

Lauterkeitsrecht (UWG)

04 – Generalklausel (§ 3 UWG)

Prof. Dr. Michael Beurskens,
LL.M. (Gewerblicher Rechtsschutz),
LL.M. (University of Chicago),
Attorney at Law (New York)

Grundlagen

1

Welche Verbotstatbestände im UWG sollte man kennen?

§ 3 Abs. 3 UWG

2

Was gilt für § 3 Abs. 3 UWG und die "schwarze Liste"?

§§ 3a-6 UWG

3

Was gilt für §§ 3a-6 UWG?

§ 3 Abs. 2 UWG

4

Was gilt für § 3 Abs. 2 UWG?

§ 3 Abs. 1 UWG

5

Was gilt für die unmittelbare Anwendung von § 3 Abs. 1 UWG?

§ 7 UWG

6

Was gilt für § 7 UWG?

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

1

Welche Verbotstatbestände im
UWG sollte man kennen?

Welches doppelte Funktion hat § 3 UWG?

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Verbotsnorm

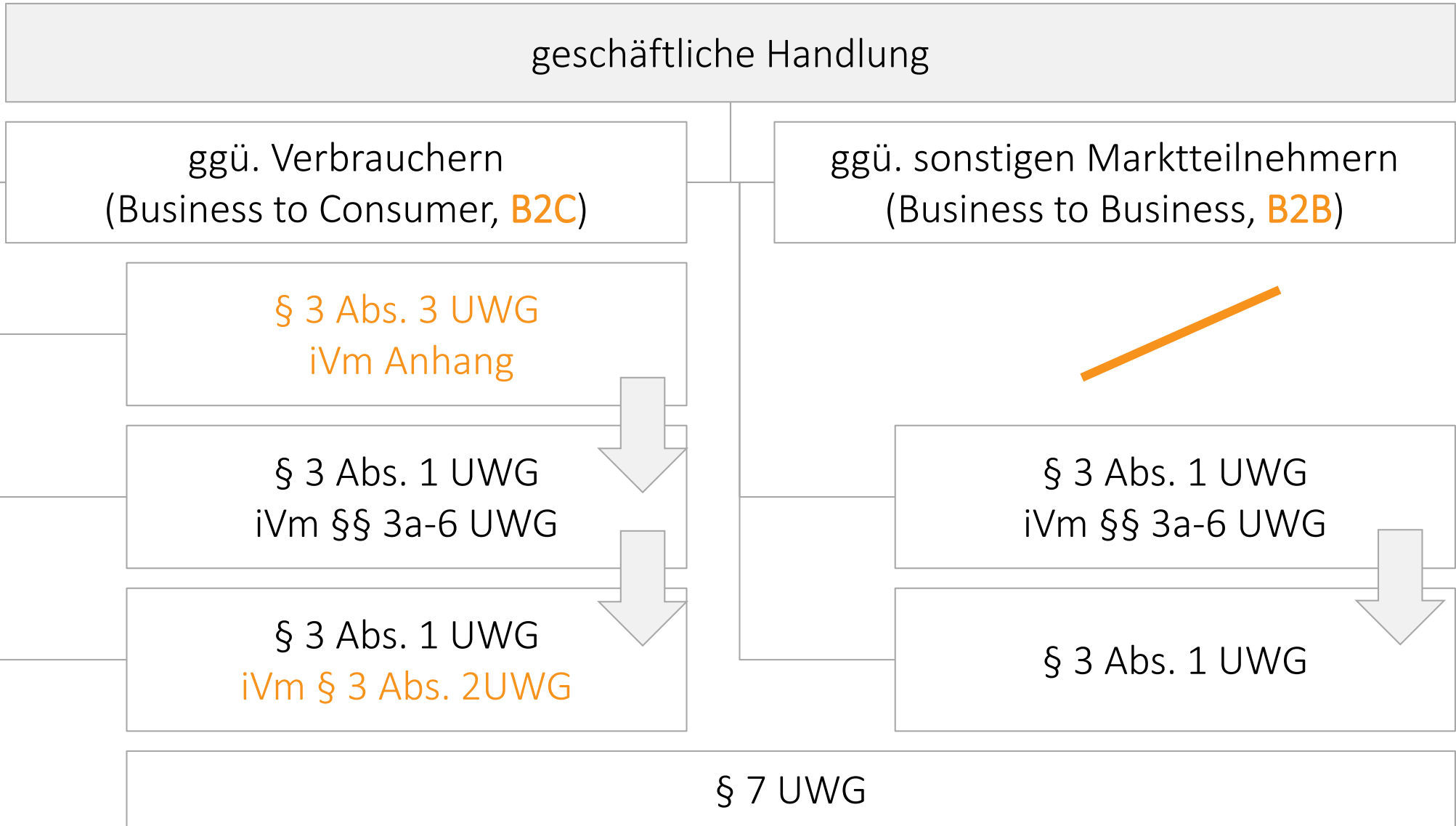
„Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig“

