

Wettbewerbsrecht

Bearbeitet von
Prof. Dr. Tobias Lettl

3. Auflage 2016. Buch. Rund 450 S. Kartoniert
ISBN 978 3 406 68461 6
Format (B x L): 12,8 x 19,4 cm

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Wettbewerbsrecht, Kartellrecht](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beack-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

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	13
1. Historische Entwicklung	13
2. Aufbau und Gliederung des UWG	14
3. Schwerpunkte des UWG	15
4. Anwendbarkeit des UWG	16
IV. Lauterkeitsrecht und Bürgerliches Recht	17
1. Lauterkeitsrecht und Bürgerliches Deliktsrecht	17
2. Lauterkeitsrecht und Vertragsrecht	18
V. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht	19
VI. Zweck des Lauterkeitsrechts	21
1. Unionsrecht	21
2. § 1 UWG	23
3. Bedeutung für die Anwendung des UWG	25
4. Mitbewerber (§ 2 I Nr. 3 UWG i. V. m. § 2 I Nr. 6 UWG) ..	25
5. Verbraucher (§ 2 I Nr. 2 UWG i. V. m. § 2 II UWG i. V. m. § 13 BGB)	33
6. Sonstige Marktteilnehmer (§ 2 I Nr. 2 UWG)	45
7. Allgemeininteresse an unverfälschtem Wettbewerb (§ 1 S. 2 UWG)	47
8. Verhältnis der Schutzzwecke des § 1 UWG zueinander	48
VII. Anwendungsbereich des UWG	48
1. Geschäftliche Handlung (§ 2 I Nr. 1 UWG)	49
2. Werbung	61
VIII. Auffassung von geschäftlichen Handlungen und Werbung	69
1. Problemstellung	69
2. Maßgeblicher Personenkreis	69
3. Maßgeblichkeit der Durchschnittsperson	70
4. Folgerungen	71
5. Feststellung der Auffassung der Durchschnittsperson	72

beck-shop.de

VIII

Inhaltsverzeichnis

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

I. Unionsrecht – Richtlinie 2005/29/EG	74
II. § 3 UWG	74
1. Zweck und Struktur der Norm	74
2. Unzulässigkeit der geschäftlichen Handlung nach § 3 UWG	78
3. Subjektiver Tatbestand	85
4. Darlegungs- und Beweislast	85
5. Prüfungsreihenfolge	86

§ 3. Stets unzulässige geschäftliche Handlungen (§ 3 III UWG i. V. m. Nr. 1 bis Nr. 30 des Anhangs zum UWG)

I. Systematik	87
II. Zweck	87
III. Auslegung	88
IV. Einzelfälle des Anhangs zum UWG	89
1. Unwahre Angabe über Unterzeichnung eines Verhaltenskodexes (Nr. 1 des Anhangs zum UWG)	89
2. Unberechtigte Verwendung von Gütezeichen (Nr. 2 des Anhangs zum UWG)	89
3. Unwahre Angabe über Billigung von Verhaltenskodex (Nr. 3 des Anhangs zum UWG)	90
4. Unwahre Angabe über Bestätigung (Nr. 4 des Anhangs zum UWG)	90
5. Lockangebote (Nr. 5 des Anhangs zum UWG)	91
6. Bait-and-switch-Technik (Nr. 6 des Anhangs zum UWG)	94
7. Unwahre Angabe über zeitlich begrenzte Verfügbarkeit von Produkten (Nr. 7 des Anhangs zum UWG)	96
8. Leistungserbringung in anderer Sprache (Nr. 8 des Anhangs zum UWG)	97
9. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Verkehrsfähigkeit des Produkts (Nr. 9 des Anhangs zum UWG)	97
10. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Besonderheit des Angebots (Nr. 10 des Anhangs zum UWG)	98
11. Als Information getarnte Werbung (Nr. 11 des Anhangs zum UWG)	99
12. Unwahre Angabe über eine Gefahr (Nr. 12 des Anhangs zum UWG)	100
13. Herkunftstäuschung (Nr. 13 des Anhangs zum UWG)	100
14. Progressive Kundenwerbung (Nr. 14 des Anhangs zum UWG)	101
15. Unwahre Angabe über Aufgabe oder Verlegung des Geschäfts (Nr. 15 des Anhangs zum UWG)	102

