

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Literaturverzeichnis	XXXI
A. Grundlagen	1
§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen	1
§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten.	11
§ 3. Unionsrecht	38
§ 4. Entwicklungsetappen	59
§ 5. Schutzzwecke und geschützte Interessen	68
§ 6. Grundbegriffe	79
§ 7. Grundstrukturen und Generalklauseln	122
B. Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen	149
§ 8. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor Irreführungen	150
§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen	175
§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen	199
§ 11. Geschäftliche Transparenz	231
C. Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer	279
§ 12. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor aggressiven Einflussnahmen	280
§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen	293
D. Behinderung und Nachahmung	315
§ 14. Aussagen über Mitbewerber	316
§ 15. Unlautere Nachahmungen	339
§ 16. Gezielte Behinderung	382
E. Weitere unlautere Verhaltensweisen	399
§ 17. Vergleichende Werbung	400
§ 18. Unzumutbare Belästigung	419
§ 19. Rechtsbruch	444
§ 20. Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit	463

Inhaltsübersicht

F. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	481
§ 21. Gläubiger und Schuldner wettbewerbsrechtlicher Ansprüche	482
§ 22. Unterlassung und Beseitigung	503
§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung.....	522
§ 24. Rechtsdurchsetzung.....	539
G. Geschäftsgeheimnisse	569
§ 25. Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen	570
§ 26. Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	597
Verzeichnis der Schaubilder	625
Stichwortverzeichnis	627

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Literaturverzeichnis	XXXI
A. Grundlagen	1
§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen	1
I. Lauterkeitsrecht als Recht der geschäftlichen Handlungen	1
II. Terminologie	2
III. Rechtsquellen	2
1. Nationales Recht	2
2. Unionsrecht	3
3. Richterrecht	3
4. Internationale Abkommen	5
IV. Aufbau und Regelungsinhalt des UWG im Überblick	7
V. Lauterkeitsrechtliche Literatur	9
1. Kommentare	9
2. Handbücher	9
3. Lehr- und Fallbücher	9
4. UGP-RL und Internationales Lauterkeitsrecht	10
§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	11
I. Systematische Einordnung	12
1. Ausgangsüberlegungen	12
2. Rechtliche Charakteristik	13
II. Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	16
1. Verhältnis zum Grundgesetz	16
2. Verhältnis zum bürgerlichen Recht	22
3. Verhältnis zum Unterlassungsklagengesetz	30
4. Verhältnis zum Immaterialgüterrecht	31
5. Verhältnis zum Geschäftsgeheimnisschutz	32
6. Verhältnis zum Kartellrecht	32
7. Verhältnis zum Vergabe- und Beihilferecht	34
III. Vorschriften zur Regelung besonderer Aspekte unlauterer geschäftlicher Handlungen, § 1 II UWG	35

Inhaltsverzeichnis

1. Besondere Aspekte	36
2. Normenkollision.....	36
3. Spezialvorschriften, die in UWG-Tatbestände integriert sind	37
§ 3. Unionsrecht	38
I. Primärrecht.....	39
1. Abbau von Handelshemmnissen.....	39
2. Verbraucherschutz.....	40
II. Sekundärrecht.....	40
1. Verordnungen.....	41
2. Richtlinien	42
3. Einzelheiten zur UGP-RL.....	47
III. Anwendbares Recht	57
§ 4. Entwicklungsetappen.....	59
I. Herausbildung des Lauterkeitsrechts.....	59
II. UWG 1896	60
III. UWG 1909	61
IV. UWG 2004	63
V. UWG 2008	64
VI. Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken.....	65
VII. UWG 2015	65
VIII. GeschGehG	65
IX. Gesetz zur Änderung des Telemediengesetzes und weiterer Gesetze....	66
X. Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs	66
XI. Gesetz für faire Verbraucherträge	67
XII. UWG 2022	67
§ 5. Schutzzwecke und geschützte Interessen	68
I. Schutzzwecke	68
1. Inhalt und Funktion des § 1 I UWG	68
2. Verhältnis der Schutzzwecke zueinander	70
3. Integriertes Regelungsmodell des UWG	70
4. Systematisierung der UWG-Vorschriften nach Schutzzwecken	72
5. Schutzzwecke und Interessenabwägung.....	73
II. Lauterkeitsrechtlich geschützte Interessen	73
1. Mitbewerber	73
2. Verbraucher	74
3. Sonstige Marktteilnehmer.....	75
4. Allgemeinheit	76
III. Wettbewerb und Wettbewerbsleitbild des UWG	77

