

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	III
Literaturverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XLII
Einleitung und Gang der Untersuchung.....	1
1. Kapitel: Irreführung durch Unterlassen nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb von 2004.....	4
A. Ziel der Reform von 2004	5
B. Grundzüge der Reform	5
C. Geschützter Personenkreis des UWG 2004.....	6
D. § 5 UWG 2004.....	11
2. Kapitel: Irreführung durch Informationspflichtverletzung nach der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken vom 11. Mai 2005.....	35
A. Ziel der gemeinschaftsrechtlichen Regelung.....	35
B. Definitionen nach Artikel 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	39
C. Die Generalklausel nach Artikel 5 – Herzstück der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	43
D. Irreführende Unterlassungen nach Artikel 7 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	47
3. Kapitel: Irreführung durch Informationspflichtverletzung nach dem UWG 2008	50
A. Definitionen des § 2 UWG	50
B. Das Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen des § 3 UWG.....	68
C. Einführung eines § 5a UWG – Irreführung durch Unterlassen	75
D. Konkurrenzverhältnis zwischen § 5a UWG bzw. Artikel 7 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken und § 4 Nr. 4 sowie Nr. 5 UWG	146

E. Konkurrenzverhältnis zwischen § 5a UWG und § 4 Nr. 11 UWG anhand ausgewählter Informationspflichten	153
F. Abgrenzung des § 5 Abs. 1 UWG von § 5a UWG.....	161
G. Verstöße gegen § 5a UWG – Dogmatisch Tun oder Unterlassen?	164
H. Zivilrechtliche Folgen der Informationspflichtverletzung	189
4. Kapitel: § 16 Abs. 1 UWG im Spannungsfeld der Reformen	190
A. Tatbestand.....	190
B. Rechtswidrigkeit.....	243
C. Schuld	244
D. Täterschaft und Teilnahme	244
E. Versuchsstrafbarkeit	244
F. Irrtümer	245
G. Strafverfolgung.....	246
H. Vorschlag für eine Neufassung der Formulierung des § 16 Abs. 1 UWG	249
5. Kapitel: Zusammenfassung	249
A. Thesen zu § 2 UWG	249
B. Thesen zu § 3 UWG	250
C. Thesen zu § 5a UWG.....	250
D. Thesen zu § 16 Abs. 1 UWG	252

Inhaltsverzeichnis

Literaturverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XLII
Einleitung und Gang der Untersuchung.....	1
1. Kapitel: Irreführung durch Unterlassen nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb von 2004.....	4
A. Ziel der Reform von 2004	5
B. Grundzüge der Reform.....	5
C. Geschützter Personenkreis des UWG 2004.....	6
I. Mitbewerber im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG 2004.....	6
II. Sonstige Marktteilnehmer im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG 2004.....	8
III. Verbraucher im Sinne des § 2 Abs. 2 UWG 2004.....	9
IV. Allgemeinheit.....	11
D. § 5 UWG 2004	11
I. Tatbestand des § 5 UWG 2004	11
1. Allgemeine Voraussetzungen des § 3 UWG 2004.....	12
a) Begriff der Wettbewerbshandlung im Sinne des § 3 UWG 2004.....	12
b) Nachteil eines der Schutzsubjekte des § 1 UWG 2004	13
2. Begriff der Werbung im Sinne des § 5 UWG 2004	13
a) Etymologische Entwicklung.....	13
b) Ökonomischer Werbebegriff	13
c) Begriff der Werbung nach der Irreführungsrichtlinie.....	14
aa) Äußerung	16
bb) Unwahre oder wahre Äußerung.....	16
3. Begriff der Irreführung	17
a) Begriff der Irreführung nach der Irreführungsrichtlinie	17
b) Begriff der Irreführung im Sinne des § 5 UWG 2004	17
aa) Irreführung durch aktives Tun.....	17
bb) Irreführung durch Verschweigen von Tatsachen im Sinne des § 5 Abs. 2 S. 2 UWG 2004.....	18

