

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Literaturverzeichnis	XXVII
A. Grundlagen	1
§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen	1
§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	10
§ 3. Unionsrecht	33
§ 4. Entwicklungsetappen	53
§ 5. Schutzzwecke und geschützte Interessen	62
§ 6. Grundbegriffe	72
§ 7. Grundstrukturen und Generalklauseln	110
B. Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen	135
§ 8. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor Irreführungen	136
§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen	157
§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen	180
§ 11. Geschäftliche Transparenz	202
C. Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer	243
§ 12. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor aggressiven Einflussnahmen	244
§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen	252
D. Behinderung und Nachahmung	273
§ 14. Aussagen über Mitbewerber	274
§ 15. Unlautere Nachahmungen	294
§ 16. Gezielte Behinderung	333
E. Weitere unlautere Verhaltensweisen	349
§ 17. Vergleichende Werbung	350
§ 18. Unzumutbare Belästigung	368
§ 19. Rechtsbruch	392
§ 20. Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit	408

Inhaltsübersicht

F.	Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	425
§ 21.	Gläubiger und Schuldner wettbewerbsrechtlicher Ansprüche.	426
§ 22.	Unterlassung und Beseitigung	444
§ 23.	Schadensersatz und Gewinnabschöpfung.	460
§ 24.	Rechtsdurchsetzung.	473
G.	Geschäftsgeheimnisse	497
§ 25.	Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen	498
§ 26.	Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	522

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Literaturverzeichnis	XXVII

A. Grundlagen	1
-------------------------	---

§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen	1
---	---

I. Wettbewerbsrecht als Recht der geschäftlichen Handlungen	1
---	---

II. Terminologie	2
----------------------------	---

III. Rechtsquellen	2
------------------------------	---

1. Nationales Recht	2
-------------------------------	---

2. Unionsrecht	3
--------------------------	---

3. Richterrecht	3
---------------------------	---

4. Internationale Abkommen	5
--------------------------------------	---

IV. Aufbau und Regelungsinhalt des UWG im Überblick	7
---	---

V. Wettbewerbsrechtliche Literatur	8
--	---

1. Kommentare	8
-------------------------	---

2. Handbücher	9
-------------------------	---

3. Lehr- und Fallbücher	9
-----------------------------------	---

4. UGP-RL und Internationales Wettbewerbsrecht	9
--	---

§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	10
--	----

I. Systematische Einordnung	10
---------------------------------------	----

1. Ausgangsüberlegungen	10
-----------------------------------	----

2. Rechtliche Charakteristik	12
--	----

II. Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	15
--	----

1. Verhältnis zum Grundgesetz	15
---	----

2. Verhältnis zum bürgerlichen Recht	20
--	----

3. Verhältnis zum Unterlassungsklagengesetz	27
---	----

4. Verhältnis zum Immaterialgüterrecht	28
--	----

5. Verhältnis zum Geschäftsgeheimnisschutz	29
--	----

6. Verhältnis zum Kartellrecht	29
--	----

7. Verhältnis zum Vergabe- und Beihilferecht	31
--	----

§ 3. Unionsrecht	33
----------------------------	----

I. Primärrecht	33
--------------------------	----

1. Abbau von Handelshemmnissen	34
--	----

2. Verbraucherschutz	35
--------------------------------	----

Inhaltsverzeichnis

II.	Sekundärrecht	35
1.	Verordnungen	36
2.	Richtlinien	36
3.	Einzelheiten zur UGP-RL	41
III.	Anwendbares Recht	51
§ 4.	Entwicklungsetappen	53
I.	Herausbildung des Wettbewerbsrechts	53
II.	UWG 1896	54
III.	UWG 1909	55
IV.	UWG 2004	57
V.	UWG 2008	58
VI.	Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken	59
VII.	UWG 2015	59
VIII.	GeschGehG	60
IX.	Ausblick: Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs	60
§ 5.	Schutzzwecke und geschützte Interessen	62
I.	Schutzzwecke	62
1.	Inhalt und Funktion des § 1 UWG	62
2.	Verhältnis der Schutzzwecke zueinander	63
3.	Integriertes Regelungsmodell des UWG	64
4.	Systematisierung der UWG-Vorschriften nach Schutzzwecken	65
5.	Schutzzwecke und Interessenabwägung	66
II.	Wettbewerbsrechtlich geschützte Interessen	67
1.	Mitbewerber	67
2.	Verbraucher	67
3.	Sonstige Marktteilnehmer	69
4.	Allgemeinheit	69
III.	Wettbewerb und Wettbewerbsleitbild des UWG	70
§ 6.	Grundbegriffe	72
I.	Geschäftliche Handlung, § 2 I Nr. 1 UWG	73
1.	Allgemeines	73
2.	Handlungen vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss	75
3.	Objektiver Zusammenhang	76
4.	Beispiele aus der Rechtsprechung	78
5.	Problematische Konstellationen	79
6.	Geschäftliche Handlung und Werbung	83
II.	Marktteilnehmer, § 2 I Nr. 2 UWG	85
III.	Mitbewerber, § 2 I Nr. 3 UWG	86
1.	Allgemeines	86
2.	Unternehmer	86
3.	Konkretes Wettbewerbsverhältnis	87
IV.	Nachricht, § 2 I Nr. 4 UWG	97

