

## Inhaltsübersicht

Vorwort . . . . .	V
Inhaltsübersicht . . . . .	VII
Inhaltsverzeichnis . . . . .	IX
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	XXIII
Literaturverzeichnis . . . . .	XXXI
<b>A. Grundlagen . . . . .</b>	<b>1</b>
§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen . . . . .	1
§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten. . . . .	11
§ 3. Unionsrecht. . . . .	38
§ 4. Entwicklungsetappen. . . . .	59
§ 5. Schutzzwecke und geschützte Interessen . . . . .	68
§ 6. Grundbegriffe . . . . .	79
§ 7. Grundstrukturen und Generalklauseln . . . . .	122
<b>B. Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen . . . . .</b>	<b>149</b>
§ 8. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor Irreführungen . . . . .	150
§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen . . . . .	175
§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen . . . . .	199
§ 11. Geschäftliche Transparenz . . . . .	231
<b>C. Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer . . . . .</b>	<b>279</b>
§ 12. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor aggressiven Einflussnahmen . . . . .	280
§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen. . . . .	293
<b>D. Behinderung und Nachahmung . . . . .</b>	<b>315</b>
§ 14. Aussagen über Mitbewerber. . . . .	316
§ 15. Unlautere Nachahmungen. . . . .	339
§ 16. Gezielte Behinderung . . . . .	382
<b>E. Weitere unlautere Verhaltensweisen . . . . .</b>	<b>399</b>
§ 17. Vergleichende Werbung. . . . .	400
§ 18. Unzumutbare Belästigung . . . . .	419
§ 19. Rechtsbruch . . . . .	444
§ 20. Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit. . . . .	463

## Inhaltsübersicht

---

<b>F. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung . . . . .</b>	<b>481</b>
§ 21. Gläubiger und Schuldner wettbewerbsrechtlicher Ansprüche . . . . .	482
§ 22. Unterlassung und Beseitigung . . . . .	503
§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung . . . . .	522
§ 24. Rechtsdurchsetzung . . . . .	539
<b>G. Geschäftsgeheimnisse . . . . .</b>	<b>569</b>
§ 25. Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen . . . . .	570
§ 26. Ansprüche und Rechtsdurchsetzung . . . . .	597
<b>Verzeichnis der Schaubilder . . . . .</b>	<b>625</b>
<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>627</b>

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort . . . . .	V
Inhaltsübersicht . . . . .	VII
Inhaltsverzeichnis . . . . .	IX
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	XXIII
Literaturverzeichnis . . . . .	XXXI
<b>A. Grundlagen . . . . .</b>	<b>1</b>
<b>§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen . . . . .</b>	<b>1</b>
I. Lauterkeitsrecht 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. Lauterkeitsrechtliche Literatur . . . . .	9
1. Kommentare . . . . .	9
2. Handbücher . . . . .	9
3. Lehr- und Fallbücher . . . . .	9
4. UGP-RL und Internationales Lauterkeitsrecht . . . . .	10
<b>§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen     Rechtsgebieten . . . . .</b>	<b>11</b>
I. Systematische Einordnung . . . . .	12
1. Ausgangsüberlegungen . . . . .	12
2. Rechtliche Charakteristik . . . . .	13
II. Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten . . . . .	16
1. Verhältnis zum Grundgesetz . . . . .	16
2. Verhältnis zum bürgerlichen Recht . . . . .	22
3. Verhältnis zum Unterlassungsklagengesetz . . . . .	30
4. Verhältnis zum Immaterialgüterrecht . . . . .	31
5. Verhältnis zum Geschäftsgeheimnisschutz . . . . .	32
6. Verhältnis zum Kartellrecht . . . . .	32
7. Verhältnis zum Vergabe- und Beihilferecht . . . . .	34
III. Vorschriften zur Regelung besonderer Aspekte unlauterer geschäftlicher Handlungen, § 1 II UWG . . . . .	35