Einzelstatbestände (§ 3a UWG
§ 4 UWG
§ 4a UWG
§ 5 Abs. 1 S. 1, 6 Abs. 2 UWG)

§ 3 selbst als (große) Generalklausel
wertender Begriff der „Unlauterkeit“
als Auffangtatbestand

Welche Generalklauseln sind zu unterscheiden?

Grundlagen



CC-BY 4.0 –
Prof. Dr. Beurskens

Wie prüfe ich § 3 UWG?

1. Geschäftliche Handlung (§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG)
2. Unzulässigkeit der geschäftlichen Handlung
 - a. **B2C**: § 3 Abs. 3 UWG i. V. m. Anhang UWG: Per-se-Verbote
 - b. § 3 Abs. 1 UWG i. V. m. §§ 3a, 4, 4a Abs. 1 S. 1, 5 Abs. 1 S. 1, 5a Abs. 2, 5a Abs. 6 oder § 6 Abs. 2 UWG
 - c. § 7 Abs. 1 UWG (**Achtung**: nicht „iVm § 3 Abs. 1 UWG“!)
 - d. **B2C**: § 3 Abs. 1 UWG i. V. m. § 3 Abs. 2 UWG
 - e. **B2B**: § 3 Abs. 1 UWG unmittelbar
3. © Subjektiver Tatbestand?

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Wie ist Art. 5 UGP-RL aufgebaut?

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

Art. 5 Abs. 1
UGP-RL

Generalklausel

§§ 3a-6 UWG

Art. 5 Abs. 2
UGP-RL

Konkretisierung der Unlauterkeit (→ Auffangtatbestand)

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

Art. 5 Abs. 4
UGP-RL

Irreführung (Art. 6, 7 UGP-RL) und Aggressivität (Art. 8, 9 UGP-RL) als Regelbeispiele

§ 7 UWG

Art. 5 Abs. 5
UGP-RL i.V.m.
Anh. I UGP-RL

Per-se-Verbote

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

2

Was gilt für § 3 Abs. 3 UWG und die "schwarze Liste"?

Was regelt § 3 Abs. 3 UWG?

§ 3 UWG – Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

(3) Die im **Anhang** dieses Gesetzes aufgeführten **geschäftlichen Handlungen** gegenüber **Verbrauchern** sind stets unzulässig.

↓

§ 3 Abs. 2 UWG → § 13 BGB

↓

§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Welche Rolle spielt § 3 Abs. 3 UWG?

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Umsetzung von Art. 5 Abs. 5 UGP-RL i. V. m. Anhang I
UGP-RL

Per-se-Verbote (keine Abwägung)

vorrangig vor § 3 Abs. 1, Abs. 2 UWG (Spezialität)

Um welche **Fälle** geht es im Anhang? (1)

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

- U behauptet, einen Sonderposten „Levi’s“ eingekauft zu haben. K betritt aufgrund dieser Behauptung den Laden des U. Der Angestellte A zeigt K nur eine (mangelhafte) Hose und bietet sodann Hosen einer anderen Marke an. K erfährt später, dass U nur eine einzige (fehlerhafte) „Levi’s“ Jeans auf Lager hatte.
- Die X-AG wirbt mit der (wahren) Angabe, einen Verhaltenskodex zur Unbedenklichkeit von an Kinder gerichteten Onlinespiele zu befolgen. Zudem erklärt sie wahrheitswidrig, der Kodex sei vom Bundesfamilienministerium gebilligt und empfohlen worden.
- In der Parfümerie des P behauptet A, ein Parfum stamme in Wirklichkeit von *Chanel* und werde nur aus Marketinggründen unter einer anderen Bezeichnung vertrieben. Tatsächlich handelt es sich um ein Noname-Produkt.

