

## Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Preisangabenverordnung, Unterlassungsklagengesetz, Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung

Bearbeitet von

Kommentiert von Prof. Dr. Helmut Köhler, Richter am Oberlandesgericht a.D., Prof. Dr. Dr. h.c. Joachim Bornkamm, Vorsitzender Richter am Bundesgerichtshof a.D., und Jörn Feddersen, LL.M. (A.U., Washington, D.C.), Richter am Bundesgerichtshof, Begründet von Dr. Adolf Baumbach, Bis zur 22. Auflage bearbeitet von Prof. Dr. jur. Wolfgang Hefermehl

36. Auflage 2018. Buch. XXIV, 2370 S. In Leinen

ISBN 978 3 406 71264 7

Format (B x L): 16,0 x 24,0 cm

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

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

schnell und portofrei erhältlich bei

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

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-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.

Köhler/Bornkamm/Feddersen  
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

  
**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Beck'sche Kurz-Kommentare

Band 13a

# Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Preisangabenverordnung · Unterlassungsklagengesetz  
Dienstleistungs- Informationspflichten- Verordnung

kommentiert von

**Dr. Helmut Köhler**

em. o. Professor an der Universität München  
Richter am OLG München a. D.

**Dr. Dr. h. c. Joachim Bornkamm**

Vorsitzender Richter am Bundesgerichtshof a. D.  
Honorarprofessor an der Universität Freiburg i. Br.

**Jörn Feddersen, LL. M. (A. U., Washington, D. C.)**

Richter am Bundesgerichtshof

begründet von

Dr. Adolf Baumbach

und bis zur 22. Auflage bearbeitet von  
Prof. Dr. jur. Wolfgang Hefermehl

36., neu bearbeitete Auflage  
2018

  
C.H. BECK

Es haben bearbeitet

*Prof. Dr. Helmut Köhler:* Einleitung, §§ 1–4a, §§ 5a–7, §§ 9–11, § 12 Abschnitt 2 und 3, Vor § 17, §§ 17–20 UWG, Preisangabenverordnung, Unterlassungsklagengesetz, Dienstleistungs-  
Informationspflichten-Verordnung

*Prof. Dr. Dr. h. c. Joachim Bornkamm:* § 8 Abschnitt 1, § 12 Abschnitt 1, § 16 UWG

*Jörn Feddersen:* § 8 Abschnitt 2–5, § 12 Abschnitt 4–7, §§ 13–15 UWG

*Prof. Dr. Dr. h. c. Joachim Bornkamm/Jörn Feddersen:* § 5

*Zitiervorschlag*

Köhler/Bornkamm/Feddersen/*Köhler* § 6 Rn. 3

Köhler/Bornkamm/Feddersen/*Bornkamm* § 12 Rn. 1.12

Köhler/Bornkamm/Feddersen/*Bornkamm/Feddersen* § 5 Rn. 3.15

Köhler/Bornkamm/Feddersen/*Köhler/Feddersen* § 8 Rn. 2.11

oder

KBF/*Köhler* § 6 Rn. 3

KBF/*Bornkamm* § 12 Rn. 1.12

KBF/*Bornkamm/Feddersen* § 5 Rn. 3.15

KBF/*Köhler/Feddersen* § 8 Rn. 2.11

  
beck-shop.de  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**www.beck.de**

ISBN 978 3 406 71264 7

© 2018 Verlag C. H. Beck oHG

Wilhelmstraße 9, 80801 München

Satz: Druckerei C. H. Beck, Nördlingen

(Adresse wie Verlag)

Druck und Bindung: CPI – Clausen & Bosse GmbH

Birkstraße 10, 25917 Leck

Umschlaggestaltung: Fotosatz Amann, Memmingen

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

## Vorwort zur 36. Auflage

Der Kommentar trägt ab dieser Auflage die Namen aller drei Verfasser und trägt damit der Mitarbeit von Herrn Feddersen ab der 34. Aufl. Rechnung. Die Neuauflage berücksichtigt u. a. die umfangreichen Änderungen des BGB, der *Preisangabenverordnung* und des *Unterlassungsklagengesetzes* sowie die *Datenschutz-Grundverordnung* und die *Geheimnisschutz-Richtlinie*. Wie in den Voraufgaben wurde eine Reihe neuer Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs, wie zum Beispiel *Digital Canal Danmark*, *Loterie Nationale*, *Luc Vanderborght* und *DHL Paket*, vor allem aber des Bundesgerichtshofs, wie zum Beispiel *ARD-Buffer*, *Arbeitnehmerüberlassung*, *Bodendübel*, *Fremdcoupon-Einlösung*, *Freunde werben Freunde*, *Hörgeräteausstellung*, *Optiker Qualität*, *Servicepau-schale*, *World of Warcraft II* und *Komplettküchen* sowie die vier neueren Entscheidungen zu Rück-rufpflichten des Unterlassungsschuldners (*Piadina-Rückruf*, *Hot Sox*, *RESCUE-Tropfen* und *Luft-entfeuchter*) berücksichtigt. Selbstverständlich wurden auch die Rechtsprechung der Oberlandes-gerichte und der Landgerichte sowie die Fülle neuer wissenschaftlicher Veröffentlichungen eingearbeitet.