## Inhaltsverzeichnis

---

1. Besondere Aspekte . . . . .	36
2. Normenkollision. . . . .	36
3. Spezialvorschriften, die in UWG-Tatbestände integriert sind . . . . .	37
<b>§ 3. Unionsrecht . . . . .</b>	<b>38</b>
I. Primärrecht. . . . .	39
1. Abbau von Handelshemmnissen. . . . .	39
2. Verbraucherschutz. . . . .	40
II. Sekundärrecht. . . . .	40
1. Verordnungen. . . . .	41
2. Richtlinien . . . . .	42
3. Einzelheiten zur UGP-RL. . . . .	47
III. Anwendbares Recht . . . . .	57
<b>§ 4. Entwicklungsetappen . . . . .</b>	<b>59</b>
I. Herausbildung des Lauterkeitsrechts. . . . .	59
II. UWG 1896 . . . . .	60
III. UWG 1909 . . . . .	61
IV. UWG 2004 . . . . .	63
V. UWG 2008 . . . . .	64
VI. Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken. . . . .	65
VII. UWG 2015 . . . . .	65
VIII. GeschGehG . . . . .	65
IX. Gesetz zur Änderung des Telemediengesetzes und weiterer Gesetze. . . . .	66
X. Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs . . . . .	66
XI. Gesetz für faire Verbraucherverträge . . . . .	67
XII. UWG 2022 . . . . .	67
<b>§ 5. Schutzzwecke und geschützte Interessen . . . . .</b>	<b>68</b>
I. Schutzzwecke . . . . .	68
1. Inhalt und Funktion des § 1 I UWG . . . . .	68
2. Verhältnis der Schutzzwecke zueinander . . . . .	70
3. Integriertes Regelungsmodell des UWG . . . . .	70
4. Systematisierung der UWG-Vorschriften nach Schutzzwecken. . . . .	72
5. Schutzzwecke und Interessenabwägung. . . . .	73
II. Lauterkeitsrechtlich geschützte Interessen. . . . .	73
1. Mitbewerber. . . . .	73
2. Verbraucher . . . . .	74
3. Sonstige Marktteilnehmer. . . . .	75
4. Allgemeinheit . . . . .	76
III. Wettbewerb und Wettbewerbsleitbild des UWG . . . . .	77

<b>§ 6. Grundbegriffe</b> . . . . .	79
I. Geschäftliche Entscheidung, § 2 I Nr. 1 UWG . . . . .	80
II. Geschäftliche Handlung, § 2 I Nr. 2 UWG . . . . .	81
1. Allgemeines . . . . .	81
2. Handlungen vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss . . . . .	84
3. Unmittelbarer und objektiver Zusammenhang . . . . .	85
4. Beispiele aus der Rechtsprechung . . . . .	88
5. Problematische Konstellationen . . . . .	89
6. Geschäftliche Handlung und Werbung . . . . .	94
III. Marktteilnehmer, § 2 I Nr. 3 UWG . . . . .	96
IV. Mitbewerber, § 2 I Nr. 4 UWG . . . . .	96
1. Allgemeines . . . . .	96
2. Unternehmer . . . . .	97
3. Konkretes Wettbewerbsverhältnis . . . . .	97
V. Nachricht, § 2 I Nr. 5 UWG . . . . .	108
VI. Online-Marktplatz, § 2 I Nr. 6 UWG . . . . .	109
VII. Ranking, § 2 I Nr. 7 UWG . . . . .	109
VIII. Unternehmer, § 2 I Nr. 8 UWG . . . . .	110
IX. Unternehmerische Sorgfalt, § 2 I Nr. 9 UWG . . . . .	112
1. Allgemeines . . . . .	112
2. Abgrenzung zur verkehrserforderlichen Sorgfalt . . . . .	113
3. Anforderungen . . . . .	113
X. Verhaltenskodex, § 2 I Nr. 10 UWG . . . . .	115
1. Allgemeines . . . . .	115
2. Abgrenzung zu Wettbewerbsregeln nach §§ 24 ff. GWB . . . . .	116
3. Lauterkeitsrechtliche Bedeutung von Verhaltenskodizes . . . . .	117
XI. Wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers, § 2 I Nr. 11 UWG . . . . .	117
XII. Verbraucher, § 2 II UWG . . . . .	118
1. Verbraucherbegriff, § 13 BGB . . . . .	118
2. Verbraucherleitbild, § 3 IV UWG . . . . .	120
<b>§ 7. Grundstrukturen und Generalklauseln</b> . . . . .	122
I. Überblick . . . . .	122
II. Struktur des § 3 UWG . . . . .	123
1. Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen, § 3 I UWG . . . . .	124
2. Verbrauchergeneralklausel, § 3 II UWG . . . . .	126
3. »Schwarze Liste«, § 3 III UWG . . . . .	128
4. Beurteilungsmaßstab für geschäftliche Handlungen, § 3 IV UWG . . . . .	134
III. Prüfung der Unlauterkeit einer geschäftlichen Handlung . . . . .	140

