

Inhaltsübersicht

Abkürzungsverzeichnis — **XIII**

Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur — **XXV**

§ 3a Rechtsbruch — 1

Schrifttum — **1**

Systematische Übersicht — **3**

Alphabetische Übersicht — **6**

A. Grundlagen — 12

I. Die Entwicklung des Rechtsbruchtatbestandes — **12**

II. Einfluss des Unionsrechts, insbesondere der UGP-RL — **16**

III. Normzweck — **22**

IV. Verhältnis zu anderen Vorschriften — **23**

V. Ökonomische Analyse — **32**

B. Tatbestand — 35

I. Geschäftliche Handlung — **35**

II. Gesetzliche Vorschrift — **36**

III. Marktverhaltensregelung — **39**

IV. Zuwiderhandlung — **46**

V. Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung — **51**

C. Marktverhaltensregelungen — 56

I. Berufsrecht — **57**

II. Produktbezogene Vorschriften — **92**

III. Vertriebsbezogene Vorschriften — **117**

IV. Geschäftsbezogene Vorschriften — **124**

V. Sonstige Vorschriften — **131**

D. Rechtsvergleichung — 139

I. Österreich — **139**

II. Frankreich — **140**

III. England — **141**

IV. Fazit, weitere Rechtsordnungen — **142**

§ 4 Beispiele unlauterer geschäftlicher Handlungen Nr. 1 — 142

Schrifttum — **142**

Systematische Übersicht — **143**

Alphabetische Übersicht — **144**

A. Einführung — 145

I. Entstehungsgeschichte — **145**

II. Inhalt und Zweck der Regelung — **148**

III. Verhältnis zu Art. 5 Abs. 1 GG — **149**

IV. Verhältnis zum EU-Recht — **152**

V. Abgrenzung zu anderen Tatbeständen — **153**

B. Einzelheiten — 162

I. Allgemeine Voraussetzungen unlauterer Handlungen — **162**

II. Mitbewerber — **167**

- III. Herabsetzung oder Verunglimpfung — 168
- IV. Gegenstand der Äußerung — 181
- C. Prozessuales — 182
 - I. Darlegungs- und Beweislast — 182
 - II. Revisionsrechtliche Nachprüfbarkeit — 182

§ 4 Beispiele unlauterer geschäftlicher Handlungen Nr. 2 — 183

- Schrifttum — 183
- Systematische Übersicht — 183
- Alphabetische Übersicht — 184
- A. Einführung — 184
 - I. Entstehungsgeschichte — 184
 - II. Inhalt und Zweck der Regelung — 186
 - III. Abgrenzung zu anderen Tatbeständen — 187
- B. Einzelheiten — 188
 - I. Allgemeine Voraussetzungen unlauterer Handlungen — 188
 - II. Mitbewerber — 189
 - III. Anschwärzung — 190
- C. Prozessuales — 206
 - I. Darlegungs- und Beweislast — 206
 - II. Revisionsrechtliche Nachprüfbarkeit — 210

§ 4 Mitbewerberschutz Nr. 3 — 211

- Schrifttum — 211
- Systematische Übersicht — 217
- A. Einführung — 220
 - I. Entstehungsgeschichte — 220
 - II. Völkervertragsrecht und Europarecht — 223
 - III. Rechtsvergleich — 226
 - IV. Ökonomische Analyse — 237
 - V. Geschützte Interessen und Normzwecke — 259
 - VI. Anwendungsbereich und Konkurrenzen — 261
- B. Tatbestand und Rechtsfolgen — 290
 - I. Systematik — 290
 - II. Allgemeine Tatbestandsmerkmale — 290
 - III. Besondere Tatbestandsmerkmale — 306
 - IV. Rechtsfolgen — 338
- C. Beweislast, Klageantrag und Vollstreckung — 344
 - I. Beweislast — 344
 - II. Klageantrag — 345
 - III. Vollstreckung — 346

§ 4 Beispiele unlauterer geschäftlicher Handlungen Nr. 4 — 346

Schrifttum — 346

Systematische Übersicht — 356

- A. Einführung — 359
 - I. Entstehung und Entwicklung des Tatbestands — 359
 - II. Völker- und Europarecht — 364
 - III. Systematik, Ratio und Anspruchsberechtigung — 366
 - IV. Anwendungsbereich und Abgrenzungen — 373
- B. Tatbestand — 383
 - I. Struktur und Systematik — 383
 - II. Allgemeine Tatbestandsvoraussetzungen — 384
 - III. Behinderung — 386
 - IV. Zielgerichtetheit — 387
 - V. Fallgruppen — 392