Zur Erleichterung der Benutzung sind im Anschluss an die Kommentierung die wichtigsten europäischen und deutschen Rechtsquellen abgedruckt. Das Fundstellenverzeichnis zur Recht-sprechung des EuGH und des BGH, das Fälleverzeichnis und das Sachverzeichnis wurden über-arbeitet und aktualisiert.

Die Kommentierung befindet sich auf dem Stand November 2017. Auch in Zukunft werden Verlag und Verfasser bestrebt sein, durch regelmäßig erscheinende Neuauflagen die Aktualität der Darstellung des Lauterkeitsrechts zu gewährleisten.

Für Anregungen und Kritik sind die Verfasser stets sehr dankbar. Mitteilungen werden erbeten an [Joachim@Bornkamm.de](mailto:Joachim@Bornkamm.de), [joern.feddersen@gmx.de](mailto:joern.feddersen@gmx.de) und [H.Koehler.Neusaess@t-online.de](mailto:H.Koehler.Neusaess@t-online.de).

Freiburg i. Br., Hamburg und Neusäß, im November 2017

Joachim Bornkamm  
Jörn Feddersen  
Helmut Köhler

beck-shop.de  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

## Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	XVII
Literaturverzeichnis .....	XXVII

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) .....	1
--	---

### Einleitung

1. Abschnitt. Wettbewerb und Wettbewerbsordnung .....	15
A. Wettbewerb und Wettbewerbskonzeptionen .....	16
B. Wettbewerbsordnung .....	29
2. Abschnitt. Grundlagen des deutschen Wettbewerbsrechts (Lauterkeitsrechts) ..	36
A. Entwicklung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb .....	37
B. Die Durchsetzung des Lauterkeitsrechts .....	46
3. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Unionsrecht .....	51
A. Grundlagen des Unionsrechts – Unmittelbare und vorrangige Geltung ..	53
B. Die Bedeutung des primären Unionsrechts für das Lauterkeitsrecht .....	58
C. Sekundäres Unionsrecht und Lauterkeitsrecht .....	64
4. Abschnitt. Wettbewerbsrecht im Ausland .....	73
5. Abschnitt. Internationales Wettbewerbsrecht und Verfahrensrecht .....	85
A. Überblick über das internationale Wettbewerbsrecht (Kollisionsrecht) ..	87
B. Das bis zum 11.1.2009 geltende Kollisionsrecht (Art. 40–42 EGBGB) ..	89
C. Das ab dem 11.1.2009 geltende Kollisionsrecht (Rom II-VO) .....	96
D. Internationales Verfahrensrecht .....	101
6. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht .....	104
A. Aufgabe des Kartellrechts .....	104
B. Rechtsquellen des Kartellrechts .....	105
C. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht als Gesamtordnung des Wettbewerbs ..	108
D. Einzelfragen .....	110
7. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Bürgerliches Recht .....	111
A. Allgemeines .....	112
B. Lauterkeitsrecht und Deliktsrecht .....	113
C. Lauterkeitsrecht und Vertragsrecht .....	114
D. Bürgerlichrechtlicher Schutz des Unternehmens und des Unternehmers ..	116

### Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

#### Kapitel 1. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck des Gesetzes .....	125
A. Allgemeines .....	127
B. Schutz der Mitbewerber .....	129
C. Schutz der Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer .....	131
D. Schutz des Allgemeininteresses an einem unverfälschten Wettbewerb ..	140
E. Das Verhältnis der Schutzzwecke zueinander .....	141
F. Unternehmer als Normadressaten .....	143
§ 2 Definitionen .....	144
A. Allgemeines .....	150
B. Geschäftliche Handlung (§ 2 I Nr. 1) .....	150
C. Marktteilnehmer (§ 2 I Nr. 2) .....	180
D. Mitbewerber (§ 2 I Nr. 3) .....	180
E. Nachricht (§ 2 I Nr. 4) .....	189
F. Verhaltenskodex (§ 2 I Nr. 5) .....	190

