch Vorenthalten wesentlicher Informationen (§ 5a II)	1011
A. Entstehungsgeschichte und unionsrechtliche Grundlage	1012
B. Der Tatbestand des § 5a II	1013
C. Verhältnis des § 5a II zu anderen Vorschriften	1023
4. Abschnitt. Wesentliche Informationen bei Angeboten zu einem Geschäftsabschluss (§ 5a III)	1024
A. Allgemeines	1025
B. Einzelne „wesentliche Informationen“ im Sinne des § 5a III	1030
5. Abschnitt. Spezielle auf Unionsrecht gegründete Informationspflichten (§ 5a IV)	1037
A. Allgemeines	1039
B. Einzelne Informationspflichten iSd Anhangs II UGP-RL	1040
C. Sonstige spezialgesetzliche Informationspflichten	1042
D. Die Informationspflichten nach den §§ 5, 6 TMG	1043
6. Abschnitt. Berücksichtigung von Beschränkungen des Kommunikationsmittels (§ 5a V)	1057
A. Die Regelung, ihre unionsrechtliche Grundlage und ihr Schutzzweck	1058
B. Räumliche oder zeitliche Beschränkungen des Kommunikationsmittels	1058
C. Anderweitige Bereitstellung von Informationen	1059
D. Berücksichtigung bei der Beurteilung des Vorenthaltes von Informationen	1059
7. Abschnitt. Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks (§ 5a VI)	1060
A. Allgemeines	1062
B. § 5a VI als selbständiger Unlauterkeitstatbestand	1065
C. Verhältnis zu anderen Regelungen	1065
D. Tatbestand	1067

Inhaltsverzeichnis

E. Fallgruppen	1069
§ 6 Vergleichende Werbung	1088
A. Entstehungsgeschichte und frühere Rechtslage	1093
B. Auslegungsgrundsätze, Normzweck und Anwendungsbereich	1096
C. Begriff der vergleichenden Werbung	1107
D. Unlauterkeit der vergleichenden Werbung	1122
E. Beweislast und Rechtsfolgen	1147
F. Anhang: Vergleichende Waren- und Dienstleistungstests	1147
Allgemeine Vertragsbedingungen	1153
§ 7 Unzumutbare Belästigungen	1158
A. Allgemeines	1166
B. Der Grundtatbestand des § 7 I 1	1170
C. Der Beispielstatbestand des § 7 I 2	1174
D. Fallgruppen zu § 7 I	1175
E. Die Tatbestände des § 7 II	1191

Kapitel 2. Rechtsfolgen

§ 8 Beseitigung und Unterlassung	1235
1. Abschnitt. Wettbewerbsrechtliche Abwehransprüche (§ 8 I)	1237
A. Grundzüge	1240
B. Unterlassungsanspruch	1242
C. Beseitigung und Widerruf	1260
D. Verfahrensbezogene Äußerungen	1268
2. Abschnitt. Die Schuldner der Abwehransprüche	1271
A. Allgemeine Grundsätze	1274
B. Die Haftung des Unternehmensinhabers für Mitarbeiter und Beauftragte (§ 8 II)	1296
3. Abschnitt. Die Gläubiger der Abwehransprüche	1303
A. Allgemeines	1305
B. Anspruchsberechtigung der Mitbewerber (§ 8 III Nr. 1)	1313
C. Rechtsfähige Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen (§ 8 III Nr. 2)	1315
D. Qualifizierte Einrichtungen zum Schutz von Verbraucherinteressen (§ 8 III Nr. 3)	1325
E. Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern (§ 8 III Nr. 4)	1328
F. Beweislast	1329
4. Abschnitt. Missbräuchliche Geltendmachung von Abwehransprüchen	1329
A. Allgemeines	1330
B. Missbrauch	1333
C. Adressatenkreis	1340
D. Beweislast	1340
5. Abschnitt. Auskunftsanspruch	1341
A. Allgemeines	1341
B. Auskunftsberechtigte	1342
C. Auskunftsverpflichtete	1342
D. Inhalt, Voraussetzungen und Umfang der Auskunftserteilung	1342
E. Kosten der Auskunft	1342
F. Durchsetzung des Auskunftsanspruchs	1343
§ 9 Schadensersatz	1343
1. Abschnitt. Der Schadensersatzanspruch (Satz 1)	1345
A. Allgemeines	1346
B. Schuldner und Gläubiger	1347
C. Voraussetzungen und Grenzen der Schadenszurechnung	1350
D. Überblick über Inhalt und Umfang des Schadensersatzes	1354
E. Naturalherstellung	1355
F. Einzelne Vermögensschäden	1356

