



## Inhaltsverzeichnis

2. Wiederholungsgefahr .....	47
3. Erstbegehungsgefahr .....	48
4. Unterlassungsklage .....	49
II. Der Auskunftsanspruch .....	53
1. Allgemeines .....	53
2. Allgemeine Grenzen der Auskunftspflicht .....	55
3. Der unselbstständige Auskunftsanspruch .....	60
4. Der selbstständige Auskunftsanspruch .....	64
5. Der Rechnungslegungsanspruch .....	65
6. Prozessuale Fragen .....	68
III. Der Schadensersatzanspruch .....	69
1. Allgemeines .....	69
2. Die Anspruchsgrundlagen .....	71
3. Anspruchsvoraussetzungen .....	72
4. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruches .....	80
5. Prozessuale Fragen .....	88
IV. Weitere Ansprüche .....	90
1. Der Beseitigungsanspruch .....	90
2. Der Widerrufsanspruch .....	92
3. Der Anspruch auf Urteilsveröffentlichung .....	95
4. Der Bereicherungsanspruch .....	97
5. Der Gewinnabschöpfungsanspruch gemäß § 10 UWG .....	98
6. Der Besichtigungsanspruch .....	99
7. Der Rückrufanspruch .....	103
V. Verjährung .....	106
<b>§ 4 Außergerichtliches Verfahren</b>	
I. Abmahnung .....	108
1. Begriff und rechtliche Grundlagen .....	108
2. Inhalt der Abmahnung .....	110
3. Formalien .....	112
4. Unberechtigte Abmahnung .....	113
5. Kosten .....	114
II. Strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung .....	115
1. Rechtliche Bedeutung .....	115
2. Inhalt .....	116
3. Rechtsfolgen .....	117
III. Aufbrauchsfristen .....	118
1. Rechtliche Bedeutung .....	118
2. Einräumung und Inhalt .....	118
3. Wirkung und Rechtsfolgen .....	119
IV. Schutzschrift .....	120
1. Begriff und rechtliche Grundlagen .....	120
2. Bedeutung und Inhalt der Schutzschrift .....	120
3. Hinterlegung der Schutzschrift .....	122
4. Kosten .....	122
<b>§ 5 Wettbewerbsprozess – Gerichtliches Verfahren im Gewerblichen Rechtsschutz</b>	
I. Vorüberlegungen .....	124
1. Einleitung .....	124
2. Checklisten .....	125
II. Einstweiliges Verfügungsverfahren .....	126
1. Verfügungsanspruch .....	126
2. Verfügungsgrund (insbesondere Dringlichkeit) .....	132

## Inhaltsverzeichnis

3. Glaubhaftmachung .....	137
4. Gerichtliche Entscheidung .....	138
5. Vollstreckungsschutz/Aufbrauchsfristen .....	141
6. Vollziehung/Zustellung einer einstweiligen Verfügung .....	142
7. Rechtsbehelfe .....	143
8. Schadensersatzanspruch nach § 945 ZPO .....	150
III. Abschlussverfahren .....	153
1. Sinn des Abschlusschreibens/der Anschlussabmahnung .....	153
2. Erforderlichkeit des Abschlusschreibens/der Anschlussabmahnung .....	154
3. Inhalt des Abschlusschreibens/der Anschlussabmahnung .....	154
4. Abschlusserklärung .....	156
IV. Wettbewerbsrechtliche Klagearten .....	158
1. Unterlassungsklage .....	158
2. Schadensersatz-/Feststellungsklage .....	159
3. Klage auf Auskunftserteilung/Rechnungslegung .....	160
4. Beseitigungsklage .....	161
5. Negative Feststellungsklage .....	162
V. Vollstreckungsverfahren .....	163
1. Allgemeine Grundsätze und Voraussetzungen der Zwangsvollstreckung .....	163
2. Unterlassungsvollstreckung (§ 890 ZPO) .....	164
3. Handlungsvollstreckung .....	169
VI. Muster .....	170
<b>§ 6 Zuständigkeiten der Gerichte</b>	
I. Rechtsweg .....	175
1. Ordentlicher Rechtsweg .....	175
2. Zuständigkeit des Arbeitsgerichts .....	177
3. Schiedsgerichtsbarkeit und Einigungsstellen .....	177
II. Sachliche und funktionelle Zuständigkeit .....	178
III. Örtliche Zuständigkeit .....	179
1. Besonderheit des § 14 UWG .....	179
2. Gerichtsstände nach § 14 Abs. 1 UWG .....	180
3. Gerichtsstand des Tatortes § 14 Abs. 2 UWG .....	181
IV. Internationale Zuständigkeit .....	186
1. Rechtsstreitigkeiten mit Auslandsbezug .....	186
2. Anwendbares Recht .....	188
<b>§ 7 Außergerichtliche Streitbeilegung</b>	
I. Einleitung .....	191
1. Verfahrensalternativen der außergerichtlichen Streitbeilegung .....	191
2. Vor- und Nachteile der verschiedenen Verfahren .....	194
3. Außergerichtliche Streiterledigung im gewerblichen Rechtsschutz .....	198
4. Andere Verfahrensarten im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes .....	200
II. Mediation als zu einem unverbindlichen Ergebnis führendes Streiterledigungs- verfahren .....	200
1. Einführung .....	200
2. Rechtliche Grundlagen eines Mediationsverfahrens .....	201
3. Voraussetzungen für die Durchführung eines Mediationsverfahrens .....	202
4. Ablauf eines Mediationsverfahrens .....	205
III. Schiedsgerichtsbarkeit als zu einem verbindlichen Ergebnis führendes Streit- erledigungsverfahren .....	212
1. Rechtliche Grundlagen eines Schiedsverfahrens .....	212
2. Voraussetzungen für die Durchführung eines Schiedsverfahrens .....	213
3. Ablauf eines Schiedsverfahrens .....	218
IV. Beratungsschecklisten .....	235