## Inhaltsverzeichnis

G. Unternehmer (§ 2 I Nr. 6)	192
H. Unternehmerische Sorgfalt (§ 2 I Nr. 7)	195
J. Wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers (§ 2 I Nr. 8)	200
K. Geschäftliche Entscheidung (§ 2 I Nr. 9)	202
L. Verbraucher (§ 2 II)	206
§ 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen	210
1. Abschnitt. Allgemeines	214
A. Allgemeines	216
B. Entstehungsgeschichte des § 3	217
C. Regelungsstruktur des § 3	218
D. Grundrechtskonforme Auslegung des UWG	219
2. Abschnitt. Die „große“ Generalklausel des § 3 I	225
A. Die Funktionen des § 3 I	225
B. Der Tatbestand des § 3 I	226
C. § 3 I als Auffangtatbestand für sonstige unlautere Handlungen	229
3. Abschnitt. Die Verbrauchergeneralklausel des § 3 II	235
A. Entstehungsgeschichte, unionsrechtliche Grundlage und Normzweck	236
B. Anwendungsbereich	236
C. Tatbestand	239
4. Abschnitt. Die stets unzulässigen geschäftlichen Handlungen (§ 3 III)	245
A. Stets unzulässige geschäftliche Handlungen (§ 3 III)	246
B. Auslegung	247
C. Tatbestand	247
D. Keine geschäftliche Relevanz erforderlich	248
5. Abschnitt. Durchschnittsverbraucher und durchschnittliches Mitglied einer Verbrauchergruppe als Beurteilungsmaßstab (§ 3 IV)	249
A. Durchschnittsverbraucher und durchschnittliches Mitglied einer Verbrauchergruppe als Beurteilungsmaßstab (§ 3 IV)	249
B. Anwendung des § 3 IV auf alle Unlauterkeitstatbestände	250
C. Geschützter Personenkreis	252
D. Der Beurteilungsmaßstab des § 3 IV 1	252
E. Der Beurteilungsmaßstab des § 3 IV 2	252
6. Abschnitt. Einsatz von Verkaufsförderern	257
A. Allgemeines	259
B. Gewerbliche Unternehmer als Verkaufsförderer	259
C. Mitarbeiter fremder Unternehmer als Verkaufsförderer	261
D. Berufliche Interessenwahrer als Verkaufsförderer	262
E. Privatpersonen als Verkaufsförderer („Laienwerbung“)	264
7. Abschnitt. Ausnutzung der „geschäftlichen Unerfahrenheit“ und der „Rechtsunkenntnis“	271
A. Einführung	271
B. Die „Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit“	271
8. Abschnitt. Verkaufsförderungsmaßnahmen	278
A. Einführung	281
B. Begriff, Erscheinungsformen und wirtschaftliche Bedeutung von Verkaufsförderungsmaßnahmen	281
C. Entwicklung der lauterkeitsrechtlichen Beurteilung	282
D. Kopplungsangebote (einschließlich Zugaben)	285
E. Preisnachlässe (Rabatte)	291
F. Kundenbindungssysteme	294
G. Geschenke	296
H. Preisausschreiben, Gewinnspiele und sonstige aleatorische Reize	297
I. Versteigerungen	301
9. Abschnitt. Emotionale („gefühlbetonte“) Werbung	302
A. Allgemeines	304
B. Lauterkeitsrechtliche Beurteilung	304
C. Fallgruppen	306

