

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XVII
Verzeichnis der zitierten und weiterführenden Literatur	XXI

1. Kapitel. Grundlagen

§ 1. Einführung	1
I. Abgrenzung, Begriff	1
II. Geschichte des UWG bis 2004	2
1. Anfänge	2
2. UWG von 1896	2
3. UWG von 1909	3
4. Die Entwicklung bis 2004	5
5. UWG von 2004	6
III. Europäische Union	7
IV. UWG 2005	9
§ 2. Internationales Wettbewerbsrecht	11
I. Internationale Abkommen	11
1. Pariser Verbandsübereinkunft	11
2. WIPO, TRIPs	11
II. Rechtsvergleichung	12
1. Österreich	12
2. Schweiz	13
3. Frankreich	13
4. Italien	14
5. Belgien	15
6. Niederlande	15
7. Spanien	15
8. Vereinigtes Königreich	16
§ 3. Zweck	17
§ 4. Anwendungsbereich	20
I. Geschäftliche Handlung	20
1. Überblick	20
2. Geschäftlicher Verkehr	22
3. Verhalten einer Person vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss	24
II. Äußerungen der Medien und der Wissenschaft	26
III. Öffentliche Hand	28
1. Zulässigkeit	29
2. Anwendungsbereich des Wettbewerbsrechts	30
3. Schranken	32
4. Beispiele	33
IV. Internationales Privatrecht	33

1. Überblick	33
2. Früherer Rechtszustand, Marktortprinzip	34
3. Rom II-Verordnung	35
§ 4a. Grundbegriffe	38
I. Verbraucher	38
II. Unternehmer	38
III. Mitbewerber	40
IV. Marktteilnehmer	41
V. § 2 Abs. 1 Nr. 8, 9 UWG	41
§ 5. Unlauterkeit	43
I. Überblick	43
II. Unlauterkeit (§ 3 Abs. 1 UWG)	44
1. Rückblick	44
2. Heutiges Verständnis	47
3. Bedeutung des GWB	49
III. Verbrauchergeneralklausel (§ 3 Abs. 2, 4 UWG)	50
IV. Relevanzkriterien	52
1. Überblick	52
2. § 3 Abs. 2 UWG	53
3. § 3 Abs. 1 UWG	54
 2. Kapitel. Verletzung von Interessen der Mitbewerber (B2B)	
§ 6. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 4 UWG)	57
I. Überblick	57
II. Behinderung	58
III. Preisunterbietung	60
1. Überblick	60
2. Vernichtungsabsicht	61
3. Sonstige Fälle	62
IV. Boykott	63
V. Verletzung von Preis- und Vertriebsbindungssystemen	64
1. Überblick	64
2. Kontrolle	65
3. Lückenlosigkeit	66
4. Außenseiter	66
VI. Abwerbung von Kunden	68
1. Grundsätzliche Zulässigkeit	68
2. Kundenfang	71
VII. Abwerbung von Arbeitnehmern	72
VIII. Missbrauch von Zeichenrechten	74
§ 7. Vergleichende Werbung	76
I. Überblick, Geschichte	76
II. Begriff	79
1. Überblick	79
2. Werbung	79

