

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb: UWG

Köhler / Bornkamm / Feddersen

41., neu bearbeitete Auflage 2023
ISBN 978-3-406-78920-5
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.

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

GeschGehG · PAngV · UKlaG · DL-InfoV · P2B-VO

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

Dr. Christian Alexander

Professor an der Universität Jena

41., neu bearbeitete Auflage 2023



Zitiervorschlag
Köhler/Bornkamm/Feddersen/Bearbeiter Gesetz § ... Rn. ...
oder
KBF/Bearbeiter Gesetz § .. Rn. ..


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

www.beck.de

ISBN 978 3 406 78920 5

© 2023 Verlag C. H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München
Satz, Druck und Bindung: Druckerei C. H. Beck, Nördlingen
(Adresse wie Verlag)
Umschlaggestaltung: Fotosatz Amann, Memmingen



chbeck.de/nachhaltig

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

Im Einzelnen haben bearbeitet:

UWG Einl., §§ 1–4a	Prof. Dr. Helmut Köhler
§ 5	Prof. Dr. Dr. h. c. Joachim Bornkamm/Jörn Feddersen
§§ 5a–7a	Prof. Dr. Helmut Köhler
§ 8 Abschnitt 1	Prof. Dr. Dr. h. c. Joachim Bornkamm
§ 8 Abschnitt 2–4	Prof. Dr. Helmut Köhler/Jörn Feddersen
§ 8a	Prof. Dr. Helmut Köhler
§§ 8b, 8c	Jörn Feddersen
§§ 9–11	Prof. Dr. Helmut Köhler
§ 12	Prof. Dr. Helmut Köhler/Jörn Feddersen
§§ 13, 13a	Prof. Dr. Dr. h. c. Joachim Bornkamm/Jörn Feddersen
§ 14	Jörn Feddersen
§ 15	Prof. Dr. Helmut Köhler/Jörn Feddersen
§ 15a	Prof. Dr. Helmut Köhler
§ 16	Prof. Dr. Dr. h. c. Joachim Bornkamm
§ 20	Prof. Dr. Helmut Köhler
GeschGehG	Prof. Dr. Christian Alexander
PAngV	Prof. Dr. Helmut Köhler
UKlaG	Prof. Dr. Helmut Köhler
DL-Info-V	Prof. Dr. Helmut Köhler
P2B-VO	Prof. Dr. Christian Alexander


beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Vorwort zur 41. Auflage

Mit der 41. Auflage liegt eine vollständige Kommentierung des UWG, des UKlaG und der PAngV in der ab dem 28.5.2022 geltenden Fassung vor. Insbesondere die zahlreichen Änderungen des UWG durch das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht machten über weite Strecken eine umfassende Überarbeitung der geänderten und neuen Vorschriften erforderlich. GeschGehG, P2B-VO und DL-InfoV vervollständigen auch in dieser Auflage den Kommentar. Zum GeschGehG wurden weitere Entscheidungen und insbesondere erste höchstrichterliche Rechtsprechung ausgewertet. Die Kommentierung § 3a P2B-VO wurde vertieft und ausgebaut, wobei insbesondere die Verzahnung mit Regelungen in anderen Rechtsakten Berücksichtigung gefunden hat.

Wie in den Voraufgaben wurden die zahlreichen neuen Entscheidungen des EuGH, des BVerfG und des BGH, aber auch der Oberlandesgerichte und Landgerichte sowie die Fülle neuer wissenschaftlicher Veröffentlichungen ausgewertet und berücksichtigt.

Aus der Rspr. des EuGH sei erwähnt die Entscheidung „*Meta Platforms Ireland*“ zur Zulässigkeit von Verbraucherverbandsklagen gegen DS-GVO-Verstöße. Aus der Rspr. des BGH seien beispielhaft erwähnt die Entscheidungen „*Knuspermüsli II*“ zur Nichtanwendung des § 3a UWG bei Verstößen gegen Informationspflichten nach § 5b IV UWG; „*Kopplungsangebot III*“ zu gebündelten Angeboten unterschiedlicher Produkte; „*Kieferorthopädie*“ zur irreführenden Werbung über nicht vorhandenen Facharztstitel; „*Influencer III*“ zur Nichtkenntlichmachung des kommerziellen Zwecks bei Werbung mit Tap Tags; „*Zweitmarkt für Lebensversicherungen II*“ zum Begriff des Mitbewerbers; „*dortmund.de*“ zum Gebot der Staatsferne der Presse bei Internetportalen.

Die Kommentierung befindet sich auf dem Stand Oktober 2022. Auch in Zukunft werden Verlag und Verfasser bestrebt sein, durch jährlich erscheinende Neuauflagen die Aktualität der Darstellung des Lauterkeitsrechts zu gewährleisten.

Für Anregungen und Kritik sind die Verfasser stets sehr dankbar. Mitteilungen werden erbeten an christian.alexander@uni-jena.de; Joachim@Bornkamm.de; joern.feddersen@gmx.de und H.Koehler.Neusaess@t-online.de.