## Inhaltsverzeichnis

---

1.	Geschäftliche Handlungen innerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL .....	140
2.	Geschäftliche Handlungen außerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL. ....	143
3.	»Doppelrelevante« geschäftliche Handlungen .....	143
IV.	Geschäftliche Relevanz und Spürbarkeit .....	145
1.	Rechtliche Einordnung und Funktion .....	145
2.	Geschäftliche Relevanz .....	145
3.	Spürbarkeit .....	146
4.	Beispiele aus der Rechtsprechung .....	147
	<b>B. Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen. ....</b>	<b>149</b>
	<b>§ 8. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor Irreführungen .....</b>	<b>150</b>
I.	Irreführungen in Bezug auf Verhaltenskodizes .....	151
1.	Nr. 1 Anhang UWG .....	151
2.	Nr. 3 Anhang UWG .....	152
II.	Irreführungen über die Eigenschaften einer Ware oder Dienstleistung oder über Qualitätsvorstellungen .....	152
1.	Nr. 2 Anhang UWG .....	152
2.	Nr. 4 Anhang UWG .....	153
3.	Nr. 9 Anhang UWG .....	154
4.	Nr. 13 Anhang UWG .....	154
5.	Nr. 16 Anhang UWG .....	157
6.	Nr. 17 Anhang UWG .....	158
III.	Irreführungen über die Umstände eines Geschäfts .....	158
1.	Nr. 5 Anhang UWG .....	158
2.	Nr. 7 Anhang UWG .....	159
3.	Nr. 12 Anhang UWG .....	160
4.	Nr. 15 Anhang UWG .....	160
5.	Nr. 18 Anhang UWG .....	161
6.	Nr. 23a Anhang UWG .....	161
IV.	Irreführungen im Zusammenhang mit Verkaufsförderungsmaßnahmen ..	162
1.	Nr. 19 Anhang UWG .....	162
2.	Nr. 20 Anhang UWG .....	162
V.	Vertrags- und leistungsbezogene Irreführungen. ....	163
1.	Nr. 6 Anhang UWG .....	163
2.	Nr. 8 Anhang UWG .....	164
3.	Nr. 10 Anhang UWG .....	165

4. Nr. 23 Anhang UWG.....	166
VI. Irreführungen über die Erkennbarkeit einer geschäftlichen Handlung .	166
1. Nr. 11 Anhang UWG.....	166
2. Nr. 11a Anhang UWG .....	169
3. Nr. 21 Anhang UWG.....	170
4. Nr. 22 Anhang UWG.....	171
VII. Verbraucherbewertungen .....	172
1. Nr. 23b Anhang UWG.....	172
2. Nr. 23c Anhang UWG .....	172
VIII. Schneeball- und Pyramidensysteme .....	174
<b>§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen .....</b>	<b>175</b>
I. Überblick .....	175
1. Schutzzweck und Regelungssystematik .....	176
2. Vorgaben des Unionsrechts .....	177
II. Allgemeines Irreführungsverbot, § 5 I und II UWG.....	178
1. Angabe .....	178
2. Gegenstand der Irreführung .....	180
3. Unwahr oder sonst zur Täuschung geeignet .....	183
4. Geschäftliche Relevanz .....	190
5. Verhältnismäßigkeit .....	191
III. Spezielle Irreführungstatbestände, § 5 III und V UWG .....	192
1. Schutz vor Verwechslungen, § 5 III Nr. 1 UWG .....	192
2. Irreführung über die Produktqualität, § 5 III Nr. 2 UWG.....	193
3. Irreführung über Preisherabsetzungen, § 5 V UWG.....	194
IV. Irreführung durch Unterlassen .....	195
V. Unwahre öffentliche Werbung und vermögensgefährdende Vertriebssysteme .....	195
1. Unwahre öffentliche Werbung, § 16 I UWG .....	195
2. Schneeball- und Pyramidensysteme .....	196
<b>§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen .....</b>	<b>199</b>
I. Überblick .....	200
1. Schutzzweck und Regelungssystematik .....	201
2. Vorgaben des Unionsrechts .....	202
II. Grundtatbestand des Vorenthaltens wesentlicher Informationen, § 5a I bis III UWG.....	203
1. Information .....	203
2. Wesentlichkeit .....	203
3. Benötigen der Information, § 5a I Nr. 1 UWG .....	208
4. Vorenthalten der Information, § 5a I und II UWG .....	209