(1) Aufklärungspflichten aus Gesetz	20
(2) Aufklärungspflichten aus Vertrag.....	21
(3) Aufklärungspflichten aus vorangegangenem Tun	21
(4) Aufklärungspflichten aus dem Gebot von Treu und Glauben.....	21
c) Wettbewerbliche Relevanz für die Entscheidung des Ver- brauchers.....	22
4. Fallgruppen.....	22
a) Auslaufmodelle.....	22
b) Ausstellungsstücke.....	23
c) Eingeschränkte Gewährleistungsrechte	24
d) Eingeschränkte Ausstattung.....	24
e) Koppelungsangebote, insbesondere Koppelung mit Sponsoring- leistungen	25
f) Nutzungsbeschränkungen	26
g) Nichtaufklärung über Kostenpflichten.....	26
5. Verbraucherleitbild.....	27
a) Verbraucherleitbild des EuGH.....	27
b) Verbraucherleitbild des BGH	27
c) Normatives oder empirisches Verbraucherleitbild?	29
aa) Verbraucherleitbild als Tatfrage.....	29
bb) Verbraucherleitbild als Rechtsfrage	30
cc) Stellungnahme	30
6. Maßgeblicher Zeitpunkt für das Vorliegen der Irreführung.....	32
7. Besondere Voraussetzung des § 3 UWG 2004 – Die Bagatellklausel	32
a) Erheblichkeit.....	33
b) Eignung zur Wettbewerbsbeeinträchtigung.....	33
8. Verhältnismäßigkeit	34
II. Rechtsfolgen	34
2. Kapitel: Irreführung durch Informationspflichtverletzung nach der Richt- linie über unlautere Geschäftspraktiken vom 11. Mai 2005.....	35
A. Ziel der gemeinschaftsrechtlichen Regelung.....	35
I. Allgemeine Zielsetzung	35

II. Trennung zwischen verbraucherbezogenem und mitbewerberbezogenem Lauterkeitsrecht.....	37
B. Definitionen nach Artikel 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	39
I. Begriff des Verbrauchers nach Artikel 2 lit. a der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	40
II. Begriff des Gewerbetreibenden nach Artikel 2 lit. b der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	40
III. Begriff der Geschäftspraktik nach Artikel 2 lit. d der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	41
IV. Begriff der wesentlichen Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers nach Artikel 2 lit. e der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	41
V. Begriff der beruflichen Sorgfalt nach Artikel 2 lit. h der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	42
VI. Begriff der Aufforderung zum Kauf nach Artikel 2 lit. i der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	42
VII. Begriff der geschäftlichen Entscheidung nach Artikel 2 lit. k der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	43
C. Die Generalklausel nach Artikel 5 – Herzstück der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	43
I. Das Verbot unlauterer Geschäftspraktiken nach Artikel 5 Abs. 1 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	43
II. Die Bestimmung der Unlauterkeit einer Geschäftspraktik nach Artikel 5 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	44
III. Geschäftspraktiken gegenüber bestimmten Verbrauchergruppen nach Artikel 5 Abs. 3 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	45
IV. Unlautere Geschäftspraktiken nach Artikel 5 Abs. 4 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	45
V. Verweis auf die Black List nach Artikel 5 Abs. 5 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	46

VI. Verhältnis der verschiedenen Bestimmungen des Artikels 5 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken zueinander	46
D. Irreführende Unterlassungen nach Artikel 7 der Richtlinie über un- lautere Geschäftspraktiken.....	47
I. Artikel 7 Abs. 1 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	47
II. Artikel 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	48
III. Artikel 7 Abs. 3 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken – Medienklausel	48
IV. Artikel 7 Abs. 4 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	49
V. Artikel 7 Abs. 5 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	50
3. Kapitel: Irreführung durch Informationspflichtverletzung nach dem UWG 2008	50
A. Definitionen des § 2 UWG.....	50
I. § 2 Abs. 1 UWG	51
1. Begriff der geschäftlichen Handlung nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG.....	51
a) Verhalten vor, bei und nach Geschäftsabschluss.....	51
aa) Abschied von dem traditionellen Begriff der Wettbewerbs- handlung	51
bb) Geschäftliche Handlung – positives Tun und Unterlassen.....	52
cc) Verhalten vor Geschäftsabschluss	52
dd) Verhalten bei Geschäftsabschluss	52
ee) Verhalten nach Geschäftsabschluss – Überschneidung von Lauterkeitsrecht und Bürgerlichem Recht nach BGB?	53
(1) Allgemeines	53
(2) Leistungsstörungsrecht und AGB-Kontrolle	54
(3) Zwischenergebnis	58
ff) Objektiver Zusammenhang zwischen geschäftlicher Handlung und Absatzförderung oder Bezug von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienst- leistungen.....	58