3. Bezugnahme auf Mitbewerber	80
4. Vergleich	82
5. Eigenvergleich	83
6. Systemvergleich	83
7. Kritisierende, persönliche und unternehmensbezogene Werbung	84
III. Zulässigkeitsvoraussetzungen	86
1. Zweck	86
2. § 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG	87
3. § 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG	88
4. § 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG	90
5. § 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG	91
6. § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG	93
7. § 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG	94
8. Irreführungsverbot	95
IV. Rechtsfolgen	96
§ 8. Maßnahmen im Stufenwettbewerb	97
I. Überblick	97
II. Direktverkäufe	98
III. Bestechung	98
1. Überblick	98
2. § 299 StGB	99
3. Bestechungsähnliche Maßnahmen	101
IV. Missbrauch der Nachfragemacht	102
§ 9. Geschäftsehrverletzung und Anschwärzung	104
I. Überblick	104
II. Konkurrenzen	104
III. Geschäftliche Handlung	106
IV. Geschäftsehrverletzung (§ 4 Nr. 1 UWG)	107
V. Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG)	108
1. Überblick	108
2. Tatsachen	109
3. Insbesondere Schutzrechtsverwarnung	110
4. Behauptung, Verbreitung	111
5. Beweislast	112
6. Ausnahmen	112
7. Rechtsfolgen	113
§ 10. Geheimnisverrat	115
I. Überblick, Geschichte	115
II. Das neue zivilrechtliche Schutzsystem im Überblick	117
III. Ergänzender strafrechtlicher Schutz von Geschäftsgeheimnissen ..	120
1. Überblick. Geschäftsgeheimnis	120
2. Geheimnisverrat durch Beschäftigte (§ 17 Abs. 1 UWG, § 23 Abs. 1 Nr. 1 GeschGehG-E)	121
3. Ausspähung und Verwertung von Geheimnissen	124
IV. Vorlagenfreibeuterei	128

1. Schutzgegenstand	128
2. Verbotene Handlung	129
§ 11. Ausbeutung fremder Leistungen	130
I. Überblick, Problematik	130
II. Konkurrenzen	132
III. Herkunftstäuschung	134
1. Überblick	134
2. Wettbewerbliche Eigenart	135
3. Nachahmung	138
4. Vermeidbare Herkunftstäuschung	139
5. Nachahmung fremder Werbung	142
IV. Rufausnutzung und Rufbeeinträchtigung	142
1. Rufausnutzung	142
2. Rufbeeinträchtigung	145
V. Unredliche Kenntniserlangung	145
VI. Behinderung	146
VII. Ersatzteile und Zubehör	147
VIII. Unmittelbare Leistungsübernahme, Leistungsschutzrechte	147
IX. Rechtsfolgen	149
1. Unterlassungsanspruch	149
2. Schadensersatzansprüche	150
3. Dauer	150
3. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Abnehmer	
§ 12. Aggressive Geschäftspraktiken (§ 4a UWG)	151
I. Überblick	151
II. Begriff	153
1. Überblick	153
2. Mittel	153
3. Beispiele	156
4. Insbesondere Kinder (Nr. 28 Anhang UWG)	158
III. Kaufzwang, übertriebenes Anlocken	159
IV. Gefühlsbetonte Werbung	161
1. Grundsätzliche Zulässigkeit als bloße Imagewerbung	161
2. Insbesondere Einflussnahme in menschenverachtender Weise ..	163
V. Weitere Fälle iuris antiqui	164
1. Einsatz von Laienwerbern	164
2. Die Streichung von § 4 Nr. 3–6 UWG	165
§ 13. Unzumutbare Belästigungen	167
I. Überblick	167
II. Grundtatbestand (§ 7 Abs. 1 UWG)	169
1. § 7 Abs. 1 S. 1 UWG	169
2. § 7 Abs. 1 S. 2 UWG	170
3. Beispiele für § 7 Abs. 1 UWG	172
III. Regeltatbestände des § 7 Abs. 2 UWG	174
1. Briefwerbung	174

