

# Lauterkeitsrecht

Lettl

5., neu bearbeitete Auflage 2023  
ISBN 978-3-406-79977-8  
C.H.BECK

schnell und portofrei erhältlich bei  
[beck-shop.de](https://beck-shop.de)

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](https://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://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://beck-shop.de) für sein umfassendes Spezialsortiment im Bereich Recht, Steuern und Wirtschaft mit rund 700.000 lieferbaren Fachbuchtiteln.

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	XIII
Literaturverzeichnis .....	XVII

## § 1. Grundlagen, insbesondere Schutzzweck und Begriffsbestimmungen (§§ 1, 2 UWG)

I. Einführung .....	1
II. Unionsrecht .....	2
1. Regelungsbefugnis .....	2
2. Auslegung .....	2
3. Primäres Unionsrecht .....	3
4. Sekundäres Unionsrecht .....	7
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 .....	22
1. Unionsrecht .....	22
2. § 1 UWG .....	24
VII. Anwendungsbereich des UWG .....	50
1. Geschäftliche Handlung (§ 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG) .....	50
2. Werbung .....	63
VIII. Auffassung von geschäftlichen Handlungen und Werbung .....	70
1. Problemstellung .....	70
2. Maßgeblicher Personenkreis .....	71
3. Maßgeblichkeit der Durchschnittsperson .....	72
4. Folgerungen .....	72
5. Feststellung der Auffassung der Durchschnittsperson .....	73

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

I. Unionsrecht – Richtlinie 2005/29/EG .....	75
II. § 3 UWG .....	75
1. Zweck und Struktur der Norm .....	75
2. Unzulässigkeit der geschäftlichen Handlung nach § 3 UWG .....	78
3. Subjektiver Tatbestand .....	85

4. Darlegungs- und Beweislast .....	86
5. Prüfungsreihenfolge .....	86

**§ 3. Stets unzulässige geschäftliche Handlungen**  
**(§ 3 Abs. 3 UWG iVm Nr. 1 bis Nr. 32 des Anhangs zum UWG)**

I. Systematik .....	88
II. Zweck .....	88
III. Auslegung .....	89
IV. Einzelfälle des Anhangs zum UWG .....	89
1. Unwahre Angabe über die Unterzeichnung eines Verhaltenskodexes (Nr. 1 des Anhangs zum UWG) .....	89
2. Unerlaubte Verwendung von Gütezeichen (Nr. 2 des Anhangs zum UWG) .....	90
3. Unwahre Angabe über die Billigung eines Verhaltenskodexes (Nr. 3 des Anhangs zum UWG) .....	90
4. Unwahre Angabe über Anerkennungen durch Dritte (Nr. 4 des Anhangs zum UWG) .....	90
5. Lockangebote ohne Hinweis auf Unangemessenheit der Vorratungsmenge (Nr. 5 des Anhangs zum UWG) .....	91
6. Lockangebote zum Absatz anderer Waren oder Dienstleistungen (Nr. 6 des Anhangs zum UWG) .....	93
7. Unwahre Angabe über zeitliche Begrenzung des Angebots (Nr. 7 des Anhangs zum UWG) .....	95
8. Sprachenwechsel für Kundendienstleistungen bei einer in einer Fremdsprache geführten Vertragsverhandlung (Nr. 8 des Anhangs zum UWG) .....	95
9. Unwahre Angabe über die Verkehrsfähigkeit (Nr. 9 des Anhangs zum UWG) .....	96
10. Darstellung gesetzlicher Verpflichtungen als Besonderheit des Angebots (Nr. 10 des Anhangs zum UWG) .....	96
11. Als Information getarnte Werbung (Nr. 11 des Anhangs zum UWG) .....	97
12. Verdeckte Werbung mit Suchergebnissen (Nr. 11a des Anhangs zum UWG) .....	97
13. Unwahre Angabe über Gefahren für die persönliche Sicherheit (Nr. 12 des Anhangs zum UWG) .....	98
14. Täuschung über betriebliche Herkunft (Nr. 13 des Anhangs zum UWG) .....	98
15. Schneeball- oder Pyramidensystem (Nr. 14 des Anhangs zum UWG) .....	98
16. Unwahre Angabe über Geschäftsaufgabe (Nr. 15 des Anhangs zum UWG) .....	99
17. Angabe über die Erhöhung der Gewinnchancen bei Glücksspielen (Nr. 16 des Anhangs zum UWG) .....	99
18. Unwahre Angaben über die Heilung von Krankheiten (Nr. 17 des Anhangs zum UWG) .....	99

