

## **Inhaltsübersicht**

Abkürzungsverzeichnis — XIII

Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur — XXV

### **§ 3a Rechtsbruch — 1**

Schrifttum — 1

Systematische Übersicht — 3

Alphabetische Übersicht — 6

#### **A. Grundlagen — 12**

I. Die Entwicklung des Rechtsbruchtatbestandes — 12

II. Einfluss des Unionsrechts, insbesondere der UGP-RL — 16

III. Normzweck — 22

IV. Verhältnis zu anderen Vorschriften — 23

V. Ökonomische Analyse — 32

#### **B. Tatbestand — 35**

I. Geschäftliche Handlung — 35

II. Gesetzliche Vorschrift — 36

III. Marktverhaltensregelung — 39

IV. Zuwiderhandlung — 46

V. Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung — 51

#### **C. Marktverhaltensregelungen — 56**

I. Berufsrecht — 57

II. Produktbezogene Vorschriften — 92

III. Vertriebsbezogene Vorschriften — 117

IV. Geschäftsbezogene Vorschriften — 124

V. Sonstige Vorschriften — 131

#### **D. Rechtsvergleichung — 139**

I. Österreich — 139

II. Frankreich — 140

III. England — 141

IV. Fazit, weitere Rechtsordnungen — 142

### **§ 4 Beispiele unlauterer geschäftlicher Handlungen Nr. 1 — 142**

Schrifttum — 142

Systematische Übersicht — 143

Alphabetische Übersicht — 144

#### **A. Einführung — 145**

I. Entstehungsgeschichte — 145

II. Inhalt und Zweck der Regelung — 148

III. Verhältnis zu Art. 5 Abs. 1 GG — 149

IV. Verhältnis zum EU-Recht — 152

V. Abgrenzung zu anderen Tatbeständen — 153

#### **B. Einzelheiten — 162**

I. Allgemeine Voraussetzungen unlauterer Handlungen — 162

II. Mitbewerber — 167

- III. Herabsetzung oder Verunglimpfung — 168
- IV. Gegenstand der Äußerung — 181
- C. Prozessuales — 182
  - I. Darlegungs- und Beweislast — 182
  - II. Revisionsrechtliche Nachprüfbarkeit — 182

#### **§ 4 Beispiele unlauterer geschäftlicher Handlungen Nr. 2 — 183**

- Schrifttum — 183
- Systematische Übersicht — 183
- Alphabetische Übersicht — 184
- A. Einführung — 184
  - I. Entstehungsgeschichte — 184
  - II. Inhalt und Zweck der Regelung — 186
  - III. Abgrenzung zu anderen Tatbeständen — 187
- B. Einzelheiten — 188
  - I. Allgemeine Voraussetzungen unlauterer Handlungen — 188
  - II. Mitbewerber — 189
  - III. Anschwärzung — 190
- C. Prozessuales — 206
  - I. Darlegungs- und Beweislast — 206
  - II. Revisionsrechtliche Nachprüfbarkeit — 210

#### **§ 4 Mitbewerberschutz Nr. 3 — 211**

- Schrifttum — 211
- Systematische Übersicht — 217
- A. Einführung — 220
  - I. Entstehungsgeschichte — 220
  - II. Völkervertragsrecht und Europarecht — 223
  - III. Rechtsvergleich — 226
  - IV. Ökonomische Analyse — 237
  - V. Geschützte Interessen und Normzwecke — 259
  - VI. Anwendungsbereich und Konkurrenzen — 261
- B. Tatbestand und Rechtsfolgen — 290
  - I. Systematik — 290
  - II. Allgemeine Tatbestandsmerkmale — 290
  - III. Besondere Tatbestandsmerkmale — 306
  - IV. Rechtsfolgen — 338
- C. Beweislast, Klageantrag und Vollstreckung — 344
  - I. Beweislast — 344
  - II. Klageantrag — 345
  - III. Vollstreckung — 346

**§ 4 Beispiele unlauterer geschäftlicher Handlungen Nr. 4 — 346**

Schrifttum — 346

Systematische Übersicht — 356

- A. Einführung — 359
  - I. Entstehung und Entwicklung des Tatbestands — 359
  - II. Völker- und Europarecht — 364
  - III. Systematik, Ratio und Anspruchsberechtigung — 366
  - IV. Anwendungsbereich und Abgrenzungen — 373
- B. Tatbestand — 383
  - I. Struktur und Systematik — 383
  - II. Allgemeine Tatbestandsvoraussetzungen — 384
  - III. Behinderung — 386
  - IV. Zielgerichtetheit — 387
  - V. Fallgruppen — 392

