

Inhaltsverzeichnis

Literaturverzeichnis.....	XIX
Abkürzungsverzeichnis.....	XXXXI
Einleitung und Gang der Untersuchung.....	1
Erster Teil: Grundlagen.....	5
<i>Erstes Kapitel: Grundlagen des Rechtsbruchs und Verbraucherschutzes</i>	5
A. Begriff des Rechtsbruchs und des Wettbewerbs.....	6
I. Der Begriff des Rechtsbruchs.....	6
1. Der Wortbestandteil „Recht“.....	6
2. Der Wortbestandteil „brechen“.....	8
II. Der Begriff des Wettbewerbs.....	8
1. Allgemeine Bedeutung.....	9
2. Der wirtschaftliche Wettbewerb.....	10
3. Der Leistungswettbewerb.....	11
B. Wirtschaftliche Grundlagen des Verbraucherschutzes bzw. des Schutzes der Verbraucherentscheidung.....	12
I. Verbraucherschutz durch Lauterkeitsrecht - Vom individualrechtlichen zum sozialrechtlichen Verständnis.....	13
II. Gründe für den Verbraucherschutz.....	15
III. Die Funktion der Verbraucher im Marktgefüge.....	17
1. Steuerungsfunktion der Verbraucherentscheidung im Wettbewerbsprozess.....	17
a) Kenntnis der Wahlmöglichkeiten.....	19
b) Information als zentraler Aspekt des Verbraucherschutzes – Irreführungsfreier Entscheidungsprozess – Markttransparenz.....	19
2. Schutz der Verbraucher als Marktakteure und ihre Entscheidung als unabdingbare Bedingung eines funktionierenden Wettbewerbs.....	20
3. Auswirkungen des Gesetzesverstößes im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG auf die Möglichkeit der Verbraucher zur Wahrnehmung ihrer Steuerungsfunktion im Wettbewerbsprozess.....	21
<i>Zweites Kapitel: Rechtshistorische Entwicklung des Rechtsbruchtatbestandes</i>	23
A. Die Fallgruppe Vorsprung durch Rechtsbruch als Konkretisierung der großen Generalklausel des § 1 UWG 1909.....	23
B. Die rechtshistorische Entwicklung der Fallgruppe Vorsprung durch Rechtsbruch zur Zeit des <i>Reichsgerichts</i>	25
I. Die Entscheidung „Drogehandlung“.....	26

II. Die Entscheidung „Schneeballsystem“	26
III. Die Entscheidung „Bewachungsgewerbe“	27
IV. Die Entscheidung „Makler-Fachgruppe“	27
C. Die Rechtsprechung des <i>BGH</i> bis zum Jahr 1997	29
I. Wertbezogene Normen	29
1. Sittlich fundierte Normen	29
2. Schlicht wertbezogene Normen	30
a) Dem Schutz wichtiger Gemeinschaftsgüter dienende Vorschriften	31
b) Vorschriften zum Schutz der Volksgesundheit	31
c) Vorschriften zum Schutz der Rechtspflege	32
d) Vorschriften zum Schutz verfassungsrechtlich geschützter Rechtsgüter	32
3. Normen mit unmittelbar wettbewerbsbezogener Zielsetzung	33
II. Wertneutrale Normen	34
1. Objektive Voraussetzungen	34
2. Subjektive Voraussetzungen	35
D. Kritik und Lösungsvorschläge in der rechtswissenschaftlichen Literatur	37
I. Kritik der rechtswissenschaftlichen Literatur an der Rechtsprechung des <i>BGH</i>	37
1. Kompetenzüberschreitung der Wettbewerbsgerichte durch Einbeziehung fremder Rechtsgebiete	37
2. Schematisierung der Differenzierung zwischen wertbezogenen und wertneutralen Vorschriften	39
3. Zirkelschlussargument	39
4. Inflationäres Ausufern der Fallgruppenrechtsprechung	40
II. Die Lösungsvorschläge in der rechtswissenschaftlichen Literatur	41
1. Der Bezug des Rechtsverstößes zur Wettbewerbssphäre	41
2. Der Schutznorm- und Vorsprungsgedanke	42
a) Der Schutznormgedanke	42
b) Der Vorsprungsgedanke	43
3. Die Gleichsetzung von Gesetzeswidrigkeit und Sittenwidrigkeit	44
4. Die generelle Anwendung der Vorsprungsargumentation	44
E. Der Paradigmenwechsel in der Rechtsprechung des <i>BGH</i>	45
I. Einführung	45
II. Die Entscheidungen „TIAPRIDAL, Hormonpräparate, Giftnotruf-Box, Abgasemissionen“	46
1. Die Entscheidung „TIAPRIDAL“	46
2. Die Entscheidung „Hormonpräparate“	47
3. Die Entscheidung „Giftnotruf-Box“	48
4. Die Entscheidung „Abgasemissionen“	49
III. Die Phase bis zur Kodifizierung des Rechtsbruchtatbestandes	51