Jena, Freiburg i. Br., Hamburg und Neusäß, im November 2022

Christian Alexander
Joachim Bornkamm
Jörn Feddersen
Helmut Köhler

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

Im Einzelnen haben bearbeitet	V
Vorwort zur 41. Auflage	VII
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Literaturverzeichnis	XXXIII
Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	1

Einleitung

1. Abschnitt. Wettbewerb und Wettbewerbsordnung	21
A. Wettbewerb und Wettbewerbskonzeptionen	22
B. Wettbewerbsordnung	35
2. Abschnitt. Grundlagen des deutschen Wettbewerbsrechts (Lauterkeitsrechts) .	42
A. Entwicklung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb	44
B. Die Durchsetzung des Lauterkeitsrechts	53
3. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Unionsrecht	58
A. Grundlagen des Unionsrechts – Unmittelbare und vorrangige Geltung ...	60
B. Die Bedeutung des primären Unionsrechts für das Lauterkeitsrecht	65
C. Sekundäres Unionsrecht und Lauterkeitsrecht	72
4. Abschnitt. Wettbewerbsrecht im Ausland	82
5. Abschnitt. Internationales Wettbewerbsrecht und Verfahrensrecht	94
A. Überblick über das internationale Wettbewerbsrecht (Kollisionsrecht)	96
B. Das bis zum 11.1.2009 geltende Kollisionsrecht (Art. 40–42 EGBGB)	99
C. Das ab dem 11.1.2009 geltende Kollisionsrecht (Rom II-VO)	99
D. Internationales Verfahrensrecht	105
E. Territoriale Reichweite von Unterlassungstiteln	110
6. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht	111
A. Aufgabe des Kartellrechts	112
B. Rechtsquellen des Kartellrechts	112
C. Lauterkeitsrecht und Kartellrecht als Gesamtordnung des Wettbewerbs ...	116
D. Einzelfragen	117
7. Abschnitt. Lauterkeitsrecht und Bürgerliches Recht	119
A. Allgemeines	120
B. Lauterkeitsrecht und Deliktsrecht	120
C. Lauterkeitsrecht und Vertragsrecht	122
D. Bürgerlichrechtlicher Schutz des Unternehmens	124
E. Bürgerlichrechtlicher Schutz des Verbrauchers	131

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Kapitel 1. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck des Gesetzes; Anwendungsbereich	133
A. Allgemeines	136
B. Schutz der Mitbewerber	139
C. Schutz der Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer	140
D. Schutz des Allgemeininteresses an einem unverfälschten Wettbewerb	149
E. Das Verhältnis der Schutzzwecke zueinander	150
F. Unternehmer als Normadressaten	152
G. Die Vorrangregelung in § 1 Abs. 2	153

Inhaltsverzeichnis

§ 2 Begriffsbestimmungen	157
Allgemeines	162
A. Entstehungsgeschichte	162
B. Normzweck und Auslegung	162
1. Abschnitt. Geschäftliche Entscheidung (§ 2 I Nr. 1 (= Nr. 9 aF))	163
A. Unionsrechtliche Grundlage und Funktion des Begriffs und seiner Definition	163
B. Gebot der richtlinienkonformen Auslegung	164
C. Personelle und sachliche Reichweite der Definition	164
D. Inhaltliche Reichweite der Definition	164
E. Erweiterung auf „unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen“	166
2. Abschnitt. Geschäftliche Handlung (§ 2 I Nr. 2 (= Nr. 1 aF))	167
A. Allgemeines	170
B. Verhältnis zum Begriff der „Geschäftspraktiken“	171
C. „Verhalten einer Person“	173
D. „Zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens“	175
E. Handlungen „vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss“	180
F. Unmittelbarer und objektiver Zusammenhang mit der Förderung des Absatzes oder Bezugs von Waren oder Dienstleistungen	181
G. Handeln zur Förderung eines fremden Unternehmens	189
H. Besonderheiten bei Medienunternehmen	193
I. Besonderheiten bei Influencern	196
J. Handlungen bei und nach Vertragsschluss als geschäftliche Handlungen	198
3. Abschnitt. Marktteilnehmer (§ 2 I Nr. 3 (= Nr. 2 aF))	206
4. Abschnitt. Mitbewerber (§ 2 I Nr. 4 (= Nr. 3 aF))	206
A. Allgemeines	207
B. Unternehmer	209
C. Konkretes Wettbewerbsverhältnis	209
5. Abschnitt. Nachricht (§ 2 I Nr. 5 (= Nr. 4 aF))	220
6. Abschnitt. Online-Marktplatz (§ 2 I Nr. 6)	220
A. Entstehungsgeschichte	220
B. Begriff	221
C. Funktion	221
7. Abschnitt. Ranking (§ 2 I Nr. 7)	221
A. Entstehungsgeschichte	221
B. Begriff	222
C. Funktion	222
8. Abschnitt. Unternehmer (§ 2 I Nr. 8 (= Nr. 6 aF))	222
A. Funktionen des Unternehmerbegriffs	223
B. Entstehungsgeschichte	223
C. Definition und richtlinienkonforme Auslegung	223
D. Unternehmensträger als Unternehmer	224
E. Vertreter und Beauftragte als Unternehmer	225
F. Einzelfragen	226
9. Abschnitt. Unternehmerische Sorgfalt (§ 2 I Nr. 9 (= Nr. 7 aF))	226
A. Entstehungsgeschichte, unionsrechtliche Grundlage und richtlinienkonforme Auslegung des Begriffs und seiner Definition	227
B. Der Begriff der „unternehmerischen Sorgfalt“	228
C. Die Definition der „unternehmerischen Sorgfalt“	229
D. Die Bestandteile der Definition	229
10. Abschnitt. Verhaltenskodex (§ 2 I Nr. 10 (= Nr. 5 aF))	232
A. Begriff, Funktion und Verbreitung von Verhaltenskodizes	232
B. Zulässigkeit und Rechtsnatur von Verhaltenskodizes	234
C. Bedeutung von Verhaltenskodizes	234
11. Abschnitt. Wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers (§ 2 I Nr. 11 (= Nr. 8 aF))	235
A. Unionsrechtliche Grundlage und Funktion des Begriffs und seiner Definition	236
B. Die Definition und ihre Elemente	236

