

Inhaltsübersicht

	Seite	Rdnr.
I. Teil: Grundlagen	1	1
§ 1 Begriff, Gegenstand und inhaltliche Charakteristika	1	1
§ 2 Unlauterer Wettbewerb und wettbewerbstheoretische Aspekte	40	103
§ 3 Rechtsgeschichtliche Entwicklung in Deutschland	79	213
II. Teil: Völkerrecht, Gemeinschaftsrecht, Internationales Recht	140	350
1. Abschnitt: Völkerrecht	140	350
§ 4 Überblick zum Völkerrecht	140	350
2. Abschnitt: Gemeinschaftsrecht	151	380
§ 5 Unlauterer Wettbewerb, Europa und nationale Rechtsordnungen	151	380
§ 6 Wettbewerb, Verbraucherschutz und Binnenmarkt	177	438
§ 7 Warenverkehrsfreiheit	198	490
§ 8 Europäisches Sekundärrecht	245	612
§ 9 Kollisionsrecht	284	714
III. Teil: Deutsches Recht, Rechtsgrundlagen und Rechtsanwendung	301	763
§ 10 Verfassungsrecht	301	763
§ 11 Grundstrukturen und Schutzzwecke des UWG	313	787
§ 12 Sachliche Anwendbarkeit und Grundbegriffe des UWG	337	854
§ 13 Unlauterkeit, Generalklausel und wettbewerbsfunktionale Rechtsanwendung	371	958
IV. Teil: Wettbewerbsfunktionale Schutzrichtungen	410	1063
1. Abschnitt: Verbraucher	410	1063
§ 14 Verbraucherschutz und Wettbewerbsrecht	410	1063
§ 15 Schutz der Verbraucherautonomie	435	1131

	Seite	Rdnr.
§ 16 Schutz der Entscheidungsgrundlage	451	1174
§ 17 Schutz des Entscheidungsprozesses	578	1567
§ 18 Schutz besonders schutzbedürftiger Verbraucher	604	1638
2. Abschnitt: Mitbewerber	617	1677
§ 19 Mitbewerberschutz und Wettbewerbsrecht	617	1677
§ 20 Schutz der unternehmerischen Entscheidungsfreiheit . . .	647	1768
§ 21 Schutz vor Ausschluss vom Wettbewerb	658	1796
§ 22 Schutz vor Innovationsstörungen	682	1866
§ 23 Schutz vor Zurechnungsstörungen	723	1979
§ 24 Schutz vor dysfunktionalen Störungen	774	2116
3. Abschnitt: Weitere Schutzrichtungen	790	2160
§ 25 Schutz sonstiger Marktteilnehmer	790	2160
§ 26 Schutz vor Wettbewerbsgefährdung und Schneeballsystemen	828	2262
V. Teil: Äußere Grenzen	857	2342
§ 27 Grundrechte	857	2342
§ 28 Belästigung, § 7 UWG	865	2371
§ 29 Allgemeinheitsinteressen	891	2447
VI. Teil: Rechtsbruch, Abwehr	899	2469
§ 30 Rechtsbruch, § 4 Nr. 11 UWG	899	2469
§ 31 Abwehr	928	2555
VII. Teil: Zivilrechtliche Sanktionierung	939	2586
§ 32 Institutioneller und individueller Zivilrechtsschutz	939	2586
§ 33 Ansprüche	966	2673
§ 34 Außergerichtliche Verfahren (Überblick)	1014	2814
Normenverzeichnis	1029	
Stichwortverzeichnis	1033	
Entscheidungsverzeichnis	1053	

Inhaltsverzeichnis

	Seite	Rdnr.
Vorwort	V	
Inhaltsübersicht	VII	
Abkürzungsverzeichnis	XLIII	
Normen und Materialien	LI	
Literatur	LV	
 I. Teil: Grundlagen	 1	 1
§ 1 Begriff, Gegenstand und inhaltliche Charakteristika	1	1
A. Terminologie	2	2
B. Wettbewerbliche Individualinteressen	3	5
I. Archetypen unzulässiger Konkurrentenpraktiken	4	7
II. Grenzen des Konkurrentendeliktsrechts	6	12
1. Begrenzung auf subjektive Rechte	7	13
2. Schadensrecht, Kausalitäts- und Beweisanforderungen	8	16
C. Wettbewerbliche Kollektivinteressen	9	21
I. Ausgangsfragen	9	21
II. Anwendungsfälle	11	25
III. Anwendungsbereich und Schutzrichtung wettbewerbsrechtlicher Normen	11	27
D. Rechtsergänzungs- und Rechtsbildungsfunktion	14	33
I. Ausgangsfragen	14	33
II. Reichweite des Generaltatbestands	16	38
III. Veränderungs- und Beharrungstendenz der Gerichte	18	42
IV. Beispiele aus dem deutschen Recht	19	47
E. Sanktionierung	21	50
I. Ausgangsfragen	21	50
II. Zivilgerichtliches System	23	57
III. Behördensystem	24	60
IV. Selbstregulierungssystem	26	65
V. Kombinationsformen	28	70

	Seite	Rdnr.
F. Verhältnis zu Nachbargebieten	29	72
I. Deliktsrecht	29	73
1. Kollektivinteressen	30	76
2. Unterschiedliche materiell-rechtliche Maßstäbe	31	79
3. Ergänzungen und Überschneidungen	32	82
II. Vertragsrecht	34	86
III. Wirtschaftsrechtliche Nachbargebiete	36	90
1. Ausgangsfragen	36	90
2. Einzelheiten des deutschen Rechts	37	94
3. Kartellrecht	38	98
 § 2 Unlauterer Wettbewerb und wettbewerbstheoretische Aspekte	 40	 103
A. Grundfragen	40	103
I. Allgemeinheitsinteresse an unverfälschtem Wettbewerb, ethische Aspekte	40	105
II. Wettbewerbsfunktionen	43	110
1. Anpassungs- und Steuerungsfunktion	43	111
2. Fortschritts- und Auslesefunktion	45	115
3. Gesellschaftspolitische Funktion	48	122
III. Kausalität und Vorhersagbarkeit von Marktprozessen	49	124
1. Komplexität und Vielschichtigkeit des Wettbewerbs	49	125
2. Wettbewerbskonzeptionen	50	129
IV. Ökonomische und wettbewerbsrechtliche Fragestellungen	51	133
B. Unternehmerische Absatzpolitik	52	136
I. Überblick	53	137
II. Marktphasen	54	141
1. Markterschließung	54	142
2. Marktausweitung	55	144
3. Marktsicherung	56	146
III. Produktpolitik	57	149
1. Überblick	57	149
2. Strategische Aspekte	58	154
IV. Preispolitik	59	158
1. Überblick	59	158
2. Preisverhalten der Verbraucher	61	165
3. Preisstrategische Kundennutzen-Konzepte	62	169

	Seite	Rdnr.
V. Vertriebspolitik	63	171
1. Überblick	63	171
2. Einzelaspekte	64	174
3. Wahl der Einkaufsstätte durch die Verbraucher	65	176
VI. Kommunikationspolitik	65	177
1. Überblick	65	177
2. Einzelaspekte	66	180
C. Verhalten von Verbrauchern	67	182
I. Homo Oeconomicus und Fairness-Normen	67	183
II. Kaufentscheidungsverhalten	69	186
1. Involvement	69	188
2. Reaktanz	70	190
3. Einzelaspekte	71	192
D. Verhalten von Mitbewerbern und Unternehmen der Marktgegenseite	72	194
I. Strategie gegenüber Mitbewerbern	74	199
1. Marktführendes Unternehmen	74	201
2. Unternehmen anderer Marktstellung	75	202
3. Mehrpunkt Wettbewerb	77	206
II. Strategie gegenüber der unternehmerischen Marktgegenseite	77	207
1. Verhalten gegenüber Abnehmerunternehmen	77	208
2. Verhalten gegenüber Zuliefererunternehmen	78	211
§ 3 Rechtsgeschichtliche Entwicklung in Deutschland	79	213
A. Vorbemerkung und Überblick	79	213
B. Zünfte	80	217
I. Allgemeines	81	219
1. Entstehung und Entwicklung der Zünfte	81	220
2. Verfassungen der Zünfte	83	225
II. „Wettbewerbsrecht“ der Zünfte	85	229
1. Zunftinterner Bereich	86	231
2. Beschaffungstätigkeit	88	234
3. Absatztätigkeit	89	236
4. Zunftzwang	91	240
5. Sanktionierungssystem	93	243
a) Kontrollmechanismen	93	245
b) Gerichtsbarkeit	94	246
III. Rückgang der Zünfte	95	248
1. Zunft- und Gesellenunruhen	95	249
2. Aufblühen gewerblicher Konkurrenz	97	253

