

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 gründete 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 Verhaltenskodexes (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