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

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

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 Vorenthaltens 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

290
VI. Transparenz auf digitalen Plattformen 291
1. Transparenzanforderungen der P2B-VO 295
2. Transparenzanforderungen des DSA .....

299

C. Aggressive Einflussnahme auf Marktteilnehmer .....

299
§ 12. Tatbestände aggressiver Beeinflussung im Anhang UWG 299
I. Vorbemerkung und Überblick 300
II. Einschüchterung und hartnäckiges Ansprechen 300
1. Nr. 24 Anhang UWG 301
2. Nr. 25 Anhang UWG 303
3. Nr. 26 Anhang UWG 303
III. Erschweren oder Verweigern von Versicherungsleistungen 303
IV. Kaufappelle gegenüber Kindern 305
1. Nr. 28 Anhang UWG 306
2. Ergänzende Regelungen durch § 6 II Nr. 1 und Nr. 2 JMStV 306
V. Zahlungsaufforderungen 309
1. Nr. 29 Anhang UWG 310
2. Nr. 32 Anhang UWG 311
VI. Ausnutzen von Hilfsbereitschaft .....
VII. Unzutreffendes Inaussichtstellen von Preisen und Gewinnen .....

314
§ 13. Aggressive geschäftliche Handlungen 314
I. Überblick 314
1. Schutzzweck und Regelungssystematik 316
2. Vorgaben des Unionsrechts 316
II. Aggressive Einflussnahme, § 4a UWG 316
1. Ziel der Einwirkung 317
2. Mittel der Einflussnahme 324
3. Beurteilungskriterien, § 4a II UWG 330
4. Geschäftliche Relevanz 330
III. Beispiele 330
1. Abwehr von Ansprüchen 330
2. Aleatorische Anreize 331
3. Appell an die soziale Verantwortung 332
4. Autoritätswerbung und Gruppendruck 332
5. Dark Patterns 333
6. Kündigungshilfen 333
7. Verkaufsförderungsmaßnahmen 334
8. Zusenden von Waren oder Dienstleistungen .....

337

D. Behinderung und Nachahmung .....

337
§ 14. Aussagen über Mitbewerber 338
I. Vorbemerkung und Überblick .....

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

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

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. Abschlussschreiben 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

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 berechtigte 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