§ 6. Grundbegriffe.....	79
I. Geschäftliche Entscheidung, § 2 I Nr. 1 UWG	80
II. Geschäftliche Handlung, § 2 I Nr. 2 UWG	81
1. Allgemeines	81
2. Handlungen vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss	84
3. Unmittelbarer und objektiver Zusammenhang	85
4. Beispiele aus der Rechtsprechung	88
5. Problematische Konstellationen	89
6. Geschäftliche Handlung und Werbung.....	94
III. Marktteilnehmer, § 2 I Nr. 3 UWG	96
IV. Mitbewerber, § 2 I Nr. 4 UWG	96
1. Allgemeines	96
2. Unternehmer	97
3. Konkretes Wettbewerbsverhältnis	97
V. Nachricht, § 2 I Nr. 5 UWG	108
VI. Online-Marktplatz, § 2 I Nr. 6 UWG	109
VII. Ranking, § 2 I Nr. 7 UWG	109
VIII. Unternehmer, § 2 I Nr. 8 UWG.....	110
IX. Unternehmerische Sorgfalt, § 2 I Nr. 9 UWG	112
1. Allgemeines	112
2. Abgrenzung zur verkehrserforderlichen Sorgfalt	113
3. Anforderungen	113
X. Verhaltenskodex, § 2 I Nr. 10 UWG	115
1. Allgemeines	115
2. Abgrenzung zu Wettbewerbsregeln nach §§ 24 ff. GWB	116
3. Lauterkeitsrechtliche Bedeutung von Verhaltenskodizes	117
XI. Wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers, § 2 I Nr. 11 UWG	117
XII. Verbraucher, § 2 II UWG.....	118
1. Verbraucherbegriff, § 13 BGB	118
2. Verbraucherleitbild, § 3 IV UWG	120
§ 7. Grundstrukturen und Generalklauseln	122
I. Überblick	122
II. Struktur des § 3 UWG.....	123
1. Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen, § 3 I UWG.....	124
2. Verbrauchergeneralklausel, § 3 II UWG.....	126
3. »Schwarze Liste«, § 3 III UWG	128
4. Beurteilungsmaßstab für geschäftliche Handlungen, § 3 IV UWG.....	134
III. Prüfung der Unlauterkeit einer geschäftlichen Handlung	140

Inhaltsverzeichnis

1. Geschäftliche Handlungen innerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL	140
2. Geschäftliche Handlungen außerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL	143
3. »Doppelrelevante« geschäftliche Handlungen	143
IV. Geschäftliche Relevanz und Spürbarkeit	145
1. Rechtliche Einordnung und Funktion	145
2. Geschäftliche Relevanz	145
3. Spürbarkeit	146
4. Beispiele aus der Rechtsprechung	147
B. Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen.	149
§ 8. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor Irreführungen	150
I. Irreführungen in Bezug auf Verhaltenskodizes	151
1. Nr. 1 Anhang UWG	151
2. Nr. 3 Anhang UWG	152
II. Irreführungen über die Eigenschaften einer Ware oder Dienstleistung oder über Qualitätsvorstellungen	152
1. Nr. 2 Anhang UWG	152
2. Nr. 4 Anhang UWG	153
3. Nr. 9 Anhang UWG	154
4. Nr. 13 Anhang UWG	154
5. Nr. 16 Anhang UWG	157
6. Nr. 17 Anhang UWG	158
III. Irreführungen über die Umstände eines Geschäfts	158
1. Nr. 5 Anhang UWG	158
2. Nr. 7 Anhang UWG	159
3. Nr. 12 Anhang UWG	160
4. Nr. 15 Anhang UWG	160
5. Nr. 18 Anhang UWG	161
6. Nr. 23a Anhang UWG	161
IV. Irreführungen im Zusammenhang mit Verkaufsförderungsmaßnahmen ..	162
1. Nr. 19 Anhang UWG	162
2. Nr. 20 Anhang UWG	162
V. Vertrags- und leistungsbezogene Irreführungen	163
1. Nr. 6 Anhang UWG	163
2. Nr. 8 Anhang UWG	164
3. Nr. 10 Anhang UWG	165

