

# Inhaltsverzeichnis

|   |       |
|---|-------|
| Abkürzungsverzeichnis .....                                   | XVII  |
| Verzeichnis der zitierten und weiterführenden Literatur ..... | XXIII |

## 1. Kapitel. Grundlagen

|  |    |
|--|----|
| <b>§ 1. Einführung</b> .....   | 1  |
| A. Abgrenzung, Begriff .....   | 1  |
| B. Geschichte des UWG bis 2004 .....   | 2  |
| I. Anfänge .....   | 2  |
| II. UWG von 1896 .....   | 2  |
| III. UWG von 1909 .....  | 3  |
| IV. Die Entwicklung bis 2004 .....   | 4  |
| C. Europäische Union .....   | 5  |
| D. UWG 2015, UWG 2022 .....  | 6  |
| <b>§ 2. Internationales Wettbewerbsrecht</b> .....                               | 7  |
| A. Internationale Abkommen .....   | 7  |
| I. Pariser Verbandsübereinkunft .....  | 7  |
| II. WIPO, TRIPs .....  | 8  |
| B. Rechtsvergleichung .....  | 8  |
| I. Österreich .....  | 8  |
| II. Schweiz .....  | 9  |
| <b>§ 3. Zweck</b> .....  | 9  |
| <b>§ 4. Anwendungsbereich</b> .....  | 12 |
| A. Geschäftliche Handlung .....  | 12 |
| I. Überblick .....   | 12 |
| II. Geschäftlicher Verkehr .....   | 14 |
| III. Verhalten einer Person vor, bei oder nach einem<br>Geschäftsabschluss ..... | 15 |
| 1. Verhalten einer Person .....  | 15 |
| 2. Vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss .....                             | 16 |
| B. Äußerungen der Medien und der Wissenschaft .....                              | 17 |
| C. Öffentliche Hand .....  | 18 |
| I. Geschäftliche Handlung .....  | 19 |
| II. Schranken .....  | 20 |
| D. Internationales Privatrecht .....   | 22 |
| <b>§ 5. Grundbegriffe</b> .....  | 25 |
| A. Verbraucher .....   | 25 |
| B. Unternehmer .....   | 25 |
| C. Mitbewerber .....   | 27 |
| D. Marktteilnehmer .....   | 28 |
| E. Weitere Grundbegriffe .....   | 28 |

|  |    |
|--|----|
| <b>§ 6. Unlauterkeit</b> .....   | 29 |
| A. Überblick .....   | 29 |
| B. Unlauterkeit (§ 3 Abs. 1 UWG) .....   | 31 |
| I. Maßstäbe .....  | 31 |
| II. Bedeutung des GWB .....  | 34 |
| C. Verbrauchergeneralklausel (§ 3 Abs. 2, 4 UWG) .....                             | 35 |
| D. Relevanzkriterien .....   | 36 |
| I. § 3 Abs. 2 UWG .....  | 36 |
| II. § 3 Abs. 1 UWG .....   | 38 |
| <br>   |    |
| <b>2. Kapitel. Verletzung von Interessen der Mitbewerber (B2B)</b>                 |    |
| <br>   |    |
| <b>§ 7. Gezielte Behinderung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 4 UWG)</b> .....            | 40 |
| A. Behinderung .....   | 40 |
| B. Preisunterbietung .....   | 42 |
| I. Überblick .....   | 42 |
| II. Beispiele .....  | 43 |
| C. Boykott .....   | 45 |
| D. Verletzung von Preis- und Vertriebsbindungssystemen .....                       | 46 |
| E. Abwerbung von Kunden .....  | 49 |
| F. Abwerbung von Arbeitnehmern .....   | 52 |
| G. Missbrauch von Zeichenrechten .....   | 54 |
| H. Anhang: Geheimnisverrat .....   | 54 |
| I. Geschichte .....  | 54 |
| II. Überblick .....  | 55 |
| <br>   |    |
| <b>§ 8. Vergleichende Werbung</b> .....  | 59 |
| A. Überblick, Geschichte .....   | 59 |
| B. Merkmale einer vergleichenden Werbung .....                                     | 61 |
| I. Werbung .....   | 61 |
| II. Bezugnahme auf Mitbewerber .....   | 62 |
| III. Vergleich .....   | 64 |
| IV. Insbesondere kritisierende, persönliche und unternehmensbezogene Werbung ..... | 65 |
| C. Die einzelnen Tatbestände des § 6 Abs. 2 UWG .....                              | 66 |
| I. Überblick .....   | 66 |
| II. § 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG .....   | 67 |
| III. § 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG .....  | 68 |
| IV. § 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG .....   | 70 |
| V. § 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG .....  | 70 |
| VI. § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG .....   | 71 |
| VII. § 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG .....  | 72 |
| VIII. Irreführungsverbot .....   | 73 |
| D. Rechtsfolgen .....  | 74 |
| <br>   |    |
| <b>§ 9. Maßnahmen im Stufenwettbewerb</b> .....                                    | 74 |
| A. Überblick .....   | 74 |
| B. Direktverkäufe .....  | 75 |

