

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Literaturverzeichnis	XXIX
 A. Grundlagen	 1
§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen	1
§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	10
§ 3. Unionsrecht	38
§ 4. Entwicklungsetappen	61
§ 5. Schutzzwecke und geschützte Interessen	71
§ 6. Grundbegriffe	83
§ 7. Grundstrukturen und Generalklauseln	120
 B. Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen	 155
§ 8. Irreführungstatbestände im Anhang UWG	155
§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen	190
§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen	216
§ 11. Geschäftliche Transparenz	249
 C. Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer	 299
§ 12. Tatbestände aggressiver Beeinflussung im Anhang UWG	299
§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen	314
 D. Behinderung und Nachahmung	 337
§ 14. Aussagen über Mitbewerber	337
§ 15. Unlautere Nachahmungen	360
§ 16. Gezielte Behinderung	403
 E. Weitere unlautere Verhaltensweisen	 421
§ 17. Vergleichende Werbung	421
§ 18. Unzumutbare Belästigung	441
§ 19. Rechtsbruch	465
§ 20. Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit	485
 F. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	 503
§ 21. Gläubiger und Schuldner lauterkeitsrechtlicher Ansprüche	503
§ 22. Unterlassung und Beseitigung	526

Inhaltsübersicht

§ 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung	546
§ 24. Rechtsdurchsetzung	564
G. Geschäftsgeheimnisse	595
§ 25. Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen	595
§ 26. Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	623
 Verzeichnis der Abbildungen	 651
 Stichwortverzeichnis.	 653

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Abkürzungsverzeichnis	XXI
Literaturverzeichnis	XXIX
A. Grundlagen	1
§ 1. Gegenstand und Rechtsquellen	1
I. Lauterkeitsrecht als Recht der geschäftlichen Handlungen	1
II. Terminologie	2
III. Rechtsquellen	2
1. Nationales Recht	2
2. Unionsrecht	3
3. Richterrecht	4
4. Internationale Abkommen	5
IV. Aufbau und Regelungsinhalt des UWG im Überblick	8
§ 2. Systematische Einordnung und Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	10
I. Systematische Einordnung	11
1. Ausgangsüberlegungen	11
2. Rechtliche Charakteristik	12
II. Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	15
1. Verhältnis zum Grundgesetz	15
2. Verhältnis zum bürgerlichen Recht	21
3. Verhältnis zum Unterlassungsklagengesetz	29
4. Verhältnis zum Verbraucherrechtedurchsetzungsgesetz	30
5. Verhältnis zum Immaterialgüterrecht	31
6. Verhältnis zum Geschäftsgeheimnisschutz	31
7. Verhältnis zum Kartellrecht	32
8. Verhältnis zum Vergabe- und Beihilferecht	34
9. Verhältnis zum Online-Regulierungsrecht	35
III. Vorschriften zur Regelung besonderer Aspekte unlauterer geschäftlicher Handlungen, § 1 II UWG	35
1. Besondere Aspekte	36
2. Normenkollision	37
3. Spezialvorschriften, die in UWG-Tatbestände integriert sind	37
§ 3. Unionsrecht	38
I. Primärrecht	38
1. Abbau von Handelshemmnissen	39
2. Verbraucherschutz	40
II. Sekundärrecht	40
1. Verordnungen	41
	IX