Um welche Fälle geht es im Anhang? (2)

- Die Zeitschrift Z lobt einen *Porsche Boxster* als Hauptgewinn für denjenigen aus, der als Erster das richtige Lösungswort eines Rätsels einsendet. Als A dies gelingt, fährt der Herausgeber der Z persönlich mit einem *Fiat 500* vor. Der Herausgeber erklärt, er habe zwar keinen *Porsche*, ein *Fiat* sei aber auch ein schönes Auto.
- Dr. A behauptet gegenüber seinem Patienten wahrheitswidrig, die von ihm angebotene „Heilcreme“ könne Warzen entfernen.
- Die X plc. möchte ein Direktvertriebsmodell für ein von ihr produziertes Hautpflegeprodukt aufsetzen. Jeder kann sich bei X als „Werber“ melden. Gegen Zahlung von 20.000 € erhalten diese „Werber“ Muster im Wert von 1.000 € sowie ein Informationspaket. Jeder Werber kann seinerseits Werber akquirieren, die ebenfalls 20.000 € zahlen müssen. Von diesen 20.000 € erhält der Werber dann 5.000 €.

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Um welche Fälle geht es im Anhang? (3)

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

- Die Z Ltd. verkauft hochpreisigen kalifornischen Wein. In Verkaufsgesprächen behauptet der Director der Z Ltd.: „*Den bekommen Sie sonst nirgends*“. Prof. A kauft daraufhin 10 Kisten des Weins. Tatsächlich gibt es denselben Wein erheblich günstiger in mehreren Supermärkten.
- Lotteriedienstleister L behauptet in seiner Werbung, dass mit seinem Spielsystem die Gewinnchancen in den staatlichen Lotterien „*erheblich erhöht*“ werden könnten. Tatsächlich lässt sich eine Chancensteigerung nicht nachweisen.
- Am Laden des U hängt ein Schild: „*Unser Vermieter hat uns gekündigt. Wir ziehen um. Alles muss raus!*“. Hierauf steigen in der Tat in den folgenden Tagen trotz weitgehend gleicher Preise die Zahl der Kunden und der Umsatz. 14 Tage später hängt U ein neues Schild auf „*Glück gehabt! Wir dürfen bleiben! Danke für ihr Vertrauen!*“

Um welche Fälle geht es im Anhang? (4)

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

- Die „Arbeitsamt UG (haftungsbeschränkt)“ versendet an Verbraucher eine fett mit „**Rechnung**“ überschriebene Mitteilung. Danach sollen die Adressaten 20 € für die „Einbindung in ein Arbeitsplatznetzwerk“ zahlen. Auf der Rückseite wird erklärt, dass die Gesellschaft privater Anbieter einer Onlineplattform ist und man sich durch das Rücksenden des Formulars ein Konto auf dieser Plattform sichert.
- Die Z-GmbH behauptet wahrheitswidrig, sie habe den Kodex des deutschen Zeitungs- und Zeitschriftenverlegerverbandes (ZAW) über redaktionelle Werbung unterzeichnet.
- Der findige Versandhändler E verkauft Smartphones des chinesischen Anbieters X. Auf seiner Webseite behauptet E, X biete eine europaweite Garantie und ein dichtes Netz von Servicehändlern in allen EU-Mitgliedstaaten. Tatsächlich ist X in Europa überhaupt nicht präsent.