V.	Verhaltenskodex, § 2 I Nr. 5 UWG	97
1.	Allgemeines	97
2.	Abgrenzung zu Wettbewerbsregeln nach §§ 24 ff. GWB	99
3.	Wettbewerbsrechtliche Bedeutung von Verhaltenskodizes	99
VI.	Unternehmer, § 2 I Nr. 6 UWG	100
VII.	Unternehmerische Sorgfalt, § 2 I Nr. 7 UWG	101
1.	Allgemeines	101
2.	Abgrenzung zur verkehrserforderlichen Sorgfalt	102
3.	Anforderungen	103
VIII.	Wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers, § 2 I Nr. 8 UWG	104
IX.	Geschäftliche Entscheidung, § 2 I Nr. 9 UWG	105
X.	Verbraucher, § 2 II UWG	106
1.	Verbraucherbegriff, § 13 BGB	106
2.	Verbraucherleitbild, § 3 IV UWG	108
§ 7.	Grundstrukturen und Generalklauseln	110
I.	Überblick	110
II.	Struktur des § 3 UWG	111
1.	Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen, § 3 I UWG	112
2.	Verbrauchergeneralklausel, § 3 II UWG	114
3.	»Schwarze Liste«, § 3 III UWG	116
4.	Beurteilungsmaßstab für geschäftliche Handlungen, § 3 IV UWG	120
III.	Prüfung der Unlauterkeit einer geschäftlichen Handlung	125
1.	Geschäftliche Handlungen innerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL	126
2.	Geschäftliche Handlungen außerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL	129
3.	»Doppelrelevante« geschäftliche Handlungen	129
IV.	Geschäftliche Relevanz und Spürbarkeit	130
1.	Rechtliche Einordnung und Funktion	130
2.	Geschäftliche Relevanz	131
3.	Spürbarkeit	132
4.	Beispiele aus der Rechtsprechung	132
B.	Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen	135
§ 8.	Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor Irreführungen	136
I.	Irreführungen in Bezug auf Verhaltenskodizes	137
1.	Nr. 1 Anhang UWG	137
2.	Nr. 3 Anhang UWG	138
II.	Irreführungen über die Eigenschaften einer Ware oder Dienstleistung oder über Qualitätsvorstellungen	138

Inhaltsverzeichnis

1.	Nr. 2 Anhang UWG	138
2.	Nr. 4 Anhang UWG	139
3.	Nr. 9 Anhang UWG	140
4.	Nr. 13 Anhang UWG	140
5.	Nr. 16 Anhang UWG	143
6.	Nr. 18 Anhang UWG	143
III.	Irreführungen über die Umstände eines Geschäfts	144
1.	Nr. 5 Anhang UWG	144
2.	Nr. 7 Anhang UWG	145
3.	Nr. 12 Anhang UWG	145
4.	Nr. 15 Anhang UWG	146
5.	Nr. 19 Anhang UWG	146
IV.	Irreführungen im Zusammenhang mit Verkaufsförderungsmaßnahmen	147
1.	Nr. 17 Anhang UWG	147
2.	Nr. 20 Anhang UWG	149
3.	Nr. 21 Anhang UWG	149
V.	Vertrags- und leistungsbezogene Irreführungen	150
1.	Nr. 6 Anhang UWG	150
2.	Nr. 8 Anhang UWG	151
3.	Nr. 10 Anhang UWG	152
4.	Nr. 24 Anhang UWG	152
VI.	Irreführungen über die Erkennbarkeit einer geschäftlichen Handlung ..	153
1.	Nr. 11 Anhang UWG	153
2.	Nr. 22 Anhang UWG	155
3.	Nr. 23 Anhang UWG	156
VII.	Schneeball- und Pyramidensysteme	156
§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen.		157
I.	Überblick.	157
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	158
2.	Vorgaben des Unionsrechts	159
II.	Allgemeines Irreführungsverbot, § 5 I UWG	160
1.	Angabe	160
2.	Gegenstand der Irreführung	161
3.	Unwahr oder sonst zur Täuschung geeignet	163
4.	Geschäftliche Relevanz	169
5.	Verhältnismäßigkeit	170
III.	Spezielle Irreführungstatbestände, § 5 II und IV UWG	171
1.	Schutz vor Verwechslungen, § 5 II UWG	171
2.	Irreführung über Preisherabsetzungen, § 5 IV UWG	172
IV.	Irreführung durch Unterlassen, § 5a I UWG	172
1.	Funktion und systematische Einordnung	173
2.	Anwendungsbereich	173
3.	Aufklärungspflicht	174