	Seite	Rdnr.
C. Gewerbefreiheit	98	256
I. Allgemeines	98	257
II. Preußen	100	261
1. Anfangsregelungen	100	262
2. Folgeentwicklung	102	264
III. Einheitliches Gewerberecht	103	267
1. Bestrebungen und Schwierigkeiten	103	267
2. Gewerbeordnung von 1869	104	269
D. Weg zum UWG	105	271
I. Allgemeines	105	272
II. Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs vor 1896	107	275
1. Erste wirtschaftsrechtliche Normen	107	275
2. Zivilrechtliche Generalklauseln	108	277
a) Concurrence déloyale	108	278
b) Reichsgericht	108	280
3. Warenzeichengesetz 1894	110	283
E. UWG 1896	111	286
I. Materiell-rechtliche Regeln	112	289
II. Sanktionierungssystem	113	291
III. Folgeentwicklung	115	294
F. UWG 1909	116	297
I. Kaiserreich und Weimarer Republik	117	300
1. Allgemeines	117	301
2. Dogmatische Neuerungen ab Ende der Weimarer Zeit	119	305
II. Nationalsozialismus	122	310
1. Legislative und administrative Maßnahmen	123	312
2. Rechtsprechung	124	315
a) „Unverdächtige“ Bereiche des Wettbewerbsrechts	125	316
b) Eigenschaft als ausländisch oder „arisch“	126	319
III. DDR	127	321
1. Verfassungen und Wirtschaftssystem	128	323
2. Wettbewerbsrecht	129	326
a) Schwan- und Carl Zeiss Jena-Entscheidung	131	327
b) Nerchauer Ton-Entscheidung	131	328
IV. Bundesrepublik	132	332
1. Garten Eden?	132	333
a) Praxisdominanz	134	336
b) Einzelaspekte	134	338
2. Umbruch	136	342
G. UWG 2004	137	345

II. Teil: Völkerrecht, Gemeinschaftsrecht, Internationales Recht

140 350

1. Abschnitt: Völkerrecht

140 350

§ 4 Überblick zum Völkerrecht

140 350

A. Allgemeines

140 350

B. Pariser Verbandsübereinkunft

141 352

I. Grundsatz der Inländerbehandlung

142 355

II. Mindestrechte

143 358

III. Art. 10^{bis} PVÜ

143 360

1. Unmittelbare Anwendbarkeit

144 362

2. Art. 10^{bis} Abs. 2 PVÜ

145 364

3. Art. 10^{bis} Abs. 3 PVÜ

145 366

IV. Art. 10^{ter} PVÜ

146 368

C. TRIPS-Abkommen

147 369

D. Europäische Menschenrechtskonvention

148 373

I. Allgemeines

148 374

II. Wettbewerbsrechtliche Einzelkonstellationen

149 377

2. Abschnitt: Gemeinschaftsrecht

151 380

§ 5 Unlauterer Wettbewerb, Europa und Nationale Rechtsordnungen

151 380

A. Europäisches Recht gegen den unlauteren Wettbewerb

151 381

I. Ansatzpunkte im Überblick

152 382

II. Bedürfnis nach „Europäisierung“

153 385

B. Die nationalen Rechtsordnungen: Rechtsgeschichte, ursprüngliche Grundstrukturen

155 388

I. „Kontinentaleuropa“

157 391

1. Frankreich: halbes Generalklauselsystem

157 391

2. Deutschland, Schweiz und Österreich: umfassendes Generalklauselsystem

159 396

3. Italien: zwischen allen Stühlen

163 403

II. England: Wettbewerbsrecht als nicht existentes Rechtsgebiet

164 406

III. Skandinavien: Wettbewerbsrecht als behördliches Marktrecht

166 410

C. Angleichung der nationalen Rechtsordnungen

168 413

I. Angleichungsaktivitäten im Überblick

169 416

II. Angleichungshürden

170 419

	Seite	Rdnr.
III. Angleichungskompetenzen	171	422
IV. Angleichungsinstrumentarium	172	425
1. Richtlinien	172	425
2. Verordnungen	173	428
D. Der europäische Einfluss aus deutscher Sicht	173	429
I. Entwicklung bis Ende der 80er Jahre	174	432
II. Entwicklung seit Beginn der 90er Jahre	176	435
§ 6 Wettbewerb, Verbraucherschutz und Binnenmarkt	177	438
A. „Vertragsziele“	177	439
I. Gemeinschaftsrechtliche Bedeutung	178	441
II. Zielkonflikte	179	442
B. Vor Verfälschungen geschützter Wettbewerb	180	445
I. Allgemeines	180	445
II. Verfälschungen	182	448
III. Europäisches Kartellrecht und Wettbewerbsrecht	183	450
1. Parallelkonstellationen	183	451
2. Ausschluss- und Folgewirkungen	184	452
3. Kein allgemeiner Transfer gemeinschafts- kartellrechtlicher Wertungen	185	457
C. Verbraucherschutz	187	460
I. Kompetenzen und Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Verbraucherschutz	188	464
II. Verbraucherinteressen, Art. 169 Abs. 1 AEUV	190	469
1. Wirtschaftliche Interessen	190	470
2. Sonstige Interessen	192	474
D. Binnenmarkt	192	475
I. Binnenmarkt, Marktfreiheiten, Maßnahmen	192	475
II. Binnenmarkt und Wettbewerbsrecht	194	479
1. Angleichungs- und Harmonisierungsaspekt	195	483
2. Regulierungsniveau	196	485
3. Sonderkonstellationen	198	487
§ 7 Warenverkehrsfreiheit	198	490
A. Überblick und allgemeine Voraussetzungen der Artt. 34ff. AEUV	199	491
I. Vorrangige Harmonisierungsnormen	201	495
II. Waren	202	497
III. Territorialer Anwendungsbereich	203	499
IV. Staatliche und private Maßnahmen	204	500

	Seite	Rdnr.
B. Einfuhrbeschränkung, Art. 34 AEUV	205	503
I. Ausgangspunkte, Dassonville-Formel	205	503
II. Diskriminierende Maßnahmen	206	505
III. Unterschiedslose Maßnahmen	208	508
1. Ausweitung durch Cassis de Dijon	208	508
2. Tatbestandseinschränkung durch Keck und Mithouard	209	512
a) Urteilsüberblick	209	514
b) Abgrenzungsmaßstab	211	517
c) Beurteilungsindizien	214	523
C. Rechtfertigungstatbestand Art. 36 AEUV	215	528
I. Gewerbliches und kommerzielles Eigentum	216	530
1. Wettbewerbsrechtliche Schutzrechte gegenüber Nachahmungen	216	531
2. Bestand und Ausübung des Schutzrechts	218	537
II. Gesundheitsschutz	219	539
III. Sonstige Anwendungsbereiche	220	542
D. Cassis de Dijon-Tatbestand	221	543
I. Allgemeines	221	543
1. Gemeinwohlbezug	222	545
2. Verhältnismäßigkeit	222	547
II. Lauterkeit des Handelsverkehrs und Verbraucherschutz	223	550
1. Überblick, Schutzzwecküberlegungen	224	551
2. Beispiel: Miro-Entscheidung	225	558
III. Entscheidungsgrundlage des Verbrauchers	228	563
1. Sprachenfrage	228	564
2. Etikettierungs- und Informationspflichten	229	566
3. Irreführung	231	571
a) Standardisierungsregeln	232	574
b) Zusammensetzung von Produkten	232	575
4. Werbeverbote	233	578
IV. Entscheidungsprozess des Verbrauchers und Vertriebsstrategien	234	581
V. Verbraucherschutz durch Wettbewerb	235	586
VI. Konkurrentenschutz	237	592
VII. Medien, Grundrechte	238	595
E. Rechtsfolgen, Inländerdiskriminierung	239	599
I. Überblick	239	599
II. Inländerdiskriminierung	240	601
1. Gemeinschaftsrecht	241	602