4. Nr. 23 Anhang UWG	166
VI. Irreführungen über die Erkennbarkeit einer geschäftlichen Handlung	166
1. Nr. 11 Anhang UWG	166
2. Nr. 11a Anhang UWG	169
3. Nr. 21 Anhang UWG	170
4. Nr. 22 Anhang UWG	171
VII. Verbraucherbewertungen	172
1. Nr. 23b Anhang UWG	172
2. Nr. 23c Anhang UWG	172
VIII. Schneeball- und Pyramidensysteme	174
§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen	175
I. Überblick	175
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	176
2. Vorgaben des Unionsrechts	177
II. Allgemeines Irreführungsverbot, § 5 I und II UWG	178
1. Angabe	178
2. Gegenstand der Irreführung	180
3. Unwahr oder sonst zur Täuschung geeignet	183
4. Geschäftliche Relevanz	190
5. Verhältnismäßigkeit	191
III. Spezielle Irreführungstatbestände, § 5 III und V UWG	192
1. Schutz vor Verwechslungen, § 5 III Nr. 1 UWG	192
2. Irreführung über die Produktqualität, § 5 III Nr. 2 UWG	193
3. Irreführung über Preisherabsetzungen, § 5 V UWG	194
IV. Irreführung durch Unterlassen	195
V. Unwahre öffentliche Werbung und vermögensgefährdende Vertriebssysteme	195
1. Unwahre öffentliche Werbung, § 16 I UWG	195
2. Schneeball- und Pyramidensysteme	196
§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen	199
I. Überblick	200
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	201
2. Vorgaben des Unionsrechts	202
II. Grundtatbestand des Vorenthalts wesentlicher Informationen, § 5a I bis III UWG	203
1. Information	203
2. Wesentlichkeit	203
3. Benötigen der Information, § 5a I Nr. 1 UWG	208
4. Vorenthalten der Information, § 5a I und II UWG	209

Inhaltsverzeichnis

5. Geschäftliche Relevanz, § 5a I Nr. 2 UWG	212
III. Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks, § 5a IV UWG	212
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	213
2. Kommerzieller Zweck	214
3. Nichtkenntlichmachen	216
4. Geschäftliche Relevanz	219
5. Beispiele aus der Rechtsprechung	219
IV. Wesentliche Informationen gegenüber Verbrauchern, § 5b UWG	222
1. Basisinformationen, § 5b I UWG	222
2. Informationen beim Ranking, § 5b II UWG	226
3. Verbraucherbewertungen, § 5b III UWG	228
4. Unionsrechtliche Informationspflichten, § 5b IV UWG	229
§ 11. Geschäftliche Transparenz	231
I. Erkennbarkeit geschäftlicher Handlungen in Presse, Rundfunk und audiovisuellen Medien	232
1. Überblick	233
2. Presse	234
3. Rundfunk und audiovisuelle Medien	240
II. Erkennbarkeit von geschäftlichen Handlungen in Telemedien und weiteren Bereichen	248
1. Telemedien	248
2. Insbesondere: soziale Netzwerke, Blogs und Influencer-Marketing	251
3. Kinofilme	253
III. Transparenz bei Verkaufsförderungsmaßnahmen	254
1. Überblick	254
2. Verkaufsförderungsmaßnahmen	256
3. Bedingungen der Inanspruchnahme	258
4. Zugänglichkeit und Verständlichkeit	263
5. Zeitpunkt der Information	266
IV. Transparenz bei Preisausschreiben und Gewinnspielen	266
1. Überblick	266
2. Preisausschreiben und Gewinnspiele	268
3. Teilnahmebedingungen	268
4. Zugänglichkeit und Verständlichkeit	270
5. Zeitpunkt der Information	271
V. Transparenz auf Online-Plattformen, insbesondere P2B-VO	272
1. Normadressaten und geschützte Markakteure	272
2. Transparenzanforderungen im Einzelnen	274
3. Rechtsschutz	276

C. Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer	279
§ 12. Spezielle Tatbestände der »Schwarzen Liste« zum Schutz der Verbraucher vor aggressiven Einflussnahmen	280
I. Einschüchterung und hartnäckiges Ansprechen	280
1. Nr. 24 Anhang UWG.	280
2. Nr. 25 Anhang UWG.	281
3. Nr. 26 UWG	282
II. Erschweren oder Verweigern von Versicherungsleistungen	283
III. Kaufappelle gegenüber Kindern	284
1. Nr. 28 Anhang UWG.	284
2. Ergänzende Regelung durch § 6 II Nr. 2 JMSv	285
IV. Zahlungsaufforderungen.	286
1. Nr. 29 Anhang UWG.	286
2. Nr. 32 Anhang UWG	288
V. Ausnutzen von Hilfsbereitschaft	290
VI. Unzutreffendes Inaussichtstellen von Preisen und Gewinnen	290
§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen	293
I. Überblick	293
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	293
2. Vorgaben des Unionsrechts	295
II. Aggressive Einflussnahme, § 4a UWG	295
1. Ziel der Einwirkung	295
2. Mittel der Einflussnahme	296
3. Beurteilungskriterien, § 4a II UWG	303
4. Geschäftliche Relevanz	309
III. Beispiele aus der Rechtsprechung	309
1. Abwehr von Ansprüchen.	309
2. Aleatorische Anreize	310
3. Appell an die soziale Verantwortung	310
4. Autoritätswerbung und Gruppendruck.	311
5. Kündigungshilfen	311
6. Verkaufsförderungsmaßnahmen	312
7. Zusenden von Waren oder Dienstleistungen.	313
D. Behinderung und Nachahmung	315
§ 14. Aussagen über Mitbewerber	316
I. Überblick	317
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	317

Inhaltsverzeichnis

2.	Verhältnis zur UGP-RL	318
3.	Verhältnis zu anderen Vorschriften	319
II.	Herabsetzung oder Verunglimpfung, § 4 Nr. 1 UWG	321
1.	Äußerung als geschäftliche Handlung	321
2.	Gegenstand der Äußerung	322
3.	Art und Weise der Äußerung	322
III.	Tatsachenbehauptungen, § 4 Nr. 2 UWG	331
1.	Äußerung als geschäftliche Handlung	331
2.	Tatsache und Gegenstand der Äußerung	332
3.	Art und Weise der Äußerung	332
4.	Eignung zur Geschäfts- oder Kreditschädigung	334
5.	Nichterweislichkeit der Wahrheit	335
6.	Vertrauliche Mitteilungen	335
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung	336
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung	336
1.	Widerrufsanspruch	336
2.	Schadensersatzanspruch	336
3.	Anspruchsberechtigung	337
4.	Urteilsveröffentlichung	338
§ 15. Unlautere Nachahmungen	339
I.	Überblick	340
1.	Entwicklung und Funktion	340
2.	Schutzzweck	342
3.	Verhältnis zur UGP-RL	343
4.	Regelungssystematik	344
II.	Voraussetzungen	344
1.	Anbieten	344
2.	Geschützte Erzeugnisse	345
3.	Wettbewerbliche Eigenart	346
4.	Nachahmung des Originals	356
5.	Wechselwirkung	360
6.	Unlauterkeitsbegründende Umstände	361
III.	Zeitliche Begrenzung	374
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung	375
V.	Besonderheiten der Rechtsfolgen und Rechtsdurchsetzung	375
1.	Unterlassungsanspruch	375
2.	Beseitigungsanspruch	376
3.	Schadensersatzanspruch	376
4.	Anspruchsberechtigung	376