|   |            |
|---|------------|
| C. Bestechung . . . . .   | 75         |
| I. Überblick . . . . .  | 75         |
| II. § 299 StGB . . . . .  | 76         |
| 1. Tatbestand . . . . .   | 76         |
| 2. Rechtsfolgen . . . . .                                       | 77         |
| III. Bestechungsähnliche Maßnahmen . . . . .                    | 78         |
| D. Missbrauch der Nachfragemacht . . . . .                      | 79         |
| <b>§ 10. Geschäftsehrverletzung und Anschwärzung . . . . .</b>  | <b>80</b>  |
| A. Überblick . . . . .  | 80         |
| B. Konkurrenzen . . . . .                                       | 81         |
| C. Geschäftsehrverletzung (§ 4 Nr. 1 UWG) . . . . .             | 82         |
| D. Anschwärzung (§ 4 Nr. 2 UWG) . . . . .                       | 84         |
| I. Tatsachen . . . . .  | 84         |
| II. Insbesondere Schutzrechtsverwarnung . . . . .               | 86         |
| III. Behauptung, Verbreitung . . . . .                          | 87         |
| IV. Beweislast . . . . .  | 88         |
| V. Rechtsfolgen . . . . .                                       | 89         |
| <b>§ 11. Ausbeutung fremder Leistungen . . . . .</b>            | <b>90</b>  |
| A. Überblick . . . . .  | 90         |
| B. Konkurrenzen . . . . .                                       | 92         |
| C. Herkunftstäuschung . . . . .                                 | 93         |
| I. Überblick . . . . .  | 93         |
| II. Wettbewerbliche Eigenart . . . . .                          | 94         |
| III. Nachahmung . . . . .                                       | 96         |
| IV. Vermeidbare Herkunftstäuschung . . . . .                    | 97         |
| V. Nachahmung fremder Werbung . . . . .                         | 99         |
| D. Rufausnutzung und Rufbeeinträchtigung . . . . .              | 100        |
| I. Rufausnutzung . . . . .                                      | 100        |
| II. Rufbeeinträchtigung . . . . .                               | 102        |
| E. Unredliche Kenntniserlangung . . . . .                       | 103        |
| F. Ersatzteile und Zubehör . . . . .                            | 103        |
| F. Leistungsschutz aufgrund der Generalklausel . . . . .        | 104        |
| G. Rechtsfolgen . . . . .                                       | 106        |
| I. Unterlassungsanspruch . . . . .                              | 106        |
| II. Schadensersatzansprüche . . . . .                           | 107        |
| H. Dauer . . . . .  | 107        |
| <b>3. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Abnehmer</b>   |            |
| <b>§ 12. Aggressive Geschäftspraktiken (§ 4a UWG) . . . . .</b> | <b>108</b> |
| A. Überblick . . . . .  | 108        |
| B. Tatbestandsmerkmale . . . . .                                | 108        |
| C. Beispiele . . . . .  | 111        |
| D. Werbung gegenüber Kindern . . . . .                          | 112        |
| E. Kaufzwang, übertriebenes Anlocken . . . . .                  | 113        |