	Seite	Rdnr.
2. Deutsches Recht	243	605
3. Österreichisches Recht	245	610
§ 8 Europäisches Sekundärrecht	245	612
A. Ausgangsfragen	246	613
I. Rechtsvereinheitlichung	247	616
II. Rechtsharmonisierung	248	619
1. Warenverkehrsfreiheit	249	620
2. Territoriale Anwendbarkeit	249	621
III. Umsetzung von Richtlinien	251	626
1. Anforderungen, Umsetzungsakt	251	626
2. Verletzung der Umsetzungspflicht	253	629
B. Auslegung	255	633
I. Kompetenzen, Vorabentscheidungsverfahren	255	633
II. Auslegungsmethoden	255	635
III. Warenverkehrsfreiheit als Auslegungsmaßstab	258	639
IV. Auslegung nationaler Normen	259	644
C. Wettbewerbsrechtliche „Grundstrukturen“	261	649
I. Bruchstückhaftes und strukturiertes Recht	261	649
II. Regelungstechnische Aspekte	263	657
III. Schutzzwecke	264	660
1. Verbraucherschutz	265	661
2. Andere Schutzrichtungen	266	663
3. Gefahren der sekundärrechtlichen Schutzzweckphilosophie	267	666
IV. Generalklausel	267	668
V. Inhaltliche und systematische Aspekte	269	672
D. Regelungen im Überblick	270	676
I. RL 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	271	678
II. RL 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung	273	685
1. Irreführende Werbung	274	686
2. Vergleichende Werbung	276	692
III. Informationspflichten	278	696
1. Sprachregelungen	278	697
2. RL 98/6/EG über Preisangaben	279	700
3. Sonstige Pflichten, getarnte Werbung	280	702
IV. Sanktionierung	280	704
1. Sanktionierungssysteme	281	705
2. Einzelfragen	282	707
3. Sonderkonstellationen, Rechtsbruch	283	711

	Seite	Rdnr.
§ 9 Kollisionsrecht	284	714
A. Ausgangsfragen	284	715
I. Überblick	284	715
II. Rechtsgeschichte	286	719
B. Internationale Anwendbarkeit des UWG	287	722
I. Doppelnatur des Wettbewerbsrechts	287	723
II. Unlauteres Wettbewerbsverhalten	287	725
1. Einordnungskriterien	288	726
2. Negativabgrenzungen	289	729
3. Tatbestände des UWG	289	730
III. Verletzung wettbewerbslicher Kollektivinteressen, Art. 6 Abs. 1 Rom II-VO	290	731
IV. Verletzung wettbewerbslicher Individualinteressen, Artt. 4, 6 Abs. 2 Rom II-VO	291	735
1. Anwendungsbereich	291	735
2. Eintritt des Schadens, Art. 4 Abs. 1 Rom II-VO	293	739
3. Art. 4 Abs. 2, Abs. 3 Rom II-VO	293	742
V. Abweichende Vereinbarungen, Art. 6 Abs. 4 Rom II-VO	294	745
C. Einzelaspekte	295	747
I. Schuldnermehrheiten	295	747
II. Materielles Recht und Verfahrensrecht	295	749
III. Vorrangige Sonderregeln des Gemeinschaftsrechts	296	751
D. Querschnittsfragen	296	753
I. Kollisionsrecht und Gemeinschaftsrecht	297	756
II. Ubiquitärer Wettbewerb	298	759
III. Materielles Wettbewerbsrecht	299	760
 III. Teil: Deutsches Recht, Rechtsgrundlagen und Rechtsanwendung	 301	 763
§ 10 Verfassungsrecht	301	763
A. Ausgangsfragen	301	764
I. Grundgesetz und Wirtschaftssystem	301	764
II. Grundgesetz und Schutzzwecke des UWG	302	766
III. Verfassungsmäßigkeit von UWG-Normen	304	769
B. Grundrechte	304	770
I. Berufsfreiheit	306	774
1. Beruf	306	774
2. Regelungsbefugnis, Schranken, Berufsausübung	307	776

	Seite	Rdnr.
II. Allgemeine Handlungsfreiheit	310	781
III. Meinungsfreiheit	311	783
§ 11 Grundstrukturen und Schutzzwecke des UWG	313	787
A. Wesentliche Strukturelemente	314	788
I. Unternehmerische Freiheit und Verbotstatbestände	314	789
II. Anwendungsbereich, Generalklausel, Einzelregelungen	315	793
III. Zivilrecht	317	799
IV. Strafrecht	318	802
B. Schutzzwecke im Überblick	319	805
C. Schutzzwecke als dogmatische Kategorien	321	812
I. Grundanliegen: Offenlegen, Ordnen und Entwickeln wettbewerbsrechtlicher Wertungen	321	812
II. Mehrheit von Schutzzwecken	323	816
1. Vorteilhafte Kombination dogmatischer Vorzüge und Schwächen	324	818
2. Konkurrenz von Schutzzwecken: Verbotsgründe und Verbotsgegengründe	325	820
3. Auf einen Schutzzweck beschränkte Rechtsordnungen	326	825
III. Traditionelle Fallgruppen	328	829
1. Überblick	328	829
2. Fallgruppendenken als dogmatisch unterlegener Ansatz	329	832
IV. Wettbewerb als einziges Schutzzgut, Leistungswettbewerb	331	836
D. Inhalte und Einteilungen von Schutzzwecken	334	842
E. Regelungsstrukturen, Schutzzwecke und EG-Sekundärrecht	335	847
§ 12 Sachliche Anwendbarkeit und Grundbegriffe des UWG	337	854
A. Ausgangsfragen	338	855
I. Schutzzweckbezogene und rechtssystematische Anforderungen	338	857
II. Früheres Recht	340	860
III. Gesetz von 2008	340	863
B. Geschäftliche Handlung, § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG	342	865

	Seite	Rdnr.
I. Ausgangsfragen	342	865
1. Kasuistische Grundkonzeption	342	866
2. Auslegung	343	869
II. Verhalten	344	872
1. Handlung	344	873
2. Unterlassung	344	875
III. Einer Person	346	881
IV. Außenbezug der Handlung	347	883
V. Unternehmens-, Eigen- und Fremdbezug	348	887
1. Zugunsten eines Unternehmens	349	888
2. Bezug zum eigenen Unternehmen	350	893
3. Bezug zu einem fremden Unternehmen	350	895
VI. Auswirkung auf wettbewerbliche Interessen	351	899
1. Waren oder Dienstleistungen	351	900
2. Bezug zu Mitbewerbern	352	901
3. Bezug zu Verbrauchern und zur unternehmerischen Marktgegenseite	353	903
4. Vor, während oder nach einem Geschäftsabschluss	353	904
a) Abgrenzung zum Vertragsrecht	354	907
b) Folgeverträge	355	908
5. Objektiver Zusammenhang	356	911
VII. Geschäftlicher Verkehr	357	915
1. Private, Verbraucher	358	917
2. Staatliche Stellen	359	920
3. Äußerungen, Meinungsfreiheit	360	922
a) Ausgangsfragen	362	926
b) Anwendbarkeit und materielle Maßstäbe des UWG	363	930
c) Unternehmerische Äußerungen über Mitbewerber	364	932
d) Unternehmerische Äußerungen über sonstige Marktteilnehmer	364	933
e) Medien	365	934
f) Nichtgewerbliche Institutionen, Privatpersonen	367	941
C. Geschäftliche Akteure	368	943
I. Person	368	943
II. Marktteilnehmer, § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG	368	945
III. Unternehmer, § 2 Abs. 1 Nr. 6 UWG	369	950
1. Rechtsfähige Person	369	951
2. Gewerbliche, handwerkliche oder berufliche Tätigkeit	370	952

	Seite	Rdnr.
3. „im Rahmen“	371	954
4. Vertreter und Beauftragte	371	957
§ 13 Unlauterkeit, Generalklausel und wettbewerbsfunktionale Rechtsanwendung	371	958
A. Ausgangsfragen	372	959
I. Generalklauseln und Rechtsanwendung	373	960
II. Kompetenzaspekt	374	963
III. Rechtssicherheitsaspekt	375	965
B. Unlauterkeit, § 3 Abs. 1 UWG	376	967
I. Voraussetzungen im Überblick	377	969
1. Unlauterkeit, wettbewerbliche Interessen	377	969
2. Beeinträchtigungseignung	378	972
3. Spürbarkeit	378	974
II. Gang von Prüfung und Abwägung	379	976
1. Bestimmung betroffener Interessen	379	977
2. Bewertung betroffener Interessen	380	980
3. Gesamtabwägung und -gewichtung	381	981
III. Wettbewerbsfunktionale Bewertung und Abwägung	381	984
1. Wettbewerbsfreiheit und Verhältnis- mäßigkeit	381	984
2. Funktionsweisen des Wettbewerbs	382	987
a) Wettbewerbliche Funktions- und Risikoverteilung	384	990
b) Freiheiten und Interessen des geschäftlich handelnden Unternehmers	384	992
c) Freiheiten und Interessen der weiteren Marktteilnehmer	386	996
3. Grundregeln	387	999
IV. Beispiele	387	1000
1. Fehlerhafte Preisauszeichnung-Entscheidung	387	1001
2. Abschleppseile-Entscheidung	388	1003
3. Skistiefel-Entscheidung	389	1006
4. Schaufensteraktion-Entscheidung	390	1009
V. Subjektive Voraussetzungen	392	1016
1. Kenntnis oder Erkennbarkeit von Handlungsumständen	392	1016
2. Ergänzende oder indizielle Bedeutung von Handlungsmotiven	393	1019
3. Anspruchsbezogene Voraussetzungen	394	1021