V.	Unwahre öffentliche Werbung und vermögensgefährdende Vertriebssysteme.	176
1.	Unwahre öffentliche Werbung, § 16 I UWG.	176
2.	Schneeball- und Pyramidensysteme.	177
§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen		180
I.	Überblick.	180
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	181
2.	Vorgaben des Unionsrechts	182
II.	Tatbestand, § 5a II UWG	183
1.	Wesentlichkeit einer Information, § 5a II 1 UWG	183
2.	Benötigen der Information, § 5a II 1 Nr. 1 UWG.	185
3.	Vorenthalten der Information	186
4.	Geschäftliche Relevanz, § 5a II 1 Nr. 2 UWG.	188
III.	Basisinformationen, § 5a III UWG	189
1.	»Aufforderung zum Kauf«	189
2.	Einzelheiten.	191
IV.	Unionsrechtliche Informationspflichten, § 5a IV UWG	193
V.	Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks, § 5 VI UWG	194
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	194
2.	Kommerzieller Zweck	195
3.	Nichtkenntlichmachen	196
4.	Geschäftliche Relevanz	198
5.	Beispiele aus der Rechtsprechung.	199
§ 11. Geschäftliche Transparenz.		202
I.	Erkennbarkeit geschäftlicher Handlungen in Medien.	203
1.	Überblick	203
2.	Presse.	205
3.	Rundfunk und audiovisuelle Medien.	211
4.	Telemedien	220
5.	Soziale Medien, Blogs und Influencer-Marketing.	222
6.	Kinofilme	223
II.	Transparenz bei Verkaufsförderungsmaßnahmen	224
1.	Überblick	224
2.	Verkaufsförderungsmaßnahmen.	226
3.	Bedingungen der Inanspruchnahme	227
4.	Zugänglichkeit und Verständlichkeit	232
5.	Zeitpunkt der Information	235
III.	Transparenz bei Preisausschreiben und Gewinnspielen	235
1.	Überblick	235
2.	Preisausschreiben und Gewinnspiele	237
3.	Teilnahmebedingungen	237
4.	Zugänglichkeit und Verständlichkeit	239
5.	Zeitpunkt der Information	240

Inhaltsverzeichnis

C. Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer	243
§ 12. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor aggressiven Einflussnahmen	244
I. Einschüchterungspraktiken	244
1. Nr. 25 Anhang UWG	244
2. Nr. 26 Anhang UWG	245
II. Erschweren oder Verweigern von Versicherungsleistungen	246
III. Kaufappelle gegenüber Kindern	247
1. Nr. 28 Anhang UWG	247
2. Ergänzende Regelung durch § 6 II Nr. 2 JMStV	248
IV. Unbestellte Waren oder Dienstleistungen	249
1. Nr. 29 Anhang UWG	249
2. Ergänzende Regelung durch § 241a BGB	250
V. Ausnutzen von Hilfsbereitschaft	251
§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen	252
I. Überblick	252
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	252
2. Vorgaben des Unionsrechts	254
II. Aggressive Einflussnahme, § 4a UWG	254
1. Ziel der Einwirkung	254
2. Mittel der Einflussnahme	255
3. Beurteilungskriterien, § 4a II UWG	261
4. Geschäftliche Relevanz	266
III. Beispiele aus der Rechtsprechung	267
1. Abwehr von Ansprüchen	267
2. Aleatorische Anreize	267
3. Appell an die soziale Verantwortung	268
4. Autoritätswerbung und Gruppendruck	269
5. Kündigungshilfen	269
6. Verkaufsförderungsmaßnahmen	269
7. Zusenden von Waren oder Dienstleistungen	270
D. Behinderung und Nachahmung	273
§ 14. Aussagen über Mitbewerber	274
I. Überblick	275
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	275
2. Verhältnis zur UGP-RL	276
3. Verhältnis zu anderen Vorschriften	276
II. Herabsetzung oder Verunglimpfung, § 4 Nr. 1 UWG	278
1. Äußerung als geschäftliche Handlung	279
2. Gegenstand der Äußerung	280
3. Art und Weise der Äußerung	280