## Inhaltsverzeichnis

---

### § 8 Tätigwerden der Zollbehörden – Grenzbeschlagnahme

I. Einführung .....	239
1. Entstehungsgeschichte und Hintergrund .....	239
2. Ausmaß des Problems und aktuelle Entwicklungen .....	240
II. Rechtliche Grundlagen und Anwendungsbereich .....	243
1. Europäisches Recht .....	243
2. Nationales Recht .....	246
III. Verfahren .....	246
1. Europäisches Recht/Produktpiraterieverordnung .....	247
2. Nationales Recht in Deutschland .....	254
IV. Ausgewählte Rechtsprobleme .....	256
1. Transit .....	256
2. Parallelimport .....	257
3. Kostentragung und Kostenerstattung .....	259
4. Verantwortliche Personen .....	261
V. Beratungs-Checkliste .....	263
VI. Musterabmahnung (Verfahren nach der PPVO) .....	264

### § 9 Rechtsdemoskopie

I. Einführung .....	267
1. Wesen der Rechtsdemoskopie .....	267
2. Besonderheiten des Fachgebiets .....	268
3. Fachkenntnisse des Anwalts .....	268
4. Aufgabenbereiche des Anwalts .....	269
II. Methodik .....	270
1. Durchführung der Umfrage .....	270
2. Fragebogen .....	270
3. Split .....	277
4. Pre-Test .....	277
5. Stichprobe .....	278
6. Fehlertoleranz .....	278
7. Retrospektive Ermittlung .....	280
III. Beteiligte Verkehrskreise .....	281
1. Deutschland .....	281
2. Europäische Gemeinschaft .....	284
IV. Rechtsgebiete .....	285
1. Irreführung .....	285
2. Verkehrsgeltung .....	287
3. Verkehrsdurchsetzung .....	289
4. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz .....	293
5. Erhöhte Kennzeichnungskraft .....	295
6. Verwechslungsgefahr .....	296
7. Sonstige Fragestellungen .....	299
V. Orientierungswerte .....	301
1. Irreführungsgefahr .....	301
2. Verkehrsgeltung .....	302
3. Verkehrsdurchsetzung .....	302
4. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz .....	304
5. Erhöhte Kennzeichnungskraft .....	305
VI. Gutachten .....	305
1. Inhalt .....	305
2. Form .....	306
3. Auswahl des Gutachters .....	306
4. Kosten .....	307