§ 4a Aggressive geschäftliche Handlungen — 488

Schrifttum — 489

Gesetzgebungsmaterialien — 494

Systematische Übersicht — 494

Alphabetische Übersicht — 497

- A. Entstehungsgeschichte — 498
- B. Schutzzweck — 499
- C. Systematik — 499
 - I. Überblick — 499
 - II. Verhältnis zu anderen Bestimmungen des UWG — 500
- D. Auslegungsfragen — 503
 - I. Umsetzung der UGPRL — 503
 - II. Anwendbarkeit der älteren Rechtsprechung — 505
- E. Tatbestandsvoraussetzungen — 508
 - I. Geschäftliche Handlung — 508
 - II. Aggressives Mittel — 509
 - III. Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit und Erheblichkeit — 510
- F. Belästigung (§ 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 1) — 512
 - I. Begriff — 512
 - II. Anwendungsbereiche — 512
- G. Nötigung (§ 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 2) — 513
 - I. Begriff — 513
 - II. Physischer Zwang — 514
 - III. Drohung — 515
 - IV. Psychische Zwangssituation — 516
- H. Unzulässige Beeinflussung (§ 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 3) — 522
 - I. Voraussetzungen — 522
 - II. Verkaufsförderungsmaßnahmen — 525
 - III. Werbung mit emotionalen Faktoren — 529
 - IV. Werbung mit Autoritäten — 541
 - V. Werbung gegenüber drittverantwortlichen Personen (sog. Dreieckskopplung) — 546

- VI. Laienwerbung — **550**
- VII. Appelle an die Solidarität — **556**
- VIII. Versteigerungen — **558**
- I. Feststellung der Aggressivität (§ 4a Abs. 2) — **561**
 - I. Normzweck und Systematik — **561**
 - II. Handlungsbezogene Umstände (Nr. 1) — **562**
 - III. Drohungen oder Beleidigungen (Nr. 2) — **562**
 - IV. Unglücksituation und Umstände von solcher Schwere (Nr. 3) — **563**
 - V. Hindernisse (Nr. 4) — **590**
 - VI. Drohung mit rechtlich unzulässigen Handlungen (Nr. 5) — **592**
 - VII. Sonstige Umstände — **593**

Vorbemerkungen zu §§ 5, 5a — 593

Schrifttum — **593**

Systematische Übersicht — **594**

Alphabetische Übersicht — **596**

- A. Rechtsentwicklung: vom Irreführungsverbot als reinem Desinformationsverbot zum dualen lauterkeitsrechtlichen Schutz via Anerkennung eines gemäßigten Informationsgebots — **597**
- B. Schutzzweckfrage — **600**
 - I. Der Ausgangspunkt: das Konzept des Nur-Mitbewerberschutzes — **600**
 - II. Die In-Frage-Stellung des Konzepts des Nur-Mitbewerberschutzes durch Rechtsprechung und Lehre — **600**
 - III. Die Etablierung der Lehre von der Schutzzwecktrias — **601**
 - IV. Individual-, Kollektiv- und Institutionenschutz — **601**
 - V. Praktische Relevanz der Entscheidung zugunsten der Lehre von der Schutzzwecktrias — **602**
- C. Erkenntnisse der Informationsökonomik sowie der Marketingtheorie und der Kognitionspsychologie — **603**
- D. EU-Recht: Grundfreiheiten und unionsrechtliches Sekundärrecht — **605**
 - I. Überblick — **605**
 - II. Die Periode der Negativintegration: Marktfreiheiten als Beschränkungsverbote — **605**
 - III. Fortschreitende Positivharmonisierung — **610**
 - IV. Konsequenz: Aufwertung des Sekundärrechts als Kontrollmaßstab — **614**
 - V. Richtlinienangelehntes Recht kraft überschießender Richtlinienumsetzung — **615**
 - VI. Relevanz EU-rechtlicher Bezeichnungsvorschriften — **615**
- E. EU-Recht: Grundrechte — **616**
- F. Nationales Verfassungsrecht — **617**
- G. Verbraucherleitbild/Unternehmerleitbild — **618**
 - I. Verbraucherleitbild — **619**
 - II. Unternehmerleitbild — **628**
- H. Dogmatik und System — **629**
 - I. Deliktstatbestandstypologie — **629**
 - II. Binnensystemfragen — **629**
 - III. Irreführungsverbote außerhalb des UWG — **641**
 - IV. Informationsgebote außerhalb des UWG — **642**