## Inhaltsverzeichnis

10. Abschnitt. Die Rechtsfolgen .....	311
A. Lauterkeitsrechtliche Rechtsfolgen .....	311
B. Bürgerlichrechtliche Rechtsfolgen .....	311
Anhang zu § 3 III .....	313
§ 3a Rechtsbruch .....	374
1. Abschnitt. Rechtsbruch .....	375
A. Allgemeines .....	382
B. Tatbestand .....	395
C. Einzelne Regelungen .....	411
D. Rechtsfolgen und Konkurrenzen .....	469
2. Abschnitt. Wettbewerb der öffentlichen Hand .....	470
A. Allgemeines .....	472
B. Wettbewerbsschutz für die öffentliche Hand .....	473
C. Wettbewerbsschutz gegenüber der öffentlichen Hand .....	474
D. Unlauterkeit des Handelns der öffentlichen Hand .....	480
§ 4 Mitbewerberschutz .....	495
Vorbemerkung .....	498
A. Entstehungsgeschichte des § 4 .....	499
B. Auslegung, Erweiterung und Einschränkung der Mitbewerberschutztatbestände .....	499
C. Rückgriff auf die Generalklausel des § 3 I .....	499
D. Verhältnis der mitbewerberschützenden zu den verbraucherschützenden Tatbeständen .....	500
1. Abschnitt. Herabsetzung von Mitbewerbern .....	500
A. Allgemeines .....	501
B. Tatbestand .....	506
C. Rechtsfolgen .....	513
2. Abschnitt. Anschwärzung .....	513
A. Allgemeines .....	514
B. Tatbestand .....	517
C. Rechtsfolgen .....	523
3. Abschnitt. Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz .....	524
A. Allgemeines .....	529
B. Tatbestand .....	539
C. Rechtsfolgen .....	565
4. Abschnitt. Gezielte Behinderung .....	569
A. Allgemeines .....	575
B. Absatzbehinderung .....	583
C. Nachfragebehinderung .....	601
D. Werbebehinderung .....	601
E. Behinderung durch Kennzeichenverwendung .....	605
F. Behinderung durch Mitarbeiterabwerbung .....	615
G. Boykott .....	622
H. Missbrauch der Nachfragemacht .....	629
I. Vergleichende Werbung ohne erkennbare Bezugnahme auf Mitbewerber ..	631
J. Betriebsstörung .....	639
K. Preisunterbietung .....	650
L. Produktnachahmung .....	657
M. Rechtsfolgen .....	660
5. Abschnitt. Allgemeine Marktbehinderung .....	660
A. Allgemeines .....	661
B. Tatbestand der allgemeinen Marktbehinderung .....	663
C. Fallgruppen .....	666
§ 4a Aggressive geschäftliche Handlungen .....	672
1. Abschnitt. Allgemeines .....	674
A. Entstehungsgeschichte und Normzweck des § 4a .....	676
B. Systematische Stellung und Auslegung des § 4a .....	677

## Inhaltsverzeichnis

C. Verhältnis des § 4a zu anderen Normen .....	678
D. Der Tatbestand des § 4a .....	682
E. Belästigung (§ 4a I 2 Nr. 1) .....	685
F. Nötigung (§ 4a I 2 Nr. 2) .....	688
G. Unzulässige Beeinflussung (§ 4a I 2 Nr. 3) .....	690
H. Feststellung einer aggressiven geschäftlichen Handlung (§ 4a II 1) .....	696
2. Abschnitt. Konkretisierung des Verbraucherschutzes (§ 4a II 2) .....	702
A. Allgemeines .....	704
B. Das Verhältnis zu anderen Regelungen .....	707
C. „Angst“ und „Zwangslage“ .....	708
§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen .....	711
Einführung. Grundlagen des Irreführungsverbots .....	716
A. Gesetzesgeschichte .....	720
B. Schutzzweck .....	722
C. Das Irreführungsverbot in der Rechtsordnung .....	724
D. Bedeutung und Stellung des Irreführungsverbots im heutigen Lauterkeitsrecht .....	752
1. Abschnitt. Tatbestand der irreführenden geschäftlichen Handlung .....	755
A. Irreführende geschäftliche Handlung .....	760
B. Angaben .....	765
C. Irreführende Angaben .....	771
D. Geschäftliche Relevanz der Irreführung .....	802
E. Interessenabwägung, Prüfung der Verhältnismäßigkeit .....	810
F. Verfahrensrechtliche Fragen .....	815
2. Abschnitt. Irreführung über wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung (§ 5 I 2 Nr. 1 UWG) .....	823
A. Allgemeines .....	827
B. Verfügbarkeit .....	828
C. Art, Ausführung, Zusammensetzung, Beschaffenheit, Zubehör .....	829
D. Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung .....	877
E. Irreführung über Vorteile, Risiken, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse .....	879
F. Menge .....	885
G. Kundendienst und Beschwerdeverfahren .....	886
H. Irreführung über die geographische oder betriebliche Herkunft (§ 5 I 2 Nr. 1) .....	886
I. Irreführung über Ergebnisse oder wesentliche Bestandteile von Tests .....	894
3. Abschnitt. Irreführung über den Anlass des Verkaufs, den Preis oder die Bedingungen der Warenlieferung oder Dienstleistungserbringung (§ 5 I 2 Nr. 2) .....	897
A. Irreführung über den Anlass des Verkaufs .....	900
B. Irreführung über die Preisbemessung .....	904
C. Irreführung über die Bedingungen der Lieferung der Ware oder Erbringung der Dienstleistung .....	944
4. Abschnitt. Irreführung über Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers (§ 5 I 2 Nr. 3) .....	948
A. Einführung .....	951
B. Identität des Unternehmens .....	952
C. Irreführende Angaben über Eigenschaften, Umfang und Bedeutung des Unternehmens .....	965
D. Irreführende Angaben über das Vermögen einschließlich der Rechte des geistigen Eigentums sowie über den Umfang von Verpflichtungen .....	979
E. Irreführende Angaben über Befähigung, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen .....	985
F. Irreführung über Auszeichnungen und Ehrungen .....	995
G. Irreführung über die Beweggründe für die geschäftliche Handlung und die Art des Vertriebs (vertriebsbezogene Irreführung) .....	997