(1) Objektiver Zusammenhang mit der Absatz- oder Bezugsförderung von Waren oder Dienstleistungen	58
(2) Objektiver Zusammenhang des Verhaltens mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen	60
b) Geschäftlicher Verkehr	61
c) Marktbezug	62
2. Begriff des Unternehmers nach § 2 Abs. 1 Nr. 6 UWG.....	62
a) Allgemeines	62
b) Selbstständige Nennung der handwerklichen Tätigkeit.....	63
c) Im Namen oder im Auftrag des Unternehmers	63
3. Begriff der fachlichen Sorgfalt nach § 2 Abs. 1 Nr. 7 UWG.....	64
II. Verweis auf den Verbraucherbegriff des § 13 BGB nach § 2 Abs. 2 UWG.....	65
1. Begriffsbestimmung	65
2. Problematische Fallkonstellationen.....	67
a) Dual-Use	67
b) Existenzgründung	67
III. Entfallen der Verweisung auf § 14 BGB	68
B. Das Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen des § 3 UWG	68
I. § 3 Abs. 1 UWG	68
1. Anpassung des Wortlauts an § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG	68
2. Spürbarkeitsschwelle	69
a) Allgemeines	69
b) Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung	69
aa) Eignung und Interessenbeeinträchtigung	69
bb) Spürbarkeit	70
II. § 3 Abs. 2 UWG	70
1. Fachliche Sorgfalt.....	71
2. Eignung zur spürbaren Beeinträchtigung der Informationsfähigkeit des Verbrauchers	71
a) Allgemeines	71

b) Inhaltliche Änderung durch Neuformulierung – Spürbar anstatt nicht nur unerheblich?	72
III. § 3 Abs. 3 UWG – Black List.....	74
IV. Verhältnis der Absätze des § 3 UWG zueinander	74
C. Einführung eines § 5a UWG – Irreführung durch Unterlassen	75
I. § 5a Abs. 1 UWG.....	75
1. Inhalt der Regelung	75
2. Trennung zwischen verbraucherbezogenem und mitbewerberbezogenem Lauterkeitsrecht	76
3. Prüfung der Relevanz für die geschäftliche Entscheidung und Eignung zur Irreführung.....	77
II. § 5a Abs. 2 UWG.....	78
1. Allgemeines.....	78
2. Vollharmonisierung trotz fehlender Wortlautumsetzung des Artikels 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken?	79
a) Problemstellung	79
b) Vergleich mit § 266a StGB.....	80
c) Stellungnahme	81
3. Prüfung der Relevanz für die Verbraucherentscheidung und der spürbaren Beeinträchtigung der Entscheidungsfähigkeit des Verbrauchers.....	81
4. Konkurrenzverhältnis zwischen § 4 Nr. 3 UWG und § 5a Abs. 2 UWG bzw. Artikel 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	83
a) Regelungsinhalt	83
b) Berührungspunkte der §§ 4 Nr. 3 und 5a Abs. 2 UWG.....	84
c) Meinungsstand zur Überschneidung des § 4 Nr. 3 UWG mit § 5a bzw. Artikel 7 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	84
d) Stellungnahme	85
III. § 5a Abs. 3 UWG.....	86
1. § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG	87
a) Begriff der Ware oder Dienstleistung im Sinne des § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG.....	87

