

Lauterkeitsrecht

Lettl

4. Auflage 2021
ISBN 978-3-406-74583-6
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei
beck-shop.de

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de steht für Kompetenz aus Tradition. Sie gründet auf über 250 Jahre juristische Fachbuch-Erfahrung durch die Verlage C.H.BECK und Franz Vahlen.

beck-shop.de hält Fachinformationen in allen gängigen Medienformaten bereit: über 12 Millionen Bücher, eBooks, Loseblattwerke, Zeitschriften, DVDs, Online-Datenbanken und Seminare. Besonders geschätzt wird beck-shop.de für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|-----------------------------|------|
| Abkürzungsverzeichnis | XIII |
| Literaturverzeichnis | XVII |

§ 1. Grundlagen, insbesondere Schutzzweck und Definitionen (§§ 1, 2 UWG)

| | |
|------------------------------------------------------------------|----|
| I. Einführung | 1 |
| II. Unionsrecht | 1 |
| 1. Regelungsbefugnis | 1 |
| 2. Auslegung | 2 |
| 3. Primäres Unionsrecht | 2 |
| 4. Sekundäres Unionsrecht | 6 |
| III. Deutsches Lauterkeitsrecht | 12 |
| 1. Historische Entwicklung | 12 |
| 2. Aufbau und Gliederung des UWG | 14 |
| 3. Schwerpunkte des UWG | 15 |
| 4. Anwendbarkeit des UWG | 16 |
| IV. Lauterkeitsrecht und Bürgerliches Recht | 16 |
| 1. Lauterkeitsrecht und Bürgerliches Deliktsrecht | 16 |
| 2. Lauterkeitsrecht und Vertragsrecht | 17 |
| V. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht | 18 |
| VI. Zweck des Lauterkeitsrechts | 21 |
| 1. Unionsrecht | 21 |
| 2. § 1 UWG | 23 |
| VII. Anwendungsbereich des UWG | 48 |
| 1. Geschäftliche Handlung (§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG) | 48 |
| 2. Werbung | 61 |
| VIII. Auffassung von geschäftlichen Handlungen und Werbung | 68 |
| 1. Problemstellung | 68 |
| 2. Maßgeblicher Personenkreis | 69 |
| 3. Maßgeblichkeit der Durchschnittsperson | 70 |
| 4. Folgerungen | 71 |
| 5. Feststellung der Auffassung der Durchschnittsperson | 71 |

§ 2. Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3 UWG)

| | |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| I. Unionsrecht – Richtlinie 2005/29/EG | 73 |
| II. § 3 UWG | 73 |
| 1. Zweck und Struktur der Norm | 73 |
| 2. Unzulässigkeit der geschäftlichen Handlung nach § 3 UWG | 76 |
| 3. Subjektiver Tatbestand | 83 |

| | |
|-------------------------------------|----|
| 4. Darlegungs- und Beweislast | 84 |
| 5. Prüfungsreihenfolge | 84 |

§ 3. Stets unzulässige geschäftliche Handlungen

(§ 3 Abs. 3 UWG iVm Nr. 1 bis Nr. 30 des Anhangs zum UWG)