## Inhaltsverzeichnis

5. Abschnitt. Irreführung über Sponsoring oder Zulassung (§ 5 I 2 Nr. 4 UWG)	1005
A. Irreführung über Sponsoring	1006
B. Irreführung über Zulassung	1007
6. Abschnitt. Irreführung über Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs einer Reparatur (§ 5 I 2 Nr. 5 UWG)	1007
7. Abschnitt. Irreführung über Einhaltung eines Verhaltenskodexes (§ 5 I 2 Nr. 6)	1008
A. Begriff des Verhaltenskodexes	1008
B. Bedeutung von Verhaltenskodizes	1008
C. Kartellrechtliche Problematik von Verhaltenskodizes	1009
8. Abschnitt. Irreführung über Verbraucherrechte (§ 5 I 2 Nr. 7)	1009
A. Allgemeines	1010
B. Rechte des Verbrauchers	1010
9. Abschnitt. Lauterkeitsrechtlicher Schutz vor Verwechslungen (§ 5 II)	1011
A. Allgemeines	1012
B. Tatbestand des § 5 II	1013
C. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und Markenrecht	1014
D. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und lauterkeitsrechtlicher Nachahmungsschutz	1018
E. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und Designschutz	1018
§ 5a Irreführung durch Unterlassen	1018
1. Abschnitt. Allgemeines	1023
A. Rechtsentwicklung	1023
B. Zur Unterscheidung zwischen „irreführenden geschäftlichen Handlungen“ (§ 5) und der „Irreführung durch Unterlassung“ (§ 5a)	1024
2. Abschnitt. Irreführung durch Verschweigen von Tatsachen (§ 5a I)	1026
A. Schutzzweck des § 5a I	1026
B. Normstruktur und Funktion des § 5a I	1027
C. Irreführung im Sinne des § 5a I	1027
D. Bestehen von Informationspflichten	1027
E. Geschäftliche Relevanz des Verschweigens einer Tatsache	1029
3. Abschnitt. Irreführung durch Vorenthalten wesentlicher Informationen (§ 5a II)	1030
A. Entstehungsgeschichte und unionsrechtliche Grundlage	1031
B. Der Tatbestand des § 5a II	1031
C. Verhältnis des § 5a II zu anderen Vorschriften	1042
4. Abschnitt. Wesentliche Informationen bei Angeboten zu einem Geschäftsabschluss (§ 5a III)	1043
A. Allgemeines	1044
B. Einzelne „wesentliche Informationen“ im Sinne des § 5a III	1050
5. Abschnitt. Spezielle auf Unionsrecht gegründete Informationspflichten (§ 5a IV)	1058
A. Allgemeines	1060
B. Einzelne Informationspflichten iSd Anhangs II UGP-RL	1062
C. Sonstige spezialgesetzliche Informationspflichten	1065
D. Die Informationspflichten nach den §§ 5, 6 TMG	1065
6. Abschnitt. Berücksichtigung von Beschränkungen des Kommunikationsmittels (§ 5a V)	1080
A. Die Regelung, ihre unionsrechtliche Grundlage und ihr Schutzzweck	1081
B. Räumliche oder zeitliche Beschränkungen des Kommunikationsmittels	1082
C. Anderweitige Bereitstellung von Informationen	1082
D. Berücksichtigung bei der Beurteilung des Vorenthaltes von Informationen	1082
7. Abschnitt. Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks (§ 5a VI)	1083
A. Allgemeines	1086
B. § 5a VI als selbständiger Unlauterkeitstatbestand	1088
C. Verhältnis zu anderen Regelungen	1088
D. Tatbestand	1090
E. Fallgruppen	1092