b) Begriff der wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung nach der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	88
aa) Englischsprachige Fassung.....	88
bb) Französischsprachige Fassung.....	88
cc) Spanischsprachige Fassung	88
dd) Zwischenergebnis	88
c) Vergleich mit Artikel 4 der Richtlinie 97/7/EG.....	89
d) Vergleich mit § 119 Abs. 2 BGB.....	89
aa) Auslegung von Gemeinschaftsrecht mittels nationaler Rechtsvorschriften?	89
bb) Bestimmung der wesentlichen Merkmale anhand § 119 Abs. 2 BGB	90
e) Vergleich mit § 312c BGB in Verbindung mit § 1 Abs. 1 Nr. 4 BGB-InfoV	91
f) Vergleich mit § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG.....	92
g) Stellungnahme anhand der Darstellung besonders diskussionswürdiger Fallkonstellationen.....	92
aa) Verwendung eines Lebensmittelimitates als wesentliches Merkmal der Ware oder Dienstleistung nach § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG	93
bb) Gentechnische Veränderung von Lebensmitteln als wesentliches Merkmal der Ware oder Dienstleistung nach § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG	96
cc) CSR-Kriterien als wesentliches Merkmal der Ware oder Dienstleistung im Sinne des § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG	99
dd) Verwendung von Nanotechnologie als wesentliches Merkmal der Ware nach § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG.....	102
h) Zwischenergebnis	103
i) Betrachtung der <i>Regenwald</i> -Rechtsprechung des BGH unter Berücksichtigung der geänderten Rechtslage.....	103
aa) Sachverhalt und damalige Entscheidung.....	103
bb) Rechtliche Würdigung unter Berücksichtigung der geänderten Rechtslage	104

j) Für das Kommunikationsmittel und die Ware oder Dienstleistung angemessener Umfang – Medienklausel	105
2. § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG	107
a) Allgemeines	107
b) Kreis der für den Unternehmer handelnden Personen	107
aa) Wortlaut der Richtlinie und des UWG	107
bb) Vergleich mit ähnlich lautenden Vorschriften	108
cc) Stellungnahme	109
3. § 5a Abs. 3 Nr. 3 UWG	110
a) Allgemeines	110
b) Begriffsbestimmung.....	110
4. § 5a Abs. 3 Nr. 4 UWG	111
a) Allgemeines	111
b) Begriffsbestimmung.....	111
aa) Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen.....	111
bb) Verfahren zum Umgang mit Beschwerden	111
cc) Abweichung von der fachlichen Sorgfalt	113
5. § 5a Abs. 3 Nr. 5 UWG	113
a) Allgemeines	113
b) Information über das Bestehen eines gesetzlichen oder eines ver- traglichen Widerrufsrechts?	113
c) Umfang der Information über das Bestehen eines Widerrufs- rechts	114
aa) Information über die Ausübung des Widerrufsrechts	115
bb) Bestehen einer Widerrufsfrist?	115
d) Umfang der Information über das Bestehen eines Rücktritts- rechts	117
aa) Gesetzliches Rücktrittsrecht	117
bb) Vertragliches Rücktrittsrecht.....	119
6. Prüfung der Relevanz für die Verbraucherentscheidung.....	120
7. Abschließende Betrachtung des § 5a Abs. 3 UWG	121
IV. § 5a Abs. 4 UWG.....	122
1. Allgemeines	122