1. Die Entscheidung „Verbandsklage gegen Vielfachabmahner“	51
2. Die Entscheidung „Sportwetten“	52
3. Die Entscheidungen „Elektroarbeiten“ und „Altautoverwertung“	52
4. Zusammenfassung – Entscheidungen „TIAPRIDAL, Hormonpräparate, Giftnotruf-Box, Abgasemissionen“	53
F. Der Rechtsbruchtatbestand im Gesetzgebungsverfahren	54

I. Die Reform des UWG von 2004.....	54
1. Überblick und Ziel der Reform des UWG von 2004	54
2. Die Grundzüge der Reform des UWG von 2004	55
a) Gesetzgebungsverfahren	55
b) Grundzüge der Reform.....	56
II. Die Auswirkungen der UWG-Reform 2004 auf die Fallgruppe Vorsprung durch Rechtsbruch.....	57
1. Der Begriff der Unlauterkeit	57
2. Aufgabe der starren Kategorisierung in wertbezogene und wertneutrale Normen.....	57
3. Abschied vom Gedanken der Vorsprungsverschaffung.....	58
4. Verzicht auf subjektive Tatbestandsmerkmale.....	60
5. Gesamtabwägung des Wettbewerbsverhaltens	60
6. Normzweck	61
III. Das UWG Änderungsgesetz 2008.....	63
IV. Aufbau und Systematik des UWG 2008	64
 Zweiter Teil: Der Rechtsbruchtatbestand in § 4 Nr. 11 UWG.....	 67
 <i>Erstes Kapitel: Der Anwendungsbereich des § 4 Nr. 11 UWG</i>	 <i>67</i>
 A. Reichweite der Harmonisierung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken 2005/29/EG.....	 67
I. Reichweite der Harmonisierung.....	67
1. Die Harmonisierungsformen der Voll- und Mindestharmonisierung	67
2. Die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken als Konzept der vollständigen Rechtsangleichung	68
3. Teilhaarmonisierung des Lauterkeitsrechts durch die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	70
II. Formale gesetzestechnische Einheit, aber materiellrechtliche Aufspaltung des UWG in verbraucherbeschützende und wettbewerberschützende Vorschriften	71
1. Gegenüberstellung des regelungstechnischen Ansatzes eines gemeinsamen Schutzes von Verbrauchern und Unternehmen des UWG 2004 und des beschränkten Regelungsgegenstandes eines unmittelbaren Verbraucherschutzes der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	71
2. Formale gesetzestechnische Einheit aus Mitbewerber- und Verbraucherschutzrecht im UWG nach der Novellierung im Jahre 2008.....	72
3. Materielle Aufspaltung in verbraucherbeschützende und wettbewerberschützende Unlauterkeitstatbestände.....	73
 B. Anwendungsbereich des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG auf geschäftliche Handlungen im b2b- bzw. b2c-Geschäftsverkehr.....	 75
I. Anwendung des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG auf geschäftliche Handlungen im nicht harmonisierten mitbewerberbezogenen Lauterkeitsrecht des b2b-Geschäftsverkehrs.....	75
II. Anwendung des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG auf geschäftliche Handlungen im vollharmonisierten verbraucherbezogenen Lauterkeitsrecht des b2c-Geschäftsverkehrs	75

<i>Zweites Kapitel: Die Tatbestandsmerkmale des Rechtsbruchtatbestandes in §§ 3, 4 Nr. 11 UWG</i>	79
A. Die Zuwiderhandlung gegen eine gesetzliche Vorschrift ⁷⁷	
I. Beachtliche Normen.....	80
1. Der Begriff der „gesetzlichen Vorschriften“ im Sinne von Art. 2 EGBGB ⁷⁸	
2. Nicht beachtliche Normen.....	81
II. Die Zuwiderhandlung	81
III. Das Sonderproblem: Wettbewerbsrechtliche Haftung von Nichtadressaten der Primärnorm bzw. bei Missachtung wettbewerbsrechtlicher Verkehrspflichten (Störerhaftung)	84
1. Wettbewerbsrechtliche Haftung von Nichtadressaten der Primärnorm	84
2. Wettbewerbsrechtliche Haftung von Nichtadressaten bei Missachtung von Verkehrspflichten.....	85
B. Die Regelung des Marktverhaltens im Interesse der Marktteilnehmer	86
I. Der „Marktbezug“ als Regelung des Marktverhaltens im Interesse der Marktteilnehmer	86
1. Ausgangspunkt: Normzweckgedanke	86
2. Rezeption in der höchstrichterlichen Rechtsprechung	87
II. Regelung des Marktverhaltens	90