## Inhaltsverzeichnis

VII. Verfahrensablauf .....	308
1. Allgemeines .....	308
2. Beweisantrag .....	308
3. Beweisbeschluss .....	309
4. Einweisungstermin .....	309
5. Erläuterungstermin .....	309
6. Ergänzende Auswertung .....	310
7. Beweiswürdigung .....	310
8. Privatgutachten .....	311
VIII. Bearbeitungsdauer .....	311
IX. Checklisten .....	312
1. Hauptsacheverfahren .....	312
2. Eilverfahren .....	312
<b>§ 10 Gebühren und Kosten</b>	
I. Allgemeine Grundsätze .....	314
II. Vorprozessuale Kosten .....	315
1. Abmahnung .....	315
2. Abmahnung durch Verbände .....	319
3. Schutzschriften .....	319
4. Kostenregelung im Verfahren vor der Einigungsstelle .....	321
III. Prozesskosten .....	321
1. Einstweiliges Verfügungsverfahren .....	321
2. Hauptsacheverfahren .....	324
IV. Erstattungsfähigkeit einzelner Kosten .....	324
1. Testkauf-, Detektiv- und Recherchekosten .....	324
2. Kosten eines Privatgutachtens .....	326
3. Patentanwaltskosten .....	326
4. Reisekosten, Kosten des Verkehrsanwalts und Übersetzungskosten .....	327
V. Vollstreckungskosten .....	328
VI. Streitwertfestsetzung .....	330
1. Grundsätze für die Streitwertbemessung .....	330
2. Streitwertminderung gemäß § 12 Abs. 4 UWG .....	331
VII. Vergütungsvereinbarungen .....	332

## Teil C. Europarecht

<b>§ 11 Europarecht</b>	
I. Strukturprinzipien des Gemeinschaftsrechts .....	337
1. Binnenmarktkonzept .....	338
2. Verhältnis des Gemeinschaftsrechts zum nationalen Recht .....	338
II. Rechtsquellen des Gemeinschaftsrechts .....	341
1. Primärrecht .....	341
2. Sekundärrecht .....	341
III. Auslegung und Vollzug des Gemeinschaftsrechts .....	343
1. Auslegungsmethoden .....	343
2. Vorabentscheidungsverfahren .....	344
3. Folgen einer nicht fristgerechten Umsetzung des Gemeinschaftsrechts .....	346
IV. Grundfreiheiten der Gemeinschaft und nationales Lauterkeitsrecht .....	348
1. Freiheit des Warenverkehrs .....	348
2. Dienstleistungsfreiheit .....	360
3. Niederlassungsfreiheit .....	363

## Inhaltsverzeichnis

V. Durchsetzung gewerblicher Schutzrechte in der EG .....	363
1. Artikel 295 EGV .....	363
2. Artikel 28/30 EGV .....	364
3. Art. 82 EGV .....	371
VI. Sekundärrecht .....	372

### Teil D. Unlauterkeitsrecht

#### § 12 Verbot unlauteren Wettbewerbs (§ 3 UWG)

I. Begriff der unlauteren Wettbewerbshandlung .....	384
1. Rechtlicher Rahmen .....	384
2. Schutzzweck des UWG .....	386
3. Systematik des UWG .....	387
4. Angriffsrichtung unlauteren Wettbewerbs .....	388
II. Wettbewerbsrechtliche Grundbegriffe .....	389
1. Waren und Dienstleistungen .....	389
2. Marktteilnehmer .....	390
3. Wettbewerbshandlung .....	394
4. Beeinträchtigung geschützter Interessen („zum Nachteil“) .....	401
5. Spürbarkeit („nicht unerhebliche“ Beeinträchtigung des Wettbewerbs) .....	401
III. Unlautere Wettbewerbshandlungen nach § 3 UWG .....	403
1. Unlautere Wettbewerbshandlungen .....	403
2. Verbraucherleitbild .....	404
3. Unmittelbare Anwendung von § 3 UWG .....	405
4. Verbot ohne Wertungsvorbehalt (Art. 5 Abs. 5 i. V. m. Anh. I UGP-RL) .....	407
IV. Anspruchsberechtigter und Anspruchsgegner im UWG .....	407
1. Anspruchsberechtigung .....	407
2. Anspruchsgegnerschaft .....	417
V. Relevanz der UGP-RL .....	419
1. Struktur der UGP-RL .....	420
2. Maßgeblichkeit der UGP-RL im deutschen Recht .....	420
3. Neuartige Tatbestände der UGP-RL .....	423
VI. Bearbeitungscheckliste .....	424

#### § 13 Unsachliche Beeinflussung (§ 4 Nr. 1 UWG)

I. Einführung .....	427
II. Abgrenzung zu anderen Unlauterkeitstatbeständen .....	428
1. § 4 Nr. 2 UWG .....	428
2. § 4 Nr. 3 UWG .....	429
3. § 4 Nr. 4 bis 6 UWG .....	429
4. § 5 UWG .....	430
5. § 7 UWG .....	430
III. Unsachliche Beeinflussung nach § 4 Nr. 1 UWG .....	430
IV. Maßnahmen der unsachlichen Beeinflussung .....	432
1. Ausübung von Druck .....	432
2. Menschenverachtende Werbung .....	436
3. Unsachlicher Einfluss .....	439
V. Bearbeitungscheckliste .....	447

