

## Inhaltsverzeichnis

Lernziele .....	9
A. Das Verhältnis von § 3 UWG zu den Tatbeständen der §§ 4–6 UWG.....	11
B. Unlauterkeit anhand der Katalogtatbestände des § 4 UWG .....	13
I. § 4 Nr. 1 UWG – Unsachliche Beeinflussung .....	13
1. Ausübung von Druck.....	13
2. Menschenverachtende Vorgehensweisen.....	14
3. Sonstiger unangemessener, unsachlicher Einfluss.....	17
II. § 4 Nr. 2 UWG – Ausnutzung besonderer Umstände .....	17
1. Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit oder Leichtgläubigkeit von Verbrauchern .....	17
2. Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit von Kindern oder Jugendlichen.....	18
3. Ausnutzung der Angst oder sonstiger Zwangslagen .....	19
III. § 4 Nr. 3 UWG – Verdeckte Werbung .....	19
1. Redaktionell getarnte Werbung.....	20
2. Product placement .....	20
3. Verschleierte Kontaktaufnahme .....	22
IV. § 4 Nr. 4 UWG – Transparenzgebot für Verkaufsförderungsmaßnahmen .....	22
V. § 4 Nr. 5 UWG – Transparenzgebot für Preisausschreiben und Gewinnspiele.....	23
VI. § 4 Nr. 6 UWG – Kopplungsverbot bei Preisausschreiben und Gewinnspielen .....	24
VII. § 4 Nr. 7 und 8 UWG – Äußerungen über Mitbewerber.....	25
VIII. § 4 Nr. 9 UWG – Ausbeutung fremder Leistung.....	26
IX. § 4 Nr. 10 UWG – Gezielte Behinderung .....	27
1. Absatz- und Vertriebsbehinderung .....	27
2. Werbebehinderung.....	30
3. Preisunterbietung .....	30
4. Betriebsstörung .....	31
5. Boykott .....	31
X. § 4 Nr. 11 UWG – Rechtsbruch.....	32

C. §§ 5, 5a UWG – Irreführendes Verhalten .....	35
I. Struktur des § 5 UWG .....	35
II. Irreführende geschäftliche Handlung .....	36
III. „Angaben“ in der Werbung .....	36
IV. Form der Werbung .....	37
V. Irreführende Angaben .....	38
1. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG – Irreführung über Umstände, die den verkauften Waren oder Dienstleistungen unmittelbar anhaften .....	38
a) Irreführung über Verfügbarkeit und Menge .....	39
b) Irreführung über Art, Ausführung, Zusammensetzung und Beschaffenheit .....	39
c) Irreführung über Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Vorteile, Risiken und Wirkung .....	41
d) Irreführung über Kundendienst und Beschwerdeverfahren .....	41
e) Irreführung über geografische oder betriebliche Herkunft .....	41
f) Irreführung über Tests .....	42
2. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG – Irreführung über Anlass, Umstände und Abwicklung des Verkaufs .....	42
3. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG – Irreführung über die geschäftlichen und persönlichen Verhältnisse des Werbenden .....	43
4. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 4 UWG – Irreführung über Aussagen im Zusammenhang mit Sponsoring .....	44
5. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 5 UWG – Irreführung über die Notwendigkeit einer Leistung .....	45
6. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 7 UWG – Irreführung über Rechte des Verbrauchers .....	45
7. § 5 Abs. 4 UWG – Werbung mit Preisherabsetzungen .....	45
8. § 3 Abs. 3 UWG i. V. m. Anhang Nr. 5 – Irreführung hinsichtlich der Vorratsmenge .....	46
D. § 6 UWG – Vergleichende Werbung .....	49
E. § 7 UWG – Unzumutbare Belästigungen .....	53

I.	§ 7 Abs. 1 S. 1 UWG – Aufdringliche geschäftliche Handlungen .....	54
1.	Zusendung unbestellter Waren .....	54
2.	Ansprechen in der Öffentlichkeit .....	54
3.	Haustürwerbung .....	55
II.	§ 7 Abs. 1 Satz 2 – Erkennbare Ablehnung von Werbung...	55
III.	§ 7 Abs. 2 Nr. 1 – Hartnäckiges Ansprechen .....	56
IV.	§ 7 Abs. 2 Nr. 2 – Telefonwerbung .....	56
V.	§ 7 Abs. 2 Nr. 3 und Nr. 4 UWG – Elektronische Werbung .....	59
1.	Werbung per Fax gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG .....	60
2.	Werbung mit elektronischer Post gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 und Nr. 4 i. V. m. § 7 Abs. 3 UWG.....	60
VI.	§ 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG – Anonyme elektronische Werbung..	63
F.	Rechtsschutz.....	65

*Stand dieses Buches: April 2010*