5. Geschäftliche Relevanz, § 5a I Nr. 2 UWG . . . . .	212
III. Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks, § 5a IV UWG . . .	212
1. Schutzzweck und Regelungssystematik . . . . .	213
2. Kommerzieller Zweck. . . . .	214
3. Nichtkenntlichmachen . . . . .	216
4. Geschäftliche Relevanz . . . . .	219
5. Beispiele aus der Rechtsprechung . . . . .	219
IV. Wesentliche Informationen gegenüber Verbrauchern, § 5b UWG . . . .	222
1. Basisinformationen, § 5b I UWG. . . . .	222
2. Informationen beim Ranking, § 5b II UWG . . . . .	226
3. Verbraucherbewertungen, § 5b III UWG . . . . .	228
4. Unionsrechtliche Informationspflichten, § 5b IV UWG. . . . .	229
<b>§ 11. Geschäftliche Transparenz . . . . .</b>	<b>231</b>
I. Erkennbarkeit geschäftlicher Handlungen in Presse, Rundfunk und audi- ovisuellen Medien. . . . .	232
1. Überblick . . . . .	233
2. Presse . . . . .	234
3. Rundfunk und audiovisuelle Medien . . . . .	240
II. Erkennbarkeit von geschäftlichen Handlungen in Telemedien und wei- teren Bereichen. . . . .	248
1. Telemedien . . . . .	248
2. Insbesondere: soziale Netzwerke, Blogs und Influencer-Marketing .	251
3. Kinofilme . . . . .	253
III. Transparenz bei Verkaufsförderungsmaßnahmen . . . . .	254
1. Überblick . . . . .	254
2. Verkaufsförderungsmaßnahmen . . . . .	256
3. Bedingungen der Inanspruchnahme . . . . .	258
4. Zugänglichkeit und Verständlichkeit. . . . .	263
5. Zeitpunkt der Information . . . . .	266
IV. Transparenz bei Preisausschreiben und Gewinnspielen . . . . .	266
1. Überblick . . . . .	266
2. Preisausschreiben und Gewinnspiele. . . . .	268
3. Teilnahmebedingungen. . . . .	268
4. Zugänglichkeit und Verständlichkeit. . . . .	270
5. Zeitpunkt der Information . . . . .	271
V. Transparenz auf Online-Plattformen, insbesondere P2B-VO . . . . .	272
1. Normadressaten und geschützte Marktakteure . . . . .	272
2. Transparenzanforderungen im Einzelnen . . . . .	274
3. Rechtsschutz. . . . .	276



