

# Fälle zum Lauterkeitsrecht

Sosnitza

7. Auflage 2022  
ISBN 978-3-406-79445-2  
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei  
[beck-shop.de](https://www.beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](https://www.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](https://www.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](https://www.beck-shop.de) für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

Schriftenreihe  
der Juristischen Schulung  
Band 35

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, lowercase, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three small, solid red circles of varying sizes, arranged in a slight arc. Below the main text, the phrase 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, all-caps, sans-serif font.  
**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

# Fälle zum Lauterkeitsrecht

von

Dr. Olaf Sosnitza  
o. Professor an der Universität Würzburg  
Richter am Oberlandesgericht Nürnberg a. D.

7., neu bearbeitete Auflage 2023

  
**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

  
C.H.BECK

Zitiervorschlag: Sosnitza LauterkeitsR

  
beck-shop.de  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 79445 2

© 2023 Verlag C. H. Beck oHG  
Wilhelmstraße 9, 80801 München  
Satz und Umschlaggestaltung: Druckerei C. H. Beck, Nördlingen  
(Adresse wie Verlag)  
Druck und Bindung: Beltz Grafische Betriebe GmbH  
Am Fliegerhorst 8, 99947 Bad Langensalza

  
chbeck.de/nachhaltig

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier  
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

## Vorwort

Für die 7. Auflage habe ich das Fallbuch völlig neu konzeptioniert und geschrieben. Die vorliegende Darstellung beschränkt sich auf Beispiele zur Fallbearbeitung für das Lauterkeitsrecht. Der wesentliche Stoff, wie er regelmäßig insbesondere in den Schwerpunktbereichen mit lauterkeitsrechtlichem Bezug behandelt und vorausgesetzt wird, ist in der vorliegenden Fallsammlung dargestellt und abgehandelt. Die Bearbeitung befindet sich dabei auf dem neuesten Stand mit Redaktionsschluss Mai 2022 und deckt damit insbesondere auch das Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs von 2020 (BGBl. I 2568) sowie das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht von 2021 (BGBl. I 3504) ab und berücksichtigt außerdem die Ende 2021 novellierte Preisangabenverordnung (BGBl. I 4921).

Zu danken habe ich meinen wissenschaftlichen Mitarbeitern, den Herren *Manuel Döring*, *Maximilian Eiles* und *Kristof Kompalka*, für hilfreiche Vorbereitungen sowie meiner Sekretärin, Frau *Beatrice Spinner*, für die Schreibarbeiten am Manuskript.