Inhaltsverzeichnis

2.	Richtlinien	42
3.	Einzelheiten zur UGP-RL.....	47
4.	Ausblick	58
III.	Anwendbares Recht	58
§ 4.	Entwicklungsetappen	61
I.	Herausbildung des Lauterkeitsrechts	61
II.	UWG 1896	61
III.	UWG 1909	63
IV.	UWG 2004	65
V.	UWG 2008	66
VI.	Gesetz gegen unseriöse Geschäftspraktiken.....	67
VII.	UWG 2015	67
VIII.	GeschGehG	67
IX.	Gesetz zur Änderung des Telemediengesetzes und weiterer Gesetze	68
X.	Gesetz zur Stärkung des fairen Wettbewerbs.....	68
XI.	Gesetz für faire Verbraucherverträge.....	68
XII.	UWG 2022	69
XIII.	UWG 2026	69
§ 5.	Schutzzwecke und geschützte Interessen	71
I.	Schutzzwecke	71
1.	Inhalt und Funktion des § 1 I UWG	71
2.	Verhältnis der Schutzzwecke zueinander	73
3.	Integriertes Regelungsmodell des UWG	73
4.	Systematisierung der UWG-Vorschriften nach Schutzzwecken	75
5.	Schutzzwecke und Interessenabwägung.....	76
II.	Lauterkeitsrechtlich geschützte Interessen.....	76
1.	Mitbewerber	76
2.	Verbraucher	77
3.	Sonstige Marktteilnehmer.....	78
4.	Allgemeinheit	79
III.	Wettbewerb und Wettbewerbsleitbild des UWG	80
§ 6.	Grundbegriffe	83
I.	Struktur und Systematik des § 2 UWG	83
II.	Geschäftliche Entscheidung und geschäftliche Handlung.....	85
1.	Geschäftliche Entscheidung, § 2 I Nr. 1 UWG.....	85
2.	Geschäftliche Handlung, § 2 I Nr. 2 UWG	87
III.	Marktakteure	101
1.	Marktteilnehmer, § 2 I Nr. 3 UWG	101
2.	Mitbewerber, § 2 I Nr. 4 UWG	102
3.	Verbraucher, § 2 III Nr. 4 UWG	116