beck-shop.de

INHALTSVERZEICHNIS

DIE FACHBUCHHANDLUNG

16. Angabe über Erhöhung der Gewinnchancen (Nr. 16 des Anhangs zum UWG)	102
17. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Preisgewinn (Nr. 17 des Anhangs zum UWG)	103
18. Unwahre Angabe über Heilung durch Produkt (Nr. 18 des Anhangs zum UWG)	104
19. Unwahre Angabe über Marktbedingungen (Nr. 19 des Anhangs zum UWG)	104
20. Angebot von Gewinnspiel ohne Preisvergabe (Nr. 20 des Anhangs zum UWG)	105
21. Täuschung über Kostentragungspflicht (Nr. 21 des Anhangs zum UWG)	105
22. Übermittlung von Werbematerial mit Zahlungsaufforderung (Nr. 22 des Anhangs zum UWG)	106
23. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Geschäftszweck oder Unternehmereigenschaft (Nr. 23 des Anhangs zum UWG)	107
24. Unwahre Angabe oder Erwecken des unzutreffenden Eindrucks über Verfügbarkeit von Kundendienst (Nr. 24 des Anhangs zum UWG)	107
25. Druck zum Vertragsabschluss (Nr. 25 des Anhangs zum UWG)	108
26. Nichtbeachtung der Aufforderung, Wohnungsbesuche zu beenden oder zu unterlassen (Nr. 26 des Anhangs zum UWG)	108
27. Aufforderung zur Vorlage nicht erforderlicher Unterlagen bei Versicherungsvertrag (Nr. 27 des Anhangs zum UWG)	109
28. Aufforderung an Kinder zum Leistungserwerb (Nr. 28 des Anhangs zum UWG)	110
29. Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Leistungen (Nr. 29 des Anhangs zum UWG)	111
30. Angabe über Gefährdung des Unternehmers bei fehlendem Leistungserwerb (Nr. 30 des Anhangs zum UWG)	112

§ 4. Rechtsbruch (§ 3a UWG)

I. Zweck und Struktur der Norm	114
II. Auslegung	115
1. Zuwiderhandlung gegen gesetzliche Vorschrift, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln	115
2. Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung	124

§ 5. Mitbewerberschutz (§ 4 UWG)

I. Zweck der Norm	131
II. Tatbestände	131

beck-shop.de

Inhaltsverzeichnis

DIE FACHBUCHHANDLUNG

X

1. Herabsetzung oder Verunglimpfung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 1 UWG)	131
2. Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG)	135
3. Unlautere Nachahmung von Waren oder Dienstleistungen (§ 4 Nr. 3 UWG)	140
4. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 4 UWG)	155

§ 6. Aggressive geschäftliche Handlungen (§ 4a UWG)

I. Unionsrecht	177
II. § 4a UWG	177
1. Zweck und Struktur der Norm	177
2. Aggressivität geschäftlicher Handlungen (§ 4a I 1, 2, II UWG)	180
3. Eignung zur Veranlassung zu einer geschäftlichen Entscheidung, die der Marktteilnehmer andernfalls nicht getroffen hätte	195
4. Fallgruppen (Beispiele)	195

§ 7. Irreführende geschäftliche Handlungen und Irreführung durch Unterlassen (§§ 5 und 5a UWG)

I. Unionsrecht	211
1. Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken ..	211
2. Irreführungsrichtlinie	212
II. §§ 5 und 5a UWG	212
1. Systematik, Anwendungsbereich, Struktur	212
2. Zweck	215
3. Auslegung	215

§ 8. Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)

I. Unionsrecht	247
1. Zweck	247
2. Regelungsinhalt	248
II. Umsetzung des Unionsrechts: § 6 UWG	248
1. Entstehungsgeschichte	248
2. Zweck und Struktur	249
3. Auslegung	250