5. Auskunfts- und Besichtigungsanspruch	377
VI. Unlautere Nachahmungen, Immaterialgüterrecht und Schutz von Geschäftsgeheimnissen	378
1. Dogmatische Unterschiede	378
2. Verhältnis zum Markenrecht	379
3. Verhältnis zum Design- und Geschmacksmusterrecht	380
4. Verhältnis zum Urheberrecht	381
5. Verhältnis zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen	381
§ 16. Gezielte Behinderung	382
I. Überblick	382
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	382
2. Verhältnis zum Unionsrecht	383
3. Mitbewerberbehinderung und allgemeine Marktstörung	384
4. Mitbewerberbehinderung und Kartellrecht	384
II. Mitbewerber	386
III. Gezielte Behinderung	386
1. Behinderung	387
2. Gezielt	387
3. Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung	390
IV. Beispiele aus der Rechtsprechung	391
1. Abwerben von Kunden	391
2. Abwerben von Mitarbeitern	392
3. Boykottaufrufe	393
4. Schutz des Vertriebs	395
5. Schutz von Waren und Dienstleistungen	396
6. Schutz von Werbung, Marketing und Marktkommunikation	397
7. Schutz vor Nachahmungen	398
V. Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung	398
E. Weitere unlautere Verhaltensweisen	399
§ 17. Vergleichende Werbung	400
I. Überblick	400
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	400
2. Vorgaben des Unionsrechts	402
II. Begriff der vergleichenden Werbung, § 6 I UWG	402
1. Werbung	402
2. Erkennbarmachen eines Mitbewerbers oder seiner Waren oder Dienstleistungen	402
3. Vergleich	405

Inhaltsverzeichnis

III.	Zulässigkeit der vergleichenden Werbung, § 6 II UWG	406
1.	Fehlende Aussagekraft des Vergleichs, § 6 II Nr. 1 und 2 UWG	406
2.	Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr, § 6 II Nr. 3 UWG	410
3.	Ausnutzen oder Beeinträchtigen des Rufes, § 6 II Nr. 4 UWG	411
4.	Herabsetzen oder Verunglimpfen, § 6 II Nr. 5 UWG	413
5.	Vergleichende Imitationswerbung, § 6 II Nr. 6 UWG	415
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung	417
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung	417
VI.	Vergleichende Werbung und Markenrecht	417
§ 18. Unzumutbare Belästigung	419	
I.	Überblick	420
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	420
2.	Verhältnis zum Unionsrecht	422
3.	Verhältnis zu § 4a UWG	425
II.	Verbot unzumutbarer Belästigungen, § 7 I 1 UWG	426
1.	Belästigung	426
2.	Unzumutbarkeit	427
3.	Beispiele aus der Rechtsprechung	428
III.	Unerwünschte Werbung, § 7 I 2 UWG	432
1.	Werbung	432
2.	Erkennbar unerwünscht	433
IV.	Stets unzumutbare Belästigungen, § 7 II UWG	434
1.	Telefonwerbung, § 7 II Nr. 1 UWG	435
2.	Anrufmaschinen, Fax und elektronische Post, § 7 II Nr. 2 UWG	441
3.	Werbung mit Nachrichten, § 7 II Nr. 3 UWG	442
V.	Bußgeldsanktionen, § 20 UWG	442
§ 19. Rechtsbruch	444	
I.	Überblick	445
1.	Funktion, Schutzzweck und Regelungssystematik	445
2.	Verhältnis zur UGP-RL	446
3.	Kritik	448
II.	Gesetzliche Vorschrift	449
III.	Regelung des Marktverhaltens im Interesse der Marktteilnehmer	450
1.	Grundanforderungen	450
2.	Marktzutrittsregelungen	453
3.	Abstimmung von § 3a UWG mit der spezialgesetzlichen Rechtsdurchsetzung	455
4.	Beispiele aus der Rechtsprechung	458
IV.	Zuwiderhandlung	460