§ 7. Grundstrukturen und Generalklauseln 120

I. Überblick 120

II. Struktur des § 3 UWG 121

1. Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen, § 3 I UWG 122

2. Verbrauchergeneralklausel, § 3 II UWG 124

3. »Schwarze Liste«, § 3 III UWG 130

4. Beurteilungsmaßstab für geschäftliche Handlungen, § 3 IV UWG 136

III. Prüfung der Unlauterkeit einer geschäftlichen Handlung 142

1. Geschäftliche Handlungen innerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL 142

2. Geschäftliche Handlungen außerhalb des Anwendungsbereiches der UGP-RL 146

3. »Doppelrelevante« geschäftliche Handlungen 146

IV. Geschäftliche Relevanz und Spürbarkeit 147

1. Rechtliche Einordnung 147

2. Geschäftliche Relevanz 148

3. Spürbarkeit 149

4. Beispiele aus der Rechtsprechung 149

V. Verhaltenskodizes 150

1. Allgemeines 151

2. Abgrenzung zu Wettbewerbsregeln nach §§ 24 ff. GWB 152

3. Lauterkeitsrechtliche Bedeutung von Verhaltenskodizes 152

B. Irreführung und Vorenthalten wesentlicher Informationen 155

§ 8. Irreführungstatbestände im Anhang UWG 155

I. Vorbemerkung und Überblick 156

II. Irreführungen in Bezug auf Verhaltenskodizes 157

1. Nr. 1 Anhang UWG 157

2. Nr. 3 Anhang UWG 158

III. Irreführungen über die Eigenschaften einer Ware oder Dienstleistung oder über Qualitätsvorstellungen 158

1. Nr. 2 Anhang UWG 158

2. Nr. 4 Anhang UWG 159

3. Nr. 9 Anhang UWG 160

4. Nr. 13 Anhang UWG 160

5. Nr. 16 Anhang UWG 163

6. Nr. 17 Anhang UWG 163

7. Nr. 23d Anhang UWG 164

IV. Irreführungen über die Umstände eines Geschäfts 168

1. Nr. 5 Anhang UWG 168

2. Nr. 7 Anhang UWG 169

3. Nr. 12 Anhang UWG 169

4. Nr. 15 Anhang UWG 170

5. Nr. 18 Anhang UWG 170

6. Nr. 23a Anhang UWG 170

V. Irreführungen im Zusammenhang mit Verkaufsförderungsmaßnahmen 171

1. Nr. 19 Anhang UWG 171

2. Nr. 20 Anhang UWG 172

Inhaltsverzeichnis

VI. Vertrags- und leistungsbezogene Irreführungen	173
1. Nr. 6 Anhang UWG	173
2. Nr. 8 Anhang UWG	174
3. Nr. 10 Anhang UWG	174
4. Nr. 10a Anhang UWG	175
5. Nr. 23 Anhang UWG	176
VII. Irreführungen über die Erkennbarkeit einer geschäftlichen Handlung	176
1. Nr. 11 Anhang UWG	176
2. Nr. 11a Anhang UWG	179
3. Nr. 21 Anhang UWG	180
4. Nr. 22 Anhang UWG	181
VIII. Irreführungen über Verbraucherbewertungen	182
1. Nr. 23b Anhang UWG	182
2. Nr. 23c Anhang UWG	183
IX. Irreführende Umweltwerbung	184
1. Nr. 2a Anhang UWG	184
2. Nr. 4a Anhang UWG	185
3. Nr. 4b Anhang UWG	187
4. Nr. 4c Anhang UWG	187
X. Schneeball- und Pyramidensysteme	188
XI. Irreführende Werbung für Kreditprodukte	188
§ 9. Irreführende geschäftliche Handlungen	190
I. Überblick	190
1. Schutzzweck und Regelungssystematik	191
2. Vorgaben des Unionsrechts	192
II. Allgemeines Irreführungsverbot, § 5 I und II UWG	193
1. Angabe	193
2. Gegenstand der Irreführung	195
3. Unwahr oder sonst zur Täuschung geeignet	197
4. Geschäftliche Relevanz	205
5. Verhältnismäßigkeit	207
III. Besondere Irreführungstatbestände, § 5 III, V und VI UWG	208
1. Schutz vor Verwechslungen, § 5 III Nr. 1 UWG	208
2. Irreführung über die Produktqualität, § 5 III Nr. 2 UWG	208
3. Werbung mit irrelevanten Vorteilen, § 5 III Nr. 3 UWG	210
4. Irreführung über Umweltleistungen, § 5 III Nr. 4 UWG	210
5. Irreführung über Preisherabsetzungen, § 5 V UWG	211
6. Irreführende Gestaltungen bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen, § 5 VI UWG	212
IV. Irreführung durch Unterlassen	212
V. Unwahre öffentliche Werbung und vermögensgefährdende Vertriebssysteme	213
1. Unwahre öffentliche Werbung, § 16 I UWG	213
2. Schneeball- und Pyramidensysteme	213