Inhaltsverzeichnis

12. Abschnitt. Verbraucher (§ 2 II)	238
A. Entstehungsgeschichte, unionsrechtliche Grundlage und richtlinienkonforme Auslegung	239
B. Funktion des Verbraucherbegriffs im UWG	240
C. Voraussetzungen und Abgrenzung	240
D. Darlegungs- und Beweislast	243
§ 3 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen	243
1. Abschnitt. Allgemeines	247
A. Allgemeines	249
B. Entstehungsgeschichte des § 3	250
C. Regelungsstruktur des § 3	251
D. Grundrechtskonforme Auslegung des UWG	252
2. Abschnitt. Die „große“ Generalklausel des § 3 I	258
A. Die Funktionen des § 3 I	258
B. Der Tatbestand des § 3 I	260
C. § 3 I als Auffangtatbestand für sonstige unlautere Handlungen	263
3. Abschnitt. Die Verbrauchergeneralklausel des § 3 II	269
A. Entstehungsgeschichte, unionsrechtliche Grundlage und Normzweck	270
B. Anwendungsbereich	270
C. Tatbestand	273
4. Abschnitt. Die stets unzulässigen geschäftlichen Handlungen (§ 3 III)	280
A. Stets unzulässige geschäftliche Handlungen (§ 3 III)	280
B. Auslegung	281
C. Tatbestand	282
D. Keine geschäftliche Relevanz erforderlich	282
5. Abschnitt. Durchschnittsverbraucher und durchschnittliches Mitglied einer Verbrauchergruppe als Beurteilungsmaßstab (§ 3 IV)	283
A. Durchschnittsverbraucher und durchschnittliches Mitglied einer Verbrauchergruppe als Beurteilungsmaßstab (§ 3 IV)	284
B. Anwendung des § 3 IV auf alle Unlauterkeitstatbestände	285
C. Geschützter Personenkreis	286
D. Der Beurteilungsmaßstab des § 3 IV 1	286
E. Der Beurteilungsmaßstab des § 3 IV 2	287
6. Abschnitt. Einsatz von Verkaufsförderern	292
A. Allgemeines	293
B. Gewerbliche Unternehmer als Verkaufsförderer	294
C. Mitarbeiter fremder Unternehmer als Verkaufsförderer	295
D. Berufliche Interessenwahrer als Verkaufsförderer	296
E. Privatpersonen als Verkaufsförderer („Laienwerbung“)	298
7. Abschnitt. Ausnutzung der „geschäftlichen Unerfahrenheit“ und der „Rechtsunkenntnis“	305
A. Einführung	306
B. Die „Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit“	306
8. Abschnitt. Verkaufsförderungsmaßnahmen	312
A. Einführung	315
B. Begriff, Erscheinungsformen und wirtschaftliche Bedeutung von Verkaufsförderungsmaßnahmen	315
C. Entwicklung der lauterkeitsrechtlichen Beurteilung	316
D. Kopplungsangebote (einschließlich Zugaben)	319
E. Preisnachlässe (Rabatte)	325
F. Kundenbindungssysteme	328
G. Geschenke	330
H. Preisausschreiben, Gewinnspiele und sonstige aleatorische Reize	332
I. Versteigerungen	335
9. Abschnitt. Emotionale („gefühlbetonte“) Werbung	337
A. Allgemeines	338
B. Lauterkeitsrechtliche Beurteilung	338
C. Fallgruppen	341

Inhaltsverzeichnis

10. Abschnitt. Die Rechtsfolgen	345
A. Lauterkeitsrechtliche Rechtsfolgen	346
B. Bürgerlichrechtliche Rechtsfolgen	346
Anhang zu § 3 Abs. 3	348
A. Einführung	349
B. Kommentierung	353
§ 3a Rechtsbruch	430
1. Abschnitt. Rechtsbruch	431
A. Allgemeines	439
B. Tatbestand	455
C. Einzelne Regelungen	473
D. Rechtsfolgen und Konkurrenzen	541
2. Abschnitt. Wettbewerb der öffentlichen Hand	542
A. Allgemeines	544
B. Wettbewerbsschutz für die öffentliche Hand	545
C. Wettbewerbsschutz gegenüber der öffentlichen Hand	546
D. Unlauterkeit des Handelns der öffentlichen Hand	553
§ 4 Mitbewerberschutz	568
Vorbemerkung	571
A. Entstehungsgeschichte des § 4	572
B. Auslegung, Erweiterung und Einschränkung der Mitbewerberschutztatbestände	572
C. Rückgriff auf die Generalklausel des § 3 I	573
D. Verhältnis der mitbewerberschützenden zu den verbraucherschützenden Tatbeständen	573
1. Abschnitt. Herabsetzung von Mitbewerbern	573
A. Allgemeines	575
B. Tatbestand	579
C. Rechtsfolgen	588
2. Abschnitt. Anschwärtzung	588
A. Allgemeines	589
B. Tatbestand	591
C. Rechtsfolgen	598
3. Abschnitt. Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	599
A. Allgemeines	604
B. Tatbestand	614
C. Rechtsfolgen	643
4. Abschnitt. Gezielte Behinderung	647
A. Allgemeines	653
B. Absatzbehinderung	661
C. Nachfragebehinderung	681
D. Werbebehinderung	681
E. Behinderung durch Kennzeichenverwendung	684
F. Behinderung durch Mitarbeiterabwerbung	695
G. Boykott	702
H. Missbrauch der Nachfragemacht	709
I. Vergleichende Werbung ohne erkennbare Bezugnahme auf Mitbewerber	711
J. Betriebsstörung	719
K. Preisunterbietung	731
L. Produktnachahmung	738
M. Rechtsfolgen	741
5. Abschnitt. Allgemeine Marktbehinderung	741
A. Allgemeines	742
B. Tatbestand der allgemeinen Marktbehinderung	744
C. Fallgruppen	747