1. Das Marktverhalten und die Abgrenzung zu Regelungen ohne Marktbezug, zu Marktzutrittsregelungen und Vorschriften mit Doppelfunktion.....	90
a) Marktverhalten	90
aa) Rechtswissenschaftliche Ansätze zur Begriffsbestimmung des Marktverhaltens.....	90
bb) Eigene Stellungnahme: Ergänzung der rechtswissenschaftlichen Ansätze zur Begriffsbestimmung des Marktverhaltens.....	91
b) Beispiele typischer Marktverhaltensregelungen	91
c) Die Abgrenzung der Marktverhaltensregelungen zu Regelungen ohne Marktbezug, zu Marktzutrittsregelungen und zu Vorschriften mit Doppelfunktion	92
aa) Regelung ohne Marktbezug.....	92
bb) Marktzutrittsregelungen	93
cc) Vorschriften mit Doppelfunktion	95
2. Regelung und Bestimmung zur Regelung eines Marktverhaltens	96
a) Regelung eines Marktverhaltens	96
b) Bestimmung eines Marktverhaltens.....	97
III. Im Interesse der Marktteilnehmer	98
1. Subjektiver Schutzzweck des UWG: Mitbewerber, Verbraucher und Verbraucherinnen, sonstige Marktteilnehmer	98
a) Mitbewerberbegriff	98
b) Verbraucherbegriff.....	99
c) Begriff der sonstigen Marktteilnehmer	100
2. Interesse der Marktteilnehmer.....	100
a) Funktionsbezogene Interessen der Marktteilnehmer.....	101
b) Interessen der Marktteilnehmer im Einzelnen	102
aa) Interesse der Mitbewerber	102

bb) Interesse der Verbraucher und Verbraucherinnen	102
cc) Interesse der sonstigen Marktteilnehmer	103
c) Allgemeininteresse an einem unverfälschten Wettbewerb	103
C. Allgemeine Anwendungsvoraussetzungen des § 4 Nr. 11 UWG:	
Geschäftliche Handlung und Spürbarkeitsschwelle	104
I. Die geschäftliche Handlung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG	104
1. Vom Merkmal des „Handelns im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs“ in § 1 UWG 1909 und der „Wettbewerbshandlung“ in § 3 UWG 2004 hin zum Merkmal der „geschäftlichen Handlung“ in UWG 2008	104
2. Inhaltliche Begriffsbestimmung der geschäftlichen Handlung	107
a) Verhalten einer Person als positives Tun oder Unterlassen	107
b) Im geschäftlichen Verkehr	107
c) Unternehmensbezug des Verhaltens	109
d) Marktbezug des Verhaltens	109
e) Objektiver Zusammenhang mit der Absatz- und Bezugsförderung oder mit dem Vertragsschluss oder der Vertragsdurchführung	110
aa) Umsetzung des europäischen Erfordernisses eines unmittelbaren Zusammenhangs mit der Absatzförderung, dem Verkauf oder der Lieferung eines Produkts nach Art. 2 lit. d Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	110
bb) Aufgabe des subjektiven Merkmals der Wettbewerbsförderungsabsicht	112
cc) Konkretisierung des objektiven Zusammenhangs	113
(1) Objektiver Zusammenhang mit der Absatz- oder Bezugsförderung von Waren oder Dienstleistungen	113
(2) Objektiver Zusammenhang mit dem Abschluss oder Durchführung eines Vertrages über Waren oder Dienstleistungen	114
f) Zeitliche Reichweite der geschäftlichen Handlung	114
aa) Geschäftliche Handlungen vor, bei und nach einem Geschäftsabschluss	115
bb) Innerhalb der rechtswissenschaftlichen Literatur vorgeschlagene Erklärungsmodelle zur Abgrenzung der louterkeitsrechtlichen Kontrolle nachvertraglicher Handlungen von den vorvertraglichen Bestimmungen	116
cc) Eigene Stellungnahme: Kumulative Anwendbarkeit der Regelungsbereiche des Vertragsrechts und des Louterkeitsrechts	117
dd) Louterkeitsrechtliche Vertragskontrolle mittels des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG	119
II. Die Spürbarkeitsschwelle im Sinne von § 3 UWG	120
1. § 3 Abs. 2 S. 1 UWG als spezielle Generalklausel des vollharmonisierten verbraucherbezogenen Louterkeitsrechts des b2c-Geschäftsverkehrs und ihr Spürbarkeitskriterium	120
a) Darstellung des Disputs um die Bedeutung und den Anwendungsbereich der Regelung des § 3 Abs. 2 S. 1 UWG	121