	Seite	Rdnr.
C. Einzelfragen	395	1022
I. Wettbewerbliche Interessen	395	1022
1. Unternehmerische Freiheits- und Abwehrinteressen	395	1025
2. Andere Marktteilnehmer, Wettbewerbsbestand, Allgemeinheit	397	1029
II. Marktphasen	397	1030
III. Folgenerwägungen	398	1034
IV. Wertungen anderer Gesetze	399	1036
1. Verfassungsrecht	399	1037
2. Gemeinschaftsrecht	399	1038
3. Sonstige Normen	400	1039
V. Irrelevante Kriterien	401	1041
1. Frühere „Anstandsformel“	401	1042
2. Mehrheitsvorstellungen, Geschmackszensur	402	1045
3. Verhaltenskodizes	403	1048
D. § 3 Abs. 1 UWG und sonstige Verbotstatbestände des UWG	404	1051
I. Verbrauchergeneralklausel, § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG	405	1055
II. Per-se-Verbote, § 3 Abs. 3 UWG	406	1056
III. Konkretisierende Normen, §§ 4–6 UWG	406	1057
IV. Belästigungsverbot, § 7 UWG	408	1061
V. Strafnormen, §§ 16–19 UWG	409	1062
IV. Teil: Wettbewerbsfunktionale Schutzrichtungen	410	1063
1. Abschnitt: Verbraucher	410	1063
§ 14 Verbraucherschutz und Wettbewerbsrecht	410	1063
A. Ausgangsfragen	410	1064
I. Bedeutung	411	1065
II. Notwendigkeit von Verbraucherschutz- maßstäben	412	1068
III. Früheres Verständnis	413	1071
B. Begriff des Verbrauchers, § 2 Abs. 2 UWG	415	1074
I. Natürliche Person	415	1075
II. Verhalten im Geschäftsverkehr mit Unternehmen	417	1079
III. Privatcharakter	417	1082
C. Wettbewerbliche Interessen von Verbrauchern	418	1083
I. Überblick	418	1083
1. Erfasste Interessen	418	1084

	Seite	Rdnr.
2. Beschränkung auf Kollektivinteressen	419	1087
3. Beschränkung auf wettbewerbliche Interessen	420	1091
II. Schiedsrichterfunktion und Eigenverantwortlichkeit der Verbraucher	421	1093
III. Verbraucherschutz als alleiniger Maßstab	422	1095
D. Durchschnittlicher Verbraucher,		
§ 3 Abs. 2 Satz 2 UWG	424	1102
I. Grundanforderungen	424	1102
II. Dogmatische Funktion des Verbraucherleitbilds	426	1106
III. Rechtfertigung des Verbraucherleitbilds	427	1108
IV. Besonders schutzbedürftiger Verbraucher,		
§ 3 Abs. 2 Satz 3 UWG	428	1112
E. Verbrauchergeneralklausel, § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG	429	1114
I. Funktion	429	1115
II. Anwendungsbereich, Tatbestandsvoraussetzungen	432	1122
III. Fachliche Sorgfalt, § 2 Abs. 1 Nr. 7 UWG	433	1125
§ 15 Schutz der Verbraucherautonomie	435	1131
A. Ausgangsfragen	435	1132
I. Schutzzweck des UWG	436	1134
II. Verbraucherinteresse an Preis- und sonstigem Wettbewerb	438	1138
III. Verhältnis zu anderen Verbraucherinteressen	439	1143
B. Preisunterbietungen, Preiskämpfe	441	1148
I. Rechtsgrundlage, Grundsatzanforderungen	441	1148
II. Verkauf unter Einstandspreis, Einzelkonstellationen	442	1151
C. Preisgarantie, personelle Preisdifferenzierung	445	1158
D. Abwerben von Vertragspartnern	447	1163
I. Schutzzwecküberlegungen	448	1166
II. Einzelkriterien und -konstellationen	449	1168
III. Exkurs: Abwerben unternehmerischer Kunden	451	1173
§ 16 Schutz der Entscheidungsgrundlage	451	1174
A. Ausgangsfragen	451	1174
I. Schiedsrichterfunktion und „informierte Entscheidungen“ der Verbraucher	451	1175
II. Entscheidungsverhalten der Verbraucher	453	1181
1. Elemente des Entscheidungsverhaltens	454	1182
2. Typen von Kaufentscheidungen	455	1184
3. Produktspezifisches Informationsverhalten	456	1189

	Seite	Rdnr.
B. Zulässigkeit und Zugänglichkeit von Informationen . .	457	1193
I. Informationsinteresse als Verbotsgegengrund . .	458	1197
II. Informationsinteressen und wettbewerbliche Besitzstände	459	1200
III. Informationsinteressen und gefühlsbetonte Werbung	460	1203
IV. Besonders schutzbedürftige Verbraucher	461	1206
C. Verbot „unrichtiger“ oder irreführender Informationen (Überblick)	463	1210
I. Informationsinteresse als Verbotgrund	463	1211
II. Verbraucherinteresse und absolute Verifizierungsgarantien	464	1213
III. Regelungen im Überblick	465	1215
D. Per se irreführende geschäftliche Handlungen,		
Nr. 1–24 Anhang UWG	466	1218
I. Ausgangsfragen	466	1219
1. § 3 Abs. 3 UWG	466	1220
2. Regelungsinhalte der Nr. 1 ff. Anhang UWG	467	1224
3. Auslegungsfragen	468	1226
II. Begriff der Angabe im Sinne von Nr. 1 ff. Anhang UWG und § 5 UWG	469	1229
1. Einheitliche Terminologie und Anforderungen	469	1229
2. Tatsachekern	471	1232
3. Umstände, Kommunikations- und Ausdrucksform	472	1236
4. Unwahre Angaben	473	1240
III. Allgemeine Entscheidungsparameter	473	1241
1. Sprache, Nr. 8 Anhang UWG	473	1242
2. Erkennbarkeit des Werbecharakters, Nr. 11, 22 Anhang UWG	474	1244
IV. Rationalität von Verbraucherentscheidungen	475	1246
1. Angst, Nr. 12 Anhang UWG	476	1248
2. Zeitlicher Entscheidungsdruck, Nr. 7 Anhang UWG	476	1249
3. Preisausschreiben, Nr. 20 Anhang UWG	476	1250
4. Glücksspiel, Nr. 16 Anhang UWG	477	1251
5. Schneeballsystem, Nr. 14 Anhang UWG	477	1252
V. Scheinangebote, Nr. 5, 6 Anhang UWG	477	1253
VI. Eigenschaften und Güte von Produkten	479	1256
1. Heilwirkung, Nr. 18 Anhang UWG	479	1257

	Seite	Rdnr.
2. Qualitätsvorstellungen, Nr. 2, 4, 13 Anhang UWG	479	1258
VII. Günstigkeit und Anlass des Geschäfts	481	1262
1. Gratisangebote, Nr. 21 Anhang UWG	482	1263
2. Preisgewinn, Nr. 17 Anhang UWG	482	1264
3. Umstände des Geschäfts, Nr. 15, 19, 23 Anhang UWG	483	1266
4. Käuferrechte, Nr. 10 Anhang UWG	484	1270
VIII. Sonstiges	484	1271
1. Kundendienst, Nr. 24 Anhang UWG	484	1271
2. Verkehrsfähigkeit, Nr. 9 Anhang UWG	484	1272
3. Verhaltenskodizes, Nr. 1, 3 Anhang UWG	485	1273
E. Erkennbarkeit des Werbecharakters	486	1276
I. Ausgangsfragen	486	1277
II. § 4 Nr. 3 UWG	487	1280
F. Irreführende Angaben, § 5 UWG	488	1284
I. Ausgangsfragen	489	1285
1. Gesetzliche Grundstruktur, Überblick	489	1288
2. Gemeinschaftsrecht	491	1292
3. Interessen von Verbrauchern und sonstigen Marktteilnehmern	491	1293
4. Interessen von Verbrauchern und Mitbewerbern	492	1296
5. Rechtsgeschichte	494	1302
II. Auslegung geschäftlicher Angaben	495	1306
1. Auslegungsmaßstab	496	1307
a) Adressatenhorizont, Verbraucher- und Verkehrsvorstellung	496	1307
b) Keine Auslegung nach dem Erklärenden- horizont	496	1309
c) Keine „objektive“ Auslegung	497	1311
2. Bestimmung des Adressatenkreises	498	1314
a) Allgemeines	498	1314
b) Bestimmte Verbrauchergruppe	499	1318
c) Besonders schutzbedürftige Verbraucher	499	1319
3. Bestimmung der Verbraucher- und Verkehrsvorstellung	500	1322
a) Eigene richterliche Sachkunde	500	1323
b) Verbrauchervorstellungen und normative Regelungen	501	1327
c) Verbrauchervorstellungen und Regelungen ohne normativen Charakter	503	1332