III.	Tatsachenbehauptungen, § 4 Nr. 2 UWG	287
1.	Äußerung als geschäftliche Handlung	288
2.	Tatsache und Gegenstand der Äußerung	288
3.	Art und Weise der Äußerung	288
4.	Eignung zur Geschäfts- oder Kreditschädigung	290
5.	Nichterweislichkeit der Wahrheit	290
6.	Vertrauliche Mitteilungen	291
IV.	Weitere Voraussetzungen	291
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung	292
1.	Widerrufsanspruch	292
2.	Schadensersatzanspruch	292
3.	Anspruchsberechtigung	293
4.	Urteilsveröffentlichung	293
§ 15. Unlautere Nachahmungen.		294
I.	Überblick	295
1.	Entwicklung und Funktion	295
2.	Schutzzweck	297
3.	Verhältnis zur UGP-RL	298
4.	Regelungssystematik	298
II.	Voraussetzungen	299
1.	Anbieten	299
2.	Geschützte Erzeugnisse	300
3.	Wettbewerbliche Eigenart	301
4.	Nachahmung des Originals	310
5.	Wechselwirkung	313
6.	Unlauterkeitsbegründende Umstände	314
III.	Zeitliche Begrenzung	326
IV.	Weitere Voraussetzungen	327
V.	Besonderheiten der Rechtsfolgen und Rechtsdurchsetzung	327
1.	Unterlassungsanspruch	327
2.	Beseitigungsanspruch	328
3.	Schadensersatzanspruch	328
4.	Anspruchsberechtigung	328
5.	Auskunfts- und Besichtigungsanspruch	329
VI.	Unlautere Nachahmungen und Immaterialgüterrecht	330
1.	Dogmatische Unterschiede	330
2.	Verhältnis zum Markenrecht	331
3.	Verhältnis zum Design- und Geschmacksmusterrecht	332
4.	Verhältnis zum Urheberrecht	332
§ 16. Gezielte Behinderung		333
I.	Überblick	333
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	333
2.	Verhältnis zum Unionsrecht	334

Inhaltsverzeichnis

3.	Mitbewerberbehinderung und allgemeine Marktstörung	335
4.	Mitbewerberbehinderung und Kartellrecht	335
II.	Mitbewerber	336
III.	Gezielte Behinderung	337
1.	Behinderung	337
2.	Gezielt	338
3.	Weitere Voraussetzungen	341
IV.	Beispiele aus der Rechtsprechung	341
1.	Abwerben von Kunden	341
2.	Abwerben von Mitarbeitern	342
3.	Schutz des Vertriebs	344
4.	Schutz von Waren und Dienstleistungen	345
5.	Schutz von Werbung, Marketing und Marktkommunikation	346
6.	Schutz vor Nachahmungen	347
E.	Weitere unlautere Verhaltensweisen	349
§ 17.	Vergleichende Werbung	350
I.	Überblick	350
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	350
2.	Vorgaben des Unionsrechts	352
II.	Begriff der vergleichenden Werbung, § 6 I UWG	352
1.	Werbung	352
2.	Erkennbarmachen eines Mitbewerbers oder seiner Waren oder Dienstleistungen	352
3.	Vergleich	355
III.	Zulässigkeit der vergleichenden Werbung, § 6 II UWG	355
1.	Fehlende Aussagekraft des Vergleichs, § 6 II Nr. 1 und 2 UWG	356
2.	Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr, § 6 II Nr. 3 UWG	359
3.	Ausnutzen oder Beeinträchtigen des Rufes, § 6 II Nr. 4 UWG	360
4.	Herabsetzen oder Verunglimpfen, § 6 II Nr. 5 UWG	362
5.	Vergleichende Imitationswerbung, § 6 II Nr. 6 UWG	364
IV.	Weitere Voraussetzungen	366
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung	366
VI.	Vergleichende Werbung und Markenrecht	366
§ 18.	Unzumutbare Belästigung	368
I.	Überblick	369
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	369
2.	Verhältnis zum Unionsrecht	371
3.	Verhältnis zu § 4a UWG	374
II.	Verbot unzumutbarer Belästigungen, § 7 I 1 UWG	374
1.	Belästigung	375
2.	Unzumutbarkeit	375
3.	Beispiele aus der Rechtsprechung	377