b) § 3 Abs. 2 S. 1 UWG als spezielle Generalklausel zur Bestimmung der Unlouterkeit geschäftlicher Handlungen im verbraucherbezogenen Louterkeitsrecht des b2c-Geschäftsverkehrs	122

2. § 3 Abs. 1 UWG als Generalklausel des mitbewerberbezogenen Lauterkeitsrechts des b2b-Geschäftsverkehrs	123
3. Anwendung des Spürbarkeitserfordernisses der §§ 3 Abs. 1 bzw. 3 Abs. 2 S. 1 UWG auf die Fälle des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG	124
4. Inhaltliche Konkretisierung des Spürbarkeitskriteriums der §§ 3 Abs. 1 und Abs. 2 S. 1 UWG	124
a) Inhaltliche Konkretisierung des Spürbarkeitskriteriums des § 3 Abs. 2 S. 1 UWG	124
b) Inhaltliche Konkretisierung des Spürbarkeitskriteriums des § 3 Abs. 1 UWG.....	126
<i>Drittes Kapitel: Die Rechtsfolgen des Rechtsbruchtatbestandes und die Regeln der Aktivlegitimation.....</i>	<i>127</i>
A. Bestehendes System der Rechtsfolgen	127
I. Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch nach § 8 UWG	127
II. Schadensersatzanspruch nach § 9 UWG	128
III. Gewinnabschöpfungsanspruch nach § 10 UWG.....	129
B. Regeln der Aktivlegitimation	129
I. Aktivlegitimation des Beseitigungs- bzw. Unterlassungsanspruchs.....	130
1. Mitbewerber im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG.....	130
2. Rechtsfähige Verbände zur Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG.....	130
3. Qualifizierte Einrichtungen im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG.....	131
4. Industrie- und Handelskammern bzw. Handwerkskammern im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 4 UWG	132
II. Aktivlegitimation des Schadensersatzanspruchs	132
III. Aktivlegitimation des Gewinnabschöpfungsanspruchs.....	132
Dritter Teil: Der Rechtsbruchtatbestand in der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	133
<i>Erstes Kapitel: Die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken vom 11. Mai 2005</i>	<i>133</i>
A. Die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken im Kontext des europäischen Lauterkeitsrechts	134
I. Vor- und Entstehungsgeschichte der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	135
1. Das „Grünbuch zum Verbraucherschutz in der Europäischen Union“ KOM (2001) 351 endg.	135
2. Der Richtlinienvorschlag KOM (2003) 356 endg.	136
3. Die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	137
II. Gründe für den Erlass der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	138
III. Zweck der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	138
IV. Aufbau und Systematik der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	140

V. Reichweite der Harmonisierung und Anwendungsbereich der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	141
1. Reichweite der Harmonisierung.....	141
2. Der Anwendungsbereich der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	142
a) Persönlicher Anwendungsbereich	142
aa) Verbraucher im Sinne von Art. 2 lit. a Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	142
bb) Gewerbetreibender im Sinne von Art. 2 lit. b Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	143
b) Sachlicher Anwendungsbereich.....	144
aa) Der Begriff der Geschäftspraktik im Sinne von Art. 2 lit. d Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	144
bb) Auseinandersetzung mit der Kritik am Begriff der Geschäftspraktik.....	146
cc) Die Einschränkung des sachlichen Anwendungsbereichs.....	147
c) Vom Anwendungsbereich der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken ausgenommene Rechtsvorschriften	147
 B. Der Regelungsinhalt der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	148
I. Die Generalklausel des Verbots unlauterer Geschäftspraktiken nach Art. 5 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	148
