

Inhalt

Lernziele	9
A. § 4 UWG – Mitbewerberschutz	10
I. § 4 Nr. 1 und 2 UWG – Äußerungen über Mitbewerber ...	10
II. § 4 Nr. 3 UWG – Ausbeutung fremder Leistung	11
1. Lauterkeitsrecht und Sonderschutzrechte	11
2. Waren und Dienstleistungen	14
3. Anbieten der Nachahmung	14
4. Wettbewerbliche Eigenart	15
5. Nachahmung	16
6. Vermeidbare Herkunftstäuschung gem. § 4 Nr. 3 lit. a) UWG	20
7. Rufausbeutung gem. § 4 Nr. 3 lit. b) UWG	22
8. Vertrauensbruch gem. § 4 Nr. 3 lit. c) UWG	24
III. § 4 Nr. 4 UWG – Gezielte Behinderung	25
1. Absatz- und Vertriebsbehinderung	26
2. Werbebehinderung	29
3. Preisunterbietung	30
4. Betriebsstörung	30
5. Boykott	31
6. Missbrauch von Zeichenrechten	31
B. Aggressive geschäftliche Handlungen gem. § 4a UWG	33
I. Mittel aggressiver geschäftlicher Handlungen	34
II. Beurteilungsmaßstab aggressiver geschäftlicher Handlungen	35
1. Einzelfallbetrachtung	36
2. Drohende und beleidigende Maßnahmen	36
3. Ausnutzung von Unglücken und besonderen Situationen	37
a) Unglückssituationen	37

b) Umstände von besonderer Schwere	37
c) Bewusste Ausnutzung	39
4. Behinderung bei der Ausübung vertraglicher Rechte	39
5. Drohung mit rechtlich unzulässigen Handlungen	40
6. Gefühlsbetonte Werbung	40
III. Veranlassung zu einer geschäftlichen Entscheidung	41
C. §§ 5, 5a UWG – Irreführendes Verhalten	43
I. Struktur des § 5 UWG	43
II. Irreführende geschäftliche Handlung.....	44
III. „Angaben“ in der Werbung	44
IV. Form der Werbung	45
V. Irreführende Angaben.....	46
1. § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG – Irreführung über Umstände, die den verkauften Waren oder Dienstleistungen unmittelbar anhaften	48
a) Irreführung über Verfügbarkeit und Menge	48
b) Irreführung über Art, Ausführung, Zusammensetzung und Beschaffenheit.....	49
c) Irreführung über Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Vorteile, Risiken und Wirkung.....	50
d) Irreführung über Kundendienst und Beschwerdeverfahren	51
e) Irreführung über geografische oder betriebliche Herkunft.....	51
f) Irreführung über Tests.....	52
2. § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG – Irreführung über Anlass, Umstände und Abwicklung des Verkaufs	52
3. § 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG – Irreführung über die geschäftlichen und persönlichen Verhältnisse des Werbenden	55
4. § 5 Abs. 2 Nr. 4 UWG – Irreführung über Aussagen im Zusammenhang mit Sponsoring	56
5. § 5 Abs. 2 Nr. 5 UWG – Irreführung über die Notwendigkeit einer Leistung	57

6. § 5 Abs. 2 Nr. 7 UWG – Irreführung über Rechte des Verbrauchers.....	57
7. § 5 Abs. 5 UWG – Werbung mit Preisherabsetzungen.....	57
8. § 5a Abs. 2 UWG – Transparenzgebot.....	58
9. § 5a Abs. 3 UWG – Informationssplitting.....	61
10. § 5a Abs. 4 UWG – Verdeckte Werbung.....	61
a) Redaktionell getarnte Werbung.....	62
b) Product Placement.....	62
c) Verschleierte Kontaktaufnahme.....	64
d) Online-Marketing.....	65
11. § 3 Abs. 3 UWG i. V. m. Anhang Nr. 5 – Irreführung hinsichtlich der Vorratsmenge.....	67
D. § 6 UWG – Vergleichende Werbung.....	70
I. Unlauterkeit gem. § 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG.....	73
II. Unlauterkeit gem. § 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG.....	73
III. Unlauterkeit gem. § 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG.....	75
IV. Unlauterkeit gem. § 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG.....	76
V. Unlauterkeit gem. § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG.....	77
VI. Unlauterkeit gem. § 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG.....	79
VII. Irreführungsverbot.....	79
VIII. Konkurrenzen.....	80
E. § 7 UWG – Unzumutbare Belästigungen.....	82
I. § 7 Abs. 1 S. 1 UWG – Aufdringliche geschäftliche Handlungen.....	82
1. Zusendung unbestellter Waren.....	83
2. Ansprechen in der Öffentlichkeit.....	83
3. Haustürwerbung.....	83
II. § 7 Abs. 1 Satz 2 – Erkennbare Ablehnung von Werbung.....	84
III. § 7 Abs. 2 Nr. 1a F – Hartnäckiges Ansprechen.....	86
IV. § 7 Abs. 2 Nr. 1 – Telefonwerbung.....	86
V. § 7 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 3 UWG – Elektronische Werbung.....	90
1. Werbung per Fax gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG.....	90

2. Werbung mit elektronischer Post gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 3 i. V. m. § 7 Abs. 3 UWG	91
VI. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG – Anonyme elektronische Werbung	94
F. Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	96
I. Schutzinteressen	96
II. Schutzzumfang	98
III. Ansprüche und Durchsetzung des Schutzes	101
IV. Fazit	101
G. Rechtsschutz	102
I. Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche	103
1. Anspruchsgegner	104
2. Anspruchsberechtigte	105
3. Missbrauch	107
II. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung	108
III. Einstweiliger Rechtsschutz	111
1. Abmahnung	111
2. Vertragsstrafe	112
Literaturverzeichnis	114