|  |     |
|--|-----|
| F. Einige Fälle iuris antiqui  | 114 |
| I. Gefühlsbetonte Werbung  | 114 |
| II. Laienwerber  | 116 |
| III. Schleichwerbung, Transparenzgebot                                   | 117 |
| IV. Koppelungen  | 117 |
| <b>§ 13. Unzumutbare Belästigungen</b>                                   | 118 |
| A. Überblick   | 118 |
| B. Grundtatbestand (§ 7 Abs. 1 UWG)                                      | 120 |
| I. § 7 Abs. 1 S. 1 UWG   | 120 |
| II. § 7 Abs. 1 S. 2 UWG  | 121 |
| III. Fallgruppen   | 122 |
| 1. Ansprechen von Passanten  | 122 |
| 2. Zusendung unbestellter Waren  | 123 |
| 3. Haustürwerbung  | 124 |
| C. Regeltatbestände des § 7 Abs. 2 UWG                                   | 125 |
| I. Telefonwerbung  | 125 |
| 1. Überblick   | 125 |
| 2. Einwilligung von Verbrauchern   | 126 |
| 3. Einwilligung sonstiger Marktteilnehmer                                | 127 |
| 4. Rechtsfolgen  | 127 |
| II. E-Mail-Werbung   | 129 |
| III. Transparenzgebot (§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG)                             | 130 |
| IV. Hartnäckiges Ansprechen über Fernabsatzmittel<br>(Nr. 26 Anhang UWG) | 131 |
| <b>§ 14. Irreführung</b>   | 132 |
| A. Überblick   | 133 |
| B. Geschäftliche Handlung  | 135 |
| I. Begriff   | 135 |
| II. Nur sachliche Angaben  | 137 |
| C. Unrichtigkeit   | 138 |
| I. Überblick   | 138 |
| II. Verbraucherleitbild  | 141 |
| III. Irreführungsquote   | 143 |
| D. Irreführung durch Unterlassen (§§ 5 a, 5 b UWG)                       | 144 |
| I. Bedeutung und Begriff der wesentlichen Informationen                  | 144 |
| 1. Überblick   | 144 |
| 2. Wesentliche Informationen   | 145 |
| 3. Besonderheiten im Internet  | 145 |
| 4. Besonderheiten bei Verbraucherbewertungen                             | 146 |
| 5. Bestimmte unionsrechtliche Vorgaben                                   | 146 |
| II. Einzelheiten der Vorenthaltung                                       | 146 |
| III. Positives Tun, Unterlassung und Aufklärungspflicht                  | 147 |
| 1. Handlung oder Unterlassung  | 147 |
| 2. Aufklärungspflicht  | 148 |
| 3. Beispiele   | 148 |