C.	Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer .....	279
<b>§ 12. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor aggressiven Einflussnahmen .....</b>		
I.	Einschüchterung und hartnäckiges Ansprechen .....	280
	1. Nr. 24 Anhang UWG .....	280
	2. Nr. 25 Anhang UWG .....	281
	3. Nr. 26 UWG .....	282
II.	Erschweren oder Verweigern von Versicherungsleistungen .....	283
III.	Kaufappelle gegenüber Kindern .....	284
	1. Nr. 28 Anhang UWG .....	284
	2. Ergänzende Regelung durch § 6 II Nr. 2 JMStV .....	285
IV.	Zahlungsaufforderungen .....	286
	1. Nr. 29 Anhang UWG .....	286
	2. Nr. 32 Anhang UWG .....	288
V.	Ausnutzen von Hilfsbereitschaft .....	290
VI.	Unzutreffendes Inaussichtstellen von Preisen und Gewinnen .....	290
<b>§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen .....</b>		
I.	Überblick .....	293
	1. Schutzzweck und Regelungssystematik .....	293
	2. Vorgaben des Unionsrechts .....	295
II.	Aggressive Einflussnahme, § 4a UWG .....	295
	1. Ziel der Einwirkung .....	295
	2. Mittel der Einflussnahme .....	296
	3. Beurteilungskriterien, § 4a II UWG .....	303
	4. Geschäftliche Relevanz .....	309
III.	Beispiele aus der Rechtsprechung .....	309
	1. Abwehr von Ansprüchen .....	309
	2. Aleatorische Anreize .....	310
	3. Appell an die soziale Verantwortung .....	310
	4. Autoritätswerbung und Gruppendruck .....	311
	5. Kündigungshilfen .....	311
	6. Verkaufsförderungsmaßnahmen .....	312
	7. Zusenden von Waren oder Dienstleistungen .....	313
D.	Behinderung und Nachahmung .....	315
<b>§ 14. Aussagen über Mitbewerber .....</b>		
I.	Überblick .....	317
	1. Schutzzweck und Regelungssystematik .....	317

## Inhaltsverzeichnis

---

2.	Verhältnis zur UGP-RL . . . . .	318
3.	Verhältnis zu anderen Vorschriften . . . . .	319
II.	Herabsetzung oder Verunglimpfung, § 4 Nr. 1 UWG . . . . .	321
1.	Äußerung als geschäftliche Handlung . . . . .	321
2.	Gegenstand der Äußerung . . . . .	322
3.	Art und Weise der Äußerung . . . . .	322
III.	Tatsachenbehauptungen, § 4 Nr. 2 UWG . . . . .	331
1.	Äußerung als geschäftliche Handlung . . . . .	331
2.	Tatsache und Gegenstand der Äußerung . . . . .	332
3.	Art und Weise der Äußerung . . . . .	332
4.	Eignung zur Geschäfts- oder Kreditschädigung . . . . .	334
5.	Nichterweislichkeit der Wahrheit . . . . .	335
6.	Vertrauliche Mitteilungen . . . . .	335
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung . . . . .	336
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung . . . . .	336
1.	Widerrufsanspruch . . . . .	336
2.	Schadensersatzanspruch . . . . .	336
3.	Anspruchsberechtigung . . . . .	337
4.	Urteilsveröffentlichung . . . . .	338
§ 15.	<b>Unlautere Nachahmungen</b> . . . . .	339
I.	Überblick . . . . .	340
1.	Entwicklung und Funktion . . . . .	340
2.	Schutzzweck . . . . .	342
3.	Verhältnis zur UGP-RL . . . . .	343
4.	Regelungssystematik . . . . .	344
II.	Voraussetzungen . . . . .	344
1.	Anbieten . . . . .	344
2.	Geschützte Erzeugnisse . . . . .	345
3.	Wettbewerbliche Eigenart . . . . .	346
4.	Nachahmung des Originals . . . . .	356
5.	Wechselwirkung . . . . .	360
6.	Unlauterkeitsbegründende Umstände . . . . .	361
III.	Zeitliche Begrenzung . . . . .	374
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung . . . . .	375
V.	Besonderheiten der Rechtsfolgen und Rechtsdurchsetzung . . . . .	375
1.	Unterlassungsanspruch . . . . .	375
2.	Beseitigungsanspruch . . . . .	376
3.	Schadensersatzanspruch . . . . .	376
4.	Anspruchsberechtigung . . . . .	376