## Inhaltsverzeichnis

§ 6 Vergleichende Werbung	1112
A. Entstehungsgeschichte und frühere Rechtslage	1117
B. Auslegungsgrundsätze, Normzweck und Anwendungsbereich	1120
C. Begriff der vergleichenden Werbung	1131
D. Unlauterkeit der vergleichenden Werbung	1145
E. Beweislast und Rechtsfolgen	1170
F. Anhang: Vergleichende Waren- und Dienstleistungstests	1171
Allgemeine Vertragsbedingungen	1177
§ 7 Unzumutbare Belästigungen	1182
A. Allgemeines	1190
B. Der Grundtatbestand des § 7 I 1	1196
C. Der Beispielstatbestand des § 7 I 2	1200
D. Fallgruppen zu § 7 I	1202
E. Die Tatbestände des § 7 II	1220

## Kapitel 2. Rechtsfolgen

§ 8 Beseitigung und Unterlassung	1267
1. Abschnitt. Wettbewerbsrechtliche Abwehransprüche (§ 8 I)	1269
A. Grundzüge	1273
B. Unterlassungsanspruch	1274
C. Beseitigung und Widerruf	1297
D. Verfahrensbezogene Äußerungen	1306
2. Abschnitt. Die Schuldner der Abwehransprüche	1309
A. Allgemeine Grundsätze	1312
B. Die Haftung des Unternehmensinhabers für Mitarbeiter und Beauftragte (§ 8 II)	1336
3. Abschnitt. Die Gläubiger der Abwehransprüche	1343
A. Allgemeines	1345
B. Anspruchsberechtigung der Mitbewerber (§ 8 III Nr. 1)	1353
C. Rechtsfähige Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen (§ 8 III Nr. 2)	1354
D. Qualifizierte Einrichtungen zum Schutz von Verbraucherinteressen (§ 8 III Nr. 3)	1364
E. Industrie- und Handelskammern und Handwerkskammern (§ 8 III Nr. 4)	1368
F. Beweislast	1368
4. Abschnitt. Missbräuchliche Geltendmachung von Abwehransprüchen	1369
A. Allgemeines	1370
B. Missbrauch	1372
C. Adressatenkreis	1380
D. Beweislast	1380
5. Abschnitt. Auskunftsanspruch	1381
A. Allgemeines	1381
B. Auskunfts berechtigte	1381
C. Auskunfts verpflichtete	1381
D. Inhalt, Voraussetzungen und Umfang der Auskunftserteilung	1382
E. Kosten der Auskunft	1382
F. Durchsetzung des Auskunftsanspruchs	1382
§ 9 Schadensersatz	1382
1. Abschnitt. Der Schadensersatzanspruch (Satz 1)	1384
A. Allgemeines	1386
B. Schuldner und Gläubiger	1387
C. Voraussetzungen und Grenzen der Schadenszurechnung	1390
D. Überblick über Inhalt und Umfang des Schadensersatzes	1394
E. Naturalherstellung	1394
F. Einzelne Vermögensschäden	1395
G. Dreifache Schadensberechnung	1400

## Inhaltsverzeichnis

2. Abschnitt. Die Verantwortlichkeit der Presse .....	1407
A. Überblick .....	1408
B. Abwehransprüche .....	1408
C. Gegendarstellungsanspruch .....	1410
D. Selbsthilfe durch Anzeigenaktion .....	1411
E. Schadensersatzanspruch gegen die Presse (Satz 2) .....	1412
3. Abschnitt. Der Bereicherungsanspruch .....	1413
A. Voraussetzungen .....	1414
B. Inhalt und Umfang des Anspruchs .....	1415
C. Sonstiges .....	1416
4. Abschnitt. Ansprüche auf Auskunft, Rechnungslegung, Besichtigung .....	1416
A. Funktion, Arten und Rechtsgrundlage des Auskunftsanspruchs .....	1417
B. Voraussetzungen des Auskunftsanspruchs .....	1420
C. Umfang und Grenzen des Auskunftsanspruchs .....	1421
D. Einzelheiten .....	1426
E. Erfüllung und Durchsetzung des Auskunftsanspruchs .....	1428
F. Einwendungen und Einreden .....	1431
G. Der Anspruch auf Besichtigung (§ 809 BGB) .....	1431
§ 10 Gewinnabschöpfung .....	1433
A. Allgemeines .....	1434
B. Tatbestand .....	1437
C. Rechtsfolgen .....	1442
§ 11 Verjährung .....	1445
1. Abschnitt. Verjährung .....	1446
A. Entstehungsgeschichte .....	1448
B. Dogmatische Einordnung und Normzweck .....	1448
C. Anwendungsbereich des § 11 I .....	1448
D. Verjährungsfristen und Verjährungsbeginn .....	1451
E. Eintritt der Verjährung ohne Rücksicht auf Kenntnis und grob fahrlässige Unkenntnis .....	1457
F. Neubeginn der Verjährung .....	1458
G. Hemmung der Verjährung .....	1458
H. Wirkung der Verjährung .....	1461
I. Beweislast .....	1462
2. Abschnitt. Wettbewerbsrechtliche Einwendungen .....	1462
A. Allgemeines .....	1463
B. Tatbestands- und rechtswidrigkeitsausschließende Einwendungen .....	1463
C. Verwirkung .....	1466
D. Rechtsmissbrauch .....	1472