#### § 14 Ausnutzen der geschäftlichen Unerfahrenheit, Angst oder Zwang (§ 4 Nr. 2 UWG)

I. Allgemeines .....	450
1. Grundlagen .....	450
2. Systematik und Konkurrenzen .....	452

## Inhaltsverzeichnis

II. Ausnutzung geschäftlicher Unerfahrenheit .....	455
1. Schutz von Kindern und Jugendlichen .....	458
2. Schutz sonstiger Verbraucher .....	476
III. Ausnutzen von Leichtgläubigkeit .....	479
IV. Ausnutzen von Angst .....	480
1. Spezialregelungen zum Schutz der Verbraucher .....	480
2. Ausnutzen von Angst nach § 4 Nr. 2 UWG .....	480
V. Ausnutzung einer Zwangslage .....	482
VI. Beratungcheckliste .....	483
<b>§ 15 Tarnung von Werbemaßnahmen (§ 4 Nr. 3 UWG)</b>	
I. Einleitung .....	484
1. Verfassungsrechtliche Spannungslage .....	484
2. Gesetzliche Ausprägungen .....	485
II. Werbung in redaktioneller Form .....	489
1. Formen .....	489
2. Haftung .....	504
3. Antragsfassung .....	505
III. Äußerungen Dritter .....	507
1. Wissenschaftliche Publikationen .....	507
2. Warentests .....	507
3. Sonstige Empfehlungen .....	508
4. Haftung .....	508
IV. Tarnung des Werbenden und des werblichen Kontakts .....	509
V. Bearbeitungscheckliste .....	509
<b>§ 16 Wertreklame – Koppelung, Gewinnspiele Täuschung über Preisnachlässe, Zugaben oder Geschenke (§ 4 Nr. 4–6 UWG)</b>	
I. Einleitung .....	513
II. Wettbewerbsrechtliche Problematik der Wertreklame .....	514
1. Begriff der Wertreklame .....	514
2. Allgemeine Beurteilung nach altem UWG-Recht .....	515
3. Beurteilung nach dem UWG vom 8. 7. 2004 .....	517
4. Beurteilung nach der geplanten UWG-Novelle/Umsetzung der Richtlinie 2005/29/EG .....	518
III. Erscheinungsformen der Wertreklame .....	519
1. Zugaben, Koppelungsgeschäfte .....	519
2. Preisnachlässe und Rabatte .....	534
3. Preisausschreiben/Gewinnspiele .....	542
4. Isolierte Sach- und Geldzuwendungen .....	563
<b>§ 17 Geschäftsehrverletzung (§ 4 Nr. 7 UWG)</b>	
I. Überblick .....	568
II. Abgrenzungen .....	569
1. Tatsachenbehauptungen nach § 4 Nr. 8 UWG .....	569
2. Rufausbeutung nach § 4 Nr. 9 b) UWG .....	569
3. Behinderung nach § 4 Nr. 10 UWG .....	569
4. Vergleichende Werbung nach § 6 Abs. 2 Nr. 4 und 5 UWG .....	570
III. Voraussetzungen .....	570
1. Wettbewerbshandlung .....	570
2. Herabsetzung oder Verunglimpfung .....	571
3. Lauterkeitsschwelle .....	571
4. Bagatelldschwelle .....	571