§ 10. Vorenthalten wesentlicher Informationen 216

I. Überblick 217

1. Schutzzweck und Regelungssystematik 218

2. Vorgaben des Unionsrechts 219

II. Grundtatbestand des Vorenthalten wesentlicher Informationen, § 5a I bis III UWG 220

1. Information 220

2. Wesentlichkeit 220

3. Benötigen der Information, § 5a I Nr. 1 UWG 225

4. Vorenthalten der Information, § 5a I und II UWG 226

5. Geschäftliche Relevanz, § 5a I Nr. 2 UWG 229

III. Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks, § 5a IV UWG 229

1. Schutzzweck und Regelungssystematik 230

2. Kommerzieller Zweck 231

3. Nichtkenntlichmachen 233

4. Geschäftliche Relevanz 236

5. Beispiele aus der Rechtsprechung 236

IV. Wesentliche Informationen gegenüber Verbrauchern, § 5b UWG 239

1. Basisinformationen, § 5b I UWG 239

2. Informationen beim Ranking, § 5b II UWG 244

3. Verbraucherbewertungen, § 5b III UWG 245

4. Produktvergleichsdienste, § 5b IIIa UWG 246

5. Unionsrechtliche Informationspflichten, § 5b IV UWG 247

§ 11. Geschäftliche Transparenz 249

I. Vorbemerkung und Überblick 250

II. Erkennbarkeit geschäftlicher Handlungen in Presse, Rundfunk und audiovisuellen Medien 251

1. Rechtsgrundlagen und Grundsätze 251

2. Presse 252

3. Rundfunk und audiovisuelle Medien 258

III. Erkennbarkeit von geschäftlichen Handlungen im Internet 265

1. Transparenz bei digitalen Diensten und Telemedien 265

2. Insbesondere: Influencer-Marketing, soziale Netzwerke, Blogs usw. 269

3. Spielfilme 272

IV. Transparenz bei Verkaufsförderungsmaßnahmen 273

1. Überblick 273

2. Verkaufsförderungsmaßnahmen 275

3. Bedingungen der Inanspruchnahme 276

4. Zugänglichkeit und Verständlichkeit 282

5. Zeitpunkt der Information 284

V. Transparenz bei Preisausschreiben und Gewinnspielen 285

1. Überblick 285

2. Preisausschreiben und Gewinnspiele 286

3. Teilnahmebedingungen 287

4. Zugänglichkeit und Verständlichkeit 288

5. Zeitpunkt der Information 289

Inhaltsverzeichnis

VI.	Transparenz auf digitalen Plattformen	290
1.	Transparenzanforderungen der P2B-VO	291
2.	Transparenzanforderungen des DSA	295
C.	Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer	299
§ 12.	Tatbestände aggressiver Beeinflussung im Anhang UWG	299
I.	Vorbemerkung und Überblick	299
II.	Einschüchterung und hartnäckiges Ansprechen	300
1.	Nr. 24 Anhang UWG	300
2.	Nr. 25 Anhang UWG	301
3.	Nr. 26 Anhang UWG	301
III.	Erschweren oder Verweigern von Versicherungsleistungen	303
IV.	Kaufappelle gegenüber Kindern	303
1.	Nr. 28 Anhang UWG	303
2.	Ergänzende Regelungen durch § 6 II Nr. 1 und Nr. 2 JMStV	305
V.	Zahlungsaufforderungen	306
1.	Nr. 29 Anhang UWG	306
2.	Nr. 32 Anhang UWG	309
VI.	Ausnutzen von Hilfsbereitschaft	310
VII.	Unzutreffendes Inaussichtstellen von Preisen und Gewinnen	311
§ 13.	Aggressive geschäftliche Handlungen	314
I.	Überblick	314
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	314
2.	Vorgaben des Unionsrechts	316
II.	Aggressive Einflussnahme, § 4a UWG	316
1.	Ziel der Einwirkung	316
2.	Mittel der Einflussnahme	317
3.	Beurteilungskriterien, § 4a II UWG	324
4.	Geschäftliche Relevanz	330
III.	Beispiele	330
1.	Abwehr von Ansprüchen	330
2.	Aleatorische Anreize	330
3.	Appell an die soziale Verantwortung	331
4.	Autoritätswerbung und Gruppendruck	332
5.	Dark Patterns	332
6.	Kündigungshilfen	333
7.	Verkaufsförderungsmaßnahmen	333
8.	Zusenden von Waren oder Dienstleistungen	334
D.	Behinderung und Nachahmung	337
§ 14.	Aussagen über Mitbewerber	337
I.	Vorbemerkung und Überblick	338

II.	Regelungsstruktur	338
1.	Schutzzweck und Systematik.....	338
2.	Verhältnis zur UGP-RL	340
3.	Verhältnis zu anderen Vorschriften	340
III.	Herabsetzung oder Verunglimpfung, § 4 Nr. 1 UWG	343
1.	Äußerung als geschäftliche Handlung.....	343
2.	Gegenstand der Äußerung	344
3.	Art und Weise der Äußerung	344
IV.	Tatsachenbehauptungen, § 4 Nr. 2 UWG	353
1.	Äußerung als geschäftliche Handlung.....	353
2.	Tatsache und Gegenstand der Äußerung.....	354
3.	Art und Weise der Äußerung	354
4.	Eignung zur Geschäfts- oder Kreditschädigung.....	355
5.	Nichterweislichkeit der Wahrheit	356
6.	Vertrauliche Mitteilungen.....	357
V.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung.....	357
VI.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung.....	358
1.	Widerrufsanspruch	358
2.	Schadensersatzanspruch	358
3.	Anspruchsberechtigung.....	359
4.	Urteilsveröffentlichung	359
 § 15. Unlautere Nachahmungen		360
I.	Überblick.....	361
1.	Entwicklung und Funktion.....	361
2.	Schutzzweck	363
3.	Verhältnis zur UGP-RL	364
4.	Regelungssystematik	365
II.	Voraussetzungen.....	365
1.	Anbieten	365
2.	Geschützte Erzeugnisse	366
3.	Wettbewerbliche Eigenart.....	367
4.	Nachahmung des Originals.....	377
5.	Wechselwirkung	380
6.	Unlauterkeitsbegründende Umstände.....	381
III.	Zeitliche Begrenzung	394
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung.....	395
V.	Besonderheiten der Rechtsfolgen und Rechtsdurchsetzung.....	395
1.	Unterlassungsanspruch	396
2.	Beseitigungsanspruch	396
3.	Schadensersatzanspruch	397
4.	Anspruchsberechtigung.....	397
5.	Auskunfts- und Besichtigungsanspruch.....	398
VI.	Unlautere Nachahmungen, Immaterialgüterrecht und Schutz von Geschäftsgeheimnissen	398
1.	Dogmatische Unterschiede	399
2.	Verhältnis zum Markenrecht.....	400