2. Die gemeinschaftsrechtlichen Informationspflichten des § 5a Abs. 4	
UWG im Einzelnen	123
a) Artikel 4 und Artikel 5 der Richtlinie 97/7/EG	123
aa) Inhalt des Artikels 4 der Richtlinie 97/7/EG	123
bb) Inhalt des Artikels 5 der Richtlinie 97/7/EG	124
cc) Umsetzung in nationales Recht	125
b) Artikel 3 der Richtlinie 90/314/EWG	125
aa) Inhalt der Vorschrift	125
bb) Umsetzung in nationales Recht	126
c) Artikel 3 Abs. 3 der Richtlinie 94/47/EG	126
aa) Inhalt der Vorschrift	126
bb) Umsetzung in nationales Recht	127
d) Artikel 3 Abs. 4 der Richtlinie 98/6/EG	127
aa) Inhalt der Vorschrift	127
bb) Umsetzung in nationales Recht	127
e) Artikel 86 bis 100 der Richtlinie 2001/83/EG	127
aa) Artikel 86 der Richtlinie 2001/83/EG	128
bb) Artikel 87 der Richtlinie 2001/83/EG	128
cc) Artikel 88 der Richtlinie 2001/83/EG	128
dd) Artikel 89 der Richtlinie 2001/83/EG	129
ee) Artikel 90 der Richtlinie 2001/83/EG	129
ff) Artikel 91 der Richtlinie 2001/83/EG	129
gg) Artikel 92 der Richtlinie 2001/83/EG	130
hh) Artikel 93 bis 96 der Richtlinie 2001/83/EG	130
ii) Artikel 97 der Richtlinie 2001/83/EG	131
jj) Artikel 98 bis 100 der Richtlinie 2001/83/EG	131
f) Artikel 5 und 6 der Richtlinie 2000/31/EG – Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr	132
aa) Artikel 5 der Richtlinie 2000/31/EG	132
bb) Artikel 6 der Richtlinie 2000/31/EG	133
cc) Umsetzung in nationales Recht	134
g) Artikel 1 lit. d der Richtlinie 98/7/EG	134
aa) Inhalt der Vorschrift	134
bb) Umsetzung in nationales Recht	134

h)	Artikel 3 und 4 der Richtlinie 2002/65/EG.....	134
aa)	Artikel 3 der Richtlinie 2002/65/EG	134
bb)	Artikel 4 der Richtlinie 2002/65/EG	135
cc)	Umsetzung in nationales Recht	136
i)	Artikel 1 Nr. 9 der Richtlinie 2001/107/EG	136
aa)	Inhalt der Vorschrift	136
bb)	Umsetzung in nationales Recht	137
j)	Artikel 12 und 13 der Richtlinie 2002/92/EG.....	137
aa)	Artikel 12 der Richtlinie 2002/92/EG	137
bb)	Artikel 13 der Richtlinie 2002/92/EG	138
cc)	Umsetzung in nationales Recht	139
k)	Artikel 36 der Richtlinie 2002/83/EG.....	139
aa)	Inhalt der Vorschrift	139
bb)	Umsetzung in nationales Recht	140
l)	Artikel 19 der Richtlinie 2004/39/EG.....	140
aa)	Inhalt der Vorschrift	140
bb)	Umsetzung in nationales Recht	141
m)	Artikel 31 und 43 der Richtlinie 92/49/EWG.....	142
aa)	Artikel 31 der Richtlinie 92/49/EWG.....	142
bb)	Artikel 43 der Richtlinie 92/49/EWG.....	142
cc)	Umsetzung in nationales Recht	143
n)	Artikel 5, 7 und 8 der Richtlinie 2003/71/EG.....	143
aa)	Artikel 5 der Richtlinie 2003/71/EG	143
bb)	Artikel 7 der Richtlinie 2003/71/EG	144
cc)	Artikel 8 der Richtlinie 2003/71/EG	144
dd)	Umsetzung in nationales Recht	145
o)	Stellungnahme	145
	3. Prüfung der Relevanz für die Verbraucherentscheidung.....	146

D.	Konkurrenzverhältnis zwischen § 5a UWG bzw. Artikel 7 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken und § 4 Nr. 4 sowie Nr. 5 UWG	146
I.	§ 4 Nr. 4 UWG.....	147
	1. Regelungsinhalt	147