19. Unwahre Angabe über Marktbedingungen oder Bezugsquellen (Nr. 18 des Anhangs zum UWG) .....	100
20. Nichtgewährung ausgelobter Preise (Nr. 19 des Anhangs zum UWG) .....	100
21. Unwahre Bewerbung als kostenlos (Nr. 20 des Anhangs zum UWG) .....	100
22. Irreführung über das Vorliegen einer Bestellung (Nr. 21 des Anhangs zum UWG) .....	101
23. Irreführung über Unternehmereigenschaft (Nr. 22 des Anhangs zum UWG) .....	101
24. Irreführung über Kundendienst in anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union (Nr. 23 des Anhangs zum UWG)	102
25. Wiederverkauf von Eintrittskarten für Veranstaltungen (Nr. 23a des Anhangs zum UWG) .....	102
26. Irreführung über die Echtheit von Verbraucherbewertungen (Nr. 23b des Anhangs zum UWG) .....	102
27. Gefälschte Verbraucherbewertungen (Nr. 23c des Anhangs zum UWG) .....	103
28. Räumliches Festhalten des Verbrauchers (Nr. 24 des Anhangs zum UWG) .....	103
29. Nichtverlassen der Wohnung des Verbrauchers trotz Aufforderung (Nr. 25 des Anhangs zum UWG) .....	103
30. Unzulässiges hartnäckiges Ansprechen über Fernabsatzmittel (Nr. 26 des Anhangs zum UWG) .....	104
31. Verhinderung der Durchsetzung vertraglicher Rechte im Versicherungsverhältnis (Nr. 27 des Anhangs zum UWG) ..	104
32. Kaufaufforderung an Kinder (Nr. 28 des Anhangs zum UWG) .....	105
33. Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Waren oder Dienstleistungen (Nr. 29 des Anhangs zum UWG) .....	106
34. Angabe über Gefährdung des Arbeitsplatzes oder Lebensunterhalts (Nr. 30 des Anhangs zum UWG) .....	108
35. Irreführung über Preis oder Gewinn (Nr. 31 des Anhangs zum UWG) .....	108
36. Aufforderung zur Zahlung bei unerbetenen Besuchen in der Wohnung eines Verbrauchers am Tag des Vertragsschlusses (Nr. 32 des Anhangs zum UWG) .....	109

#### § 4. Rechtsbruch (§ 3a UWG)

I. Zweck und Struktur der Norm .....	110
II. Auslegung .....	112
1. Zuwiderhandlung gegen gesetzliche Vorschrift, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln .....	112
2. Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung .....	122

### § 5. Mitbewerberschutz (§ 4 UWG)

I. Zweck der Norm .....	128
II. Tatbestände .....	128
1. Herabsetzung oder Verunglimpfung (§ 4 Nr. 1 UWG) .....	128
2. Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG) .....	133
3. Unlautere Nachahmung (§ 4 Nr. 3 UWG) .....	139
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 Abs. 1 S. 1, S. 2, Abs. 2 UWG) .....	180
3. Eignung zur Veranlassung zu einer geschäftlichen Entscheidung, die der Marktteilnehmer andernfalls nicht getroffen hätte .....	195
4. Fallgruppen (Beispiele) .....	196

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

I. Unionsrecht .....	211
1. Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken ..	211
2. Irreführungsrichtlinie .....	211
II. §§ 5 und 5a, 5b UWG .....	212
1. Systematik, Anwendungsbereich, Struktur .....	212
2. Zweck .....	215
3. Auslegung .....	216

### § 8. Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)

I. Unionsrecht .....	257
1. Zweck .....	257
2. Regelungsinhalt .....	257
II. Umsetzung des Unionsrechts: § 6 UWG .....	258
1. Entstehungsgeschichte .....	258
2. Zweck und Struktur .....	258
3. Auslegung .....	260

### § 9. Unzumutbare Belästigungen (§ 7 UWG)

I. Unionsrecht .....	280
1. Art. 13 Datenschutz-Richtlinie 2002/58/EG .....	280
2. Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken ..	281
II. §§ 7, 7a UWG .....	281
1. Struktur der Norm .....	281
2. Zweck der Norm .....	283
3. Auslegung .....	285