Inhaltsverzeichnis

§ 4a Aggressive geschäftliche Handlungen	753
1. Abschnitt. Allgemeines	755
A. Entstehungsgeschichte und Normzweck des § 4a	757
B. Systematische Stellung und Auslegung des § 4a	758
C. Verhältnis des § 4a zu anderen Normen	759
D. Der Tatbestand des § 4a	763
E. Belästigung (§ 4a I 2 Nr. 1)	767
F. Nötigung (§ 4a I 2 Nr. 2)	770
G. Unzulässige Beeinflussung (§ 4a I 2 Nr. 3)	772
H. Feststellung einer aggressiven geschäftlichen Handlung (§ 4a II 1)	779
2. Abschnitt. Konkretisierung des Verbraucherschutzes (§ 4a II 2)	785
A. Allgemeines	786
B. Das Verhältnis zu anderen Regelungen	790
C. „Angst“ und „Zwangslage“	791
§ 5 Irreführende geschäftliche Handlungen	794
Einführung. Grundlagen des Irreführungsverbots	798
A. Gesetzesgeschichte	804
B. Schutzzweck	806
C. Das Irreführungsverbot in der Rechtsordnung	808
D. Bedeutung und Stellung des Irreführungsverbots im heutigen Lauterkeitsrecht	839
1. Abschnitt. Tatbestand der irreführenden geschäftlichen Handlung	842
A. Irreführende geschäftliche Handlung	848
B. Angaben	854
C. Irreführende Angaben	861
D. Geschäftliche Relevanz der Irreführung	893
E. Interessenabwägung, Prüfung der Verhältnismäßigkeit	902
F. Verfahrensrechtliche Fragen	908
2. Abschnitt. Irreführung über wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung (§ 5 II Nr. 1 UWG)	916
A. Allgemeines	921
B. Verfügbarkeit	921
C. Art, Ausführung, Zusammensetzung, Beschaffenheit, Zubehör	922
D. Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung	975
E. Irreführung über Vorteile, Risiken, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse	977
F. Menge	984
G. Kundendienst und Beschwerdeverfahren	985
H. Irreführung über die geographische oder betriebliche Herkunft (§ 5 II Nr. 1)	985
I. Irreführung über Ergebnisse oder wesentliche Bestandteile von Tests	993
3. Abschnitt. Irreführung über den Anlass des Verkaufs, den Preis oder die Bedingungen der Warenlieferung oder Dienstleistungserbringung (§ 5 II Nr. 2)	998
A. Irreführung über den Anlass des Verkaufs	1000
B. Irreführung über die Preisbemessung	1005
C. Irreführung über die Bedingungen der Lieferung der Ware oder Erbringung der Dienstleistung	1047
4. Abschnitt. Irreführung über Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers (§ 5 II Nr. 3)	1048
A. Einführung	1052
B. Identität des Unternehmens	1053
C. Irreführende Angaben über Eigenschaften, Umfang und Bedeutung des Unternehmens	1066
D. Irreführende Angaben über das Vermögen, den Umfang von Verpflichtungen sowie Rechte des geistigen Eigentums	1080
E. Irreführende Angaben über Befähigung, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen	1087
	XIII

Inhaltsverzeichnis

F. Irreführung über Auszeichnungen und Ehrungen	1099
G. Irreführung über die Beweggründe für die geschäftliche Handlung und die Art des Vertriebs (vertriebsbezogene Irreführung)	1100
5. Abschnitt. Irreführung über Sponsoring oder Zulassung (§ 5 II Nr. 4 UWG)	1109
A. Irreführung über Sponsoring	1109
B. Irreführung über Zulassung	1111
6. Abschnitt. Irreführung über Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur (§ 5 II Nr. 5 UWG)	1111
7. Abschnitt. Irreführung über Einhaltung eines Verhaltenskodexes (§ 5 I 2 Nr. 6)	1111
A. Begriff des Verhaltenskodexes	1112
B. Bedeutung von Verhaltenskodizes	1112
C. Kartellrechtliche Problematik von Verhaltenskodizes	1113
8. Abschnitt. Irreführung über Verbraucherrechte (§ 5 I 2 Nr. 7)	1113
A. Allgemeines	1114
B. Rechte des Verbrauchers	1114
9. Abschnitt. Lauterkeitsrechtlicher Schutz vor Verwechslungen (§ 5 III Nr. 1) .	1117
A. Allgemeines	1118
B. Tatbestand des § 5 III Nr. 1	1119
C. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und Markenrecht	1120
D. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und lauterkeitsrechtlicher Nachahmungsschutz	1124
E. Lauterkeitsrechtlicher Verwechslungsschutz und Designschutz	1124
10. Abschnitt. Irreführung durch Vermarktung von Waren zweierlei Qualität (§ 5 III Nr. 2)	1125
A. Einführung	1125
B. Bezugspunkt der Irreführung: Waren zweierlei Qualität	1126
§ 5a Irreführung durch Unterlassen	1132
1. Abschnitt. Allgemeines	1136
A. Rechtsentwicklung	1136
B. Zur Unterscheidung zwischen „irreführenden geschäftlichen Handlungen“ (§ 5) und der „Irreführung durch Unterlassung“ (§ 5a)	1138
C. Unionsrechtliche Grundlage der Regelungen in § 5a I–IV	1139
2. Abschnitt. Irreführung durch Vorenthalten wesentlicher Informationen (§ 5a I und II)	1139
A. Anwendungsbereich	1141
B. Anwendung des § 5a I auf Verbraucher	1141
C. Anwendung des § 5a I auf sonstige Marktteilnehmer	1153
D. Verhältnis des § 5a I zu anderen Vorschriften	1154
3. Abschnitt. Berücksichtigung von Beschränkungen des Kommunikationsmittels (§ 5a III)	1156
A. Die Regelung, ihre unionsrechtliche Grundlage und ihr Schutzzweck ...	1156
B. Räumliche oder zeitliche Beschränkungen des gewählten Kommunikationsmittels	1157
C. Anderweitige Bereitstellung von Informationen	1158
D. Berücksichtigung bei der Beurteilung des Vorenthaltes von Informationen	1158
E. Bedeutung für die geschäftliche Relevanz	1159
4. Abschnitt. Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks (§ 5a IV)	1161
A. Allgemeines	1164
B. § 5a IV als selbständiger Unlauterkeitstatbestand	1166
C. Verhältnis zu anderen Regelungen	1167
D. Tatbestand	1169
E. Fallgruppen	1172
§ 5b Wesentliche Informationen	1198
1. Abschnitt. Entstehungsgeschichte und unionsrechtlicher Hintergrund des § 5b	1200
2. Abschnitt. Wesentliche Informationen bei Angeboten zu einem Geschäftsabschluss (§ 5b I)	1200