2. Meinungsstand zur Überschneidung des § 4 Nr. 4 UWG mit § 5a UWG bzw. Artikel 7 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	147
3. Stellungnahme	149
II. § 4 Nr. 5 UWG.....	150
1. Regelungsinhalt	150
2. Meinungsstand zu einer möglichen Überschneidung des § 4 Nr. 5 UWG mit § 5a UWG bzw. Artikel 7 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	151
3. Stellungnahme	153
E. Konkurrenzverhältnis zwischen § 5a UWG und § 4 Nr. 11 UWG anhand ausgewählter Informationspflichten	153
I. Allgemeines	153
II. Vertragsbezogene Vorschriften	154
1. Identität des Unternehmers sowie dessen Vertreter	154
a) Inhalt der Vorschrift.....	154
b) Marktverhaltensregelung im Interesse der Marktteilnehmer.....	154
2. Wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung.....	155
a) Inhalt der Vorschrift.....	155
b) Marktverhaltensregelung im Interesse der Marktteilnehmer.....	156
3. Angaben über den Gesamtpreis.....	156
a) Inhalt der Vorschrift.....	156
b) Marktverhaltensregelung im Interesse der Marktteilnehmer.....	156
4. Liefer- und Versandkosten	157
a) Inhalt der Vorschrift.....	157
b) Marktverhaltensregelung im Interesse der Marktteilnehmer.....	157
5. Widerrufsrechte	157
a) Inhalt der Vorschrift.....	157
b) Marktverhaltensregelung im Interesse der Marktteilnehmer.....	157
III. Anwendung der gewonnenen Erkenntnis auf das konkrete Konkurrenzverhältnis zwischen § 5a UWG und § 4 Nr. 11 UWG	158
1. Meinungsstand.....	158
2. Stellungnahme	159

F. Abgrenzung des § 5 Abs. 1 UWG von § 5a UWG.....	161
I. Eigenständige Anwendungsbereiche der Vorschriften.....	161
II. Überschneidung des § 5 Abs. 1 UWG mit § 5a UWG	162
1. Begründung der Überschneidungsproblematik	162
2. Fehlen von Informationen als eindeutiger Fall des § 5a UWG	163
3. Fallgruppen der Überschneidung	163
G. Verstöße gegen § 5a UWG – Dogmatisch Tun oder Unterlassen?	164
I. § 5a Abs. 1 UWG.....	165
II. § 5a Abs. 2 UWG.....	165
1. Abgrenzung von Tun und Unterlassen über das Verhalten.....	166
a) Die sogenannte naturalistisch-kausale Handlungslehre.....	166
b) Einsatz von Energie als entscheidendes Abgrenzungskriterium	167
2. Finale Handlungslehre.....	169
3. Soziale Handlungslehre	170
4. Die reale Handlungslehre	172
5. Abgrenzung nach dem Schwerpunkt der Vorwerfbarkeit des Ver-	
haltens.....	173
6. Zwischenergebnis	174
III. Anwendung der verschiedenen Handlungslehren auf die Ver-	
haltensmodalitäten des § 5a Abs. 2 UWG bzw. Artikels 7 der Richtlinie	
über unlautere Geschäftspraktiken.....	174
1. Vorenthalten nach Artikel 7 Abs. 1 der Richtlinie über unlautere	
Geschäftspraktiken	175
a) Analyse auf Grundlage der verhaltensorientierten Handlungs-	
lehren	175
aa) Analyse auf Grundlage der naturalistisch-kausalen	
Handlungslehre.....	175
bb) Analyse auf Grundlage der Lehre vom Energieeinsatz als	
entscheidendes Abgrenzungskriterium.....	176
b) Analyse auf Grundlage der finalen Handlungslehre.....	176
c) Analyse auf Grundlage der sozialen Handlungslehre.....	177
d) Analyse auf Grundlage der realen Handlungslehre	177
e) Analyse auf Grundlage der Schwerpunktformel	178

