

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 Werberegelungen	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. Teledienstgesetz (Auszug)	125
D. GWB (Auszug)	127
Stichwortverzeichnis	130