Inhaltsverzeichnis

A. Allgemeines	1201
B. Einzelne „wesentliche Informationen“ im Sinne des § 5b I	1207
3. Abschnitt. Ranking (§ 5b II)	1216
A. Allgemeines	1217
B. Informationspflichten nach § 5b II	1217
4. Abschnitt. Verbraucherbewertungen (§ 5b III)	1219
A. Allgemeines	1219
B. Voraussetzung und Inhalt der Informationspflicht nach § 5b III	1219
C. Verhältnis zu anderen Vorschriften	1220
5. Abschnitt. Spezielle auf Unionsrecht gegründete Informationspflichten (§ 5b IV)	1221
A. Allgemeines	1222
B. Einzelne Informationspflichten iSd Anh. II UGP-RL	1225
C. Sonstige spezialgesetzliche Informationspflichten	1228
D. Die Informationspflichten nach den §§ 5, 6 TMG	1229
§ 5c Verbotene Verletzung von Verbraucherinteressen durch unlautere geschäftliche Handlungen	1245
§ 6 Vergleichende Werbung	1248
A. Entstehungsgeschichte und frühere Rechtslage	1253
B. Auslegungsgrundsätze, Normzweck und Anwendungsbereich	1256
C. Begriff der vergleichenden Werbung	1267
D. Unlauterkeit der vergleichenden Werbung	1282
E. Beweislast und Rechtsfolgen	1308
F. Anhang: Vergleichende Waren- und Dienstleistungstests	1308
§ 7 Unzumutbare Belästigungen	1314
A. Allgemeines	1322
B. Der Grundtatbestand des § 7 I 1	1328
C. Der Beispielstatbestand des § 7 I 2	1332
D. Fallgruppen zu § 7 I	1334
E. Die Tatbestände des § 7 II	1354
§ 7a Einwilligung in Telefonwerbung	1394
Kapitel 2. Rechtsfolgen	
§ 8 Beseitigung und Unterlassung	1398
1. Abschnitt. Wettbewerbsrechtliche Abwehrensprüche (§ 8 I)	1400
A. Grundzüge	1404
B. Unterlassungsanspruch	1406
C. Beseitigung und Widerruf	1437
D. Verfahrensbezogene Äußerungen	1448
2. Abschnitt. Die Schuldner der Abwehrensprüche	1451
A. Allgemeine Grundsätze	1455
B. Die Haftung des Unternehmensinhabers für Mitarbeiter und Beauftragte (§ 8 II)	1481
3. Abschnitt. Die Gläubiger der Abwehrensprüche	1489
A. Allgemeines	1492
B. Anspruchsberechtigung der Mitbewerber (§ 8 III Nr. 1 in der ab dem 1.12.2021 geltenden Fassung)	1501
C. Qualifizierte Wirtschaftsverbände (§ 8 III Nr. 2 in der ab dem 1.12.2021 geltenden Fassung)	1505
D. Qualifizierte Einrichtungen zum Schutz von Verbraucherinteressen (§ 8 III Nr. 3 in der ab dem 1.12.2021 geltenden Fassung)	1513
E. Körperschaften öffentlichen Rechts und Gewerkschaften (§ 8 III Nr. 4 in der ab dem 1.12.2021 geltenden Fassung)	1517
F. Beweislast	1519
G. Anspruchsberechtigung nach § 8 III Nr. 2 in der bis zum 30.11.2021 geltenden Fassung	1519
	XV