f) Zwischenergebnis	178
2. Verheimlichen nach Artikel 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	178
3. Bereitstellung auf unklare, unverständliche oder zweideutige Weise nach Artikel 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäfts- praktiken	179
a) Analyse auf Grundlage der verhaltensorientierten Handlungs- lehren	179
aa) Analyse auf Grundlage der naturalistisch-kausalen Handlungslehre.....	179
bb) Analyse auf Grundlage der Lehre vom Energieeinsatz als entscheidendes Abgrenzungskriterium.....	179
b) Analyse auf Grundlage der finalen Handlungslehre.....	180
c) Analyse auf Grundlage der sozialen Handlungslehre.....	180
d) Analyse auf Grundlage der realen Handlungslehre	181
e) Analyse auf Grundlage der Schwerpunktformel	181
f) Zwischenergebnis	181
4. Nicht rechtzeitige Bereitstellung nach Artikel 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	182
5. Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks einer geschäft- lichen Handlung nach Artikel 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	182
a) Analyse auf Grundlage der verhaltensorientierten Handlungs- lehren	182
aa) Analyse auf Grundlage der naturalistisch-kausalen Handlungslehre.....	182
bb) Analyse auf Grundlage der Lehre vom Energieeinsatz als entscheidendes Abgrenzungskriterium.....	183
b) Analyse auf Grundlage der finalen Handlungslehre.....	183
c) Analyse auf Grundlage der sozialen Handlungslehre.....	183
d) Analyse auf Grundlage der realen Handlungslehre	184
e) Analyse auf Grundlage der Schwerpunktformel	185
f) Zwischenergebnis	185

IV. Fiktion oder gesetzliche Vermutung der Irreführung nach Artikel 7 Abs. 1 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	185
1. Sprachliche Regelung der Richtlinie	185
2. Sprachliche Regelung des § 5a Abs. 2 UWG.....	186
V. Fiktion oder gesetzliche Vermutung der irreführenden Unterlassung nach Artikel 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	187
1. Fiktion oder gesetzliche Vermutung	187
2. Folgen für die Anwendung des § 5a UWG	188
VI. § 5a Abs. 3 UWG.....	189
H. Zivilrechtliche Folgen der Informationspflichtverletzung	189
4. Kapitel: § 16 Abs. 1 UWG im Spannungsfeld der Reformen	190
A. Tatbestand	190
I. Objektiver Tatbestand.....	190
1. Irreführendes Werben durch Machen unwahrer Angaben im Sinne des § 16 Abs. 1 UWG.....	190
a) Angaben	190
b) Unwahre Angaben	192
aa) Subjektives Verständnis der Unwahrheit	192
bb) Objektives Verständnis der Unwahrheit.....	192
cc) Stellungnahme	193
c) Konkludentes Verhalten oder Unterlassen?.....	194
aa) Konkludentes Tun	194
bb) Verschweigen von Angaben als Unterlassen	195
(1) Unterlassungsqualität der Verhaltensweisen nach § 5a UWG im Rahmen des § 16 Abs. 1 UWG.....	195
(a) Strafrechtsetzungskompetenz der Europäischen Gemeinschaft	196
(aa) Ablehnung der Strafrechtsetzungskompetenz	196
(bb) Anerkennung des Einflusses von Gemein- schaftsrecht auf mitgliedstaatliches Strafrecht ...	197
(cc) Neuere Rechtsprechung des EuGH.....	198
(dd) Stellungnahme	199
(ee) Zwischenergebnis	199

(b)	Verschweigen nach § 5a Abs. 1 UWG als Unterlassen.....	200
(c)	Unterlassungscharakter des Vorenthaltens wesentlicher Informationen nach § 5a Abs. 2 UWG.....	200
(d)	Zwischenergebnis	202
(e)	Fiktion des Artikels 7 Abs. 2 der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.....	203
(aa)	Allgemeine Überlegungen	203
(bb)	Fallgruppen zur Übertragung zivilrechtlicher oder verwaltungsrechtlicher Fiktionen auf Strafvorschriften	204
(cc)	Analyse unter Berücksichtigung verfassungs- rechtlicher Bedenken	206
(dd)	Konsequenz möglicher Gegenauffassungen.....	211
(f)	Irreführung.....	212
(2)	Zwischenergebnis	213
cc)	Voraussetzungen einer Unterlassungsstrafbarkeit nach § 16 Abs. 1 UWG	213
(1)	Verfassungsmäßigkeit des § 13 StGB	213
(2)	Anwendbarkeit des § 13 StGB auf § 16 Abs. 1 UWG	214
(a)	Meinungsstand.....	214
(b)	Stellungnahme	215
(aa)	Wortlautauslegung.....	215
(bb)	Historische Auslegung.....	215
(cc)	Systematische Auslegung.....	216
(dd)	Teleologische Auslegung.....	218
(ee)	Tendenzen in der Rechtsprechung.....	219
(ff)	Zwischenergebnis	219
(3)	Garantenstellung	220
(a)	Garantenstellung aus Treu und Glauben.....	220
(b)	Garantenstellung aus Ingerenz.....	221
(c)	Garantenstellung aus Gesetz.....	222