V.	Spürbarkeit	460
1.	Rechtliche Einordnung	460
2.	Wertungskriterien	461
§ 20.	Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit	463
I.	Überblick	463
1.	Funktionen und Regelungssystematik	463
2.	Lauterkeitsrechtlicher Beurteilungsmaßstab	464
II.	Fallgruppen	465
1.	Allgemeine Marktstörung	465
2.	Einflussnahme auf den Wettbewerb durch die öffentliche Hand	468
3.	Fruchtziehungsverbot	469
4.	Komplexe Interessenabwägung außerhalb der Regelbeispiele	469
5.	Nicht aggressive Einflussnahme auf die Entscheidungsfreiheit	470
6.	Unmittelbarer Leistungsschutz	476
7.	Verletzung einer lauterkeitsrechtlichen Verkehrspflicht	477
F.	Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	481
§ 21.	Gläubiger und Schuldner wettbewerbsrechtlicher Ansprüche	482
I.	Überblick	482
II.	Gläubiger	483
1.	Mitbewerber	485
2.	Qualifizierte Wirtschaftsverbände	487
3.	Qualifizierte Einrichtungen	491
4.	Kammern, berufsständische Körperschaften und Gewerkschaften	493
5.	Besonderheiten bei Verstößen gegen die P2B-VO	494
III.	Schuldner	495
1.	Täter	495
2.	Teilnehmer	497
3.	Mitarbeiter und Beauftragte	498
4.	Geschäftsführung	500
5.	Verantwortlichkeit von Providern	501
6.	Exkurs: Frühere Störerhaftung	502
§ 22.	Unterlassung und Beseitigung	503
I.	Überblick	503
II.	Unterlassungsansprüche	504
1.	Voraussetzungen	505
2.	Inhalt und Umfang des Anspruchs	508
III.	Beseitigungsanspruch	511

Inhaltsverzeichnis

1. Voraussetzungen	513
2. Inhalt und Umfang des Anspruchs	514
IV. Verjährung	514
V. Rechtsmissbrauch und Verwirkung	515
1. Rechtsmissbrauch, § 8c UWG	515
2. Verwirkung, § 242 BGB	520
§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung	522
I. Überblick	522
II. Schadensersatzansprüche	523
1. Schadensersatzanspruch der Mitbewerber, § 9 I UWG	524
2. Schadensersatzanspruch der Verbraucher, § 9 II UWG	530
3. Presseprivileg, § 9 III UWG	534
III. Gewinnabschöpfungsanspruch	534
1. Voraussetzungen	535
2. Inhalt und Umfang des Anspruchs	536
3. Gewinnabschöpfung und Prozessfinanzierer	537
IV. Verjährung	538
§ 24. Rechtsdurchsetzung	539
I. Überblick	540
II. Außergerichtliche Rechtsdurchsetzung	542
1. Abmahnung, § 13 UWG	542
2. Unterwerfungsvertrag	549
3. Einigungsstellen der IHKs, § 15 UWG	552
III. Besonderheiten der gerichtlichen Rechtsdurchsetzung	553
1. Gerichtliche Rechtsdurchsetzung im Überblick	553
2. Zuständigkeit, § 14 UWG	557
3. Vermutung der Dringlichkeit bei einstweiligen Verfügungen, § 12 I UWG	562
4. Urteilsveröffentlichung, § 12 II UWG	563
5. Streitwertbegünstigung, § 12 III und IV UWG	563
6. Abschlusssschreiben und Abschlussserklärung	564
IV. Bußgeldsanktionen	566
1. Weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unionsdimension	566
2. Weitere Bußgeldtatbestände	567
V. Sonstige Instrumente zum Schutz von Verbraucherinteressen	567
1. Sektoruntersuchungen durch das BKartA	567
2. BKartA als <i>amicus curiae</i>	568