|   |            |
|---|------------|
| IV. Unlauteres Handeln . . . . .                                | 149        |
| 1. Vorenthaltung wesentlicher Informationen . . . . .           | 149        |
| 2. Stufen der Aufklärungspflicht . . . . .                      | 150        |
| E. Einzelfragen . . . . .                                       | 151        |
| I. Blickfangwerbung . . . . .                                   | 151        |
| II. Mehrdeutigkeit . . . . .                                    | 153        |
| III. Fortwirkung . . . . .                                      | 153        |
| IV. Bedeutungswandel . . . . .                                  | 154        |
| V. Umweltwerbung . . . . .                                      | 154        |
| VI. Fachausdrücke . . . . .                                     | 155        |
| VII. Verweisende Verbrauchervorstellungen . . . . .             | 155        |
| VIII. Verdeckte Werbung, Schleichwerbung . . . . .              | 156        |
| 1. Überblick, Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG . . . . .                | 156        |
| 2. § 5 a Abs. 4 UWG . . . . .                                   | 157        |
| a) Nichtkenntlichmachung des kommerziellen Zwecks . . . . .     | 157        |
| b) Erleichterungen für Blogger und Influencer . . . . .         | 158        |
| IX. Verkaufsförderungsmaßnahmen und Transparenzgebote . . . . . | 159        |
| X. Verbot des sog. dual-quality-Vertriebs . . . . .             | 161        |
| F. Erfordernis der Relevanz . . . . .                           | 162        |
| G. Interessenabwägung . . . . .                                 | 163        |
| H. Beweisfragen . . . . .                                       | 164        |
| I. Beweismittel . . . . .                                       | 164        |
| II. Beweislast . . . . .  | 165        |
| 1. Beweislastverteilung . . . . .                               | 165        |
| 2. Beweislastumkehr . . . . .                                   | 165        |
| 3. Gesetzliche Beweislastregeln . . . . .                       | 166        |
| I. Rechtsfolgen . . . . .                                       | 166        |
| I. Unterlassungsanspruch . . . . .                              | 166        |
| II. Schadensersatz . . . . .                                    | 166        |
| III. Nichtigkeit . . . . .                                      | 167        |
| IV. Strafrechtliche Folgen (§ 16 Abs. 1 UWG) . . . . .          | 168        |
| <b>§ 15. Irreführung: Beispiele . . . . .</b>                   | <b>169</b> |
| A. Überblick . . . . .  | 169        |
| B. Vorräte . . . . .  | 170        |
| I. Lockvogelangebote . . . . .                                  | 170        |
| II. Menge, Verfügbarkeit . . . . .                              | 171        |
| C. Beschaffenheit . . . . .                                     | 172        |
| I. Überblick . . . . .  | 172        |
| II. Eigenschaften/Verpackungsgröße . . . . .                    | 173        |
| III. Kunststoffe . . . . .                                      | 174        |
| IV. Lebensmittel . . . . .                                      | 174        |
| V. Heilmittel . . . . .   | 175        |
| 1. HWG . . . . .  | 175        |
| 2. UWG . . . . .  | 176        |
| D. Ursprungs- bzw. Herkunftsbezeichnung . . . . .               | 176        |
| I. Überblick . . . . .  | 176        |
| II. Unionsrecht . . . . .                                       | 177        |

|  |     |
|--|-----|
| III. Konkurrenzen  | 177 |
| IV. Irreführung  | 179 |
| V. Rechtsfolgen  | 181 |
| VI. Betriebliche Herkunftsangaben  | 181 |
| E. Testergebnisse/Prüfzeichen und Gütesiegel                                   | 182 |
| F. Geschäftliche Verhältnisse  | 184 |
| I. Überblick   | 184 |
| II. Alleinstellungswerbung   | 185 |
| 1. Begriff   | 185 |
| 2. Maßstab, Beweislast   | 186 |
| III. Firmenzusätze   | 187 |
| IV. Alter  | 188 |
| V. Berufsbezeichnungen   | 189 |
| VI. Irreführung über den gewerblichen Charakter der<br>geschäftlichen Handlung | 190 |
| VII. Schutzrechtsbehauptungen  | 191 |
| G. Weitere Fälle   | 191 |
| I. Überblick   | 191 |
| II. Ausnutzung der Spiellust   | 192 |
| III. Schneeballsysteme   | 193 |
| <b>§ 16. Preiswerbung</b>  | 195 |
| A. Überblick   | 195 |
| B. Irreführung über die Preise   | 196 |
| I. Preiswahrheit (§ 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG)  | 196 |
| 1. Beispiele   | 196 |
| 2. Insbes. Preisvergleiche   | 198 |
| II. Preissenkungen (§ 5 Abs. 5 UWG)  | 199 |
| C. PAngV   | 201 |
| I. Überblick   | 201 |
| II. Anwendungsbereich  | 201 |
| III. Allgemeine Anforderungen  | 202 |
| IV. Grundvorschriften  | 203 |
| 1. Angaben zum Gesamtpreis   | 203 |
| 2. Angaben zum Grundpreis  | 204 |
| V. Besondere Bestimmungen  | 204 |
| VI. Verhältnis zum UWG   | 205 |
| VII. Rechtsfolgen bei Verstoß  | 206 |
| <b>§ 17. Besondere Verkaufsveranstaltungen</b>                                 | 206 |
| A. Geschichte  | 206 |
| B. Bedeutung   | 207 |
| C. Räumungsverkäufe  | 207 |
| D. Jubiläumsverkäufe   | 207 |
| <b>§ 18. Geschäftliche Bezeichnungen</b>                                       | 208 |
| A. Überblick   | 208 |
| B. Schutzsubjekt   | 209 |