2. Telefonwerbung	175
3. E-Mail-Werbung	179
4. Transparenzgebot (§ 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG)	180
§ 14. Irreführung	182
I. Überblick	183
II. Geschäftliche Handlung	186
1. Begriff	186
2. Nur sachliche Angaben	187
III. Unrichtigkeit	188
1. Überblick	188
2. Verbraucherleitbild	191
3. Irreführungsquote	193
IV. Irreführung durch Unterlassen (§ 5 a UWG)	195
1. Überblick, Geschichte	195
2. Grundtatbestand (§ 5 Abs. 1 UWG, § 5 a Abs. 1 UWG)	197
3. Besonderheiten für das Verhältnis zu Verbrauchern (B2C)	199
4. Transparenzgebote	203
V. Einzelfragen	205
1. Blickfangwerbung	205
2. Mehrdeutigkeit	206
3. Fortwirkung	207
4. Bedeutungswandel	207
5. Umweltwerbung	208
6. Fachausdrücke	208
7. Verweisende Verbrauchervorstellungen	209
8. Verdeckte Werbung, Schleichwerbung	210
VI. Relevanz	213
VII. Interessenabwägung	215
VIII. Beweis	216
1. Beweismittel	216
2. Beweislast	217
IX. Rechtsfolgen	218
1. Unterlassungsanspruch	218
2. Schadensersatz	219
3. Nichtigkeit	220
4. Strafrechtliche Folgen (§ 16 Abs. 1 UWG)	220
§ 15. Irreführung: Beispiele	222
I. Überblick	223
II. Vorräte	224
1. Lockvogelangebote	224
2. Menge, Verfügbarkeit	225
III. Beschaffenheit	226
1. Überblick	226
2. Eigenschaften/Verpackungsgröße	227
3. Kunststoffe	228
4. Lebensmittel	229

5. Genussmittel	230
6. Heilmittel	230
IV. Ursprungs- bzw. Herkunftsbezeichnung	232
1. Überblick	232
2. Völkerrecht	232
3. Unionsrecht	233
4. Konkurrenzen	235
5. Erscheinungsformen	236
6. Gattungsbezeichnungen	238
7. Irreführung	239
8. Rechtsfolgen	241
9. Betriebliche Herkunftsangaben	242
V. Testergebnisse/Prüf- und Gütezeichen	243
VI. Geschäftliche Verhältnisse	245
1. Überblick	245
2. Alleinstellungswerbung	246
3. Firmenzusätze	248
4. Alter	249
5. Berufsbezeichnungen	250
6. Irreführung über den gewerblichen Charakter der geschäftlichen Handlung	252
7. Schutzrechtsbehauptungen	252
VII. Weitere Fälle	253
1. Überblick	253
2. Ausnutzung der Spiellust	254
3. Schneeballsysteme	255
§ 16. Preiswerbung	257
I. Überblick	257
II. Irreführung über die Preise	258
1. Preiswahrheit (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG)	258
2. Preissenkungen (§ 5 Abs. 4 UWG)	262
III. PAngV	264
1. Überblick, Unionsrecht	264
2. Anwendungsbereich	265
IV. Angabe des Gesamtpreises	267
1. Grundsätze und Anwendungsbereich	267
2. Verbraucherdarlehen	270
3. Rechtsfolgen	272
§ 17. Besondere Verkaufsveranstaltungen	273
I. Geschichte	273
II. Bedeutung	274
III. Räumungsverkäufe	274
IV. Jubiläumsverkäufe	274
§ 18. Geschäftliche Bezeichnungen	276
I. Überblick	276
II. Schutzsubjekt	278

III. Schutzobjekt	279
1. Überblick	279
2. Besondere Geschäftsbezeichnungen	279
3. Domainnamen	282
4. Firmenschlagworte, Firmenbestandteile	286
5. Geschäftsabzeichen	287
6. Werktitel	287
IV. Dauer des Schutzes	290
1. Beginn	290
2. Ende	291
V. Verwechslungsgefahr	291
1. Überblick	291
2. Anwendungsbereich	292
3. Begriff	293
4. Werktitel	295
VI. Unbefugter Gebrauch	295
1. Prioritätsgrundsatz	295
2. Lizenzverträge	296
3. Interessenverletzung (§ 12 BGB)	297
4. Gleichgewichtslagen	297
VII. Der Schutz bekannter geschäftlicher Bezeichnungen	300
VIII. Rechtsfolgen	303

4. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Allgemeinheit

§ 19. Allgemeine Marktbehinderung	305
I. Einleitung, Problematik	305
II. Tatbestand	306
III. Verteilung von Originalware	308
IV. Verteilung von Presseerzeugnissen	310
§ 20. Rechtsbruch	314
I. Überblick	314
II. Entwicklung	315
III. Vereinbarkeit mit der UGP-Richtlinie	319
IV. Tatbestandsmerkmale	321
1. Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift	321
2. Regelung des Marktverhaltens	322
3. Interesse der Marktteilnehmer	324
4. Zuwiderhandlung	325
5. Relevanzkriterium	326
V. Beispiele	326
1. Überblick	326
2. Berufsspezifische Vorschriften	327
3. Produktspezifische Vorschriften	328
4. Vertriebsbezogene Vorschriften	329
VI. Berufsrecht	329
1. Überblick	329