## Inhaltsverzeichnis

IV. Rechtfertigungsgründe .....	572
1. Interessenabwägung .....	572
2. Verhältnismäßigkeitsgebot .....	573
3. Erforderlichkeit der Äußerung .....	573
4. Wahrnehmung berechtigter Interessen .....	574
V. Medienveröffentlichungen .....	574
1. Verantwortlichkeit der Medien .....	574
2. Verantwortlichkeit des Informanten .....	575
VI. Beratungsscheckliste .....	575
<b>§ 18 Anschwärzung (§ 4 Nr. 8 UWG)</b>	
I. Allgemeines .....	577
II. § 4 Nr. 8 1. Alt. UWG .....	578
1. Tatbestandsvoraussetzungen des § 4 Nr. 8, 1. Alt. UWG .....	578
2. Rechtsfolgen .....	583
III. § 4 Nr. 8, 2. Alt. UWG .....	584
1. Unterschied zu § 4 Nr. 8, 1. Alt. UWG .....	584
2. Vertraulichkeit .....	584
3. Berechtigtes Interesse .....	584
4. Rechtsfolgen .....	584
IV. Beratungsscheckliste .....	585
<b>§ 19 Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz (§ 4 Nr. 9 UWG)</b>	
I. Allgemeines – Grundsatz der Nachahmungsfreiheit und dessen Bedeutung .....	588
1. Förderung des Fortschritts durch Nachahmungsfreiheit .....	588
2. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: Sonderrechtsschutz .....	588
3. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: unlautere Nachahmung .....	589
4. Verhältnis Sonderrechtsschutz – wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz .....	590
II. Nachahmungstatbestände .....	595
1. Gegenstand der Nachahmung .....	595
2. Unmittelbare Leistungsübernahme/(fast) identische Nachahmung .....	596
3. Nachschaffende Leistungsübernahme .....	598
III. Anspruchsberechtigter, Anspruchsgegner, Ansprüche .....	599
1. Schutzberechtigter .....	599
2. Anspruchsgegner .....	600
3. Wettbewerbsverhältnis .....	601
4. Unterlassungsanspruch .....	601
5. Schadensersatzansprüche .....	601
6. Auskunfts- und Rechnungslegungsanspruch .....	602
IV. Wettbewerbliche Eigenart .....	604
1. Definition .....	605
2. Wechselwirkung zu anderen Anspruchsvoraussetzungen .....	605
3. Anforderungen im Vergleich zu sondergesetzlichen Schutzanforderungen ...	606
4. Ästhetisch-künstlerische Gestaltungen/Design .....	607
5. Warenkennzeichnungen und -gestaltungen, sonstige äußere Gestaltungen ...	608
6. Wettbewerblich eigenartige technische Merkmale .....	608
V. Verkehrsbekanntheit .....	609
1. (Gewisse) Bekanntheit als Anspruchsvoraussetzung .....	609
2. Gesteigerte Bekanntheit .....	610
VI. Besondere Unlauterkeitselemente .....	611
1. Vermeidbare Herkunftstäuschung (§ 4 Nr. 9 a) UWG) .....	611
2. Rufausbeutung (§ 4 Nr. 9 b) UWG) .....	615
3. Behinderung .....	617

## Inhaltsverzeichnis

4. Vertrauensbruch und Verwertung von Geschäfts- oder Betriebsgeheimnissen (§ 4 Nr. 9 c) UWG)	617
VII. Besondere Fallgestaltungen	619
1. Modeschöpfung/Saisonschutz	619
2. Computerprogramme	622
3. Ersatzteil- und Zubehörnachbau	624
4. Einschleiben in fremde Serie	625
5. Systematische Nachahmung	626
6. Nachahmung fremder Werbung	626
VIII. Subjektive Voraussetzungen	627
IX. Beratungskheckliste	627
<b>§ 20 Gezielte Behinderung (§ 4 Nr. 10 UWG)</b>	
I. Überblick	631
1. Normzweck	632
2. Gezieltes Handeln	632
3. Wettbewerbshandlung	633
4. Bagatellschwelle	633
5. Behinderungen	634
II. Absatzbehinderung	634
1. Kundenbezogene Behinderung	634
2. Produktbezogene Behinderung	637
3. Vertriebsbezogene Behinderung	638
III. Bezugsbehinderung	639
IV. Werbebehinderung	640
1. Werbevereitelung	640
2. Nachahmung von Werbung	641
3. Zeichenbeseitigung	641
4. Zeichenmissbrauch	642
5. Ambush Marketing	642
V. Betriebsstörung	642
1. Abmahnung und Schutzrechtsverwarnung	643
2. Testmaßnahmen	645
3. Verletzung von selektiven Vertriebssystemen	646
4. Kontrollvereitelung	648
5. Abwerbung von Beschäftigten	650
VI. Boykott	651
1. Überblick	651
2. Voraussetzungen	652
3. Rechtfertigungsgründe	653
VII. Preiskampf	654
1. Preisunterbietung	655
2. Rechts- und Vertragsbruch	657
3. Niedrigpreisaktionen bei Markenartikeln	657
4. Darlegungs- und Beweislast	658
VIII. Bearbeitungskhecklisten	658
<b>§ 21 Lehre vom Rechtsbruch (§ 4 Nr. 11 UWG)</b>	
I. Bedeutung	662
II. Zweck der Regelung	662
III. Konzeptionswandel des Rechtsbruchstatbestandes	663
1. Unterscheidung zwischen wertbezogenen und wertneutralen Normen	663
2. Änderung der Rechtsprechung ab 1997	666