1. Das Verbot unlauterer Geschäftspraktiken des Art. 5 Abs. 1 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken und die Unlauterkeitsmerkmale des Art. 5 Abs. 2 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	149
a) Verstoß gegen die berufliche Sorgfaltspflicht im Sinne von Art. 5 Abs. 2 lit. a Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	149
aa) Der Begriff der beruflichen Sorgfaltspflicht im Sinne von Art. 2 lit. h Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	149
(1) Die anständigen Marktgepflogenheiten	150
(2) Treu und Glauben	152
bb) Auseinandersetzung mit der Kritik am Begriff der beruflichen Sorgfaltspflicht als Anknüpfungspunkt für die Bestimmung des Unlauterkeitsverdikts	152
b) Die Beeinflussung bzw. Eignung zur Beeinflussung einer Geschäftspraxis im Sinne von Art. 5 Abs. 2 lit. b Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	153
aa) Spürbare Beeinträchtigung der Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen	154
(1) „Beeinträchtigung der Fähigkeit des Verbrauchers“	154
(2) „Spürbare Beeinträchtigung“	155
(3) „Informierte Entscheidung“	155
(4) Korrektur des Kriteriums der informierten Entscheidung	156
(5) Erfordernis eines subjektiven Kriteriums?	157
bb) Entscheidung, die der Verbraucher andernfalls nicht getroffen hätte	158
cc) Kausalität zwischen der Geschäftspraxis und dem Verbraucherverhalten	159

dd) Der Durchschnittsverbraucher als Maßstab	160
(1) Normatives oder empirisches Verbraucherleitbild	162
(2) Konkretisierung im Einzelfall.....	164
2. Geschäftspraktiken gegenüber bestimmten Verbrauchergruppen nach Art. 5 Abs. 3 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	164
3. Unlautere Geschäftspraktiken nach Art. 5 Abs. 4 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	165
4. Verweis auf die black list nach Art. 5 Abs. 5 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	165
5. Das Verhältnis verschiedener Bestimmungen des Art. 5 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	166
a) Verhältnis von Art. 5 Abs. 2 zu Art. 5 Abs. 4 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	166
b) Verhältnis von Art. 5 Abs. 2 zu Art. 5 Abs. 5 i.V.m. Anhang I der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	167
II. Die Spezialfälle der Generalklausel nach Artt. 6 bis 9 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	168
1. Irreführende Geschäftspraktiken im Sinne von Artt. 6 und 7 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	168
a) Wesentlichkeit in Artt. 6 Abs. 1 lit. b und 7 Abs. 1 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	169
b) Wesentlichkeit der Information nach Artt. 7 Abs. 4 und 5 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	169
c) Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände des konkreten Falls in Artt. 6 Abs. 2 und 7 Abs. 1 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	170
2. Aggressive Geschäftspraktiken nach Artt. 8 und 9 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	171
III. Die schwarze Liste unlauterer Geschäftspraktiken	171
IV. Verhaltenskodizes im Sinne von Art. 10 Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	172
 C. Die Umsetzung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken ins deutsche Recht	173
 <i>Zweites Kapitel: Die Auswirkungen der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäfts- praktiken auf den Rechtsbruchtatbestand des § 4 Nr. 11 UWG.....</i>	175
A. Ausgangspunkt: Richtlinienkonforme, richtlinienoptimierende und unionskonforme Auslegung.....	175
I. Richtlinienkonforme bzw. richtlinienoptimierende Auslegung des § 4 Nr. 11 UWG als systematische Auslegung.....	176
1. Richtlinienkonforme Auslegung	176
2. Richtlinienoptimierende Auslegung.....	177
II. Unionskonforme Auslegung des § 4 Nr. 11 UWG als systematische Auslegungsmethode.....	178