Inhaltsverzeichnis

3.	Verhältnis zum Design- und Geschmacksmusterrecht	400
4.	Verhältnis zum Urheberrecht	401
5.	Verhältnis zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen	402
 § 16. Gezielte Behinderung		403
I.	Überblick	403
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	403
2.	Verhältnis zum Unionsrecht	404
3.	Mitbewerberbehinderung und allgemeine Marktstörung	405
4.	Mitbewerberbehinderung und Kartellrecht	405
5.	Mitbewerberbehinderung und DMA	406
II.	Mitbewerber	407
III.	Gezielte Behinderung	407
1.	Behinderung	408
2.	Gezielt	408
3.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung	412
IV.	Beispiele aus der Rechtsprechung	412
1.	Abwerben von Kunden	412
2.	Abwerben von Mitarbeitern	413
3.	Boykottaufrufe	415
4.	Schutz des Vertriebs	416
5.	Schutz von Waren und Dienstleistungen	417
6.	Schutz von Werbung, Marketing und Marktkommunikation	418
7.	Schutz vor Nachahmungen	419
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung	419
 E. Weitere unlautere Verhaltensweisen		421
 § 17. Vergleichende Werbung		421
I.	Vorbemerkung und Überblick	421
1.	Schutzzweck und Regelungssystematik	421
2.	Vorgaben des Unionsrechts	423
II.	Begriff der vergleichenden Werbung, § 6 I UWG	424
1.	Werbung	424
2.	Erkennbarmachen eines Mitbewerbers oder seiner Waren oder Dienstleistungen	424
3.	Vergleich	427
III.	Zulässigkeit der vergleichenden Werbung, § 6 II UWG	428
1.	Fehlende Aussagekraft des Vergleichs, § 6 II Nr. 1 und 2 UWG	428
2.	Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr, § 6 II Nr. 3 UWG	432
3.	Ausnutzen oder Beeinträchtigen des Rufes, § 6 II Nr. 4 UWG	433
4.	Herabsetzen oder Verunglimpfen, § 6 II Nr. 5 UWG	435
5.	Vergleichende Imitationswerbung, § 6 II Nr. 6 UWG	437
IV.	Keine Spürbarkeits- oder Relevanzprüfung	439
V.	Besonderheiten der Rechtsdurchsetzung	439
VI.	Vergleichende Werbung und Markenrecht	439