	Seite	Rdnr.
d) Beweiserhebung, demoskopische Gutachten	505	1338
e) Beweislast	508	1344
4. Situationsadäquates Informations- und Entscheidungsverhalten	508	1346
a) Art des beworbenen Produkts	508	1347
b) Art der Kommunikation	510	1352
III. Auslegungsbeispiele, Angabeninhalte	511	1357
1. § 5 Abs. 1 Nr. 1–7 UWG	511	1357
2. Beschaffenheit von Produkten, Auszeichnungen, Tests	512	1361
3. Art der Herstellung von Produkten	514	1366
4. Verfügbarkeit von Produkten	514	1368
5. Anlass des Verkaufs	515	1370
6. Preise, Preisherabsetzungen, § 5 Abs. 4 UWG	515	1372
IV. Täuschungseignung	517	1376
1. Regelanforderungen	517	1376
2. Irreführungsquote	518	1382
3. „Verwechslungsgefahr“, § 5 Abs. 2 UWG . . .	520	1385
V. Relevanz	521	1389
1. Überblick	521	1389
a) EuGH	522	1392
b) Frühere BGH-Rechtsprechung	523	1393
c) Neuere BGH-Rechtsprechung	524	1396
d) Eigener Ansatz: wettbewerbsfunktionale und schutzzweckbezogene Wertungen . . .	525	1399
2. Verbraucherrelevante Angaben	525	1400
a) Produkt- und verhaltensbezogene Anforderungen	526	1403
b) Wichtigkeitsgrad von Angabeninhalten . . .	529	1410
3. Sonstige abnehmerrelevante Angaben	530	1417
4. Mitbewerberrelevante Angaben	531	1421
VI. Einschränkungen des Irreführungsverbots	532	1424
1. Ergänzende Interessenabwägung	533	1425
2. Verhältnismäßigkeit, Spürbarkeit	535	1431
3. Verfassungsrecht, Gemeinschaftsrecht	535	1433
G. Irreführendes Unterlassen, Informationspflichten . . .	536	1436
I. Ausgangsfragen	536	1437
II. Irreführen durch Unterlassen, § 5a Abs. 1, Abs. 2 UWG	537	1441
1. Ausgangsfragen	537	1441
2. Unterlassen, Verkehrsauffassung	538	1444
3. Wesentliche Information	539	1447

	Seite	Rdnr.
III. Gesetzliche Informationspflichten	541	1454
1. Ausgangsfragen	541	1454
2. Konkrete Geschäftsangebote, § 5a Abs. 3 UWG	542	1457
a) Anwendungsbereich	543	1459
b) Anzugebende Informationen im Überblick	544	1461
3. Informationspflichten aufgrund von Rechtsvorschriften, § 5a Abs. 4 UWG	545	1465
4. Verkaufsförderungsmaßnahmen, § 4 Nr. 4 UWG	545	1466
5. Preisausschreiben und Gewinnspiele mit Werbecharakter, § 4 Nr. 5 UWG	547	1471
H. Vergleichende Werbung, § 6 UWG	548	1475
I. Ausgangsfragen, Überblick	549	1476
1. Gesetzliche Grundstruktur, Gemeinschaftsrecht, Auslegung	550	1480
2. Schutzzweckfragen	551	1482
3. Rechtsgeschichte	552	1486
II. Begriff, § 6 Abs. 1 UWG	553	1489
1. Werbung	553	1490
2. Mitbewerber	556	1499
3. Erkennbarkeit	558	1503
4. Vergleichscharakter	559	1507
III. Vergleichbare Produkte, § 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG	562	1512
1. Waren oder Dienstleistungen, Unternehmensvergleiche	562	1512
2. Gleicher Bedarf, dieselbe Zweckbestimmung	563	1515
IV. Vergleichbare Eigenschaften	564	1519
1. Eigenschaft	564	1521
2. Preis	565	1524
3. Einzelanforderungen an den Vergleichsinhalt	566	1526
a) Wesentlich	567	1529
b) Relevant	568	1532
c) Typisch	569	1535
V. Anforderungen an die Vergleichsweise	569	1537
1. Nachprüfbarkeit	569	1538
2. Objektivität	571	1542
a) Unwahre Tatsachen	571	1542
b) Art und Weise des Vergleichs	571	1544
c) Systematische Bezüge, Abgrenzungen	572	1547
3. Irreführung	573	1552
VI. Auskunftsvergleich	574	1555

	Seite	Rdnr.
VII. Mitbewerberinteressen	575	1558
1. Ausgangsfragen	575	1558
2. Überblick zu § 6 Abs. 2 Nr. 3–5 UWG	576	1561
3. Imitation oder Nachahmung, § 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG	577	1565
§ 17 Schutz des Entscheidungsprozesses	578	1567
A. Ausgangsfragen	578	1567
I. Entscheidungsprozess, Schiedsrichterfunktion und Interessen der Verbraucher	578	1568
II. Regelungen im Überblick	580	1572
B. Per se aggressive geschäftliche Handlungen, Nr. 25–27, 29, 30 Anhang UWG	580	1573
I. Allgemeines	580	1573
II. Massive Bedrohungen, Nr. 25, 26	581	1575
III. Sozialer Zwang, Nr. 29, 30	582	1578
IV. Belastung mit Aufwand, Nr. 27	584	1582
C. Unangemessener unsachlicher Einfluss, § 4 Nr. 1 UWG	584	1583
I. Ausgangsfragen	584	1584
1. Gemeinschaftsrecht, Rechtsgrundlagen	585	1586
2. Beeinträchtigungseignung	586	1589
3. Unangemessenes unsachliches Beeinflussungsmittel	587	1591
4. „Angemessene“ Beeinflussung	587	1593
II. Ausüben von Druck, § 4 Nr. 1 1. Alt., 2. Alt. UWG	589	1597
1. Menschenverachtende Weise, körperliche Gewalt	589	1598
2. Sozialer Zwang	590	1600
a) Soziale Rücksichts- und Höflichkeitsnormen	591	1603
b) Gruppensolidarität	593	1607
c) Beeinflussung durch eigene Kinder	593	1609
III. Sonstiger unangemessener unsachlicher Einfluss, § 4 Nr. 1 3. Alt. UWG	594	1611
1. Ausgangsfragen	594	1611
2. Aleatorische Praktiken	596	1615
a) § 4 Nr. 6 UWG	597	1616
b) Sonstige Konstellationen	599	1623
3. Rabatte, sonstige Preisgestaltungen	599	1626
4. Koppelungen	600	1627
5. Laienwerbung	602	1633
6. Drittinteressen	603	1636

	Seite	Rdnr.
§ 18 Schutz besonders schutzbedürftiger Verbraucher . .	604	1638
A. Überblick	605	1639
B. Per se unzulässige Aufforderungen an Kinder, Nr. 28 Anhang UWG	605	1641
C. §§ 4 Nr. 2, 3 Abs. 2 Satz 3 UWG	606	1645
I. Schutzbedürftige Verbraucherkreise	607	1647
1. Senioren	608	1650
2. Minderjährige	608	1651
3. Gebrechliche, geschäftlich unerfahrene, leichtgläubige Personen	610	1656
II. Ausnutzungseignung	611	1659
III. Erkennbarkeit, Vorhersehbarkeit	612	1663
IV. Schutzbedürftigkeit aufgrund besonderer Entscheidungssituationen	613	1666
1. Angst	614	1669
2. Zwangslage, Sonstiges	616	1673
2. Abschnitt: Mitbewerber	617	1677
§ 19 Mitbewerberschutz und Wettbewerbsrecht	617	1677
A. Ausgangsfragen	618	1678
I. Bedeutung	618	1679
II. Inhalt und Abgrenzung	619	1681
III. Wandel durch das UWG 2004	621	1686
B. Begriff des Mitbewerbers, § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG . . .	623	1691
I. Grundanforderungen für ein konkretes Wettbewerbsverhältnis	623	1693
II. Einzelkonstellationen	624	1696
III. Ausweitung auf Nichtkonkurrenten?	627	1704
IV. Gemeinschaftsrecht	630	1713
C. Verbotstatbestände und Schutzinteressen	632	1718
I. Überblick	633	1722
1. Gesetzliches Regelungsgefüge	633	1722
2. Wettbewerbsausschließende und wettbewerbsstörende Praktiken	634	1725
II. Allgemeines Behinderungsverbot, § 4 Nr. 10 UWG	635	1732
1. Tatbestandsmerkmale im Überblick	636	1733
2. Gang der Prüfung	637	1738
3. Abwägungskriterien	638	1741
a) „Faustregeln“ (h.M.)	638	1741