5. Auskunfts- und Besichtigungsanspruch.....	377
VI. Unlautere Nachahmungen, Immaterialgüterrecht und Schutz von Geschäftsgeheimnissen .....	378
1. Dogmatische Unterschiede .....	378
2. Verhältnis zum Markenrecht. ....	379
3. Verhältnis zum Design- und Geschmacksmusterrecht.....	380
4. Verhältnis zum Urheberrecht .....	381
5. Verhältnis zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen.....	381
§ 16. Gezielte Behinderung. ....	382
I. Überblick .....	382
1. Schutzzweck und Regelungssystematik .....	382
2. Verhältnis zum Unionsrecht .....	383
3. Mitbewerberbehinderung und allgemeine Marktstörung .....	384
4. Mitbewerberbehinderung und Kartellrecht.....	384
II. Mitbewerber.....	386
III. Gezielte Behinderung .....	386
1. Behinderung.....	387
2. Gezielt .....	387
3. Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung .....	390
IV. Beispiele aus der Rechtsprechung .....	391
1. Abwerben von Kunden .....	391
2. Abwerben von Mitarbeitern .....	392
3. Boykottaufrufe .....	393
4. Schutz des Vertriebs .....	395
5. Schutz von Waren und Dienstleistungen .....	396
6. Schutz von Werbung, Marketing und Marktkommunikation.....	397
7. Schutz vor Nachahmungen.....	398
V. Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung .....	398
E. Weitere unlautere Verhaltensweisen .....	399
§ 17. Vergleichende Werbung .....	400
I. Überblick .....	400
1. Schutzzweck und Regelungssystematik .....	400
2. Vorgaben des Unionsrechts .....	402
II. Begriff der vergleichenden Werbung, § 6 I UWG.....	402
1. Werbung.....	402
2. Erkennbarmachen eines Mitbewerbers oder seiner Waren oder Dienstleistungen .....	402
3. Vergleich.....	405

## Inhaltsverzeichnis

---

III.	Zulässigkeit der vergleichenden Werbung, § 6 II UWG . . . . .	406
1.	Fehlende Aussagekraft des Vergleichs, § 6 II Nr. 1 und 2 UWG . . .	406
2.	Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr, § 6 II Nr. 3 UWG . . . . .	410
3.	Ausnutzen oder Beeinträchtigen des Rufes, § 6 II Nr. 4 UWG . . . . .	411
4.	Herabsetzen oder Verunglimpfen, § 6 II Nr. 5 UWG . . . . .	413
5.	Vergleichende Imitationswerbung, § 6 II Nr. 6 UWG . . . . .	415
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung . . . . .	417
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung . . . . .	417
VI.	Vergleichende Werbung und Markenrecht . . . . .	417
<b>§ 18. Unzumutbare Belästigung</b> . . . . .		<b>419</b>
I.	Überblick . . . . .	420
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik . . . . .	420
2.	Verhältnis zum Unionsrecht . . . . .	422
3.	Verhältnis zu § 4a UWG . . . . .	425
II.	Verbot unzumutbarer Belästigungen, § 7 I 1 UWG . . . . .	426
1.	Belästigung . . . . .	426
2.	Unzumutbarkeit . . . . .	427
3.	Beispiele aus der Rechtsprechung . . . . .	428
III.	Unerwünschte Werbung, § 7 I 2 UWG . . . . .	432
1.	Werbung . . . . .	432
2.	Erkennbar unerwünscht . . . . .	433
IV.	Stets unzumutbare Belästigungen, § 7 II UWG . . . . .	434
1.	Telefonwerbung, § 7 II Nr. 1 UWG . . . . .	435
2.	Anrufmaschinen, Fax und elektronische Post, § 7 II Nr. 2 UWG . . .	441
3.	Werbung mit Nachrichten, § 7 II Nr. 3 UWG . . . . .	442
V.	Bußgeldsanktionen, § 20 UWG . . . . .	442
<b>§ 19. Rechtsbruch</b> . . . . .		<b>444</b>
I.	Überblick . . . . .	445
1.	Funktion, Schutzzweck und Regelungssystematik . . . . .	445
2.	Verhältnis zur UGP-RL . . . . .	446
3.	Kritik . . . . .	448
II.	Gesetzliche Vorschrift . . . . .	449
III.	Regelung des Marktverhaltens im Interesse der Marktteilnehmer . . . . .	450
1.	Grundanforderungen . . . . .	450
2.	Marktzutrittsregelungen . . . . .	453
3.	Abstimmung von § 3a UWG mit der spezialgesetzlichen Rechtsdurchsetzung . . . . .	455
4.	Beispiele aus der Rechtsprechung . . . . .	458
IV.	Zuwiderhandlung . . . . .	460