(d) Rückschlüsse von zivilrechtlicher Informationspflicht auf strafrechtliche Garantenstellung?	223
(e) Garantenstellung aus Betriebsinhabereigenschaft	225
(aa) Allgemeines	225
(bb) Ablehnung einer Garantenstellung aus der Betriebsinhabereigenschaft.....	225
(cc) Bejahung einer Garantenstellung aus der Betriebsinhabereigenschaft.....	226
(dd) Stellungnahme	227
(4) Entsprechungsklausel oder Modalitätenäquivalenz des § 13 StGB.....	228
(a) Theorie der Äquivalenz der Handlungsmodalitäten ...	228
(b) Gesamtbetrachtung des Einzelfalls.....	229
(c) Theorie der Einschränkung der Modalitätenäquivalenz bei reinen Erfolgsdelikten.....	229
(d) Strafbare Werbung nach § 16 Abs. 1 UWG als ein Delikt, das eine bestimmte Tatmodalität voraussetzt?	231
(e) Anwendung auf das Vorenthalten wesentlicher Informationen.....	232
(aa) Betrachtung aus der Laiensphäre	232
(bb) Vergleich mit § 153 StGB	233
(cc) Vergleich mit § 138 ZPO.....	233
(dd) Vergleich mit den §§ 264, 264a StGB.....	234
(5) Zwischenergebnis	234
dd) Abschließende Beurteilung	234
2. Alternative Betrachtung.....	235
3. Öffentliche Bekanntmachungen oder Mitteilung an einen größeren Kreis von Personen.....	235
a) Öffentliche Bekanntmachung	235
b) Mitteilung, die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt ist.....	236
II. Subjektiver Tatbestand	237
1. Vorsatz.....	237

2. Absicht zur Hervorrufung des Anscheins eines besonders günstigen Angebots.....	237
a) Anschein	238
b) Besonders günstiges Angebot.....	238
aa) Angebot	238
bb) Besonders günstiges Angebot.....	240
3. Zusammenhang zwischen den unwahren und zur Irreführung geeigneten Angaben in der Werbung und dem Angebot.....	240
a) Rechtlicher oder wirtschaftlicher Zusammenhang zwischen Angaben und Angebot?	240
b) Verzicht auf das Erfordernis eines Zusammenhangs zwischen Angaben und Angebot?	241
B. Rechtswidrigkeit	243
C. Schuld	244
D. Täterschaft und Teilnahme.....	244
I. Täterschaft	244
II. Teilnahme	244
E. Versuchsstrafbarkeit	244
F. Irrtümer.....	245
I. Tatbestandsirrtum	245
II. Verbotsirrtum.....	245
G. Strafverfolgung	246
I. Kein Antragsersfordernis	246
II. Privatklage	246
1. Privatklagedelikt.....	246
2. Privatklageberechtigte	246
a) Mitbewerber nach § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG	246
b) Verbraucher nach § 2 Abs. 2 UWG.....	247
III. Verfolgungsverjährung	248
H. Vorschlag für eine Neufassung der Formulierung des § 16 Abs. 1 UWG....	249
5. Kapitel: Zusammenfassung	249

A. Thesen zu § 2 UWG	249
B. Thesen zu § 3 UWG	250
C. Thesen zu § 5a UWG	250
D. Thesen zu § 16 Abs. 1 UWG	252