	Seite	Rdnr.
b) Auswirkungen auf die Marktgegenseite . .	639	1743
c) Wettbewerbliche Angriffsrisiken und Abwehrmöglichkeiten	640	1748
III. Irrelevante Kriterien, Einzelaspekte	641	1753
1. Subjektive Anforderungen, Behinderungsabsicht	641	1753
2. Wirkung auf den betroffenen Unternehmer . .	643	1758
3. Vorsprung für den Mitbewerber	644	1759
4. Marktmacht	645	1762
5. Konkurrenztätigkeit der öffentlichen Hand . .	646	1766
§ 20 Schutz der unternehmerischen Entscheidungsfreiheit	647	1768
A. Ausgangsfragen	647	1769
I. Unternehmerisches Schutzinteresse	647	1769
II. Kartellrecht, Wettbewerbsrecht	649	1772
B. Nötigung	650	1775
I. Grundsatzanforderungen	650	1775
II. Verfahrenseinleitung	651	1780
1. Berechtigte Verfahren	652	1781
2. Unberechtigte Verfahren	652	1782
III. Unberechtigte Abmahnung	654	1786
IV. Unberechtigte Schutzrechtsverwarnung	655	1789
1. Interessenlage, Rechtsgrundlage	655	1790
2. Materielle Anforderungen	656	1792
§ 21 Schutz vor Ausschluss vom Wettbewerb	658	1796
A. Ausgangsfragen	658	1796
I. Unternehmerisches Schutzinteresse	658	1796
II. Gemeinschaftsrecht	659	1798
III. Rechtliche Grundanforderungen	659	1800
IV. Schutzzweckfragen	661	1804
B. Schutz der betrieblichen Arbeitsfähigkeit	661	1807
I. Abwerben von Mitarbeitern	662	1809
1. Grundanforderung: offener Wettbewerb um Arbeitskräfte	662	1810
2. Einzelaspekte und -konstellationen	664	1814
II. Sonstige Betriebsstörungen	666	1821
C. Schutz des Marktzugangs	667	1826
I. Ausgangsfragen	668	1827
1. Beurteilungskriterien	669	1831
2. Stärke der beschränkenden Wirkung	670	1834

	Seite	Rdnr.
II. Beschränkung von Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten	671	1836
1. Monopolisierung von Bezeichnungen, Domains etc.	671	1838
2. Marken- und Domaingrabbing	673	1842
3. Nachahmen von Werbung	676	1849
4. Sonstige Konstellationen	678	1854
III. Beschränkungen anderer geschäftlicher Möglichkeiten	679	1857
1. Ausschalten von Angebot oder Nachfrage	679	1858
2. Produktnachahmungen	680	1860
3. Konkurrenzfähigkeit der öffentlichen Hand	681	1863
§ 22 Schutz vor Innovationsstörungen	682	1866
A. Ausgangsfragen	682	1866
B. Geschäftsgeheimnisse, Erschleichen	683	1870
I. Ausgangsfragen	684	1871
1. Schutzgrund	684	1871
2. Rechtsgrundlagen, Ansprüche	685	1874
II. Begriff des Geheimnisses	686	1877
1. Geschäftsbezug	687	1878
2. Vertraulichkeitserfordernis	688	1880
3. Berechtigte Interessen	689	1882
III. Verletzungstatbestände der §§ 17ff. UWG	690	1884
IV. Erschleichendes Nachahmen, § 4 Nr. 9c UWG	691	1889
1. Unredliches Erlangen	691	1890
2. Verhältnis zum allgemeinen Nachahmungsschutz	692	1892
V. Sonstige Verletzungen, § 4 Nr. 10 UWG	694	1895
C. Offenkundiges Geschäftsverhalten	695	1898
I. Ausgangsfragen	695	1899
II. Testkäufe, Einzelkonstellationen	696	1901
D. Produktnachahmung	697	1905
I. Ausgangsfragen, Überblick	698	1906
1. Wettbewerbsfunktionale Überlegungen	699	1912
2. Verhältnismäßigkeitsüberlegungen	702	1918
3. Sondergesetzliche Wertungen, ethische Aspekte	703	1922
II. Schutzzwecküberlegungen	704	1925
1. Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	704	1925
2. Sonstige Schutzinteressen	705	1928
3. Konkurrenzfragen	706	1932

Seite Rdnr.

III. Grundlinien und Irrwege der Rechtsprechung . .	707	1935
1. Wettbewerbliche Eigenart	708	1937
2. Besondere Umstände	710	1942
3. Intensität der Übernahme	711	1944
4. Wechselwirkung	712	1947
IV. Einzelkonstellationen	714	1951
1. Nachahmung „technisch bedingter“ und „untechnischer“ Produktelemente	714	1952
2. „Unmittelbare“ und „nachschaffende“ Übernahme	715	1955
3. „Einschieben“	717	1960
4. Sonstiges	718	1963
V. Eigener Ansatz	718	1964
1. Abschließende sondergesetzliche Wertungen .	719	1965
2. Nicht abschließende sondergesetzliche Wertungen	720	1967
3. Schutzwürdigkeit von Leistungen	721	1973
4. Reichweite und Dauer des Schutzes	722	1976
 § 23 Schutz vor Zurechnungsstörungen	 723	 1979
A. Ausgangsfragen	724	1980
I. Zurechnungsinteressen gegenüber Mitbewerbern	724	1981
II. Anwendungsfälle und Verletzungsformen	725	1982
III. Gesetzliche Regelungen	725	1985
IV. Schutzzweckunterscheidungen	727	1988
1. Zurechnungsstörungen als Mitbewerberproblematik	727	1988
2. Zurechnungsstörende Äußerungen	728	1991
B. Anschwärzung, § 4 Nr. 8 UWG	729	1994
I. Tatsache	730	1996
II. Inhaltliche Anforderungen an die Äußerung . . .	732	2000
III. Tathandlung	733	2003
IV. Privilegierungstatbestand	734	2006
V. Sonstiges, Klagerecht	736	2012
C. Herabsetzen, Verunglimpfen, §§ 4 Nr. 7, 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG	737	2016
I. Ausgangsfragen	737	2016
II. Bezug zum Mitbewerber	738	2019
III. Gegenstand der Äußerung	740	2023
IV. Abwerten des Mitbewerbers	740	2024

	Seite	Rdnr.
D. Geschäftsschädigende Wahrheiten, § 4 Nr. 10 UWG . .	743	2030
I. Ausgangsfragen	743	2030
II. Kreditgefährdende Äußerungen	744	2033
III. Persönliche Werbung	745	2035
E. Verwechslungs- und Täuschungskonstellationen	746	2039
I. Ausgangsfragen, Markenrecht	746	2039
II. Verwechslungsgefahr, § 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG . .	748	2045
III. Herkunftstäuschung, § 4 Nr. 9a UWG	750	2050
1. Die schwierige Schutzzweckfrage	750	2051
2. Täuschung über die betriebliche Herkunft . .	752	2056
3. Vermeidbarkeit	754	2060
IV. Fremdproduzierte Zubehör- und Ersatzteile . . .	755	2063
1. Ausgangsfragen	755	2063
2. Kennzeichnungspflichten	756	2068
V. Andere Fremdprodukte, Sonstiges	758	2071
F. Störungen der geschäftlichen Wertschätzung,		
§§ 4 Nr. 9b, 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG	759	2074
I. Ausgangsfragen	759	2074
1. Wertschätzung, Gütevorstellungen	759	2076
2. Wettbewerbsrechtlicher Schutzgrund	760	2079
3. Abgrenzungsfragen	762	2081
4. Markenrecht	763	2083
II. Bekanntheitsanforderungen	763	2085
1. Markenrecht	763	2086
2. Wettbewerbsrecht	764	2087
III. Ausnutzen, Beeinträchtigen	766	2091
IV. Legitimierende Gründe	766	2093
V. Sonderfälle irreführender Werbung, § 5 UWG . .	768	2098
1. Ausgangsüberlegung	768	2099
2. Allgemeine Anforderungen	771	2105
3. Unternehmensbezogene Angaben,		
§ 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG	772	2108
G. Störung von Selbstvertriebssystemen	773	2112
§ 24 Schutz vor dysfunktionalen Störungen	774	2116
A. Ausgangsfragen	775	2117
I. Wettbewerbsimmanente Risikoverteilung und		
„Dysfunktionalität“	775	2118
II. Allgemeine Beurteilungskriterien	777	2123
III. Zusätzliche Bewertung	778	2126
B. Hebelwirkungen	779	2128
I. Ausgangsfragen	779	2128