**§ 4a Aggressive geschäftliche Handlungen — 488**

Schrifttum — 489

Gesetzgebungsmaterialien — 494

Systematische Übersicht — 494

Alphabetische Übersicht — 497

- A. Entstehungsgeschichte — 498
- B. Schutzzweck — 499
- C. Systematik — 499
  - I. Überblick — 499
  - II. Verhältnis zu anderen Bestimmungen des UWG — 500
- D. Auslegungsfragen — 503
  - I. Umsetzung der UGPRL — 503
  - II. Anwendbarkeit der älteren Rechtsprechung — 505
- E. Tatbestandsvoraussetzungen — 508
  - I. Geschäftliche Handlung — 508
  - II. Aggressives Mittel — 509
  - III. Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit und Erheblichkeit — 510
- F. Belästigung (§ 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 1) — 512
  - I. Begriff — 512
  - II. Anwendungsbereiche — 512
- G. Nötigung (§ 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 2) — 513
  - I. Begriff — 513
  - II. Physischer Zwang — 514
  - III. Drohung — 515
  - IV. Psychische Zwangssituation — 516
- H. Unzulässige Beeinflussung (§ 4a Abs. 1 S. 2 Nr. 3) — 522
  - I. Voraussetzungen — 522
  - II. Verkaufsförderungsmaßnahmen — 525
  - III. Werbung mit emotionalen Faktoren — 529
  - IV. Werbung mit Autoritäten — 541
  - V. Werbung gegenüber drittverantwortlichen Personen (sog. Dreieckskopplung) — 546

- VI. Laienwerbung — **550**
- VII. Appelle an die Solidarität — **556**
- VIII. Versteigerungen — **558**
- I. Feststellung der Aggressivität (§ 4a Abs. 2) — **561**
  - I. Normzweck und Systematik — **561**
  - II. Handlungsbezogene Umstände (Nr. 1) — **562**
  - III. Drohungen oder Beleidigungen (Nr. 2) — **562**
  - IV. Unglücksituation und Umstände von solcher Schwere (Nr. 3) — **563**
  - V. Hindernisse (Nr. 4) — **590**
  - VI. Drohung mit rechtlich unzulässigen Handlungen (Nr. 5) — **592**
  - VII. Sonstige Umstände — **593**

**Vorbemerkungen zu §§ 5, 5a — 593**

Schrifttum — **593**

Systematische Übersicht — **594**

Alphabetische Übersicht — **596**

- A. Rechtsentwicklung: vom Irreführungsverbot als reinem Desinformationsverbot zum dualen lauterkeitsrechtlichen Schutz via Anerkennung eines gemäßigten Informationsgebots — **597**
- B. Schutzzweckfrage — **600**
  - I. Der Ausgangspunkt: das Konzept des Nur-Mitbewerberschutzes — **600**
  - II. Die In-Frage-Stellung des Konzepts des Nur-Mitbewerberschutzes durch Rechtsprechung und Lehre — **600**
  - III. Die Etablierung der Lehre von der Schutzzwecktrias — **601**
  - IV. Individual-, Kollektiv- und Institutionenschutz — **601**
  - V. Praktische Relevanz der Entscheidung zugunsten der Lehre von der Schutzzwecktrias — **602**
- C. Erkenntnisse der Informationsökonomik sowie der Marketingtheorie und der Kognitionspsychologie — **603**
- D. EU-Recht: Grundfreiheiten und unionsrechtliches Sekundärrecht — **605**
  - I. Überblick — **605**
  - II. Die Periode der Negativintegration: Marktfreiheiten als Beschränkungsverbote — **605**
  - III. Fortschreitende Positivharmonisierung — **610**
  - IV. Konsequenz: Aufwertung des Sekundärrechts als Kontrollmaßstab — **614**
  - V. Richtlinienangelehntes Recht kraft überschießender Richtlinienumsetzung — **615**
  - VI. Relevanz EU-rechtlicher Bezeichnungsvorschriften — **615**
- E. EU-Recht: Grundrechte — **616**
- F. Nationales Verfassungsrecht — **617**
- G. Verbraucherleitbild/Unternehmerleitbild — **618**
  - I. Verbraucherleitbild — **619**
  - II. Unternehmerleitbild — **628**
- H. Dogmatik und System — **629**
  - I. Deliktstatbestandstypologie — **629**
  - II. Binnensystemfragen — **629**
  - III. Irreführungsverbote außerhalb des UWG — **641**
  - IV. Informationsgebote außerhalb des UWG — **642**