## Inhaltsverzeichnis

IV. Der Rechtsbruchstatbestand des § 4 Nr. 11 UWG .....	668
1. Wettbewerbshandlung .....	668
2. Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift .....	668
3. Wettbewerbsbezug der verletzten Norm .....	669
4. Einzelfallabwägung .....	670
5. Erheblichkeitsschwelle des § 3 UWG .....	671
6. Verzicht auf subjektive Voraussetzungen .....	671
V. Einzelne Bereiche .....	672
1. „Normen zum Schutz der Volksgesundheit“ .....	672
2. „Vorschriften zum Schutz der Rechtspflege“ .....	673
3. Berufs- oder standesrechtliche Werbeverbote .....	674
4. Betriebs- und produktionsbezogene Vorschriften .....	675
5. Informationspflichten .....	676
6. Preisangabenverordnung .....	676
7. Steuervorschriften .....	677
8. Vorschriften des EG-Beihilferechts .....	677
9. Ausschließlichkeitsrechte .....	677
10. Marktzutrittsregelungen .....	678
VI. Vertragsverletzungen .....	679
1. Ausgangspunkt .....	679
2. Eigener Vertragsbruch .....	679
3. Fremder Vertragsbruch .....	680

### § 22 Verbot irreführender geschäftlicher Handlungen (§ 5 UWG)

I. Allgemeines .....	687
1. Systematische Einordnung .....	687
2. Schutzzweck .....	699
3. Anwendungsbereich .....	700
4. Ansprüche .....	702
5. Anspruchsberechtigte .....	703
II. Definition der Irreführung .....	704
1. Begriff und wettbewerbsrechtliche Relevanz .....	704
2. Maßstab .....	705
3. Interessenabwägung .....	709
III. Art der Irreführung .....	712
1. Objektiv unzutreffende Angaben .....	712
2. Mehrdeutige Angaben .....	712
3. Nicht ernst gemeinte Angaben .....	714
4. Objektiv zutreffende Angaben .....	715
5. Äußerungen Dritter .....	717
6. Alleinstellungswerbung .....	718
7. Verschweigen von Angaben .....	721
IV. Gegenstand der Irreführung .....	727
1. Angaben .....	727
2. Die wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen (§ 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG) .....	728
3. Anlass des Verkaufs (§ 5 Abs. 1 Nr. 2 UWG) .....	735
4. Die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers (§ 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG) .....	741
5. Aussagen oder Symbole im Zusammenhang mit Sponsoring oder einer Zulassung (§ 5 Abs. 1 Nr. 4 UWG) .....	744
6. Die Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur (§ 5 Abs. 1 Nr. 5 UWG) .....	744
7. Einhaltung eines Verhaltenskodexes (§ 5 Abs. 1 Nr. 6 UWG) .....	744

## Inhaltsverzeichnis

8. Rechte des Verbrauchers (§ 5 Abs. 1 Nr. 7 UWG) .....	745
9. Geschäftliche Handlungen ohne Wertungsvorbehalt (§ 3 Abs. 3 UWG i. V. m. Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG) .....	745
V. Antragstellung .....	752
VI. Beweisfragen .....	755
VII. Beratungs-Checkliste .....	756
<b>§ 23 Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)</b>	
I. Bearbeitungs-Checkliste .....	759
II. Rechtsentwicklung .....	760
1. Traditionelle Rechtsprechung .....	760
2. Novelle .....	760
III. Auslegungsgrundsätze .....	761
IV. Tatbestand und Abgrenzung .....	762
1. Begriff der vergleichenden Werbung (§ 6 Abs. 1 UWG) .....	762
2. Andere Werbevergleiche .....	768
V. Zulässigkeitsvoraussetzungen .....	769
1. Allgemeines .....	769
2. Bedarfs- und Zweckidentität (§ 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG) .....	771
3. Ursprungsbezeichnungen .....	773
4. Vergleichbare Eigenschaften (§ 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG) .....	773
5. Irreführungsverbot (§ 5 UWG) .....	779
6. Vermeidung von Verwechslungen (§ 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG) .....	781
7. Verbot der Rufausbeutung (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG) .....	784
8. Diffamierungsverbot (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 und Nr. 5 UWG) .....	787
9. Schutz des Originalanbieters (§ 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG) .....	790
10. Erheblichkeitsschwelle (§ 3 UWG) .....	791
VI. Beweislast .....	792
<b>§ 24 Unzumutbare Belästigung (§ 7 UWG)</b>	
I. Allgemeines .....	795
II. UWG-Reform .....	795
1. Gemeinschaftsrechtliche Vorgaben .....	796
2. Neuregelung des § 7 UWG .....	796
3. Einzelne Tatbestandsmerkmale .....	797
III. Belästigung nach § 7 Abs. 1 UWG .....	798
1. Ansprechen in der Öffentlichkeit .....	798
2. Haustürwerbung .....	801
3. Laienwerber .....	802
4. Werbung am Unfallort .....	803
5. Unverlangt zugesandte Ware .....	804
IV. Belästigung nach § 7 Abs. 2 UWG .....	805
1. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG .....	806
2. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG .....	808
3. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG .....	812
4. Transparenzgebot nach § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG .....	816
V. Rechtsverfolgung .....	817
<b>§ 25 Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse (§ 17 UWG)</b>	
I. Allgemeines zu §§ 17–19 UWG .....	819
II. Begriff des Geschäfts-/Betriebsgeheimnisses .....	820
1. Bezug der Tatsache zum Unternehmen .....	821
2. Fehlende Offenkundigkeit .....	821
3. Geheimhaltungswille .....	822