Um welche Fälle geht es im Anhang? (5)

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

- Verbraucherin V entdeckt in der Boutique der B ein Kleid, das ihr gefällt. Da sie ihr Monatsgehalt erst in einer Woche erhält und keinen Kredit aufnehmen will, will sie den Laden verlassen. Daraufhin behauptet B (wahrheitswidrig), das Kleid sei „*nur noch heute*“ zu dem „*unglaublich günstigen Preis*“ erhältlich und der Preis müsse leider „*schon morgen auf Wunsch des Herstellers*“ um 20% erhöht werden. Da der Ladenschluss bevorsteht, entscheidet sich V kurzerhand zum Kauf.
- Im Telefonladen der Handy-AG kann man ein „Prepaid-Handy“ für 0 € erwerben. Allerdings müssen die Kunden eine Hotline anrufen, um das Gerät freizuschalten, was eine einmalige Bereitstellungsgebühr von 5 € kostet.
- Die X-AG verkauft günstige Eintrittskarten zu einem Fußballspiel. Allerdings sind diese auf den Namen ausgestellt und nicht übertragbar.

Um welche Fälle geht es im Anhang? (6)

- Die R-OHG bietet einen Lenovo-Laptop (Wert: 1.500 €) mit Preisangabe und Beschreibung zu einem „unschlagbaren Preis“ von 500 € an. Tatsächlich hat die R-OHG aber nur 10 dieser Geräte auf Lager. Nach ihrer Erfahrung sind solche Geräte sofort nach Ladenöffnung ausverkauft.
- Die W-GmbH verwendet das Bio-Siegel iSV § 1 ÖkoKennzG ohne die hierzu erforderliche Genehmigung zu haben.
- Die Z-SE behauptet, ihr Zahlungsmechanismus sei von einer „*Deutschen Gesellschaft für Internetsicherheit*“ als „*sichere Zahlungstechnik*“ bewertet und den Verbrauchern zur Nutzung empfohlen worden. Eine derartige Gesellschaft gibt es jedoch nicht.
- Der Angestellte A der Z-AG erklärt gegenüber Verbraucher V, „*nur für Sie*“ eine „*24-Monate-Gewährleistung*“ anzubieten.

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

CC-BY 4.0 –

Prof. Dr. Beurskens

Um welche Fälle geht es im Anhang? (7)

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

- X will K eine Alarmanlage verkaufen. Im Verkaufsgespräch behauptet X, dass „nach internen Polizeiinformationen“ in der Straße, in der K lebt, eine Serie von Einbrüchen bevorstünden. Die Alarmanlage sei der einzig sinnvolle Weg, sich dagegen zu schützen.
- V verkauft in Südkorea produzierte Smartphones. Auf Nachfrage von X erklärt V, die Bedienung der neuen Geräte sei zwar ungewohnt, man biete aber selbstverständlich eine hervorragende deutschsprachige Hotline an. Daraufhin kauft X das Smartphone. Als er drei Monate später wirklich die Hotline benötigt, zeigt sich, dass das dortige Personal ausschließlich koreanisch spricht.
- Die U-AG zahlt Journalist J 10.000 € dafür, dass er das neue Fahrzeugmodell der U-AG in der Automobiltestzeitschrift bespricht. Eine Kennzeichnung als Anzeige ist von der U-AG ausdrücklich nicht gewünscht.