	Seite	Rdnr.
II. Boykottaufruf	780	2132
1. Allgemeines	780	2132
2. Rechtsgrundlage	781	2134
3. Materiell-rechtliche Kriterien	782	2137
a) Drei Beteiligte	782	2138
b) Boykottinitiiierende Handlung, Abgrenzungsfragen	782	2140
c) Besondere Umstände, Abwehrboykott	784	2145
III. Praktiken mit boykottähnlichen Wirkungen	785	2146
C. Missbrauch hoheitlicher Gewalt	785	2148
I. Ausgangsfragen	785	2148
II. Einzelkonstellationen	787	2151
D. Schutz vor Vernichtung?	788	2155
 3. Abschnitt: Weitere Schutzrichtungen	 790	 2160
§ 25 Schutz sonstiger Marktteilnehmer	790	2160
A. Ausgangsfragen	791	2161
I. Begriff des sonstigen Marktteilnehmers	792	2164
1. Unternehmer	792	2166
2. Andere Personen	793	2168
II. Schutzzweck	794	2169
III. Sanktionierungsfragen	796	2176
B. Schutz der Entscheidungsfreiheit	797	2178
I. Ausgangsfragen	797	2178
II. Irreführung, § 5 UWG	798	2182
III. Vergleichende Werbung, § 6 UWG	800	2189
IV. Unangemessener unsachlicher Einfluss, § 4 Nr. 1 UWG	801	2193
C. Schutz vor Ausschluss vom Wettbewerb	803	2198
I. Betriebliche Arbeitsfähigkeit	804	2199
II. Marktzugang und Schlüsselpositionen Dritter	806	2205
1. Ausgangsfragen	806	2206
2. Materielle Anforderungen, Auskünfte der öffentlichen Hand	807	2209
3. Sonstige Konstellationen	809	2213
D. Schutz vor Zurechnungsstörungen	810	2217
I. Geschäftsschädigende Äußerungen	811	2218
II. Störungen im Rahmen von Vertriebs- und Preisbindungen	812	2222

	Seite	Rdnr.
1. Ausgangsfragen	812	2222
a) Konstellationen und Interessen	813	2223
b) Außenseiterunternehmen als sonstige Marktteilnehmer	814	2226
c) Bindungsformen im Überblick	814	2228
2. Vertriebsbindungsstörungen	816	2231
a) Schutzgrund	816	2231
b) Kontrollnummern	817	2234
c) Lückenlosigkeit	817	2235
d) Schleichbezug, Täuschungen	818	2237
3. Preisbindungsstörungen	819	2239
4. Aktivlegitimation	821	2243
E. Schutz vor dysfunktionalen und branchenüber- springenden Störungen	821	2245
I. Ausgangsfragen	821	2245
II. Branchenüberspringende Konstellationen	822	2247
F. Kein Schutz von „Marktstufenfunktionen“	824	2254
I. Ausgangsfragen, Direktgeschäfte	824	2254
II. Preisgestaltungen	826	2257
§ 26 Schutz vor Wettbewerbsgefährdung und Schneeballsystemen	828	2262
A. Ausgangsfragen zur Wettbewerbsgefährdung	828	2263
I. Schutzzweck des UWG	830	2266
II. Marktabgrenzung	832	2270
III. Verbotsanforderungen	833	2275
IV. Plädoyer für die Beibehaltung des Verbotstatbestands	836	2282
B. Einzelkonstellationen der Wettbewerbsgefährdung	836	2284
I. Marktverstopfung	836	2284
1. Restriktive Beurteilung	837	2285
2. Rechtsprechung	838	2287
II. Preiskrieg	839	2292
III. Nachahmungen	841	2296
1. Modeneuheiten	842	2299
2. Unmittelbare Übernahmen	843	2304
IV. Sonstiges	845	2307
C. Gefährdung des Pressewettbewerbs	845	2310
I. Verfassungs- und wettbewerbsrechtliche Anforderungen	845	2310
II. Anwendungsfälle	848	2317
1. Offerten- und Anzeigenblätter	849	2319

	Seite	Rdnr.
2. Blätter mit redaktionellem Schwerpunkt . . .	849	2321
3. Fachzeitschriften	850	2324
D. Progressive Kundenwerbung, § 16 Abs. 2 UWG	851	2326
I. Schutzzweck	852	2329
1. Glücksspielcharakter	852	2330
2. Marktverstopfung?	853	2332
3. Nicht: Laienwerbung als solche	853	2334
II. Voraussetzungen von § 16 Abs. 2 UWG	854	2335
III. Rechtsfolgen, Generalklausel	855	2340
V. Teil: Äußere Grenzen	857	2342
§ 27 Grundrechte	857	2342
A. Ausgangsfragen	857	2343
B. Menschenwürde	858	2348
C. Diskriminierungen	860	2353
I. Nationalität	860	2354
II. Geschlecht	862	2359
III. Sonstiges	862	2362
D. Kommunikationsfreiheiten	863	2366
§ 28 Belästigung, § 7 UWG	865	2371
A. Ausgangsfragen	865	2372
I. Schutzzwecküberlegungen	866	2374
1. Verbraucher, „Allgemeinheitsinteressen“ . . .	866	2375
2. Mitbewerber	869	2382
3. Sonstige Marktteilnehmer	870	2384
II. Gesetzliche Regelung im Überblick	871	2386
III. Vertragsrecht	871	2387
B. Medienspezifische Per-se-Verbote, § 7 Abs. 2 UWG . .	871	2388
I. Werbung	872	2390
II. Fernabsatzkommunikation, § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG	874	2398
1. Erfasste Werbeformen	874	2399
2. Hartnäckigkeit	876	2404
3. Unerwünschtheit	876	2405
III. Persönliche Telefonate, § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG . .	877	2408
1. Erfasste Werbeformen	878	2410
2. Vorherige ausdrückliche Einwilligung	878	2413
3. Mutmaßliche Einwilligung	879	2414
4. Ordnungswidrigkeit	880	2415

	Seite	Rdnr.
IV. Anrufmaschinen, Fax- und E-Mail-Werbung,		
§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	880	2416
1. Erfasste Werbeformen	880	2417
2. Vorherige ausdrückliche Einwilligung	881	2420
3. § 7 Abs. 3 UWG	882	2421
V. Anonyme elektronische Direktwerbung,		
§ 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG	882	2422
C. Allgemeines Belästigungsverbot, § 7 Abs. 1 UWG . . .	883	2425
I. Belästigung	884	2427
II. Unzumutbarkeit	884	2429
III. § 7 Abs. 1 Satz 2 UWG	886	2433
IV. Einzelkonstellationen	887	2436
1. Todesfälle	887	2437
2. Persönliches Ansprechen	888	2440
3. Haustürwerbung	889	2443
§ 29 Allgemeinheitsinteressen	891	2447
A. Ausgangsfragen	891	2448
B. Schutzzweckfragen	893	2453
I. Kein Schutzzweck des UWG 2004	893	2453
II. Wirtschafts- und industriepolitische Interessen .	895	2459
III. Rechtsbruch	896	2461
IV. Früheres Recht	897	2465
VI. Teil: Rechtsbruch, Abwehr	899	2469
§ 30 Rechtsbruch, § 4 Nr. 11 UWG	899	2469
A. Ausgangsfragen	900	2470
I. Grundanforderungen im Überblick	900	2472
II. Schutzzwecküberlegungen	902	2476
1. Ausfüllung des Rechtsbruchtatbestands	902	2476
2. Begrenzung des Rechtsbruchtatbestands . . .	902	2479
III. Ergänzende Abwägung	904	2483
IV. Exkurse	905	2486
1. Früheres Recht	905	2486
2. Verfehltes Kriterium: Einheitlichkeit der Wettbewerbsbedingungen	906	2489
B. Gesetzliche Vorschrift	908	2494
C. Regelung	910	2499
D. Zuwiderhandeln	911	2501