III.	Unerwünschte Werbung, § 7 I 2 UWG	380
1.	Werbung	381
2.	Erkennbar unerwünscht	382
IV.	Stets unzumutbare Belästigungen, § 7 II UWG	383
1.	Hartnäckige Ansprache von Verbrauchern, § 7 II Nr. 1 UWG ...	383
2.	Telefonwerbung, § 7 II Nr. 2 UWG	385
3.	Anrufmaschinen, Fax und elektronische Post, § 7 II Nr. 3 UWG .	389
4.	Werbung mit Nachrichten, § 7 II Nr. 4 UWG	390
V.	Bußgeldsanktion, § 20 UWG	391
 § 19. Rechtsbruch.		 392
I.	Überblick.	393
1.	Funktion, Schutzzweck und Regelungssystematik	393
2.	Verhältnis zur UGP-RL	394
3.	Kritik.	395
II.	Gesetzliche Vorschrift.	396
III.	Regelung des Marktverhaltens im Interesse der Marktteilnehmer.	397
1.	Grundanforderungen.	397
2.	Marktzutrittsregelungen	399
3.	Abstimmung von § 3a UWG mit der spezialgesetzlichen Rechtsdurchsetzung.	401
4.	Beispiele aus der Rechtsprechung.	403
IV.	Zuwiderhandlung	405
V.	Spürbarkeit	405
1.	Rechtliche Einordnung	405
2.	Wertungskriterien	406
 § 20. Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit		 408
I.	Überblick.	408
1.	Funktionen und Regelungssystematik	408
2.	Wettbewerbsrechtlicher Beurteilungsmaßstab	409
II.	Fallgruppen	410
1.	Allgemeine Marktstörung	410
2.	Einflussnahme auf den Wettbewerb durch die öffentliche Hand ..	412
3.	Fruchtziehungsverbot	414
4.	Komplexe Interessenabwägung außerhalb der Regelbeispiele	414
5.	Nicht aggressive Einflussnahme auf die Entscheidungsfreiheit	415
6.	Unmittelbarer Leistungsschutz.	421
7.	Verletzung einer wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflicht	422
F.	Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	425
 § 21. Gläubiger und Schuldner wettbewerbsrechtlicher Ansprüche		 426
I.	Überblick.	426
II.	Gläubiger.	427

Inhaltsverzeichnis

1.	Mitbewerber	429
2.	Wirtschaftsverbände	430
3.	Qualifizierte Einrichtungen	433
4.	Kammern	435
5.	Ausblick	436
III.	Schuldner	436
1.	Täter	437
2.	Teilnehmer	438
3.	Mitarbeiter und Beauftragte	439
4.	Geschäftsführung	442
5.	Exkurs: Frühere Störerhaftung	442
§ 22. Unterlassung und Beseitigung		444
I.	Überblick	444
II.	Unterlassungsanspruch	445
1.	Voraussetzungen	446
2.	Inhalt und Umfang des Anspruchs	449
III.	Beseitigungsanspruch	452
1.	Voraussetzungen	453
2.	Inhalt und Umfang des Anspruchs	454
IV.	Verjährung	455
V.	Rechtsmissbrauch und Verwirkung	455
1.	Rechtsmissbrauch, § 8 IV UWG	455
2.	Verwirkung, § 242 BGB	458
§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung		460
I.	Überblick	460
II.	Schadensersatzanspruch	461
1.	Voraussetzungen	462
2.	Inhalt und Umfang des Anspruchs	463
3.	Presseprivileg	467
III.	Gewinnabschöpfungsanspruch	468
1.	Voraussetzungen	468
2.	Inhalt und Umfang des Anspruchs	470
3.	Gewinnabschöpfung und Prozessfinanzierer	471
IV.	Verjährung	471
§ 24. Rechtsdurchsetzung		473
I.	Überblick	473
II.	Außergerichtliche Rechtsdurchsetzung	475
1.	Abmahnung, § 12 I UWG	475
2.	Unterwerfungsvertrag	481
3.	Einigungsstellen der IHKs, § 15 UWG	483
III.	Besonderheiten der gerichtlichen Rechtsdurchsetzung	484
1.	Gerichtliche Rechtsdurchsetzung im Überblick	484