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| I. Systematik | 85 |
| II. Zweck | 85 |
| III. Auslegung | 86 |
| IV. Einzelfälle des Anhangs zum UWG | 86 |
| 1. Unwahre Angabe über Unterzeichnung eines Verhaltenskodex (Nr. 1) | 86 |
| 2. Unberechtigte Verwendung von Gütezeichen (Nr. 2) | 87 |
| 3. Unwahre Angabe über Billigung von Verhaltenskodex (Nr. 3) | 88 |
| 4. Unwahre Angabe über Bestätigung (Nr. 4) | 88 |
| 5. Lockangebote (Nr. 5) | 89 |
| 6. Bait-and-switch-Technik (Nr. 6) | 91 |
| 7. Unwahre Angabe über zeitlich begrenzte Verfügbarkeit von Produkten (Nr. 7) | 94 |
| 8. Leistungserbringung in anderer Sprache (Nr. 8) | 94 |
| 9. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Verkehrsfähigkeit des Produkts (Nr. 9) | 95 |
| 10. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Besonderheit des Angebots (Nr. 10) | 95 |
| 11. Als Information getarnte Werbung (Nr. 11) | 96 |
| 12. Unwahre Angabe über eine Gefahr (Nr. 12) | 97 |
| 13. Herkunftstäuschung (Nr. 13) | 97 |
| 14. Progressive Kundenwerbung (Nr. 14) | 98 |
| 15. Unwahre Angabe über Aufgabe oder Verlegung des Geschäfts (Nr. 15) | 98 |
| 16. Angabe über Erhöhung der Gewinnchancen (Nr. 16) | 99 |
| 17. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Preisgewinn (Nr. 17) | 99 |
| 18. Unwahre Angabe über Heilung durch Produkt (Nr. 18) | 100 |
| 19. Unwahre Angabe über Marktbedingungen (Nr. 19) | 101 |
| 20. Angebot von Gewinnspiel ohne Preisvergabe (Nr. 20) | 101 |
| 21. Täuschung über Kostentragungspflicht (Nr. 21) | 102 |
| 22. Übermittlung von Werbematerial mit Zahlungsaufforderung (Nr. 22) | 102 |
| 23. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Geschäftszweck oder Unternehmereigenschaft (Nr. 23) | 103 |
| 24. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Verfügbarkeit von Kundendienst (Nr. 24) | 103 |
| 25. Druck zum Vertragsabschluss (Nr. 25) | 104 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 26. Nichtbeachtung der Aufforderung, Wohnungsbesuche zu beenden oder zu unterlassen (Nr. 26) | 104 |
| 27. Aufforderung zur Vorlage nicht erforderlicher Unterlagen bei Versicherungsvertrag (Nr. 27) | 105 |
| 28. Aufforderung an Kinder zum Leistungserwerb (Nr. 28) | 105 |
| 29. Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Leistungen (Nr. 29) | 107 |
| 30. Angabe über Gefährdung des Unternehmers bei fehlendem Leistungserwerb (Nr. 30) | 108 |
| § 4. Rechtsbruch (§ 3a UWG) | |
| I. Zweck und Struktur der Norm | 109 |
| II. Auslegung | 111 |
| 1. Zuwiderhandlung gegen gesetzliche Vorschrift, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln | 111 |
| 2. Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung | 120 |
| § 5. Mitbewerberschutz (§ 4 UWG) | |
| I. Zweck der Norm | 126 |
| II. Tatbestände | 126 |
| 1. Herabsetzung oder Verunglimpfung (§ 4 Nr. 1 UWG) | 126 |
| 2. Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG) | 131 |
| 3. Unlautere Nachahmung (§ 4 Nr. 3 UWG) | 137 |
| 4. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 4 UWG) | 153 |
| § 6. Aggressive geschäftliche Handlungen (§ 4a UWG) | |
| I. Unionsrecht | 174 |
| II. § 4a UWG | 174 |
| 1. Zweck und Struktur der Norm | 174 |
| 2. Aggressivität geschäftlicher Handlungen (§ 4a Abs. 1 S. 1, S. 2, Abs. 2 UWG) | 177 |
| 3. Eignung zur Veranlassung zu einer geschäftlichen Entscheidung, die der Marktteilnehmer andernfalls nicht getroffen hätte | 192 |
| 4. Fallgruppen (Beispiele) | 193 |
| § 7. Irreführende geschäftliche Handlungen und Irreführung durch Unterlassen (§§ 5 und 5a UWG) | |
| I. Unionsrecht | 208 |
| 1. Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken | 208 |
| 2. Irreführungsrichtlinie | 208 |
| II. §§ 5 und 5a UWG | 209 |
| 1. Systematik, Anwendungsbereich, Struktur | 209 |
| 2. Zweck | 211 |
| 3. Auslegung | 212 |

§ 8. Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)

| | |
|-----------------------------------------------|-----|
| I. Unionsrecht | 244 |
| 1. Zweck | 244 |
| 2. Regelungsinhalt | 244 |
| II. Umsetzung des Unionsrechts: § 6 UWG | 245 |
| 1. Entstehungsgeschichte | 245 |
| 2. Zweck und Struktur | 245 |
| 3. Auslegung | 247 |