Inhaltsverzeichnis

G. Dreifache Schadensberechnung	1360
2. Abschnitt. Die Verantwortlichkeit der Presse	1368
A. Überblick	1368
B. Abwehransprüche	1369
C. Gegendarstellungsanspruch	1370
D. Selbsthilfe durch Anzeigenaktion	1372
E. Schadensersatzanspruch gegen die Presse (Satz 2)	1373
3. Abschnitt. Der Bereicherungsanspruch	1374
A. Voraussetzungen	1375
B. Inhalt und Umfang des Anspruchs	1376
C. Sonstiges	1376
4. Abschnitt. Ansprüche auf Auskunft, Rechnungslegung und Besichtigung	1376
A. Funktion, Arten und Rechtsgrundlage des Auskunftsanspruchs	1378
B. Voraussetzungen des Auskunftsanspruchs	1380
C. Umfang und Grenzen des Auskunftsanspruchs	1381
D. Einzelheiten	1386
E. Erfüllung und Durchsetzung des Auskunftsanspruchs	1388
F. Einwendungen und Einreden	1392
G. Der Anspruch auf Besichtigung (§ 809 BGB)	1392
§ 10 Gewinnabschöpfung	1393
A. Allgemeines	1395
B. Tatbestand	1398
C. Rechtsfolgen	1402
§ 11 Verjährung	1405
1. Abschnitt. Verjährung	1407
A. Entstehungsgeschichte	1408
B. Dogmatische Einordnung und Normzweck	1408
C. Anwendungsbereich des § 11 I	1409
D. Verjährungsfristen und Verjährungsbeginn	1412
E. Eintritt der Verjährung ohne Rücksicht auf Kenntnis und grob fahrlässige Unkenntnis	1418
F. Neubeginn der Verjährung	1418
G. Hemmung der Verjährung	1419
H. Wirkung der Verjährung	1421
I. Beweislast	1423
2. Abschnitt. Wettbewerbsrechtliche Einwendungen	1423
A. Allgemeines	1424
B. Tatbestands- und rechtswidrigkeitsausschließende Einwendungen	1424
C. Verwirkung	1427
D. Rechtsmissbrauch	1433

Kapitel 3. Verfahrensvorschriften

§ 12 Anspruchsdurchsetzung, Veröffentlichungsbefugnis, Streitwertminderung	1435
1. Abschnitt. Abmahnung und Unterwerfung (§ 12 I)	1439
A. Allgemeines	1444
B. Abmahnung	1445
C. Unterwerfung	1476
2. Abschnitt. Erkenntnisverfahren	1503
A. Rechtsweg	1506
B. Zuständigkeit	1511
C. Rechtsschutzbedürfnis	1512
D. Klage	1515
E. Unterlassungsklage	1524
F. Sonstige Klagen	1534
G. Beweis	1537
H. Verfahrensunterbrechungen	1546

Inhaltsverzeichnis

I. Urteil	1547
J. Kosten	1550
K. Vergleich	1552
3. Abschnitt. Einstweilige Verfügung	1553
A. Einführung	1556
B. Voraussetzungen der einstweiligen Verfügung im Lauterkeitsrecht	1556
C. Erlass der einstweiligen Verfügung	1564
D. Rechtsbehelfe des Antragstellers	1567
E. Rechtsbehelfe des Antragsgegners	1567
F. Die Vollziehung der einstweiligen Verfügung (§§ 936, 928, 929 ZPO)	1572
G. Das Abschlussverfahren (Abschluss schreiben und Abschlusserklärung)	1575
H. Schadensersatz nach § 945 ZPO	1578
4. Abschnitt. Urteilsveröffentlichung (§ 12 III)	1581
A. Entstehungsgeschichte und vergleichbare Regelungen	1582
B. Zweck und Anwendungsbereich	1582
C. Voraussetzungen der Bekanntmachungsbefugnis	1583
D. Entscheidung über die Bekanntmachungsbefugnis	1583
E. Entscheidung im Urteil	1584
F. Inhalt der Anordnung	1584
G. Ausübung der Veröffentlichungsbefugnis	1585
H. Materieellrechtlicher Veröffentlichungsanspruch	1586
I. Veröffentlichung ohne gerichtlich zugesprochene Befugnis	1586
5. Abschnitt. Streitwert	1586
A. Entstehungsgeschichte	1587
B. Grundlagen	1588
C. Streitwert bei einzelnen Klagearten	1589
D. Streitwertbegünstigung (§ 12 IV und V)	1592
6. Abschnitt. Zwangsvollstreckung	1595
A. Unterlassungstitel	1596
B. Sonstige Titel	1602
7. Abschnitt. Vorgehen bei innergemeinschaftlichen Verstößen gegen Verbraucherschutzgesetze (V SchDG)	1603
A. Überblick	1604
B. Die für innergemeinschaftliche Verstöße zuständige Behörde	1604
C. Aufgaben der zuständigen Behörde	1604
D. Befugnisse der zuständigen Behörde	1605
E. Gerichtliche Überprüfung behördlicher Entscheidungen	1606
F. Beauftragung Dritter zur zivilrechtlichen Rechtsdurchsetzung	1606
§ 13 Sachliche Zuständigkeit	1607
A. Entstehungsgeschichte	1608
B. Ausschließliche Zuständigkeit der Landgerichte	1608
C. Funktionelle Zuständigkeit der Kammer für Handelssachen	1609
D. Konzentrationsermächtigung (§ 13 II)	1609
E. Zuständigkeit der Arbeitsgerichte	1609
§ 14 Örtliche Zuständigkeit	1610
A. Allgemeines	1611
B. Die Gerichtsstände nach § 14 I	1612
C. Der Gerichtsstand des § 14 II (Begehungsort)	1613
§ 15 Einigungsstellen	1616
A. Allgemeines	1618
B. Errichtung und Besetzung der Einigungsstellen	1619
C. Sachliche Zuständigkeit	1620
D. Örtliche Zuständigkeit	1620
E. Verfahren	1621
F. Verfahrensbeendigung	1624
G. Prozessuale und materielle rechtliche Bedeutung des Einigungsverfahrens ..	1625
Anhang	1627

