

Inhalt

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Einleitung | 9 |
| 1.1 | An wen richtet sich diese Einführung in das Unlauterkeitsrecht?..... | 9 |
| 1.2 | Zur Benutzung der Publikation | 9 |
| 2 | Einführung in das Thema „Wettbewerbsrecht“ | 11 |
| 2.1 | Zweck des Wettbewerbsrechts | 11 |
| 2.2 | Systematische Grundlagen des Wettbewerbsrechts | 12 |
| 3 | Überblick über das Unlauterkeitsrecht | 15 |
| 3.1 | Sittenwidrige Wettbewerbshandlungen (§ 1 UWG)..... | 16 |
| 3.2 | Irreführende Werbung (§ 3 UWG)..... | 17 |
| 3.3 | Wettbewerbsrechtliche Nebengesetze | 17 |
| 4 | Einzelne sittenwidrige Wettbewerbshandlungen (§ 1 UWG) | 19 |
| 4.1 | Gefühlsbetonte Werbung, Werbung mit der Angst | 19 |
| 4.2 | Umwelt- und gesundheitsbezogene Werbung..... | 22 |
| 4.3 | Wertreklame: Rabatte, Zugaben, Kopplungsangebote und Kaufzwang | 26 |
| 4.3.1 | Die Aufhebung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung..... | 26 |
| 4.3.2 | Rabatte | 28 |
| 4.3.3 | Zugaben | 31 |
| 4.3.4 | Kopplungsangebote..... | 36 |
| 4.3.5 | Kaufzwang | 37 |
| 4.4 | Ausnutzen der Unerfahrenheit | 39 |
| 4.5 | Laienwerbung | 41 |
| 4.6 | Gewinnspiele, Tombolas und Verlosungen | 43 |
| 4.7 | Telefon-, Telefax-, E-Mail- und SMS-Werbung..... | 46 |
| 4.8 | Briefkastenwerbung | 48 |
| 4.9 | Vertreterbesuche | 48 |
| 4.10 | Zusenden unbestellter Ware | 49 |

| | | |
|----------|--|-----------|
| 4.11 | Tarnung von Werbemaßnahmen | 49 |
| 4.11.1 | Redaktionell gestaltete Anzeigen | 50 |
| 4.11.2 | Andere Formen getarnter Werbung | 52 |
| 4.12 | Behinderung der Wettbewerber | 52 |
| 4.13 | Ausbeutung | 55 |
| 4.14 | Rechtsbruch | 57 |
| 4.14.1 | Preisangabenverordnung | 57 |
| 4.14.2 | Ladenschlussgesetz | 63 |
| 5 | Vergleichende Werbung (§ 2 UWG) | 64 |
| 5.1 | Vorliegen vergleichender Werbung | 64 |
| 5.2 | Zulässigkeitsvoraussetzungen | 64 |
| 6 | Irreführende Werbung (§ 3 UWG) | 68 |
| 6.1 | Grundlagen des Irreführungsverbots | 68 |
| 6.1.1 | Unwahre Werbebehauptungen | 68 |
| 6.1.1 | Wahre Werbebehauptungen | 69 |
| 6.2 | Wichtige Fallgruppen der Irreführung | 71 |
| 6.2.1 | Irreführung über die stoffliche Beschaffenheit einer Ware | 71 |
| 6.2.2 | Irreführung über Eigenschaften und Qualität | 71 |
| 6.2.3 | Irreführung über die geografische oder betriebliche Herkunft | 73 |
| 6.2.4 | Irreführung über die Herstellungsart | 73 |
| 6.2.5 | Irreführung über die Vorratsmenge | 74 |
| 6.2.6 | Alleinstellungswerbung | 75 |
| 6.2.7 | Irreführung über die Preisbemessung | 76 |
| 6.2.8 | Irreführung über den Verkaufsanlass | 78 |
| 6.2.9 | Irreführung über den Betrieb | 78 |
| 6.2.10 | Umwelt- und gesundheitsbezogene Werbung | 80 |
| 6.2.11 | Spezialgesetzliche Irreführungstatbestände | 81 |
| 7 | Progressive Kundenwerbung (§ 6c UWG) | 82 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 8 | Sonderveranstaltungen (§ 7 UWG) | 84 |
| 8.1 | Grundsätzliches Verbot von Sonderveranstaltungen | 85 |
| 8.2 | Ausnahmen..... | 87 |
| 8.3 | Zulässige und unzulässige Werbeaussagen | 89 |
| 9 | Räumungsverkäufe (§ 8 UWG) | 91 |
| 9.1 | Räumungsverkäufe wegen Aufgabe des gesamten Geschäftsbetriebs (§ 8 Abs. 2 UWG) | 92 |
| 9.2 | Räumungsverkäufe wegen eines Schadens infolge höherer Gewalt (§ 8 Abs. 1 Nr. 1 UWG) | 93 |
| 9.3 | Räumungsverkäufe wegen eines genehmigungspflichtigen Umbauvorhabens (§ 8 Abs. 1 Nr. 2 UWG)..... | 94 |
| 9.4 | Zulässige und unzulässige Werbeaussagen | 95 |
| 10 | Spezialgesetzliche Werberegeln | 97 |
| 11 | Wettbewerbsverletzungen in der Praxis | 99 |
| 11.1 | Vorgehen gegen einen fremden Wettbewerbsverstoß..... | 99 |
| 11.1.1 | Abmahnung | 100 |
| 11.1.2 | Unterlassungserklärung | 104 |
| 11.1.3 | Anrufung der Einigungsstelle | 107 |
| 11.1.4 | Inanspruchnahme des Gerichts | 107 |
| 11.1.5 | Störer..... | 108 |
| 11.2 | Verhalten bei Abmahnung | 110 |
| | Die Grundsätze im Überblick | 113 |
| | Anhang: Gesetzestexte | 117 |
| | A. UWG (Auszug) | 117 |
| | B. Preisangabenverordnung (Auszug) | 121 |
| | C. Teledienstegesetz (Auszug) | 125 |
| | D. GWB (Auszug) | 127 |
| | Stichwortverzeichnis | 130 |