- V. Irreführungsverbot und Kennzeichenrecht — **642**
- VI. Geographische Herkunftsangaben — **644**
- VII. Preisangabenverordnung — **646**
- VIII. Allgemeines Deliktsrecht — **646**
- IX. Vertragsrecht — **646**
- I. Irreführungsverbot und Bezeichnungsrecht — **648**
  - I. Verkehrsauffassungsprägung durch Bezeichnungsrecht — **648**
  - II. Verkehrserwartungskonträre gesetzliche Bezeichnungen — **648**
  - III. Bezeichnung und Obliegenheit zu ihrer Kenntnisnahme — **651**

## **§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen — 651**

Schrifttum — **653**

Systematische Übersicht — **654**

Alphabetische Übersicht — **666**

- A. Einleitung — **674**
  - I. Gesetzesgeschichte — **674**
  - II. Inhalt und Zweck der Regelung — **675**
  - III. Anwendungsbereich — **676**
- B. Allgemeine Voraussetzungen — **682**
  - I. Angaben — **682**
  - II. Irreführung — **692**
  - III. Geschäftliche Relevanz — **752**
  - IV. Irreführungsquote — **760**
  - V. Interessenabwägung — **761**
- C. Bezugspunkte der Irreführung, Abs. 1 S. 2 — **775**
  - I. Produktbezogene Angaben, Abs. 1 S. 2 Nr. 1 — **776**
  - II. Preis, Preisberechnung und besondere Preisvorteile, Vertragsbedingungen, Abs. 1 S. 2 Nr. 2 — **864**
  - III. Unternehmer- und unternehmensbezogene Angaben, Abs. 1 S. 2 Nr. 3 — **912**
  - IV. Sponsoring und Zulassung, Abs. 1 S. 2 Nr. 4 — **979**
  - V. Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austausches oder einer Reparatur, Abs. 1 S. 2 Nr. 5 — **983**
  - VI. Einhaltung eines Verhaltenskodexes, Abs. 1 S. 2 Nr. 6 — **984**
  - VII. Rechte des Verbrauchers, Abs. 1 S. 2 Nr. 7 — **987**
  - VIII. Irreführende Geschäftspraktiken außerhalb des Katalogs von Abs. 1 S. 2 — **990**
- D. Irreführung im Zusammenhang mit der Produktvermarktung (§ 5 Abs. 2) — **991**
  - I. Entwicklung und Abgrenzungen — **992**
  - II. Norminhalt — **992**
- E. Vergleichende Werbung und Bildwerbung (§ 5 Abs. 3) — **994**
- F. Besondere Beweislastregel bei Werbung mit Preisherabsetzung (§ 5 Abs. 4) — **995**
- G. Verfahrensfragen — **995**
  - I. Die Rechtsfolgenseite — **995**
  - II. Antragswahl und -fassung bei Unterlassungsbegehren: konkrete Verletzungsform – zulässige Verallgemeinerung — **997**
  - III. Beweis, Beweismittel, Beweislast — **999**