## Inhaltsverzeichnis

4. Objektives Geheimhaltungsinteresse .....	823
5. Beispiele geschützten Know-hows .....	823
III. Die Tatbestände des § 17 UWG .....	824
1. § 17 Abs. 1 UWG: Geheimnisverrat .....	824
2. § 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG: Betriebsespionage .....	826
3. Geheimnishehlerei .....	828
IV. § 17 Abs. 3 UWG: Versuchsstrafbarkeit .....	829
V. § 17 Abs. 4 UWG: Besonders schwere Fälle .....	830
VI. Strafe, Strafverfolgung .....	830
VII. Beratungsscheckliste .....	831
<b>§ 26 Wettbewerbs- und zivilrechtlicher Know-how-Schutz</b> .....	
I. Einleitung .....	833
1. Begriffsbestimmung .....	833
2. Konstellationen anwaltlicher Beratung .....	834
II. Schutz außerhalb vertraglicher Beziehungen .....	834
1. Schutz nach § 4 Nr. 9 lit. c UWG .....	835
2. Schutz nach § 4 Nr. 10 UWG .....	835
3. Schutz nach § 4 Nr. 11 UWG .....	836
4. Schutz nach § 3 UWG .....	836
5. Schutz nach § 823 Abs. 1 BGB .....	838
6. Schutz nach § 823 Abs. 2 BGB .....	839
7. Schutz nach § 826 BGB .....	839
8. Sonstige Vorschriften .....	840
III. Schutz innerhalb vertraglicher Beziehungen .....	840
1. Allgemeines .....	840
2. Sonderfall: Arbeitsverhältnis .....	844
3. Sonderfall: Sonstige Dienstverhältnisse .....	844
4. Sonderfall: ausgeschiedene Arbeitnehmer/Dienstverpflichtete .....	845
5. Sonderfall: Handelsvertreter .....	847
6. Sonderfall: Vertrag mit Subunternehmern/Kooperationspartnern .....	848
IV. Rechtsfolgen der Verletzung von Know-how .....	848
1. Ansprüche .....	848
2. Verfahrensarten .....	851
3. Sachliche Zuständigkeit .....	852
4. Sonderproblem Antragsfassung .....	852
5. Sonderproblem Offenkundigkeit .....	853
6. Pro und Contra einer Abmahnung .....	854
7. Beratungsscheckliste Verletzungsfall .....	854
<b>§ 27 Verwertung von Vorlagen (§ 18 UWG)</b> .....	
I. Allgemeines .....	855
II. Tatbestand .....	856
1. Täterkreis .....	856
2. Tatgegenstand .....	856
3. Tathandlung .....	858
4. Subjektiver Tatbestand .....	858
III. Versuchsstrafbarkeit .....	859
IV. Strafe, Strafverfolgung .....	859
<b>§ 28 Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 19 UWG)</b> .....	
I. Allgemeines .....	860
II. Die Tatbestände von § 19 UWG .....	860
1. Täterkreis .....	860

2. § 19 Abs. 1 UWG: Versuchte Verleitung .....	860
3. § 19 Abs. 2, 1. Alt. UWG: Sich bereit erklären .....	861
4. § 19 Abs. 2, 2. Alt. UWG: Annahme des Erbietens .....	861
5. § 19 Abs. 2, 3. Alt. UWG: Verabredung .....	861
6. Subjektiver Tatbestand .....	861
III. Strafflosigkeit bei Rücktritt .....	862
IV. Strafe, Strafverfolgung .....	862