- V. Irreführungsverbot und Kennzeichenrecht — 642
- VI. Geographische Herkunftsangaben — 644
- VII. Preisangabenverordnung — 646
- VIII. Allgemeines Deliktsrecht — 646
- IX. Vertragsrecht — 646
- I. Irreführungsverbot und Bezeichnungsrecht — 648
 - I. Verkehrsauffassungsprägung durch Bezeichnungsrecht — 648
 - II. Verkehrserwartungskonträre gesetzliche Bezeichnungen — 648
 - III. Bezeichnung und Obliegenheit zu ihrer Kenntnisnahme — 651

§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen — 651

Schrifttum — 653

Systematische Übersicht — 654

Alphabetische Übersicht — 666

- A. Einleitung — 674
 - I. Gesetzesgeschichte — 674
 - II. Inhalt und Zweck der Regelung — 675
 - III. Anwendungsbereich — 676
- B. Allgemeine Voraussetzungen — 682
 - I. Angaben — 682
 - II. Irreführung — 692
 - III. Geschäftliche Relevanz — 752
 - IV. Irreführungsquote — 760
 - V. Interessenabwägung — 761
- C. Bezugspunkte der Irreführung, Abs. 1 S. 2 — 775
 - I. Produktbezogene Angaben, Abs. 1 S. 2 Nr. 1 — 776
 - II. Preis, Preisberechnung und besondere Preisvorteile, Vertragsbedingungen, Abs. 1 S. 2 Nr. 2 — 864
 - III. Unternehmer- und unternehmensbezogene Angaben, Abs. 1 S. 2 Nr. 3 — 912
 - IV. Sponsoring und Zulassung, Abs. 1 S. 2 Nr. 4 — 979
 - V. Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austausches oder einer Reparatur, Abs. 1 S. 2 Nr. 5 — 983
 - VI. Einhaltung eines Verhaltenskodexes, Abs. 1 S. 2 Nr. 6 — 984
 - VII. Rechte des Verbrauchers, Abs. 1 S. 2 Nr. 7 — 987
 - VIII. Irreführende Geschäftspraktiken außerhalb des Katalogs von Abs. 1 S. 2 — 990
- D. Irreführung im Zusammenhang mit der Produktvermarktung (§ 5 Abs. 2) — 991
 - I. Entwicklung und Abgrenzungen — 992
 - II. Norminhalt — 992
- E. Vergleichende Werbung und Bildwerbung (§ 5 Abs. 3) — 994
- F. Besondere Beweislastregel bei Werbung mit Preisherabsetzung (§ 5 Abs. 4) — 995
- G. Verfahrensfragen — 995
 - I. Die Rechtsfolgenseite — 995
 - II. Antragswahl und -fassung bei Unterlassungsbegehren: konkrete Verletzungsform – zulässige Verallgemeinerung — 997
 - III. Beweis, Beweismittel, Beweislast — 999