V.	Spürbarkeit . . . . .	460
	1. Rechtliche Einordnung . . . . .	460
	2. Wertungskriterien . . . . .	461
<b>§ 20. Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit . . . . .</b>		<b>463</b>
I.	Überblick . . . . .	463
	1. Funktionen und Regelungssystematik . . . . .	463
	2. Lauterkeitsrechtlicher Beurteilungsmaßstab . . . . .	464
II.	Fallgruppen . . . . .	465
	1. Allgemeine Marktstörung . . . . .	465
	2. Einflussnahme auf den Wettbewerb durch die öffentliche Hand. . . . .	468
	3. Fruchtziehungsverbot . . . . .	469
	4. Komplexe Interessenabwägung außerhalb der Regelbeispiele . . . . .	469
	5. Nicht aggressive Einflussnahme auf die Entscheidungsfreiheit . . . . .	470
	6. Unmittelbarer Leistungsschutz . . . . .	476
	7. Verletzung einer lauterkeitsrechtlichen Verkehrspflicht . . . . .	477
F.	Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung . . . . .	481
<b>§ 21. Gläubiger und Schuldner wettbewerbsrechtlicher Ansprüche . . . . .</b>		<b>482</b>
I.	Überblick . . . . .	482
II.	Gläubiger . . . . .	483
	1. Mitbewerber . . . . .	485
	2. Qualifizierte Wirtschaftsverbände . . . . .	487
	3. Qualifizierte Einrichtungen . . . . .	491
	4. Kammern, berufsständische Körperschaften und Gewerkschaften. . . . .	493
	5. Besonderheiten bei Verstößen gegen die P2B-VO. . . . .	494
III.	Schuldner . . . . .	495
	1. Täter . . . . .	495
	2. Teilnehmer . . . . .	497
	3. Mitarbeiter und Beauftragte . . . . .	498
	4. Geschäftsführung . . . . .	500
	5. Verantwortlichkeit von Providern . . . . .	501
	6. Exkurs: Frühere Störerhaftung . . . . .	502
<b>§ 22. Unterlassung und Beseitigung . . . . .</b>		<b>503</b>
I.	Überblick . . . . .	503
II.	Unterlassungsansprüche . . . . .	504
	1. Voraussetzungen . . . . .	505
	2. Inhalt und Umfang des Anspruchs . . . . .	508
III.	Beseitigungsanspruch . . . . .	511

## Inhaltsverzeichnis

---

1. Voraussetzungen . . . . .	513
2. Inhalt und Umfang des Anspruchs . . . . .	514
IV. Verjährung . . . . .	514
V. Rechtsmissbrauch und Verwirkung . . . . .	515
1. Rechtsmissbrauch, § 8c UWG . . . . .	515
2. Verwirkung, § 242 BGB . . . . .	520
<b>§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung . . . . .</b>	<b>522</b>
I. Überblick . . . . .	522
II. Schadensersatzansprüche . . . . .	523
1. Schadensersatzanspruch der Mitbewerber, § 9 I UWG . . . . .	524
2. Schadensersatzanspruch der Verbraucher, § 9 II UWG . . . . .	530
3. Presseprivileg, § 9 III UWG . . . . .	534
III. Gewinnabschöpfungsanspruch . . . . .	534
1. Voraussetzungen . . . . .	535
2. Inhalt und Umfang des Anspruchs . . . . .	536
3. Gewinnabschöpfung und Prozessfinanzierer . . . . .	537
IV. Verjährung . . . . .	538
<b>§ 24. Rechtsdurchsetzung . . . . .</b>	<b>539</b>
I. Überblick . . . . .	540
II. Außergerichtliche Rechtsdurchsetzung . . . . .	542
1. Abmahnung, § 13 UWG . . . . .	542
2. Unterwerfungsvertrag . . . . .	549
3. Einigungsstellen der IHKs, § 15 UWG . . . . .	552
III. Besonderheiten der gerichtlichen Rechtsdurchsetzung . . . . .	553
1. Gerichtliche Rechtsdurchsetzung im Überblick . . . . .	553
2. Zuständigkeit, § 14 UWG . . . . .	557
3. Vermutung der Dringlichkeit bei einstweiligen Verfügungen, § 12 I UWG . . . . .	562
4. Urteilsveröffentlichung, § 12 II UWG . . . . .	563
5. Streitwertbegünstigung, § 12 III und IV UWG . . . . .	563
6. Abschlusschreiben und Abschlusserklärung . . . . .	564
IV. Bußgeldsanktionen . . . . .	566
1. Weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unionsdimension . . . . .	566
2. Weitere Bußgeldtatbestände . . . . .	567
V. Sonstige Instrumente zum Schutz von Verbraucherinteressen . . . . .	567
1. Sektoruntersuchungen durch das BKartA . . . . .	567
2. BKartA als amicus curiae . . . . .	568