**Teil E. Verwandte Rechtsgebiete**

**§ 29 Presserecht**

I. Einleitung .....	864
1. Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen .....	864
2. Besonderheiten bei der Bildberichterstattung .....	868
3. Rechtswidrigkeit der Berichterstattung .....	873
4. Journalistische Sorgfalt und Verschulden .....	876
II. Unterlassung .....	878
1. Voraussetzungen .....	878
2. Prozessuale Durchsetzung .....	879
III. Gegendarstellung .....	880
1. Rechtsgrundlagen .....	881
2. Anspruchsinhaber und Anspruchsgegner .....	881
3. Voraussetzungen .....	882
4. Gerichtliche Durchsetzung .....	886
5. Erfüllung des Anspruchs .....	887
6. Gegendarstellungen in elektronischen Medien .....	888
7. Checkliste zur Gegendarstellung .....	889
IV. Berichtigung .....	889
1. Voraussetzungen .....	890
2. Inhalt des Anspruchs .....	890
3. Verfahrensfragen .....	891
V. Schadenersatz und Geldentschädigung .....	892
1. Schadenersatz .....	892
2. Geldentschädigung .....	893

**§ 30 Rundfunkrecht**

I. Anwaltliche Beratungsfelder .....	897
II. Rechtsgrundlagen .....	897
1. EU-Richtlinie „Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen“ .....	898
2. Rundfunkstaatsvertrag .....	899
3. Telemedien- und Telekommunikationsgesetz .....	900
III. Duales Rundfunksystem .....	901
1. Fernseh- und Rundfunkurteile .....	901
2. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk .....	907
3. Privater Rundfunk .....	908
4. Telemedien und Rundfunk .....	908
IV. Zulassung zur Veranstaltung von Rundfunk .....	909
1. Rechtsnatur der Zulassung .....	910
2. Zulassungsvoraussetzungen .....	910
3. Zuständigkeit der Landesmedienanstalten .....	914
4. Zulassungsstreitigkeiten .....	914
5. Checkliste: Zulassungsantrag .....	917
V. Werbung .....	917
1. Begriff .....	917

## Inhaltsverzeichnis

2. Adressaten der Werberegulungen .....	918
3. Rahmenbedingungen der Werbevorschriften .....	918
4. Werbeverbote .....	923
5. Erscheinungsformen erlaubter Werbung – Merchandising und Licensing ....	926
6. Europarechtlicher Regelungsrahmen .....	927
7. Checkliste: Werbeverbote .....	928
VI. Sponsoring .....	929
1. Definition .....	929
2. Art der Finanzierung .....	929
3. Gegenstand des Sponsorings .....	930
4. Ausgestaltung des Sponsorenhinweises .....	931
5. Grenzen des erlaubten Sponsorings .....	932
6. Europarechtlicher Regelungsrahmen .....	933
VII. Teleshopping .....	934
1. Formen des Teleshopping .....	935
2. Gebote, Verbote und Beschränkungen .....	936
VIII. Telemedien .....	937
1. Begriffsinhalt .....	937
2. Anbieter .....	937
3. Zulassungs- und Anmeldefreiheit .....	938
4. Verantwortlichkeiten .....	938
5. Pflichten der Anbieter .....	939

### § 31 Recht der Telemedien

I. Einleitung .....	942
1. Technische Grundlagen zu Websites .....	942
2. Websites als Telemedien .....	942
II. Informationspflichten .....	945
1. Vorbemerkung .....	945
2. Telemedien .....	945
3. Fernabsatz. ....	947
4. Fernabsatz unter Einsatz elektronischer Kommunikationsmittel .....	948
5. Preisangabenverordnung .....	949
6. Unlauterkeitstatbestand des § 4 Nr. 11 UWG .....	949
III. Spezielle Fragestellungen .....	950
1. Metatags .....	950
2. Keyword Advertsising – Google AdWords .....	955
3. Werbetexte/Banner/Inline-Ads .....	959
4. Links .....	961
5. Framing .....	964
6. Up-/Downloading-Angebote .....	965
7. Cookies .....	966
IV. E-Mail und Push-Dienste .....	967
1. E-Mail .....	967
2. Push-Dienste .....	970
V. Online-Auktionen .....	970
1. Aktuelle Entwicklungen .....	970
2. Sniper-Software .....	971
VI. Ausbeuten von Datenbanken durch Search-Agents und Suchmaschinen .....	973
VII. Haftungsprivilegierung nach dem TMG .....	973
1. Vorbemerkung .....	973
2. Eigene und fremde Informationen .....	974
3. Prüfungspflicht .....	975
4. Haftungsprivilegierung einzelner Verbreitungsarten .....	977