2.	Zuständigkeit, §§ 13 und 14 UWG	487
3.	Vermutung der Dringlichkeit bei einstweiligen Verfügungen, § 12 II UWG	490
4.	Urteilsveröffentlichung, § 12 III UWG	491
5.	Streitwertbegünstigung, § 12 IV und V UWG	492
6.	Abschlusschreiben und Abschlusserklärung	492
IV.	Neue Instrumente zum Schutz von Verbraucherinteressen	494
1.	Sektoruntersuchungen durch das BKartA	494
2.	BKartA als amicus curiae	494
G. Geschäftsgeheimnisse		497
§ 25. Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen		498
I.	Überblick	499
1.	Geschäftsgeheimnisse und Wettbewerb	499
2.	Entwicklung des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen	499
3.	Vorgaben des Unionsrechts	500
4.	Aufbau und Regelungsgehalt des GeschGehG	502
5.	Auslegung	502
6.	Rechtliche Einordnung und Verhältnis des GeschGehG zum UWG sowie zum Sonderrechtsschutz	503
II.	Schutzzweck und Anwendungsbereich des GeschGehG	504
1.	Schutzzweck	504
2.	Anwendungsbereich	504
III.	Schutzgegenstand des GeschGehG und geschützte Personen	505
1.	Geschäftsgeheimnis, § 2 Nr. 1 GeschGehG	505
2.	Inhaber des Geschäftsgeheimnisses, § 2 Nr. 2 GeschGehG	511
IV.	Erlaubte Handlungen	511
1.	Eigenständige Entdeckung oder Schöpfung, § 3 I Nr. 1 GeschGehG	511
2.	Reverse Engineering, § 3 I Nr. 2 GeschGehG	511
3.	Informations- und Anhörungsrechte, § 3 I Nr. 3 GeschGehG	512
4.	Sonstige erlaubte Handlungen	512
V.	Rechtsverletzungen	513
1.	Unbefugtes Erlangen, § 4 I GeschGehG	513
2.	Unbefugtes Nutzen oder Offenlegen, § 4 II GeschGehG	514
3.	Mittelbare Rechtsverletzung, § 4 III 1 GeschGehG	515
4.	Rechtsverletzende Produkte, § 4 III 2 GeschGehG	516
VI.	Schranken des Geheimnisschutzes	517
1.	Meinungs- und Medienfreiheit, § 5 Nr. 1 GeschGehG	517
2.	Whistleblowing, § 5 Nr. 2 GeschGehG	518
3.	Aufgabenerfüllung durch Arbeitnehmervertretung, § 5 Nr. 3 GeschGehG	521
4.	Sonstige berechnigte Interessen	521

Inhaltsverzeichnis

§ 26. Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	522
I. Überblick.	523
II. Gläubiger und Schuldner.	524
1. Gläubiger	524
2. Schuldner	524
III. Ansprüche bei Rechtsverletzungen und Grenzen der Ansprüche	525
1. Abwehransprüche, § 6 GeschGehG.	526
2. Spezielle Störungsbeseitigung, § 7 GeschGehG	527
3. Auskunftsanspruch, § 8 GeschGehG.	530
4. Unverhältnismäßigkeit, § 9 GeschGehG	531
5. Schadensersatz, § 10 GeschGehG	532
6. Abfindung, § 11 GeschGehG	534
7. Verjährung und Herausgabe nach Verjährung	536
8. Missbrauchsverbot, § 14 GeschGehG	537
IV. Verfahrensrechtliche Besonderheiten	538
1. Zuständigkeit, § 15 GeschGehG	538
2. Geheimhaltung im Verfahren, §§ 16 bis 20 GeschGehG.	539
3. Urteilsbekanntmachung, § 21 GeschGehG.	543
4. Streitwertbegünstigung, § 22 GeschGehG.	544
V. Strafrechtlicher Schutz von Geschäftsgeheimnissen	544
1. Strafrechtliche Einordnung	544
2. Tatbestände im Einzelnen	545
Verzeichnis der Schaubilder	547
Stichwortverzeichnis	549