### Kapitel 3. Verfahrensvorschriften

§ 12 Anspruchsdurchsetzung, Veröffentlichungsbefugnis, Streitwertminderung .....	1475
1. Abschnitt. Abmahnung und Unterwerfung (§ 12 I) .....	1479
A. Allgemeines .....	1485
B. Abmahnung .....	1485
C. Unterwerfung .....	1517
2. Abschnitt. Erkenntnisverfahren .....	1545
A. Rechtsweg .....	1548
B. Zuständigkeit .....	1554
C. Rechtsschutzbedürfnis .....	1555
D. Klage .....	1558
E. Unterlassungsklage .....	1567
F. Sonstige Klagen .....	1577
G. Beweis .....	1580
H. Verfahrensunterbrechungen .....	1589
I. Urteil .....	1591

## Inhaltsverzeichnis

J. Kosten .....	1594
K. Vergleich .....	1595
3. Abschnitt. Einstweilige Verfügung .....	1596
A. Einführung .....	1599
B. Voraussetzungen der einstweiligen Verfügung im Lauterkeitsrecht .....	1599
C. Erlass der einstweiligen Verfügung .....	1607
D. Rechtsbehelfe des Antragstellers .....	1610
E. Rechtsbehelfe des Antragsgegners .....	1611
F. Die Vollziehung der einstweiligen Verfügung (§§ 936, 928, 929 ZPO) .....	1616
G. Das Abschlussverfahren (Abschluss schreiben und Abschlusserklärung) .....	1619
H. Schadensersatz nach § 945 ZPO .....	1622
4. Abschnitt. Urteilsveröffentlichung (§ 12 III) .....	1626
A. Entstehungsgeschichte und vergleichbare Regelungen .....	1626
B. Zweck und Anwendungsbereich .....	1626
C. Voraussetzungen der Bekanntmachungsbefugnis .....	1627
D. Entscheidung über die Bekanntmachungsbefugnis .....	1627
E. Entscheidung im Urteil .....	1628
F. Inhalt der Anordnung .....	1628
G. Ausübung der Veröffentlichungsbefugnis .....	1629
H. Materiellrechtlicher Veröffentlichungsanspruch .....	1630
I. Veröffentlichung ohne gerichtlich zugesprochene Befugnis .....	1630
5. Abschnitt. Streitwert .....	1631
A. Entstehungsgeschichte .....	1632
B. Grundlagen .....	1632
C. Streitwert bei einzelnen Klagearten .....	1633
D. Streitwertbegünstigung (§ 12 IV und V) .....	1636
6. Abschnitt. Zwangsvollstreckung .....	1640
A. Unterlassungstitel .....	1640
B. Sonstige Titel .....	1647
7. Abschnitt. Vorgehen bei innergemeinschaftlichen Verstößen gegen Verbraucherschutzgesetze (V SchDG) .....	1648
A. Überblick .....	1648
B. Die für innergemeinschaftliche Verstöße zuständige Behörde .....	1649
C. Aufgaben der zuständigen Behörde .....	1649
D. Befugnisse der zuständigen Behörde .....	1650
E. Gerichtliche Überprüfung behördlicher Entscheidungen .....	1650
F. Beauftragung Dritter zur zivilrechtlichen Rechtsdurchsetzung .....	1651
§ 13 Sachliche Zuständigkeit .....	1652
A. Entstehungsgeschichte .....	1652
B. Ausschließliche Zuständigkeit der Landgerichte .....	1652
C. Funktionelle Zuständigkeit der Kammer für Handelssachen .....	1653
D. Konzentrationsermächtigung (§ 13 II) .....	1654
E. Zuständigkeit der Arbeitsgerichte .....	1654
§ 14 Örtliche Zuständigkeit .....	1654
A. Allgemeines .....	1655
B. Die Gerichtsstände nach § 14 I .....	1657
C. Der Gerichtsstand des § 14 II (Begehungsort) .....	1658
§ 15 Einigungsstellen .....	1660
A. Allgemeines .....	1663
B. Errichtung und Besetzung der Einigungsstellen .....	1664
C. Sachliche Zuständigkeit .....	1664
D. Örtliche Zuständigkeit .....	1665
E. Verfahren .....	1665
F. Verfahrensbeendigung .....	1668
G. Prozessuale und materiellrechtl. Bedeutung des Einigungsverfahrens .....	1670
Anhang .....	1672