§ 9. Unzumutbare Belästigungen (§ 7 UWG)

| | |
|------------------------------------------------------------------|-----|
| I. Unionsrecht | 267 |
| 1. Art. 13 Datenschutz-Richtlinie 2002/58/EG | 267 |
| 2. Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken | 268 |
| II. § 7 UWG | 268 |
| 1. Struktur der Norm | 268 |
| 2. Zweck der Norm | 270 |
| 3. Auslegung | 272 |

§ 10. Rechtsfolgen (§§ 8 bis 11 UWG)

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| I. Unionsrecht | 298 |
| II. Sanktionen und Durchsetzung des UWG | 299 |
| III. Beseitigung und Unterlassung (§ 8 UWG) | 300 |
| 1. Zweck und Struktur der Norm | 300 |
| 2. Auslegung | 301 |
| IV. Schadensersatz (§ 9 UWG) | 326 |
| 1. Zweck der Norm | 326 |
| 2. Sachbefugnis | 326 |
| 3. Tatbestand, Rechtswidrigkeit, Verschulden | 327 |
| 4. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruchs (§§ 249 bis 254 BGB) | 328 |
| 5. Schuldner des Schadensersatzanspruchs | 334 |
| 6. Presseprivileg (§ 9 S. 2 UWG) | 334 |
| 7. Prüfungsreihenfolge | 336 |
| V. Gewinnabschöpfung (§ 10 UWG) | 337 |
| 1. Struktur der Norm | 337 |
| 2. Zweck der Norm | 338 |
| 3. Auslegung | 339 |
| 4. Anspruchshöhe | 342 |
| 5. Mehrheit von Gläubigern (§ 10 Abs. 3 UWG) | 343 |
| 6. Auskunftserteilung (§ 10 Abs. 4 S. 1 UWG) | 343 |
| 7. Aufwendungserstattung (§ 10 Abs. 4 S. 2 UWG) | 343 |
| 8. Prüfungsreihenfolge | 344 |
| VI. Anspruch auf Auskunft und Rechnungslegung | 345 |
| 1. Auskunft (§ 242 BGB) | 345 |
| 2. Rechnungslegung (§ 242 BGB) | 349 |

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| VII. Einwendungen und Einreden | 350 |
| 1. Grundlagen | 350 |
| 2. Verjährung (§ 11 UWG) | 350 |
| 3. Einwilligung | 360 |
| 4. Abwehr wettbewerbswidriger geschäftlicher Handlungen .. | 360 |
| 5. Verwirkung | 361 |
| § 11. Verfahrensvorschriften (§§ 12 bis 15 UWG) | |
| I. Unionsrecht | 363 |
| II. Außergerichtliches Vorgehen (§§ 13 Abs. 1, 13a UWG) | 363 |
| 1. Begriff von Abmahnung und Unterwerfung | 363 |
| 2. Zweck der Abmahnung | 365 |
| 3. Rechtsnatur der Abmahnung | 365 |
| 4. Wirksamkeitsvoraussetzungen für eine Abmahnung | 366 |
| 5. Entbehrlichkeit der Abmahnung | 366 |
| 6. Rechtsfolgen | 367 |
| III. Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung (§ 12 Abs. 1 UWG) | 370 |
| 1. Voraussetzungen | 370 |
| 2. Schadensersatz bei von Anfang an ungerechtfertigter Verfü- | |
| gung (§ 945 Alt. 1 ZPO) | 371 |
| IV. Befugnis zur Veröffentlichung eines gerichtlichen Urteils (§ 12 Abs. 2 UWG) | 371 |
| V. Streitwertminderung (§ 12 Abs. 3 UWG) | 372 |
| VI. Sachliche Zuständigkeit (§ 14 Abs. 1 UWG) | 372 |
| VII. Örtliche Zuständigkeit (§ 14 Abs. 2 UWG) | 373 |
| VIII. Einigungsstellen (§ 15 UWG) | 374 |
| § 12. Straf- und Bußgeldvorschriften (§§ 16, 20 UWG) | |
| I. Einführung | 375 |
| II. Strafbare Werbung (§ 16 UWG) | 375 |
| 1. Zweck der Norm | 375 |
| 2. Irreführende Werbung (§ 16 Abs. 1 UWG) | 376 |
| 3. Progressive Kundenwerbung (§ 16 Abs. 2 UWG) | 377 |
| III. Bußgeldvorschriften (§ 20 UWG) | 378 |
| Anhang: Klausur | 379 |
| Sachverzeichnis | 387 |