Würzburg, im Juli 2022

*Olaf Sosnitza*

  
**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Abkürzungsverzeichnis .....	IX
Literaturverzeichnis .....	XIII
Fall 1. Elektro-Konkurrenz <i>Verstoß gegen Marktverhaltensregelungen, Abgrenzung zu Marktzutrittsregelungen, Verstoß gegen Generalklausel, deliktsrechtliche Normen des BGB</i> .....	1
Fall 2. Online-Autokauf <i>Verstoß gegen Marktverhaltensregelungen, Preisangabenverordnung, Verhältnis zur UGP-RL, Irreführung durch Unterlassen</i> .....	11
Fall 3. Yoga-Zoff <i>Herabsetzung, Verhältnis zur vergleichenden Werbung, Meinungsäußerungsfreiheit, Beseitigungsanspruch, Widerruf</i> .....	23
Fall 4. Die Insolvenzliste <i>Anschwärzung, Abgrenzung von Tatsachen und Werturteilen, Verbreiten von Tatsachen, Auskunftsansprüche</i> .....	33
Fall 5. Das Holzlauftrad <i>Designrecht, ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz, wettbewerbliche Eigenart, vermeidbare Herkunftstäuschung, Schadensersatzanspruch des Mitbewerbers und dreifache Schadensberechnung, Aktivlegitimation von Verbraucherschutzverbänden</i> .....	41
Fall 6. Die Uhr vom Flohmarkt <i>Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz, Rufausbeutung, „Post-Sale Confusion“, markenrechtliche Parallelen</i> .....	55
Fall 7. Das KI-Team <i>Gezielte Behinderung, Abwerben von Mitarbeitern, Verleiten zum Vertragsbruch, Ausnutzen eines fremden Vertragsbruchs</i> .....	63
Fall 8. Chargen, Codes und Kontrolle <i>Mitbewerber, Vertriebsbindungssysteme, gezielte Behinderung, Vertragsbruch, Lückenlosigkeit, Beeinträchtigung von Kontrollnummern, markenrechtliche Erschöpfung</i> .....	69
Fall 9. Werbeblockaden und fremde Rabatte <i>Gezielte Behinderung, Unterdrückung von Internetwerbung, aggressive geschäftliche Handlungen, Ausnutzen einer Machtposition, Druckausübung, Ausnutzen fremder Werbung, Irreführung, Aktivlegitimation von Wettbewerbsverbänden</i> ..	75
Fall 10. Gepflegte Werbung <i>Irreführung, Verhältnis zu Sondertatbeständen, Angaben, Verkehrsauffassung, Feststellung der Irreführung, Werbung mit Selbstverständlichkeiten, Allein- und Spitzenstellungsbehauptung, Folgeverträge, Schadensersatzanspruch des Verbrauchers</i> .....	87
Fall 11. Thüingersheimer Spezialitäten <i>Geographische Herkunftsangaben, VO 1151/2012 und Verhältnis zum nationalen Recht, §§ 126 ff. MarkenG und Rechtsnatur geographischer Herkunftsangaben, lauterkeitsrechtlicher Irreführungsschutz</i> .....	103



Fall 12. „Prämien“-Tatsache <i>Irreführende Angaben, Abgrenzung von Tatsachen und Werturteilen, Rechtsbehauptungen als Sachenaussagen, Aktivlegitimation eines Verbraucherverbundes</i> .....	109
Fall 13. Fernsehen ohne Grenzen <i>Irreführung durch Unterlassen, wesentliche Information, Angebot, Beschränkungen des Kommunikationsmittels, Grenzen der Aufklärungspflicht</i> .....	115
Fall 14. „... denn nichts, was wirkt, ist ohne Einfluss“ <i>Influencer und Schleichwerbung, geschäftliche Handlung, Förderung des eigenen und eines fremden Unternehmens, Erkennbarkeit des kommerziellen Zwecks</i> ...	127
Fall 15. „Whaaaaat?“ <i>Ranking-Systeme, Verdeckte Werbung mit Suchergebnissen, Nichtkennlichmachung des kommerziellen Zwecks, gefälschte Verbraucherbewertungen, Irreführung, fliegender Gerichtsstand, Täter, Teilnehmer, Störerhaftung, Verletzung lauterkeitsrechtlicher Verkehrspflichten, Aktivlegitimation von Mitbewerbern</i> .....	137
Fall 16. Die Rechtsanwaltsliste <i>Vergleichende Werbung, Drittvergleich durch Presse, geschäftliche Handlung, Irreführung, Bewertungen</i> .....	153
Fall 17. Wer duftet wie? <i>Vergleichende Werbung, Begriff, Zulässigkeit, Unlauterkeitskriterien (insbesondere wesentliche, relevante und typische Eigenschaften, Imitation oder Nachahmung)</i> .....	161
Fall 18. Home, sweet home <i>Belästigung, Abgrenzung zu aggressiven geschäftlichen Handlungen, Briefkastenwerbung, Werbebriefe, Vertreterbesuche, Zusendung unbestellter Waren, Aktivlegitimation von Mitbewerbern</i> .....	169
Fall 19. Kommunikation ist alles <i>Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern und gegenüber sonstigen Marktteilnehmern, Einwilligung, E-Mail-Werbung, Double-opt-in-Verfahren</i> .....	179
Fall 20. Alles muss raus! <i>Allgemeine Marktstörung bzw. -behinderung, Verschenken von Originalware und Pressezeugnissen</i> .....	185
Sachverzeichnis .....	195