III. Auslegungsdirektive und Auslegungsgrundsätze der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken.....	178

B. Die Auswirkungen der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken auf den Rechtsbruchtatbestand des § 4 Nr. 11 UWG.....	180
I. Bereichsausnahmen der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken	180
II. Die Auswirkungen der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken auf den Rechtsbruchtatbestand im Anwendungsbereich des verbraucherbezogenen Lauterkeitsrechts des b2c-Geschäftsverkehrs.....	183
1. Darstellung des Meinungsstands zum Verhältnis § 4 Nr. 11 UWG zur Richtlinie 2005/29/EG.....	183
2. Stellungnahme: Richtlinienkonforme, richtlinienoptimierende, unionsrechtskonforme und normzweckorientierte Auslegung als Ausgangspunkt sowie der Schutz der Verbraucherentscheidung.....	184
a) Richtlinienkonforme, richtlinienoptimierende, unionsrechtskonforme und normzweckorientierte Auslegung als Ausgangspunkt	184
b) Der Schutz der Verbraucherentscheidung.....	185
c) Ergebnis: Widerspruch zu den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht und Eignung zur wesentlichen Beeinträchtigung des wirtschaftlichen Verhaltens des Durchschnittsverbrauchers (Verbraucherentscheidungsrelevanz) als zwingende Voraussetzungen des Rechtsbruchtatbestandes im vollharmonisierten verbraucherbezogenen Lauterkeitsrecht des b2c-Geschäftsverkehrs.....	185
3. Tatbestandsvoraussetzungen des § 4 Nr. 11 UWG im vollharmonisierten verbraucherbezogenen Lauterkeitsrecht des b2c-Geschäftsverkehrs.....	189
a) Widerspruch zu den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht.....	190
b) Wesentliche Beeinflussung bzw. Eignung zur wesentlichen Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Durchschnittsverbrauchers (Verbraucherentscheidungsrelevanz)	190
aa) Spürbare Beeinträchtigung der Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen.....	191
(1) „Beeinträchtigung der Fähigkeit des Verbrauchers“	191
(2) „Spürbare Beeinträchtigung“	191
(3) „Informierte Entscheidung“	191
bb) Entscheidung, die der Verbraucher andernfalls nicht getroffen hätte	192
cc) Kausalität zwischen der Geschäftspraktik und dem Verbraucherverhalten	192
c) Vorliegen einer geschäftlichen Handlung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG	193
III. Die Auswirkungen der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken auf den Rechtsbruchtatbestand im Anwendungsbereich des mitbewerberbezogenen Lauterkeitsrechts des b2b-Geschäftsverkehrs.....	193
1. Das Festhalten am integrativen Ansatz durch den Gesetzgeber im UWG 2008	193
2. Anpassungsbedarf im nicht harmonisierten mitbewerberbezogenem Lauterkeitsrecht des b2b-Geschäftsverkehrs?	194
Vierter Teil: Konkurrenzen	197
<i>Erstes Kapitel: Verhältnis des Rechtsbruchtatbestandes des § 4 Nr. 11 UWG zu anderen Unlauterkeitstatbeständen des UWG und Abgrenzung der Anwendungsbereiche</i>	197

A. Verhältnis zu den lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbeständen nach §§ 3 Abs. 1 bzw. Abs. 2 UWG	197
I. Allgemeines zu den lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbeständen nach §§ 3 Abs. 1 und Abs. 2 UWG	197
II. § 4 Nr. 11 UWG als Beispielstatbestand der Verbotstatbestände der §§ 3 Abs. 1 und Abs. 2 UWG	199
III. Die lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbestände der §§ 3 Abs. 1 bzw. Abs. 2 UWG als Auffangtatbestände?	200
1. Darstellung des Meinungsstreites zum Verhältnis der lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbestände der §§ 3 Abs. 1 bzw. Abs. 2 UWG zum Rechtsbruchtatbestand nach § 4 Nr. 11 UWG	200
a) Keine ergänzende Anwendung der lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbestände der §§ 3 Abs. 1 und Abs. 2 UWG	200