## Inhaltsverzeichnis

### Kapitel 4. Straf- und Bußgeldvorschriften

§ 16 Strafbare Werbung .....	1675
A. Allgemeines .....	1677
B. Strafbare irreführende Werbung (Abs. 1) .....	1678
C. Progressive Kundenwerbung (Abs. 2) .....	1685
Vorbemerkungen vor §§ 17–19 Schutz von Geschäftsgeheimnissen .....	1692
A. Das Geschäftsgeheimnis als Vermögenswert .....	1694
B. Das Geschäftsgeheimnis im Wettbewerb .....	1695
C. Der strafrechtliche Schutz des Geschäftsgeheimnisses im Überblick .....	1696
D. Der unionsrechtliche Schutz des Geschäftsgeheimnisses .....	1696
§ 17 Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen .....	1703
A. Allgemeines .....	1706
B. Das „Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis“ .....	1707
C. Der Geheimnisverrat (§ 17 I) .....	1712
D. Betriebsspionage (§ 17 II Nr. 1) .....	1714
E. Geheimnisverwertung (§ 17 II Nr. 2) .....	1716
F. Zivilrechtliche Folgen .....	1717
G. Strafrechtliche Folgen .....	1722
§ 18 Verwertung von Vorlagen .....	1725
A. Allgemeines .....	1725
B. Objektiver Tatbestand .....	1726
C. Subjektiver Tatbestand .....	1728
D. Strafrechtliche Folgen .....	1728
E. Zivilrechtliche Folgen .....	1728
§ 19 Verleiten und Erbieten zum Verrat .....	1728
A. Allgemeines .....	1729
B. Die einzelnen Tatbestände .....	1729
C. Strafrechtliche Folgen .....	1731
D. Zivilrechtliche Folgen .....	1731
§ 20 Bußgeldvorschriften .....	1731
A. Entstehungsgeschichte und Normzweck .....	1732
B. Tatbestand der Ordnungswidrigkeit .....	1732
C. Sanktionen .....	1733
D. Zuständigkeit .....	1734
E. Ausblick auf die ePrivacy-Verordnung .....	1734
Anhang zu § 3 III .....	1734

#### Preisangabenverordnung (PAngV)

Gesetzestext .....	1735
Kommentierung .....	1745

#### Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (Unterlassungsklagengesetz – UKlaG)

Gesetzestext .....	1803
Kommentierung .....	1811

#### Verordnung über Informationspflichten für Dienstleistungserbringer (Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung – DL-InfoV)

Gesetzestext .....	1859
Kommentierung .....	1861

## Inhaltsverzeichnis

### Anhang. Gesetzestexte und sonstige Rechtsquellen

I. Europäisches Recht	1877
1. Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. Oktober 2004 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden (Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz)	1877
2. Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung	1890
3. Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates	1897
4. Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“)	1926
5. Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation)	1945
6. Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken)	1962
7. Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel	1977
8. Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste)	2000
II. Deutsches Recht	2029
9. Gesetz über den Verkehr mit Arzneimitteln (Arzneimittelgesetz – AMG)	2029
10. Gesetz über Medizinprodukte (Medizinproduktegesetz – MPG)	2054
11. Gesetz über die Werbung auf dem Gebiete des Heilwesens (Heilmittelwerbegesetz – HWG)	2085
12. Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch (Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch – LFGB)	2092
13. EG-Verbraucherschutzdurchsetzungsgesetz – VSchDG	2128
III. Sonstige Rechtsquellen	2139
14. Amtliche Begründung zum Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb	2139
15. Amtliche Begründung zum Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb	2162

### Schlussanhang

Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs (EuGH)	2173
Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Bundesgerichtshofs	2196
Fälleverzeichnis	2297
Sachverzeichnis	2327