G. Geschäftsgeheimnisse .....	569
§ 25. Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen .....	570
I. Überblick .....	571
1. Geschäftsgeheimnisse und Wettbewerb .....	571
2. Entwicklung des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen .....	572
3. Vorgaben des Unionsrechts .....	573
4. Aufbau und Regelungsgehalt des GeschGehG .....	574
5. Auslegung .....	574
6. Literatur zum Geschäftsgeheimnisschutz .....	575
7. Rechtliche Einordnung und Verhältnis des GeschGehG zum UWG sowie zum Sonderrechtsschutz .....	575
II. Schutzzweck und Anwendungsbereich des GeschGehG .....	577
1. Schutzzweck .....	577
2. Anwendungsbereich .....	577
III. Schutzgegenstand des GeschGehG und geschützte Personen .....	578
1. Geschäftsgeheimnis, § 2 Nr. 1 GeschGehG .....	578
2. Inhaber des Geschäftsgeheimnisses, § 2 Nr. 2 GeschGehG .....	584
IV. Erlaubte Handlungen .....	585
1. Eigenständige Entdeckung oder Schöpfung, § 3 I Nr. 1 GeschGehG .....	585
2. Reverse Engineering, § 3 I Nr. 2 GeschGehG .....	585
3. Informations- und Anhörungsrechte, § 3 I Nr. 3 GeschGehG .....	586
4. Sonstige erlaubte Handlungen .....	586
V. Rechtsverletzungen .....	587
1. Rechtsverletzer .....	587
2. Rechtsverletzende Handlungen .....	587
VI. Schranken des Geheimnisschutzes .....	591
1. Meinungs- und Medienfreiheit, § 5 Nr. 1 GeschGehG .....	592
2. Whistleblowing, § 5 Nr. 2 GeschGehG .....	593
3. Aufgabenerfüllung durch Arbeitnehmervertretung, § 5 Nr. 3 GeschGehG .....	596
4. Sonstige berechtigte Interessen .....	596
§ 26. Ansprüche und Rechtsdurchsetzung .....	597
I. Überblick .....	598
II. Gläubiger und Schuldner .....	599
1. Gläubiger .....	599
2. Schuldner .....	599
III. Ansprüche bei Rechtsverletzungen und Grenzen der Ansprüche .....	601

## Inhaltsverzeichnis

---

1. Abwehransprüche, § 6 GeschGehG . . . . .	601
2. Spezielle Störungsbeseitigung, § 7 GeschGehG . . . . .	602
3. Auskunftsanspruch, § 8 GeschGehG . . . . .	605
4. Unverhältnismäßigkeit, § 9 GeschGehG . . . . .	607
5. Schadensersatz, § 10 GeschGehG . . . . .	607
6. Abfindung, § 11 GeschGehG . . . . .	610
7. Verjährung und Herausgabe nach Verjährung . . . . .	613
8. Missbrauchsverbot, § 14 GeschGehG . . . . .	613
IV. Verfahrensrechtliche Besonderheiten . . . . .	614
1. Zuständigkeit, § 15 GeschGehG . . . . .	614
2. Geheimhaltung im Verfahren, §§ 16 bis 20 GeschGehG . . . . .	615
3. Urteilsbekanntmachung, § 21 GeschGehG . . . . .	620
4. Streitwertbegünstigung, § 22 GeschGehG . . . . .	620
V. Strafrechtlicher Schutz von Geschäftsgeheimnissen . . . . .	621
1. Strafrechtliche Einordnung . . . . .	621
2. Tatbestände im Einzelnen . . . . .	622
Verzeichnis der Schaubilder . . . . .	625
Stichwortverzeichnis . . . . .	627