G. Geschäftsgesheimnisse	569
§ 25. Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgesheimnissen	570
I. Überblick	571
1. Geschäftsgesheimnisse und Wettbewerb	571
2. Entwicklung des Schutzes von Geschäftsgesheimnissen	572
3. Vorgaben des Unionsrechts	573
4. Aufbau und Regelungsgehalt des GeschGehG	574
5. Auslegung	574
6. Literatur zum Geschäftsgesheimnisschutz	575
7. Rechtliche Einordnung und Verhältnis des GeschGehG zum UWG sowie zum Sonderrechtsschutz	575
II. Schutzzweck und Anwendungsbereich des GeschGehG	577
1. Schutzzweck	577
2. Anwendungsbereich	577
III. Schutzgegenstand des GeschGehG und geschützte Personen	578
1. Geschäftsgesheimnis, § 2 Nr. 1 GeschGehG	578
2. Inhaber des Geschäftsgesheimnisses, § 2 Nr. 2 GeschGehG	584
IV. Erlaubte Handlungen	585
1. Eigenständige Entdeckung oder Schöpfung, § 3 I Nr. 1 GeschGehG	585
2. Reverse Engineering, § 3 I Nr. 2 GeschGehG	585
3. Informations- und Anhörungsrechte, § 3 I Nr. 3 GeschGehG	586
4. Sonstige erlaubte Handlungen	586
V. Rechtsverletzungen	587
1. Rechtsverletzer	587
2. Rechtsverletzende Handlungen	587
VI. Schranken des Geheimnisschutzes	591
1. Meinungs- und Medienfreiheit, § 5 Nr. 1 GeschGehG	592
2. Whistleblowing, § 5 Nr. 2 GeschGehG	593
3. Aufgabenerfüllung durch Arbeitnehmervertretung, § 5 Nr. 3 GeschGehG	596
4. Sonstige berechtigte Interessen	596
§ 26. Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	597
I. Überblick	598
II. Gläubiger und Schuldner	599
1. Gläubiger	599
2. Schuldner	599
III. Ansprüche bei Rechtsverletzungen und Grenzen der Ansprüche	601

Inhaltsverzeichnis

1.	Abwehransprüche, § 6 GeschGehG	601
2.	Spezielle Störungsbeseitigung, § 7 GeschGehG	602
3.	Auskunftsanspruch, § 8 GeschGehG	605
4.	Unverhältnismäßigkeit, § 9 GeschGehG	607
5.	Schadensersatz, § 10 GeschGehG	607
6.	Abfindung, § 11 GeschGehG	610
7.	Verjährung und Herausgabe nach Verjährung.	613
8.	Missbrauchsverbot, § 14 GeschGehG.	613
IV.	Verfahrensrechtliche Besonderheiten.	614
1.	Zuständigkeit, § 15 GeschGehG	614
2.	Geheimhaltung im Verfahren, §§ 16 bis 20 GeschGehG	615
3.	Urteilsbekanntmachung, § 21 GeschGehG.	620
4.	Streitwertbegünstigung, § 22 GeschGehG	620
V.	Strafrechtlicher Schutz von Geschäftsgeheimnissen.	621
1.	Strafrechtliche Einordnung.	621
2.	Tatbestände im Einzelnen.	622
	Verzeichnis der Schaubilder.	625
	Stichwortverzeichnis	627