## **§ 5a Irreführung durch Unterlassen — 1010**

Schrifttum — **1012**

Systematische Übersicht — **1015**

Alphabetische Übersicht — **1018**

A. Einleitung — **1020**

I. Gesetzesgeschichte — **1020**

II. Inhalt und Zweck der Vorschrift — **1021**

III. Dogmatik und System — **1024**

B. Informationspflichten im beiderseitigen Unternehmensverkehr, Abs. 1 — **1027**

I. Grundaussagen — **1027**

II. Einzelfragen — **1029**

C. Informationspflichten gegenüber Verbrauchern, Abs. 2–5 — **1030**

I. Originäre Informationspflichten, Abs. 2/3 — **1030**

II. Inkorporierte Informationspflichten, Abs. 4 — **1050**

III. Zeitlich und räumlich beschränkte Kommunikationsmittel  
(§ 5a Abs. 5) — **1054**

D. Vorenthaltung des kommerziellen Zwecks einer geschäftlichen Handlung  
(Abs. 6) — **1057**

I. Einleitung — **1057**

II. Voraussetzungen — **1077**

III. Verfahrensfragen — **1125**

## **§ 6 Vergleichende Werbung — 1128**

Schrifttum — **1131**

Gesetzgebungsmaterialien — **1134**

Systematische Übersicht — **1134**

Alphabetische Übersicht — **1140**

A. Vergleichende Werbung in der Wirtschaftswirklichkeit und wettbewerbliche  
Probleme — **1146**

I. Erscheinungsformen vergleichender Werbung und praktische  
Bedeutung — **1146**

II. Chancen und funktionsbedingte Grenzen des Einsatzes vergleichender  
Werbung — **1148**

III. Wettbewerbsrechtliche Bedenken gegenüber vergleichender Werbung — **1150**

B. Historische Entwicklung — **1151**

I. Im autonomen deutschen Lauterkeitsrecht — **1151**

II. Harmonisierungsbedarf und Harmonisierung — **1152**

C. Bedeutung der europarechtlichen Vorgaben — **1166**

I. Totalharmonisierung der vergleichenden Werbung — **1166**

II. Binnenkonflikte des Europarechts — **1171**

D. Stellung der Regelung vergleichender Werbung innerhalb  
des nationalen Rechtssystems — **1189**

I. Im UWG — **1189**

II. Außerhalb des UWG — **1192**

E. Anwendungsbereich, § 6 Abs. 1 — **1203**

I. Werbung — **1203**

II. Identifikation des Mitbewerbers — **1222**

- III. Vergleichende Werbung und Werbevergleich — **1232**
- F. Zulässigkeitsvoraussetzungen, § 6 Abs. 2 — **1244**
  - I. Zulässigkeits- oder Verbotskatalog in Art. 4 IrreführungsRL — **1244**
  - II. Nicht-Umsetzung von Art. 4 lit. a, e Irreführungsrichtlinie — **1249**
  - III. Produkte für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung, § 6 Abs. 2 Nr. 1 — **1261**
  - IV. Sachlichkeit des Vergleichs, § 6 Abs. 2 Nr. 2 — **1276**
  - V. Verwechslungsgefahr, § 6 Abs. 2 Nr. 3 — **1290**
  - VI. Ausnutzung oder Beeinträchtigung des Rufes eines Kennzeichens in unlauterer Weise, § 6 Abs. 2 Nr. 4 — **1300**
  - VII. Herabsetzung, § 6 Abs. 2 Nr. 5 — **1314**
  - VIII. Imitationsvergleich, § 6 Abs. 2 Nr. 6 — **1327**
- G. Unlauterkeit und Geschäftsentscheidungsrelevanz bei vergleichender Werbung — **1337**
  - I. Verhältnis von §§ 6 Abs. 2 und 3 Abs. 1 — **1337**
  - II. Reichweite des Geschäftsentscheidungsrelevanzanfordernisses der UGP-Richtlinie — **1339**
  - III. Anwendung des deutschen Rechts — **1343**
- H. Vergleich mit Sonderpreisen — **1343**
- I. Durchführung von und Werbung mit Vergleichstests — **1343**
  - I. Durchführung bzw. Veröffentlichung der Ergebnisse von Vergleichstests — **1343**
  - II. Werbung mit Vergleichstests — **1353**
- J. Beweislast — **1356**

## **§ 7 Unzumutbare Belästigungen — 1358**

Schrifttum — **1359**

Gesetzgebungsmaterialien — **1361**

Systematische Übersicht — **1362**

Alphabetische Übersicht — **1364**

A. Grundlagen — **1365**

I. Normzweck — **1365**

II. Entstehungsgeschichte — **1367**

III. Gemeinschaftsrechtliche Grundlagen — **1368**

IV. Systematik und Konkurrenzen — **1372**

B. Tatbestandsvoraussetzungen — **1376**

I. Überblick — **1376**

II. Geschäftliche Handlung — **1377**

III. Belästigung — **1378**

IV. Unzumutbarkeit — **1378**

V. Der Einwilligungsvorbehalt des § 7 Abs. 1 Satz 2 — **1381**

C. Sonderfälle des § 7 Abs. 1 — **1383**

I. Haustürwerbung — **1383**

II. Ansprechen in der Öffentlichkeit — **1391**

III. Unbestellte Produkte — **1395**

D. Die Verbotstatbestände des § 7 Abs. 2 und Abs. 3 — **1400**

I. Grundlagen — **1400**

II. Brief- und Briefkastenwerbung nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 — **1401**

## Inhaltsübersicht

- III. Telefonwerbung nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 — **1406**
- IV. Automatische Anrufmaschinen, Telefax- und E-Mail-Werbung  
(§ 7 Abs. 2 Nr. 3) — **1429**
- V. Verbot anonymer elektronischer Direktwerbung (§ 7 Abs. 2 Nr. 4) — **1440**