**§ 10. Rechtsfolgen (§§ 8 bis 11 UWG)**

I. Unionsrecht .....	310
II. Sanktionen und Durchsetzung des UWG .....	311
III. Beseitigung und Unterlassung (§ 8 UWG) .....	312
1. Zweck und Struktur der Norm .....	312
2. Auslegung .....	313
IV. Schadensersatz (§ 9 UWG) .....	339
1. Zweck der Norm .....	339
2. Sachbefugnis .....	339
3. Tatbestand, Rechtswidrigkeit, Verschulden .....	341
4. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruchs (§§ 249 bis 254 BGB) .....	342
5. Schuldner des Schadensersatzanspruchs .....	348
6. Presseprivileg (§ 9 Abs. 3 UWG) .....	348
7. Prüfungsreihenfolge .....	351
V. Gewinnabschöpfung (§ 10 UWG) .....	351
1. Struktur der Norm .....	351
2. Zweck der Norm .....	352
3. Auslegung .....	353
4. Anspruchshöhe .....	356
5. Mehrheit von Gläubigern (§ 10 Abs. 3 UWG) .....	357
6. Auskunftserteilung (§ 10 Abs. 4 S. 1 UWG) .....	357
7. Aufwendungsersatz (§ 10 Abs. 4 S. 2 UWG) .....	358
8. Prüfungsreihenfolge .....	358
VI. Anspruch auf Auskunft und Rechnungslegung .....	359
1. Auskunft (§ 242 BGB) .....	359
2. Rechnungslegung (§ 242 BGB) .....	364
VII. Einwendungen und Einreden .....	365
1. Grundlagen .....	365
2. Verjährung (§ 11 UWG) .....	365
3. Einwilligung .....	375
4. Abwehr wettbewerbswidriger geschäftlicher Handlungen ..	375
5. Verwirkung .....	376

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

I. Unionsrecht .....	378
II. Außergerichtliches Vorgehen (§§ 13 Abs. 1, 13a UWG) .....	378
1. Begriff von Abmahnung und Unterwerfung .....	378
2. Zweck der Abmahnung .....	380
3. Rechtsnatur der Abmahnung .....	380
4. Wirksamkeitsvoraussetzungen für eine Abmahnung .....	381
5. Entbehrlichkeit der Abmahnung .....	381
6. Rechtsfolgen .....	382

III. Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung (§ 12 Abs. 1 UWG) .....	385
1. Voraussetzungen .....	385
2. Schadensersatz bei von Anfang an ungerechtfertigter Verfügung (§ 945 Alt. 1 ZPO) .....	386
IV. Befugnis zur Veröffentlichung eines gerichtlichen Urteils (§ 12 Abs. 2 UWG) .....	386
V. Streitwertminderung (§ 12 Abs. 3 UWG) .....	387
VI. Sachliche Zuständigkeit (§ 14 Abs. 1 UWG) .....	387
VII. Örtliche Zuständigkeit (§ 14 Abs. 2 UWG) .....	388
VIII. Einigungsstellen (§ 15 UWG) .....	389
<b>§ 12. Straf- und Bußgeldvorschriften (§§ 16, 19, 20 UWG)</b>	
I. Einführung .....	390
II. Strafbare Werbung (§ 16 UWG) .....	390
1. Zweck der Norm .....	390
2. Irreführende Werbung (§ 16 Abs. 1 UWG) .....	391
3. Progressive Kundenwerbung (§ 16 Abs. 2 UWG) .....	392
III. Bußgeldvorschriften (§ 19, 20 UWG) .....	393
<b>§ 13. Rechtlicher Schutz von Geschäftsgeheimnissen (GeschGehG)</b>	
I. Unionsrecht .....	394
II. GeschGehG .....	395
1. Zweck .....	395
2. Struktur .....	395
3. Schutzgegenstand .....	395
4. Schutzzumfang (§§ 3 bis 5 GeschGehG) .....	396
5. Rechtsfolgen bei Rechtsverletzung .....	397
6. Verhältnis zu anderen Vorschriften .....	398
Anhang: Klausur .....	400
Sachverzeichnis .....	407