Inhaltsverzeichnis

4. Abschnitt. Auskunftsanspruch	1525
A. Allgemeines	1525
B. Auskunftsberechtigte	1525
C. Auskunftsverpflichtete	1526
D. Inhalt, Voraussetzungen und Umfang der Auskunftserteilung	1526
E. Kosten der Auskunft	1526
F. Durchsetzung des Auskunftsanspruchs	1526
§ 8a Anspruchsberechtigte bei einem Verstoß gegen die Verordnung (EU) 2019/1150	1526
§ 8b Liste der qualifizierten Wirtschaftsverbände	1528
A. Allgemeines	1529
B. Die Eintragungsvoraussetzungen (§ 8b II)	1530
§ 8c Verbot der missbräuchlichen Geltendmachung von Ansprüchen; Haftung	1534
A. Allgemeines	1536
B. Missbrauch	1539
C. Adressatenkreis	1550
D. Beweislast	1550
§ 9 Schadensersatz	1551
Vorbemerkung	1555
1. Abschnitt. Der Schadensersatzanspruch der Mitbewerber (§ 9 I)	1555
A. Allgemeines	1556
B. Schuldner und Gläubiger	1557
C. Voraussetzungen und Grenzen der Schadenszurechnung	1559
D. Überblick über Inhalt und Umfang des Schadensersatzes	1564
E. Naturalherstellung	1565
F. Einzelne Vermögensschäden	1566
G. Dreifache Schadensberechnung	1570
2. Abschnitt. Der Schadensersatzanspruch der Verbraucher (§ 9 II)	1578
A. Allgemeines	1579
B. Anwendungsbereich des § 9 II	1581
C. Schutzzweck des § 9 II 1	1582
D. Der Tatbestand des § 9 II 1	1583
E. Der „zu ersetzende Schaden“	1586
F. Arten des Schadens und Inhalt des Schadensersatzanspruchs	1589
G. Rechtsnatur des Schadensersatzanspruchs nach § 9 II 1	1591
H. Verhältnis zu sonstigen Rechten und Ansprüchen des Verbrauchers	1591
I. Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche der Verbraucher	1593
J. Rechtsdurchsetzung	1594
K. Verjährung; örtliche und sachliche Zuständigkeit; IPR	1595
L. Verhältnis zum Schadensersatzanspruch der Mitbewerber	1595
3. Abschnitt. Die Verantwortlichkeit der Presse	1595
A. Überblick	1596
B. Abwehransprüche	1596
C. Gegendarstellungsanspruch	1598
D. Selbsthilfe durch Anzeigenaktion	1600
E. Schadensersatzanspruch gegen die Presse (§ 9 III)	1600
4. Abschnitt. Der Bereicherungsanspruch	1602
A. Voraussetzungen	1602
B. Inhalt und Umfang des Anspruchs	1603
C. Sonstiges	1604
5. Abschnitt. Ansprüche auf Auskunft, Rechnungslegung und Besichtigung	1604
A. Funktion, Arten und Rechtsgrundlage des Auskunftsanspruchs	1606
B. Voraussetzungen des Auskunftsanspruchs	1608
C. Umfang und Grenzen des Auskunftsanspruchs	1609
D. Einzelheiten	1614
E. Erfüllung und Durchsetzung des Auskunftsanspruchs	1616
F. Einwendungen und Einreden	1620
G. Der Anspruch auf Besichtigung (§ 809 BGB)	1620

Inhaltsverzeichnis

§ 10 Gewinnabschöpfung	1621
A. Allgemeines	1623
B. Tatbestand	1626
C. Rechtsfolgen	1630
§ 11 Verjährung	1634
1. Abschnitt. Verjährung	1635
A. Entstehungsgeschichte	1637
B. Dogmatische Einordnung und Normzweck	1637
C. Anwendungsbereich des § 11	1637
D. Verjährungsfristen und Verjährungsbeginn	1641
E. Eintritt der Verjährung ohne Rücksicht auf Kenntnis und grob fahrlässige Unkenntnis	1647
F. Neubeginn der Verjährung	1647
G. Hemmung der Verjährung	1648
H. Wirkung der Verjährung	1650
I. Beweislast	1652
2. Abschnitt. Wettbewerbsrechtliche Einwendungen	1652
A. Allgemeines	1653
B. Tatbestands- und rechtswidrigkeitsausschließende Einwendungen	1653
C. Verwirkung	1656
D. Rechtsmissbrauch	1662

Kapitel 3. Verfahrensvorschriften

§ 12 Einstweiliger Rechtsschutz; Veröffentlichungsbefugnis; Streitwertminderung ..	1665
Vorbemerkung	1668
1. Abschnitt. Erkenntnisverfahren	1669
A. Rechtsweg	1672
B. Zuständigkeit	1678
C. Rechtsschutzbedürfnis	1678
D. Klage	1682
E. Unterlassungsklage	1692
F. Sonstige Klagen	1702
G. Beweis	1705
H. Verfahrensunterbrechungen	1715
I. Urteil	1716
J. Kosten	1720
K. Vergleich	1721
2. Abschnitt. Einstweilige Verfügung	1722
A. Einführung	1725
B. Voraussetzungen der einstweiligen Verfügung im Lauterkeitsrecht	1726
C. Erlass der einstweiligen Verfügung	1735
D. Rechtsbehelfe des Antragstellers	1740
E. Rechtsbehelfe des Antragsgegners	1740
F. Die Vollziehung der einstweiligen Verfügung (§§ 936, 928, 929 ZPO) ...	1745
G. Das Abschlussverfahren (Abschluss schreiben und Abschlusserklärung) ...	1748
H. Schadensersatz nach § 945 ZPO	1752
3. Abschnitt. Urteilsveröffentlichung (§ 12 II)	1756
A. Entstehungsgeschichte und vergleichbare Regelungen	1756
B. Zweck und Anwendungsbereich	1757
C. Voraussetzungen der Bekanntmachungsbefugnis	1757
D. Entscheidung über die Bekanntmachungsbefugnis	1758
E. Entscheidung im Urteil	1759
F. Inhalt der Anordnung	1759
G. Ausübung der Veröffentlichungsbefugnis	1760
H. Materiellrechtlicher Veröffentlichungsanspruch	1760
I. Veröffentlichung ohne gerichtlich zugesprochene Befugnis	1761