|  |     |
|--|-----|
| C. Schutzobjekt . . . . .                                      | 210 |
| I. Überblick . . . . .   | 210 |
| II. Besondere Geschäftsbezeichnungen . . . . .                 | 210 |
| 1. Voraussetzungen . . . . .                                   | 210 |
| 2. Verkehrsgeltung . . . . .                                   | 211 |
| 3. Platzgeschäfte . . . . .                                    | 212 |
| III. Domainnamen . . . . .                                     | 212 |
| 1. Überblick . . . . .   | 212 |
| 2. Rechtsnatur . . . . .                                       | 214 |
| 3. Kollision mit Zeichenrechten . . . . .                      | 215 |
| 4. Domaingrabbing . . . . .                                    | 215 |
| IV. Firmenschlagworte, Firmenbestandteile . . . . .            | 216 |
| 1. Abkürzungen . . . . .                                       | 216 |
| 2. Firmenbestandteile . . . . .                                | 216 |
| V. Geschäftsabzeichen . . . . .                                | 217 |
| VI. Werktitel . . . . .  | 217 |
| D. Dauer des Schutzes . . . . .                                | 218 |
| I. Beginn . . . . .  | 218 |
| II. Ende . . . . .   | 218 |
| E. Verwechslungsgefahr . . . . .                               | 219 |
| 1. Überblick . . . . .   | 219 |
| II. Anwendungsbereich . . . . .                                | 219 |
| III. Begriff . . . . .   | 220 |
| IV. Werktitel . . . . .  | 221 |
| F. Unbefugter Gebrauch . . . . .                               | 222 |
| I. Prioritätsgrundsatz . . . . .                               | 222 |
| II. Lizenzverträge . . . . .                                   | 222 |
| III. Interessenverletzung (§ 12 BGB) . . . . .                 | 223 |
| IV. Gleichgewichtslagen . . . . .                              | 223 |
| 1. Begriff, Interessenabwägung . . . . .                       | 223 |
| 2. Insbes. Gleichnamigkeit . . . . .                           | 225 |
| 3. § 5 Abs. 2 UWG . . . . .                                    | 225 |
| G. Der Schutz bekannter geschäftlicher Bezeichnungen . . . . . | 226 |
| H. Rechtsfolgen . . . . .                                      | 226 |

#### 4. Kapitel. Die Verletzung von Interessen der Allgemeinheit

|  |            |
|--|------------|
| <b>§ 19. Allgemeine Marktbehinderung, Marktstörung . . . . .</b> | <b>228</b> |
| A. Einleitung, Problematik . . . . .                             | 228        |
| B. Tatbestand . . . . .  | 229        |
| C. Verteilung von Originalware . . . . .                         | 231        |
| D. Verteilung von Presseerzeugnissen . . . . .                   | 233        |
| <b>§ 20. Rechtsbruch . . . . .</b>                               | <b>235</b> |
| A. Überblick, Entwicklung . . . . .                              | 235        |
| B. Vereinbarkeit mit der RL 2005/29/EG . . . . .                 | 238        |
| C. Tatbestandsmerkmale . . . . .                                 | 239        |
| I. Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift . . . . .           | 239        |