2. Ärzte	331
3. Rechtsanwälte	332
VII. Verhaltenskodizes	334

5. Kapitel. Sanktionen

§ 21. Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch	339
I. Überblick	339
II. Unterlassungsanspruch	341
1. Wiederholungsgefahr	341
2. Klageantrag	343
3. Unterlassung vs. Beseitigung	343
III. Vorbeugender Unterlassungsanspruch	344
IV. Beseitigung und Widerruf	345
1. Anspruch auf Beseitigung	345
2. Anspruch auf Widerruf	346
V. Unterwerfungserklärung	346
1. Begriff, Rechtsnatur, Zustandekommen	346
2. Einseitige Unterwerfungserklärung	348
3. Vertragsstrafeversprechen	349
4. Rechtsfolgen	350
5. Drittunterwerfung	350
VI. Täter, Teilnehmer und Störer	351
1. Täter	351
2. Teilnehmer	352
3. Störer	352
4. Organe juristischer Personen	354
VII. Haftung für Dritte	354
1. Überblick	354
2. Voraussetzungen	356
VIII. Abwehreinwand	357
§ 22. Klagebefugnis	359
I. Überblick	359
1. Gläubiger der Abwehrensprüche	359
2. Anwendungsbereich	360
II. Mitbewerber	361
III. Wirtschafts- und Berufsverbände	362
1. Überblick	362
2. Rechtsnatur	363
3. Voraussetzungen	363
IV. Qualifizierte Einrichtungen	367
V. Kammern	369
VI. Missbrauch	369
1. Zweck	369
2. Anwendungsbereich	370
3. Begriff	370
4. Rechtsfolgen	373

§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung	374
I. Überblick	374
II. Schadensersatzanspruch	376
1. Voraussetzungen	376
2. Einzelne Schadensposten	377
3. Objektive Schadensberechnung	378
4. Konkurrenzen	380
III. Auskunftsanspruch	381
1. Überblick	381
2. Unselbstständiger Auskunftsanspruch	381
3. Selbstständiger Auskunftsanspruch (auf Drittauskunft)	383
4. Auskunftsanspruch qualifizierter Einrichtungen	384
IV. Gewinnabschöpfung	384
1. Überblick	384
2. Vorsätzlicher Verstoß	386
3. Der erzielte Gewinn zu Lasten einer Vielzahl von Abnehmern ..	386
4. Beweislast, Auskunftsanspruch	388
5. Gläubigermehrheit	388
6. Aufwendungsersatz	389
V. Bereicherungsanspruch	389
VI. Verjährung	390
1. Überblick	390
2. Anwendungsbereich	391
3. Beginn	392
§ 24. Strafrechtliche Sanktionen	393
6. Kapitel. Verfahrensfragen	
§ 25. Abmahnung	395
I. Überblick	395
II. Erforderlichkeit	397
III. Inhalt	398
IV. Rechtsnatur	398
V. Kosten	399
VI. Unberechtigte Abmahnung	400
§ 26. Einstweilige Verfügung	402
I. Überblick	402
II. Anwendungsbereich	402
III. Dringlichkeitsvermutung	403
IV. Verfahren	404
V. Vollziehung	405
VI. Rechtsbehelfe	406
VII. Abschlussverfahren	406
VIII. Schutzschrift	408

§ 27. Sonstige Verfahrensfragen	410
I. Einigungsstellen	410
II. Zuständigkeit der ordentlichen Gerichte	410
1. Sachliche Zuständigkeit	410
2. Örtliche Zuständigkeit	411
III. Streitwert	412
Stichwortverzeichnis	413