§ 18. Unzumutbare Belästigung 441

I. Überblick 441

1. Schutzzweck und Regelungssystematik 441

2. Verhältnis zum Unionsrecht 444

3. Verhältnis zu § 4a UWG 447

II. Verbot unzumutbarer Belästigungen, § 7 I 1 UWG 447

1. Belästigung 447

2. Unzumutbarkeit 448

3. Beispiele 450

III. Unerwünschte Werbung, § 7 I 2 UWG 453

1. Werbung 454

2. Erkennbar unerwünscht 455

IV. Stets unzumutbare Belästigungen, § 7 II UWG 456

1. Telefonwerbung, § 7 II Nr. 1 UWG 456

2. Anrufmaschinen, Fax und elektronische Post, § 7 II Nr. 2 UWG 462

3. Werbung mit Nachrichten, § 7 II Nr. 3 UWG 463

V. Bußgeldsanktionen, § 20 UWG 464

§ 19. Rechtsbruch 465

I. Überblick 465

1. Funktion, Schutzzweck und Regelungssystematik 466

2. Verhältnis zur UGP-RL 467

3. Kritik 469

II. Gesetzliche Vorschrift 470

III. Regelung des Marktverhaltens im Interesse der Marktteilnehmer 471

1. Grundanforderungen 471

2. Marktzutrittsregelungen 474

3. Abstimmung von § 3a UWG mit der spezialgesetzlichen Rechtsdurchsetzung 476

4. Beispiele aus der Rechtsprechung 480

V. Spürbarkeit 481

1. Rechtliche Einordnung 482

2. Wertungskriterien 483

§ 20. Ungeschriebene Fälle der Unlauterkeit 485

I. Überblick 485

1. Funktionen und Regelungssystematik 485

2. Lauterkeitsrechtlicher Beurteilungsmaßstab 486

II. Fallgruppen 487

1. Allgemeine Marktstörung 487

2. Einflussnahme auf den Wettbewerb durch die öffentliche Hand 489

3. Fruchtziehungsverbot 491

4. Komplexe Interessenabwägung außerhalb der Regelbeispiele 491

5. Nicht aggressive Einflussnahme auf die Entscheidungsfreiheit 492

6. Unmittelbarer Leistungsschutz 498

7. Verletzung einer lauterkeitsrechtlichen Verkehrspflicht 499

Inhaltsverzeichnis

F. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche und Rechtsdurchsetzung	503
§ 21. Gläubiger und Schuldner lauterkeitsrechtlicher Ansprüche	503
I. Vorbemerkung und Überblick	503
1. Grundlagen der Rechtsdurchsetzung.	503
2. Grundstrukturen der privaten Rechtsdurchsetzung.	504
II. Gläubiger	505
1. Mitbewerber	507
2. Qualifizierte Wirtschaftsverbände	509
3. Verbraucherverbände	513
4. Kammern, berufsständische Körperschaften und Gewerkschaften.	515
5. Besonderheiten bei Verstößen gegen die P2B-VO.	516
III. Schuldner.	517
1. Täter.	517
2. Teilnehmer	519
3. Mitarbeiter und Beauftragte	520
4. Geschäftsführung	522
5. Verantwortlichkeit von Vermittlungsdiensten	523
6. Exkurs: Frühere Störerhaftung	525
 § 22. Unterlassung und Beseitigung	526
I. Überblick.	526
II. Unterlassungsanspruch.	527
1. Voraussetzungen	528
2. Inhalt und Umfang des Anspruchs	531
III. Beseitigungsanspruch	535
1. Voraussetzungen	536
2. Inhalt und Umfang des Anspruchs	537
IV. Verjährung.	538
V. Rechtsmissbrauch und Verwirkung	539
1. Rechtsmissbrauch, § 8c UWG	539
2. Verwirkung, § 242 BGB.	544
 § 23. Schadensersatz und Gewinnabschöpfung	546
I. Überblick.	546
II. Schadensersatzansprüche	547
1. Schadensersatzanspruch der Mitbewerber, § 9 I UWG	548
2. Schadensersatzanspruch der Verbraucher, § 9 II UWG.	554
3. Presseprivileg, § 9 III UWG	558
III. Gewinnabschöpfungsanspruch.	559
1. Voraussetzungen	560
2. Inhalt und Umfang des Anspruchs	561
3. Gewinnabschöpfung und Prozessfinanzierer	562
IV. Verjährung.	563