|  |     |
|--|-----|
| II. Regelung des Marktverhaltens . . . . .           | 241 |
| III. Interesse der Marktteilnehmer . . . . .         | 243 |
| IV. Zuwiderhandlung . . . . .                        | 244 |
| V. Relevanzkriterium . . . . .                       | 245 |
| D. Beispiele . . . . .                               | 245 |
| I. Berufsspezifische Vorschriften . . . . .          | 245 |
| II. Produktspezifische Vorschriften . . . . .        | 246 |
| III. Vertriebsbezogene Vorschriften . . . . .        | 248 |
| IV. Freie Berufe . . . . .                           | 248 |
| 1. Bedeutung des UWG, insbes. des § 3a UWG . . . . . | 248 |
| 2. Ärzte . . . . .                                   | 250 |
| 3. Rechtsanwälte . . . . .                           | 251 |
| E. Verhaltenskodizes . . . . .                       | 253 |

## 5. Kapitel. Sanktionen

|  |            |
|--|------------|
| <b>§ 21. Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch . . . . .</b> | <b>256</b> |
| A. Überblick . . . . .   | 256        |
| B. Unterlassungsanspruch . . . . .                             | 257        |
| I. Wiederholungsgefahr . . . . .                               | 257        |
| II. Klageantrag . . . . .                                      | 259        |
| III. Unterlassung vs. Beseitigung . . . . .                    | 259        |
| C. Vorbeugender Unterlassungsanspruch . . . . .                | 260        |
| D. Beseitigung und Widerruf . . . . .                          | 261        |
| I. Anspruch auf Beseitigung . . . . .                          | 261        |
| II. Anspruch auf Widerruf . . . . .                            | 263        |
| E. Unterwerfungserklärung . . . . .                            | 263        |
| I. Begriff, Rechtsnatur, Zustandekommen . . . . .              | 263        |
| II. Einseitige Unterwerfungserklärung . . . . .                | 265        |
| III. Vertragsstrafversprechen . . . . .                        | 265        |
| IV. Rechtsfolgen . . . . .                                     | 267        |
| V. Drittunterwerfung . . . . .                                 | 267        |
| F. Täter, Teilnehmer und Störer . . . . .                      | 268        |
| I. Täter . . . . .   | 268        |
| II. Teilnehmer . . . . .                                       | 269        |
| III. Störer . . . . .  | 270        |
| IV. Organe juristischer Personen . . . . .                     | 271        |
| G. Haftung für Dritte . . . . .                                | 271        |
| I. Überblick . . . . .   | 271        |
| II. Voraussetzungen . . . . .                                  | 272        |
| 1. „In einem Unternehmen“ . . . . .                            | 272        |
| 2. Mitarbeiter und Beauftragte . . . . .                       | 273        |
| 3. Zuwiderhandlung . . . . .                                   | 274        |
| H. Abwehreinwand . . . . .                                     | 274        |
| <br>   |            |
| <b>§ 22. Klagebefugnis . . . . .</b>                           | <b>275</b> |
| A. Überblick . . . . .   | 275        |