§ 5a Irreführung durch Unterlassen — 1010

Schrifttum — **1012**

Systematische Übersicht — **1015**

Alphabetische Übersicht — **1018**

A. Einleitung — **1020**

I. Gesetzesgeschichte — **1020**

II. Inhalt und Zweck der Vorschrift — **1021**

III. Dogmatik und System — **1024**

B. Informationspflichten im beiderseitigen Unternehmensverkehr, Abs. 1 — **1027**

I. Grundaussagen — **1027**

II. Einzelfragen — **1029**

C. Informationspflichten gegenüber Verbrauchern, Abs. 2–5 — **1030**

I. Originäre Informationspflichten, Abs. 2/3 — **1030**

II. Inkorporierte Informationspflichten, Abs. 4 — **1050**

III. Zeitlich und räumlich beschränkte Kommunikationsmittel
(§ 5a Abs. 5) — **1054**

D. Vorenthaltung des kommerziellen Zwecks einer geschäftlichen Handlung
(Abs. 6) — **1057**

I. Einleitung — **1057**

II. Voraussetzungen — **1077**

III. Verfahrensfragen — **1125**

§ 6 Vergleichende Werbung — 1128

Schrifttum — **1131**

Gesetzgebungsmaterialien — **1134**

Systematische Übersicht — **1134**

Alphabetische Übersicht — **1140**

A. Vergleichende Werbung in der Wirtschaftswirklichkeit und wettbewerbliche
Probleme — **1146**

I. Erscheinungsformen vergleichender Werbung und praktische
Bedeutung — **1146**

II. Chancen und funktionsbedingte Grenzen des Einsatzes vergleichender
Werbung — **1148**

III. Wettbewerbsrechtliche Bedenken gegenüber vergleichender Werbung — **1150**

B. Historische Entwicklung — **1151**

I. Im autonomen deutschen Lauterkeitsrecht — **1151**

II. Harmonisierungsbedarf und Harmonisierung — **1152**

C. Bedeutung der europarechtlichen Vorgaben — **1166**

I. Totalharmonisierung der vergleichenden Werbung — **1166**

II. Binnenkonflikte des Europarechts — **1171**

D. Stellung der Regelung vergleichender Werbung innerhalb
des nationalen Rechtssystems — **1189**

I. Im UWG — **1189**

II. Außerhalb des UWG — **1192**

E. Anwendungsbereich, § 6 Abs. 1 — **1203**

I. Werbung — **1203**

II. Identifikation des Mitbewerbers — **1222**

- III. Vergleichende Werbung und Werbevergleich — **1232**
- F. Zulässigkeitsvoraussetzungen, § 6 Abs. 2 — **1244**
 - I. Zulässigkeits- oder Verbotskatalog in Art. 4 IrreführungsRL — **1244**
 - II. Nicht-Umsetzung von Art. 4 lit. a, e Irreführungsrichtlinie — **1249**
 - III. Produkte für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung, § 6 Abs. 2 Nr. 1 — **1261**
 - IV. Sachlichkeit des Vergleichs, § 6 Abs. 2 Nr. 2 — **1276**
 - V. Verwechslungsgefahr, § 6 Abs. 2 Nr. 3 — **1290**
 - VI. Ausnutzung oder Beeinträchtigung des Rufes eines Kennzeichens in unlauterer Weise, § 6 Abs. 2 Nr. 4 — **1300**
 - VII. Herabsetzung, § 6 Abs. 2 Nr. 5 — **1314**
 - VIII. Imitationsvergleich, § 6 Abs. 2 Nr. 6 — **1327**
- G. Unlauterkeit und Geschäftsentscheidungsrelevanz bei vergleichender Werbung — **1337**
 - I. Verhältnis von §§ 6 Abs. 2 und 3 Abs. 1 — **1337**
 - II. Reichweite des Geschäftsentscheidungsrelevanzanfordernisses der UGP-Richtlinie — **1339**
 - III. Anwendung des deutschen Rechts — **1343**
- H. Vergleich mit Sonderpreisen — **1343**
- I. Durchführung von und Werbung mit Vergleichstests — **1343**
 - I. Durchführung bzw. Veröffentlichung der Ergebnisse von Vergleichstests — **1343**
 - II. Werbung mit Vergleichstests — **1353**
- J. Beweislast — **1356**

§ 7 Unzumutbare Belästigungen — 1358

Schrifttum — **1359**

Gesetzgebungsmaterialien — **1361**

Systematische Übersicht — **1362**

Alphabetische Übersicht — **1364**

A. Grundlagen — **1365**

I. Normzweck — **1365**

II. Entstehungsgeschichte — **1367**

III. Gemeinschaftsrechtliche Grundlagen — **1368**

IV. Systematik und Konkurrenzen — **1372**

B. Tatbestandsvoraussetzungen — **1376**

I. Überblick — **1376**

II. Geschäftliche Handlung — **1377**

III. Belästigung — **1378**

IV. Unzumutbarkeit — **1378**

V. Der Einwilligungsvorbehalt des § 7 Abs. 1 Satz 2 — **1381**

C. Sonderfälle des § 7 Abs. 1 — **1383**

I. Haustürwerbung — **1383**

II. Ansprechen in der Öffentlichkeit — **1391**

III. Unbestellte Produkte — **1395**

D. Die Verbotstatbestände des § 7 Abs. 2 und Abs. 3 — **1400**

I. Grundlagen — **1400**

II. Brief- und Briefkastenwerbung nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 — **1401**

Inhaltsübersicht

- III. Telefonwerbung nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 — **1406**
- IV. Automatische Anrufmaschinen, Telefax- und E-Mail-Werbung
(§ 7 Abs. 2 Nr. 3) — **1429**
- V. Verbot anonymer elektronischer Direktwerbung (§ 7 Abs. 2 Nr. 4) — **1440**