	Seite	Rdnr.
E. Schutzrichtung der verletzten Vorschrift	911	2504
I. Anforderungen im Überblick	911	2504
II. Verbraucher	913	2508
1. RL 2005/29/EG	913	2508
2. Entscheidungsgrundlage	913	2510
3. Entscheidungsprozess, Preiswettbewerb	915	2515
4. Vertragsklauseln, AGB	916	2518
III. Mitbewerber	917	2520
1. Offenhalten von Märkten	917	2521
2. Dysfunktionale Wirtschaftstätigkeit	918	2523
IV. Normen zum Ausgleich von Marktversagen	920	2528
1. Ausgangsüberlegungen	920	2528
2. Marktversagen aufgrund von Informationsdefiziten	921	2531
a) Produktsicherheit, Gesundheit	921	2532
b) Mindestpreisregeln, Rechtsberatung	923	2536
3. Jugendschutz	923	2538
V. Wirtschaftspolitisch motivierte Normen	924	2539
VI. Normen zum Schutz von Allgemeinheitsinteressen	925	2542
F. Sanktionsmechanismen der verletzten Vorschrift	925	2544
I. Verwaltungsrechtliche Ermessensnormen	926	2547
II. UKlaG	927	2550
III. Kartellrecht	928	2552
IV. Normen zum Schutz subjektiver Rechte	928	2554
§ 31 Abwehr	928	2555
A. Ausgangsfragen	929	2556
I. Anforderungen im Überblick	930	2560
II. Individual- und Kollektivinteressen	931	2563
III. Gesetzliche Rechtfertigungstatbestände	932	2565
IV. Sonstiges	932	2567
B. Verteidigung durch öffentliche Äußerung, Wahrnehmen berechtigter Interessen	933	2568
I. Verteidigung mit unzutreffenden Äußerungen	933	2569
II. Verteidigung mit richtigstellenden oder aufklärenden Äußerungen	933	2570
III. Äußerungen inner- und außerhalb des geschäftlichen Verkehrs	935	2575
C. Sonstige Konstellationen	935	2577
D. Unclean-Hands-Problematik	936	2581

	Seite	Rdnr.
VII. Teil: Zivilrechtliche Sanktionierung	939	2586
§ 32 Institutioneller und individueller Zivilrechtsschutz . .	939	2586
A. Ausgangsfragen	940	2587
B. Institutionelle Klagerechte	942	2594
I. Allgemeines	942	2594
1. Unbehagen gegenüber institutionellen Klagemöglichkeiten	942	2597
2. Differenzierungen zwischen den institutionellen Klagemöglichkeiten	943	2601
II. Erfasste Ansprüche und Wettbewerbsverstöße . .	944	2603
III. Unternehmensverbände, § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG	945	2605
1. Anforderungen an den Verband	945	2606
2. Zahl der Mitgliedsunternehmen	945	2607
3. Tätigkeit der Mitgliedsunternehmen	946	2608
4. Mitgliedertransparenz	947	2612
IV. Verbrauchereinrichtungen, § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG	947	2613
V. Industrie- und Handelskammern, Handwerkskammern, § 8 Abs. 3 Nr. 4 UWG . .	948	2616
C. Klagerechte einzelner Marktteilnehmer	949	2617
I. Mitbewerber, §§ 8 Abs. 3 Nr. 1, 9 Satz 1 UWG .	949	2617
II. Verbraucher	950	2621
III. Sonstige Marktteilnehmer	952	2626
D. Beschränkung des Klagerechts auf den unmittelbar Verletzten	954	2633
I. Ausgangsüberlegung	954	2633
II. Wettbewerbsregeln mit individueller Schutzrichtung	955	2636
1. Unternehmerische Geheimhaltungsinteressen .	956	2638
2. Unternehmerische Außendarstellung	956	2639
3. Berechtigte Vermarktungsinteressen	957	2642
III. Vorrangige Kollektivinteressen, Sonstiges	957	2644
E. Missbrauch des Klagerechts, § 8 Abs. 4 UWG	958	2646
I. Allgemeines	958	2646
II. Einzelkonstellationen	958	2648
F. Deliktsrechtliche Tatbestände und Klagerechte	960	2652
I. Deliktischer „Verbraucherschutz“	960	2654
II. Recht am Unternehmen	962	2660

	Seite	Rdnr.
1. Anforderungen im Überblick	962	2661
2. Anwendungsfälle	964	2665
III. Schutzgesetze	965	2669
§ 33 Ansprüche	966	2673
A. Ausgangsfragen	967	2674
I. Überblick	967	2674
II. Verjährung, § 11 UWG	968	2679
III. Verwirkung	968	2680
B. Anspruch auf Unterlassung	969	2683
I. Allgemeines	970	2684
II. Verletzungsunterlassungsanspruch, § 8 Abs. 1 Satz 1 2. Alt. UWG	971	2688
1. Überblick	971	2688
2. Wiederholungsgefahr	971	2689
3. Wegfall der Wiederholungsgefahr	973	2694
a) Wiederholungsgefahr und Gläubigermehrheit	974	2696
b) Wiederholungsgefahr und Schuldnermehrheit	975	2698
III. Vorbeugender Unterlassungsanspruch, § 8 Abs. 1 Satz 2 UWG	975	2699
IV. Einzelaspekte	977	2703
V. Schuldner	978	2707
1. Ausgangsfragen	978	2707
2. Verletzer: geschäftlich handelnde oder handlungspflichtige Person	980	2713
3. Erweiterter Schuldnerkreis: prüfungspflichtige Person	982	2718
a) Rechtfertigung der erweiterten Haftung	983	2721
b) Inhalt und Bestimmung von Prüfungs- pflichten, Einzelkonstellationen	984	2722
4. Zurechnung fremden Verhaltens	985	2727
a) Unternehmensinhaber, § 8 Abs. 2 UWG	986	2728
b) Sonstiges	988	2737
C. Anspruch auf Beseitigung, § 8 Abs. 1 Satz 1 1. Alt. UWG	989	2740
I. Allgemeines	990	2741
II. Anspruchsinhalt, Einzelkonstellationen	991	2746
1. Körperliche Störungen	992	2749
2. Präventivkonstellationen, Vernichtung, Herausgabe	993	2750

	Seite	Rdnr.
3. Unkörperliche Störungen, Widerruf, Berichtigung	993	2754
D. Anspruch auf Schadensersatz, § 9 Satz 1 UWG	995	2758
I. Allgemeines	995	2759
II. Verschulden	996	2763
1. Vorsatz	997	2764
2. Fahrlässigkeit	997	2765
3. Presseprivileg, § 9 Satz 2 UWG	998	2768
III. Zu ersetzender Schaden	999	2769
1. Haftungsausfüllende Kausalität	999	2771
2. Dreifache Schadensberechnung	1000	2773
a) Entgangener Gewinn	1001	2774
b) Verletzergegnung	1001	2775
c) Hypothetische Lizenzgebühr	1002	2777
d) Sonstiges	1003	2780
IV. Gläubiger	1003	2781
V. Schuldner	1004	2783
E. Anspruch auf Gewinnabschöpfung, § 10 Abs. 1 UWG	1004	2785
I. Allgemeines	1005	2786
II. Voraussetzungen	1006	2789
III. Sonstiges	1008	2794
F. Anspruch auf Auskunft	1008	2796
I. Allgemeines	1009	2797
II. Akzessorischer Auskunftsanspruch, Rechnungslegung	1010	2800
III. Drittauskunft	1010	2803
1. Rechtsgrundlage	1011	2805
2. Inhaltliche Voraussetzungen, Reichweite	1012	2807
IV. § 8 Abs. 5 UWG	1013	2813
§ 34 Außergerichtliche Verfahren (Überblick)	1014	2814
A. Allgemeines, Einigungsstellen	1014	2815
B. Abmahnverfahren	1016	2820
I. Anliegen, Gang und Vorteile des Abmahnverfahrens	1016	2821
II. Begriff und Voraussetzungen der Abmahnung	1018	2824
III. Erforderlichkeit und Entbehrlichkeit von Abmahnungen	1018	2827
IV. Abmahnverhältnis	1019	2829
V. Kosten des Abmahnverfahrens	1019	2832
VI. Unberechtigte Abmahnung	1021	2836

	Seite	Rdnr.
C. Strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung	1022	2838
I. Unterlassungsvertrag	1022	2840
1. Zustandekommen, Wirksamkeit, Kündigung .	1022	2840
2. Auslegung	1023	2843
3. Vertragsverletzung, Verjährung	1024	2844
II. Vertragsstrafe	1024	2846
1. Allgemeines	1024	2846
2. Vertragsstrafeanspruch	1025	2848
3. Herabsetzung der Strafe	1026	2851
Normenverzeichnis	1029	
Stichwortverzeichnis	1033	
Entscheidungsverzeichnis	1053	