|  |            |
|--|------------|
| I. Gläubiger der Abwehransprüche .....                                     | 275        |
| II. Anwendungsbereich .....  | 276        |
| B. Mitbewerber .....   | 276        |
| C. Wirtschafts- und Berufsverbände .....                                   | 278        |
| I. Überblick .....   | 278        |
| II. Rechtsnatur .....  | 279        |
| III. Voraussetzungen .....   | 279        |
| 1. Überblick .....   | 279        |
| 2. Rechtsfähigkeit und Zweck .....   | 280        |
| 3. Erhebliche Zahl von im Wettbewerb stehenden<br>Unternehmen .....        | 280        |
| 4. Ausstattung und Tätigkeitsdauer .....                                   | 282        |
| 5. Berührung von Mitgliederinteressen .....                                | 282        |
| 6. Eintragung in die Liste der qualifizierten<br>Wirtschaftsverbände ..... | 283        |
| D. Qualifizierte Einrichtungen .....                                       | 283        |
| E. Kammern .....   | 285        |
| F. Missbrauch .....  | 285        |
| I. Zweck .....   | 285        |
| II. Anwendungsbereich .....  | 286        |
| III. Begriff .....   | 286        |
| IV. Rechtsfolgen .....   | 289        |
| G. Besonderheiten bei plattformbasierten Geschäftsmodellen .....           | 289        |
| <b>§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung .....</b>                    | <b>290</b> |
| A. Überblick .....   | 291        |
| B. Schadensersatzanspruch .....  | 292        |
| I. Anspruchsvoraussetzungen im Überblick .....                             | 292        |
| 1. Geschädigter ist Mitbewerber .....                                      | 292        |
| 2. Geschädigter ist Verbraucher .....                                      | 292        |
| II. Die Voraussetzungen im Einzelnen .....                                 | 292        |
| III. Einzelne Schadensposten .....   | 294        |
| IV. Objektive Schadensberechnung .....                                     | 295        |
| 1. Dreifache Schadensberechnung .....                                      | 295        |
| 2. Anwendungsbereich .....   | 296        |
| 3. Wahlrecht bei Schadensberechnung .....                                  | 296        |
| V. Konkurrenzen .....  | 297        |
| C. Auskunftsanspruch .....   | 298        |
| I. Überblick .....   | 298        |
| II. Unselbstständiger Auskunftsanspruch .....                              | 298        |
| III. Selbstständiger Auskunftsanspruch (auf Drittauskunft) .....           | 300        |
| IV. Auskunftsanspruch qualifizierter Einrichtungen .....                   | 300        |
| D. Gewinnabschöpfung .....   | 301        |
| I. Überblick .....   | 301        |
| II. Vorsätzlicher Verstoß .....  | 302        |
| III. Der erzielte Gewinn zu Lasten einer Vielzahl von Abnehmern .....      | 303        |
| IV. Beweislast, Auskunftsanspruch .....                                    | 304        |
| V. Gläubigermehrheit .....   | 305        |

|  |            |
|--|------------|
| VI. Aufwendungsersatz .....                          | 305        |
| E. Bereicherungsanspruch .....                       | 306        |
| F. Verjährung .....                                  | 306        |
| I. Überblick .....                                   | 306        |
| II. Anwendungsbereich .....                          | 307        |
| III. Beginn .....                                    | 308        |
| <b>§ 24. Strafrechtliche Sanktionen .....</b>        | <b>309</b> |
| A. Überblick .....                                   | 309        |
| B. Straftatbestände .....                            | 309        |
| C. Ordnungswidrigkeiten .....                        | 310        |
| <br><b>6. Kapitel. Verfahrensfragen</b>              |            |
| <b>§ 25. Abmahnung .....</b>                         | <b>311</b> |
| A. Überblick .....                                   | 311        |
| B. Erforderlichkeit .....                            | 313        |
| C. Inhalt .....                                      | 314        |
| D. Rechtsnatur .....                                 | 314        |
| E. Ersatz der Abmahnkosten .....                     | 315        |
| I. Voraussetzungen und Umfang .....                  | 315        |
| II. Ausnahmen .....                                  | 316        |
| F. Unberechtigte Abmahnung .....                     | 317        |
| I. Begriff und Problemstellung .....                 | 317        |
| II. Verbot der missbräuchlichen Geltendmachung ..... | 318        |
| <b>§ 26. Einstweilige Verfügung .....</b>            | <b>318</b> |
| A. Überblick .....                                   | 319        |
| B. Anwendungsbereich .....                           | 319        |
| C. Dringlichkeitsvermutung .....                     | 319        |
| D. Verfahren .....                                   | 321        |
| E. Vollziehung .....                                 | 322        |
| F. Rechtsbehelfe .....                               | 322        |
| G. Abschlussverfahren .....                          | 323        |
| H. Schutzschrift .....                               | 324        |
| <b>§ 27. Sonstige Verfahrensfragen .....</b>         | <b>325</b> |
| A. Einigungsstellen .....                            | 325        |
| B. Zuständigkeit der ordentlichen Gerichte .....     | 326        |
| I. Sachliche Zuständigkeit .....                     | 326        |
| II. Örtliche Zuständigkeit .....                     | 326        |
| Stichwortverzeichnis .....                           | 329        |