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 4. Straf- und Bußgeldvorschriften

§ 16 Strafbare Werbung	1631
A. Allgemeines	1633
B. Strafbare irreführende Werbung (Abs. 1)	1634
C. Progressive Kundenwerbung (Abs. 2)	1641
Vorbemerkungen vor §§ 17–19 Schutz von Betriebsgeheimnissen	1648
A. Das Geschäftsgeheimnis als Vermögenswert	1649
B. Das Geschäftsgeheimnis im Wettbewerb	1650
C. Der strafrechtliche Schutz des Geschäftsgeheimnisses im Überblick	1651
§ 17 Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	1651
A. Allgemeines	1653
B. Das „Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis“	1656
C. Der Geheimnisverrat (§ 17 I)	1661
D. Betriebsespionage (§ 17 II Nr. 1)	1663
E. Geheimnisverwertung (§ 17 II Nr. 2)	1664
F. Zivilrechtliche Folgen	1666
G. Strafrechtliche Folgen	1671
§ 18 Verwertung von Vorlagen	1673
A. Allgemeines	1674
B. Objektiver Tatbestand	1674
C. Subjektiver Tatbestand	1676
D. Strafrechtliche Folgen	1676
E. Zivilrechtliche Folgen	1676
§ 19 Verleiten und Erbieten zum Verrat	1676
A. Allgemeines	1677
B. Die einzelnen Tatbestände	1677
C. Strafrechtliche Folgen	1679
D. Zivilrechtliche Folgen	1679
§ 20 Bußgeldvorschriften	1679
A. Entstehungsgeschichte und Normzweck	1680
B. Tatbestand der Ordnungswidrigkeit	1680
C. Sanktionen	1681
D. Zuständigkeit	1682
Anhang zu § 3 III	1682

Preisangabenverordnung (PAngV)

Gesetzestext	1683
Kommentierung	1693

Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (Unterlassungsklagengesetz – UKlaG)

Gesetzestext	1749
Kommentierung	1757

Verordnung über Informationspflichten für Dienstleistungserbringer (Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung – DL-InfoV)

Gesetzestext	1805
Kommentierung	1807

Inhaltsverzeichnis

Anhang. Gesetzestexte und sonstige Rechtsquellen

I. Europäisches Recht	1823
1. Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Oktober 2004 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden (Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz)	1823
2. Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung	1836
3. Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates	1843
4. Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“)	1872
5. Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation)	1891
6. Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken)	1908
7. Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel	1923
8. Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste)	1945
II. Deutsches Recht	1972
9. Gesetz über den Verkehr mit Arzneimitteln (Arzneimittelgesetz – AMG)	1972
10. Gesetz über Medizinprodukte (Medizinproduktegesetz – MPG)	1994
11. Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (Heilmittelwerbegesetz – HWG)	2024
12. Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch (Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch – LFGB)	2031
13. EG-Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetz – VSchDG	2067
III. Sonstige Rechtsquellen	2078
14. Amtliche Begründung zum Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb	2078
15. Amtliche Begründung zum Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb	2101

Schlussanhang

Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs (EuGH)	2113
Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Bundesgerichtshofs	2134
Fälleverzeichnis	2235
Sachverzeichnis	2263