Inhaltsverzeichnis

4. Abschnitt. Streitwert	1761
A. Entstehungsgeschichte	1762
B. Grundlagen	1762
C. Streitwert bei einzelnen Klagearten	1764
D. Streitwertbegünstigung (§ 12 III und IV)	1767
5. Abschnitt. Zwangsvollstreckung	1771
A. Unterlassungstitel	1772
B. Sonstige Titel	1781
6. Abschnitt. Vorgehen bei grenzüberschreitenden Verstößen gegen EU-Verbraucherschutzrecht (EU-VSchDG)	1781
A. Überblick	1782
B. Die für grenzüberschreitende Verstöße zuständige Behörde	1783
C. Aufgaben der zuständigen Behörde	1783
D. Befugnisse der zuständigen Behörde	1784
E. Gerichtliche Überprüfung behördlicher Entscheidungen	1784
F. Beauftragung Dritter zur zivilrechtlichen Rechtsdurchsetzung	1785
§ 13 Abmahnung; Unterlassungsverpflichtung; Haftung	1786
A. Allgemeines	1793
B. Abmahnung	1794
C. Unterwerfung	1834
§ 13a Vertragsstrafe	1858
A. Allgemeines	1860
B. Bedeutung des Vertragsstrafeversprechens	1861
C. Arten der Vertragsstrafe	1861
D. Höhe der Vertragsstrafe	1862
E. Ausschluss der Vertragsstrafe (§ 13a II)	1866
F. Vertragsstrafeversprechen zugunsten eines Dritten	1867
G. Zusammenfassung von Einzelverstößen	1867
H. Verschulden als Voraussetzung für die Verwirkung der Vertragsstrafe	1869
I. Haftung für Erfüllungsgehilfen	1869
J. Erneute Zuwiderhandlung	1870
§ 14 Sachliche und örtliche Zuständigkeit; Verordnungsermächtigung	1871
A. Sachliche Zuständigkeit (§ 14 I)	1874
B. Örtliche Zuständigkeit (§ 14 II)	1876
C. Konzentrationsermächtigung (§ 14 III)	1881
D. Zuständigkeit für Klagen auf Verbraucherschadensersatz nach § 9 II 1 (§ 14 IV)	1882
I. Allgemeines	1882
II. Zuständigkeitsordnung für Klagen nach § 9 II 1 nF	1883
§ 15 Einigungsstellen	1883
A. Allgemeines	1886
B. Errichtung und Besetzung der Einigungsstellen	1887
C. Sachliche Zuständigkeit	1888
D. Örtliche Zuständigkeit	1888
E. Verfahren	1888
F. Verfahrensbeendigung	1891
G. Prozessuale und materielle Bedeutung des Einigungsverfahrens	1893
Anhang	1895
§ 15a Überleitungsvorschrift zum Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs	1897
Kapitel 4. Straf- und Bußgeldvorschriften	
§ 16 Strafbare Werbung	1899
A. Allgemeines	1901
B. Strafbare irreführende Werbung (Abs. 1)	1902
C. Progressive Kundenwerbung (Abs. 2)	1909

Inhaltsverzeichnis

§§ 17, 18 (aufgehoben)	1917
§ 19 Bußgeldvorschriften bei einem weitverbreiteten Verstoß und einem weitverbreiteten Verstoß mit Unions-Dimension	1917
§ 20 Bußgeldvorschriften	1920
A. Entstehungsgeschichte und Normzweck	1921
B. Tatbestände der Ordnungswidrigkeit	1921
C. Verantwortliche Personen	1922
D. Vorsatz und Fahrlässigkeit	1922
E. Sanktionen	1923
F. Zuständigkeit	1924
Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (GeschGehG)	
Gesetz zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (GeschGehG)	1925
Vorbemerkungen	1932
Abschnitt 1. Allgemeines	
§ 1 Anwendungsbereich	1960
§ 2 Begriffsbestimmungen	1971
§ 3 Erlaubte Handlungen	2007
§ 4 Handlungsverbote	2020
§ 5 Ausnahmen	2035
Abschnitt 2. Ansprüche bei Rechtsverletzungen	
§ 6 Beseitigung und Unterlassung	2049
§ 7 Vernichtung; Herausgabe; Rückruf; Entfernung und Rücknahme vom Markt	2058
§ 8 Auskunft über rechtsverletzende Produkte; Schadensersatz bei Verletzung der Auskunftspflicht	2066
§ 9 Anspruchsausschluss bei Unverhältnismäßigkeit	2072
§ 10 Haftung des Rechtsverletzers	2079
§ 11 Abfindung in Geld	2089
§ 12 Haftung des Inhabers eines Unternehmens	2095
§ 13 Herausgabeanspruch nach Eintritt der Verjährung	2100
§ 14 Missbrauchsverbot	2103
Abschnitt 3. Verfahren in Geschäftsgeheimnisstreitsachen	
§ 15 Sachliche und örtliche Zuständigkeit; Verordnungsermächtigung	2108
§ 16 Geheimhaltung	2115
§ 17 Ordnungsmittel	2124
§ 18 Geheimhaltung nach Abschluss des Verfahrens	2127
§ 19 Weitere gerichtliche Beschränkungen	2130
§ 20 Verfahren bei Maßnahmen nach den §§ 16 bis 19	2139
§ 21 Bekanntmachung des Urteils	2145
§ 22 Streitwertbegünstigung	2152
Abschnitt 4. Strafvorschriften	
§ 23 Verletzung von Geschäftsgeheimnissen	2156
	XIX

Inhaltsverzeichnis

Preisangabenverordnung (PAngV)

Preisangabenverordnung (PAngV)	2177
Vorbemerkungen	2189

Abschnitt 1. Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Anwendungsbereich; Grundsatz	2198
§ 2 Begriffsbestimmungen	2205

Abschnitt 2. Grundvorschriften

§ 3 Pflicht zur Angabe des Gesamtpreises	2207
§ 4 Pflicht zur Angabe des Grundpreises	2215
§ 5 Mengeneinheit für die Angabe des Grundpreises	2218
§ 6 Preisangaben bei Fernabsatzverträgen	2219
§ 7 Rückerstattbare Sicherheit	2222
§ 8 Preisangaben mit Änderungsvorbehalt; Reisepreisänderungen	2225
§ 9 Preisermäßigungen	2226