§ 9. Unzumutbare Belästigungen (§ 7 UWG)

I. Unionsrecht	270
1. Datenschutz-Richtlinie 2002/58/EG	270
2. Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken ..	271
II. § 7 UWG	272
1. Struktur der Norm	272
2. Zweck der Norm	275
3. Auslegung	275

beck-shop.de

Inhaltsverzeichnis

XI

§ 10. Rechtsfolgen (§§ 8 bis 11 UWG)

I. Unionsrecht	303
II. Sanktionen und Durchsetzung des UWG	304
III. Beseitigung und Unterlassung (§ 8 UWG)	305
1. Zweck und Struktur der Norm	305
2. Auslegung	308
IV. Schadensersatz (§ 9 UWG)	334
1. Zweck der Norm	334
2. Sachbefugnis	334
3. Tatbestand, Rechtswidrigkeit, Verschulden	335
4. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruchs (§§ 249 bis 254 BGB)	336
5. Schuldner des Schadensersatzanspruchs	343
6. Presseprivileg (§ 9 S. 2 UWG)	343
7. Prüfungsreihenfolge	345
V. Gewinnabschöpfung (§ 10 UWG)	346
1. Struktur der Norm	346
2. Zweck der Norm	347
3. Auslegung	348
4. Anspruchshöhe	351
5. Mehrheit von Gläubigern (§ 10 III UWG)	352
6. Auskunftserteilung (§ 10 IV 1 UWG)	353
7. Aufwendungserstattung (§ 10 IV 2 UWG)	353
8. Prüfungsreihenfolge	353
VI. Anspruch auf Auskunft und Rechnungslegung	354
1. Auskunft (§ 242 BGB)	354
2. Rechnungslegung (§ 242 BGB)	359
VII. Einwendungen und Einreden	360
1. Grundlagen	360
2. Verjährung (§ 11 UWG)	360
3. Einwilligung	370
4. Abwehr wettbewerbswidriger geschäftlicher Handlungen	370
5. Verwirkung	371

§ 11. Verfahrensvorschriften (§§ 12 bis 15 UWG)

I. Unionsrecht	373
II. Außergerichtliches Vorgehen (§ 12 I UWG)	373
1. Begriff von Abmahnung und Unterwerfung	373
2. Zweck der Abmahnung	374
3. Rechtsnatur der Abmahnung	374
4. Wirksamkeitsvoraussetzungen für eine Abmahnung	375
5. Entbehrlichkeit der Abmahnung	376
6. Rechtsfolgen	377
III. Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung (§ 12 II UWG)	379
1. Voraussetzungen	379

beck-shop.de

DIE FACHBUCHHANDLUNG

XII

Inhaltsverzeichnis

2. Schadensersatz bei von Anfang an ungerechtfertigter Verfügung (§ 945 Alt. 1 ZPO)	380
IV. Bedürfnis zur Veröffentlichung eines gerichtlichen Urteils (§ 12 III UWG)	381
V. Streitwertminderung (§ 12 IV und V UWG)	382
VI. Sachliche Zuständigkeit (§ 13 UWG)	382
VII. Örtliche Zuständigkeit (§ 14 UWG)	382
VIII. Einigungsstellen (§ 15 UWG)	383

§ 12. Straf- und Bußgeldvorschriften (§§ 16 bis 20 UWG)

I. Einführung	384
II. Strafbare Werbung (§ 16 UWG)	384
1. Zweck der Norm	384
2. Irreführende Werbung (§ 16 I UWG)	385
3. Progressive Kundenwerbung (§ 16 II UWG)	386
III. Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen (§ 17 UWG) ..	387
1. Zweck und Struktur der Norm	387
2. Auslegung	387
IV. Verwertung von Vorlagen (§ 18 UWG)	392
V. Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 19 UWG)	392
VI. Bußgeldvorschriften (§ 20 UWG)	392
Anhang: Klausur	394
Sachverzeichnis	401