b) Ergänzende Anwendung der lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbestände der §§ 3 Abs. 1 und 2 UWG	202
2. Stellungnahme: Ergänzende Anwendung der lauterkeitsrechtlichen Verbotstatbestände der §§ 3 Abs. 1 und Abs. 2 UWG neben dem Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG	203
B. Verhältnis zu den lauterkeitsrechtlichen Irreführungstatbeständen nach § 5 und § 5a UWG	204
I. Verhältnis zum Irreführungstatbestand durch Unterlassen nach § 5a UWG	204
1. Das Irreführungsverbot durch Unterlassen nach § 5a UWG	204
a) Die Regelung des § 5a Abs. 1 UWG	204
b) Die Regelung des § 5a Abs. 2 UWG	205
c) Die Regelung des § 5a Abs. 3 UWG	206
aa) Die Regelung des § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG	207
bb) Die Regelung des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG	207
cc) Die Regelung des § 5a Abs. 3 Nr. 3 UWG	207
dd) Die Regelung des § 5a Abs. 3 Nr. 4 UWG	208
ee) Die Regelung des § 5a Abs. 3 Nr. 5 UWG	208
d) Die Regelung des § 5a Abs. 4 UWG	209
2. Überschneidende Anwendungsbereiche des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG und des Irreführungsverbotes durch Unterlassen nach § 5a UWG	209
3. Konkurrenzverhältnis zwischen § 4 Nr. 11 UWG und § 5a UWG im b2b- und b2c-Geschäftsverkehr	210
a) Meinungsstand in der rechtswissenschaftlichen Literatur: Parallele Anwendbarkeit des § 4 Nr. 11 UWG und § 5a UWG	210
b) Eigene Stellungnahme: Differenzierte Betrachtungsweise	211
aa) Parallele Anwendbarkeit von § 4 Nr. 11 UWG und § 5a UWG im Anwendungsbereich des mitbewerberbezogenen Lauterkeitsrechts des b2b-Geschäftsverkehrs	211
bb) Ausschließliche Anwendbarkeit von 5a UWG im Anwendungsbereich des b2c-Geschäftsverkehrs	212
II. Verhältnis zum allgemeinen Irreführungsverbot nach § 5 Abs. 1 UWG	213
1. Das allgemeine Irreführungsverbot nach § 5 Abs. 1 UWG	214
a) Vorliegen einer Angabe	215

b) Vorliegen einer „unwahren“ oder „zur Täuschung geeigneten Angabe“	216
c) Bezugspunkte der Irreführung, § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 bis 7 UWG.....	217
2. Überschneidende Anwendungsbereiche des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG und des allgemeinen Irreführungsverbot nach § 5 Abs. 1 UWG	217
3. Konkurrenzverhältnis zwischen § 4 Nr. 11 UWG und § 5 Abs. 1 UWG im b2b- und b2c-Geschäftsverkehr.....	217
a) Unterschiede hinsichtlich der Tatbestandsmerkmale der §§ 4 Nr. 11; 5 Abs. 1 UWG.....	218
b) Parallele Anwendbarkeit des § 4 Nr. 11 UWG und der Bestimmungen des § 5 Abs. 1 UWG im b2b-Geschäftsverkehr.....	218
c) Ausschließliche Anwendbarkeit des § 5 Abs. 1 UWG auf irreführende geschäftliche Handlungen im b2c-Geschäftsverkehr	219
<i>Zweites Kapitel: Verhältnis des Rechtsbruchtatbestandes nach § 4 Nr. 11 UWG zu Normengefüge außerhalb des UWG und Abgrenzung der Anwendungsbereiche</i>	<i>221</i>
A. Verhältnis zu Normengefüge außerhalb des UWG im Allgemeinen	221
I. Einführung	221
II. Schutzanliegen des Lauterkeitsrechts	222
III. Grundsatz: Parallele Anwendbarkeit.....	223
IV. Ausnahme: Abschließendes Sanktionenregime der Primärnorm.....	223
V. Normauslegungskonkurrenz.....	224
B. Einzelfälle des Verhältnisses zu Normengefüge außerhalb des UWG.....	225
I. Parallele Anwendbarkeit des lauterkeitsrechtlichen Sanktionenregimes neben den Originärsanktionen der Primärnorm	225
1. Standesrecht.....	225
2. Unterlassungsklagengesetz.....	226
3. Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz.....	226
II. Keine parallele Anwendbarkeit des lauterkeitsrechtlichen Sanktionenregimes neben den Originärsanktionen der Primärnorm.....	226
1. Kartellrecht.....	226
2. Buchpreisbindungsgesetz	229
3. Markengesetz.....	229
4. Sozialrecht	230
Zusammenfassung	231
Ergebnisse des 1. Teils	231
Ergebnisse des 2. Teils	232
Ergebnisse des 3. Teils	235
Ergebnisse des 4. Teils	238