Abschnitt 3. Besondere Bestimmungen

§ 10 Preisangaben im Handel	2228
§ 11 Zusätzliche Preisangabenpflicht bei Preisermäßigungen für Waren	2232
§ 12 Preisangaben für Leistungen	2236
§ 13 Gaststätten, Beherbergungsbetriebe	2240
§ 14 Elektrizität, Gas, Fernwärme und Wasser	2243
§ 15 Tankstellen, Parkplätze	2245

Abschnitt 4. Bestimmungen zu Finanzdienstleistungen

§ 16 Verbraucherdarlehen	2247
§ 17 Werbung für Verbraucherdarlehen	2253
§ 18 Überziehungsmöglichkeiten	2259
§ 19 Entgeltliche Finanzierungshilfen	2260

Abschnitt 5. Ordnungswidrigkeiten

§ 20 Ordnungswidrigkeiten	2261
---------------------------------	------

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

Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (Unterlassungsklagengesetz – UKlaG)	2263
Vorbemerkung	2272

Abschnitt 1. Ansprüche bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen

§ 1 Unterlassungs- und Widerrufanspruch bei Allgemeinen Geschäftsbedingungen ..	2274
§ 1a Unterlassungsanspruch wegen der Beschränkung der Haftung bei Zahlungsverzug	2280
§ 2 Ansprüche bei verbraucherschutzgesetzwidrigen Praktiken	2280
§ 2a Unterlassungsanspruch nach dem Urheberrechtsgesetz	2290

Inhaltsverzeichnis

§ 2b Missbräuchliche Geltendmachung von Ansprüchen	2291
§ 3 Anspruchsberechtigte Stellen	2292
§ 3a Anspruchsberechtigte Verbände nach § 2a	2295
§ 4 Liste der qualifizierten Einrichtungen	2295
§ 4a Überprüfung der Eintragung	2298
§ 4b Berichtspflichten und Mitteilungspflichten	2299
§ 4c Aufhebung der Eintragung	2300
§ 4d Verordnungsermächtigung	2301
§ 4e Unterlassungsanspruch bei innergemeinschaftlichen Verstößen	2302

Abschnitt 2. Verfahrensvorschriften

Unterabschnitt 1. Allgemeine Vorschriften

§ 5 Anwendung der Zivilprozessordnung und anderer Vorschriften	2303
§ 6 Zuständigkeit	2305
§ 7 Veröffentlichungsbefugnis	2306

Unterabschnitt 2. Besondere Vorschriften für Klagen nach § 1

§ 8 Klageantrag und Anhörung	2309
§ 9 Besonderheiten der Urteilsformel	2310
§ 10 Einwendung wegen abweichender Entscheidung	2311
§ 11 Wirkungen des Urteils	2313

Unterabschnitt 3. Besondere Vorschriften für Klagen nach § 2

§ 12 Einigungsstelle	2314
§ 12a Anhörung der Datenschutzbehörden in Verfahren über Ansprüche nach § 2	2314

Abschnitt 3. Auskunft zur Durchsetzung von Ansprüchen

§ 13 Auskunftsanspruch der anspruchsberechtigten Stellen	2315
§ 13a Auskunftsanspruch sonstiger Betroffener	2317

Abschnitt 4. Außergerichtliche Schlichtung

§ 14 Schlichtungsverfahren und Verordnungsermächtigung	2318
--	------

Abschnitt 5. Anwendungsbereich

§ 15 Ausnahme für das Arbeitsrecht	2322
--	------

Abschnitt 6. Bußgeldvorschriften

§ 16 Bußgeldvorschriften	2322
--------------------------------	------

Abschnitt 7. Überleitungsvorschriften

§ 17 Überleitungsvorschriften zu dem Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs ...	2323
---	------

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

Vorbemerkungen	2327
§ 1 Anwendungsbereich	2330
§ 2 Stets zur Verfügung zu stellende Informationen	2331

Inhaltsverzeichnis

§ 3 Auf Anfrage zur Verfügung zu stellende Informationen	2336
§ 4 Erforderliche Preisangaben	2339
§ 5 Verbot diskriminierender Bestimmungen	2341
§ 6 Ordnungswidrigkeiten	2341
§ 7 Inkrafttreten	2342

Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten

Vorbemerkungen (Vor Art. 1)	2353
Art. 1 Gegenstand und Anwendungsbereich	2361
Art. 2 Begriffsbestimmungen	2366
Art. 3 Allgemeine Geschäftsbedingungen	2379
Art. 4 Einschränkung, Aussetzung und Beendigung	2389
Art. 5 Ranking	2393
Art. 6 Nebenwaren und -dienstleistungen	2402
Art. 7 Differenzierte Behandlung	2404
Art. 8 Besondere Vertragsbestimmungen	2409
Art. 9 Datenzugang	2413
Art. 10 Einschränkung der Möglichkeit, andere Bedingungen auf anderem Wege anzubieten	2416
Art. 11 Internes Beschwerdemanagementsystem	2419
Art. 12 Mediation	2425
Art. 13 Spezialisierte Mediatoren	2432
Art. 14 Klageeinreichung vor Gericht durch repräsentative Organisationen oder Verbände und durch öffentliche Stellen	2433
Art. 15 Durchsetzung	2443
Art. 16 Überwachung	2444
Art. 17 Verhaltenskodex	2445
Art. 18 Überprüfung	2446
Art. 19 Inkrafttreten und Geltungsbeginn	2447
Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) ...	2449
Fundstellenverzeichnis für Entscheidungen des Bundesgerichtshofs	2479
Stichwortverzeichnis	2589