§ 24. Rechtsdurchsetzung 564

I. Überblick 564

II. Außergerichtliche Rechtsdurchsetzung 566

1. Abmahnung, § 13 UWG 567

2. Unterwerfungsvertrag 574

3. Einigungsstellen der IHKs, § 15 UWG 577

III. Besonderheiten der gerichtlichen Rechtsdurchsetzung 578

1. Gerichtliche Rechtsdurchsetzung im Überblick 578

2. Zuständigkeit, § 14 UWG 582

3. Vermutung der Dringlichkeit bei einstweiligen Verfügungen, § 12 I UWG 587

4. Urteilsveröffentlichung, § 12 II UWG 588

5. Streitwertbegünstigung, § 12 III und IV UWG 588

6. Abschluss schreiben und Abschlusserklärung 589

IV. Bußgeldsanktionen 590

1. Weitverbreitete Verstöße und weitverbreitete Verstöße mit Unionsdimension 591

2. Weitere Bußgeldtatbestände 592

V. Sonstige Instrumente zum Schutz von Verbraucherinteressen 592

1. Sektoruntersuchungen durch das BKartA 592

2. BKartA als amicus curiae 593

G. Geschäftsgeheimnisse 595

§ 25. Grundlagen des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen 595

I. Überblick 596

1. Geschäftsgeheimnisse und Wettbewerb 596

2. Entwicklung des Schutzes von Geschäftsgeheimnissen 597

3. Vorgaben des Unionsrechts 598

4. Aufbau und Regelungsgehalt des GeschGehG 599

5. Auslegung 600

6. Rechtliche Einordnung und Verhältnis des GeschGehG zum UWG sowie zum Sonderrechtsschutz 600

II. Schutzzweck und Anwendungsbereich des GeschGehG 602

1. Schutzzweck 602

2. Anwendungsbereich 602

III. Schutzgegenstand des GeschGehG und geschützte Personen 603

1. Geschäftsgeheimnis, § 2 Nr. 1 GeschGehG 603

2. Inhaber des Geschäftsgeheimnisses, § 2 Nr. 2 GeschGehG 609

IV. Erlaubte Handlungen 609

1. Eigenständige Entdeckung oder Schöpfung, § 3 I Nr. 1 GeschGehG 610

2. Reverse Engineering, § 3 I Nr. 2 GeschGehG 610

3. Informations- und Anhörungsrechte, § 3 I Nr. 3 GeschGehG 611

4. Sonstige erlaubte Handlungen 611

V. Rechtsverletzungen 612

1. Rechtsverletzer 612

2. Rechtsverletzende Handlungen 612

Inhaltsverzeichnis

VI.	Schranken des Geheimnisschutzes	616
1.	Meinungs- und Medienfreiheit, § 5 Nr. 1 GeschGehG	617
2.	Whistleblowing, § 5 Nr. 2 GeschGehG	618
3.	Aufgabenerfüllung durch Arbeitnehmervertretung, § 5 Nr. 3 GeschGehG ..	622
4.	Sonstige berechnigte Interessen	622
 § 26. Ansprüche und Rechtsdurchsetzung		623
I.	Überblick	624
II.	Gläubiger und Schuldner	625
1.	Gläubiger	625
2.	Schuldner	625
III.	Ansprüche und Rechte bei Rechtsverletzungen und ihre Grenzen	627
1.	Abwehransprüche, § 6 GeschGehG	628
2.	Spezielle Störungsbeseitigung, § 7 GeschGehG	629
3.	Auskunftsanspruch, § 8 GeschGehG	632
4.	Unverhältnismäßigkeit, § 9 GeschGehG	633
5.	Schadensersatz, § 10 GeschGehG	634
6.	Besonderer Herausgabeanspruch, § 13 GeschGehG	636
7.	Abfindung, § 11 GeschGehG	637
8.	Verjährung	639
9.	Missbrauchsverbot, § 14 GeschGehG	640
IV.	Verfahrensrechtliche Besonderheiten	640
1.	Zuständigkeit, § 15 GeschGehG	641
2.	Geheimhaltung im Verfahren, §§ 16 bis 20 GeschGehG	642
3.	Urteilsbekanntmachung, § 21 GeschGehG	647
4.	Streitwertbegünstigung, § 22 GeschGehG	647
V.	Strafrechtlicher Schutz von Geschäftsgeheimnissen	647
1.	Strafrechtliche Einordnung	648
2.	Tatbestände im Einzelnen	649
 Verzeichnis der Abbildungen		651
 Stichwortverzeichnis		653