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

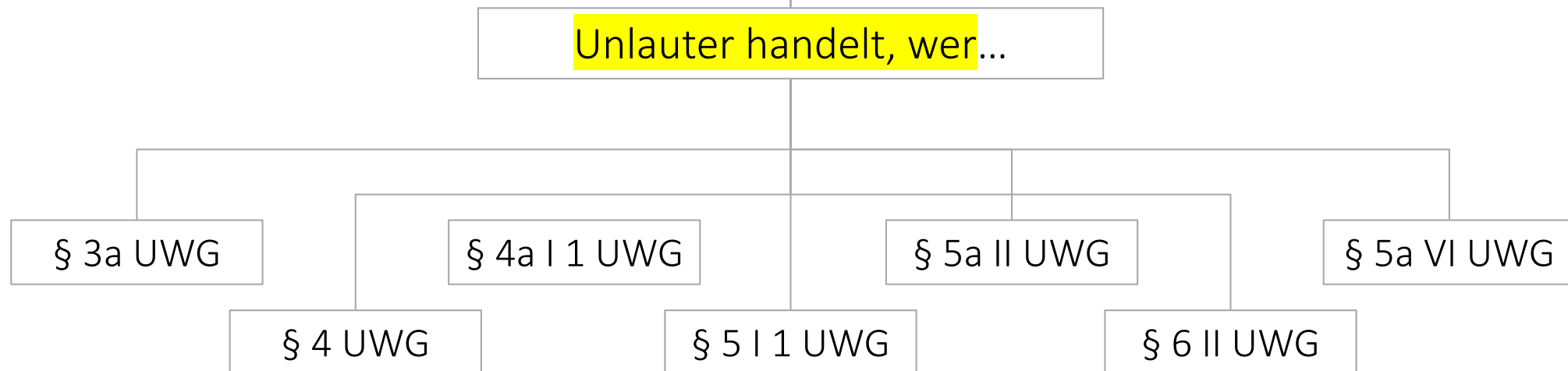
3

Was gilt für §§ 3a-6 UWG?

Wie passt § 3 UWG zu §§ 3a ff. UWG?

§ 3 UWG – Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

(1) **Unlautere** geschäftliche Handlungen sind unzulässig.



Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

CC-BY 4.0 –
Prof. Dr. Beurskens

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

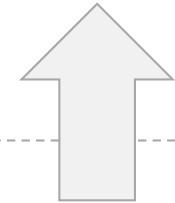
4

Was gilt für § 3 Abs. 2 UWG?

Welchem Zweck dient § 3 Abs. 2 UWG?

§ 3 UWG – Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

(2) Geschäftliche Handlungen, die sich an **Verbraucher** richten oder diese erreichen, sind **unlauter**, wenn sie nicht der **unternehmerischen Sorgfalt** entsprechen und dazu geeignet sind, das **wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers** wesentlich zu beeinflussen.



Art. 5 UGP-Richtlinie – Verbot unlauterer Geschäftspraktiken

- (2) Eine Geschäftspraxis ist unlauter, wenn
- sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht und
 - sie in Bezug auf das jeweilige Produkt das wirtschaftliche Verhalten ... wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen.

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Welche **Begriffe** muss man in § 3 Abs. 2 UWG hineinlesen? (1)

§ 2 UWG – Definitionen

(1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

7. "**unternehmerische Sorgfalt**" der Standard an Fachkenntnissen und Sorgfalt, von dem billigerweise angenommen werden kann, dass ein Unternehmer ihn in seinem Tätigkeitsbereich gegenüber Verbrauchern **nach Treu und Glauben unter Berücksichtigung der anständigen Marktgepflogenheiten** einhält;
8. "**wesentliche Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers**" die Vornahme einer geschäftlichen Handlung, um die **Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen** und damit den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte;

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Welche Begriffe muss man in § 3 Abs. 2 UWG hineinlesen?(2)

§ 2 UWG – Definitionen

(1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

9. "**geschäftliche Entscheidung**" jede Entscheidung eines Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers darüber, **ob, wie und unter welchen Bedingungen er ein Geschäft abschließen, eine Zahlung leisten, eine Ware oder Dienstleistung behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit einer Ware oder Dienstleistung ausüben will**, unabhängig davon, ob der Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer sich entschließt, tätig zu werden.

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Welche beiden (kumulativen) Erfordernisse enthält diese Generalklausel?

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

CC-BY 4.0 –

Prof. Dr. Beurskens

24 / 31

**Einwirkungs-
erfordernis**

Handlung geeignet (Wahrscheinlichkeit!), Fähigkeit des Verbrauchers zu informierter Entscheidung, spürbar zu beeinträchtigen

Insb. § 3 Abs. 4 S. 2 UWG

**Auswirkungs-
erfordernis**

Handlung geeignet, Verbraucher zu geschäftlicher Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte

typische Reaktion

Welche Fälle lassen sich unter § 3 Abs. 2 UWG subsumieren?

- unangemessene zeitliche Begrenzung von Verkaufsförderungsangeboten
- aleatorische Reize („Rabattwürfeln“)
- Anreize zum Handeln auf Kosten Dritter (Rabattgutscheine bei Versandapotheken, Kaskoreparaturen)
- Werbung durch Laien mit unlauteren Maßnahmen (bei fehlender Überwachung)

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

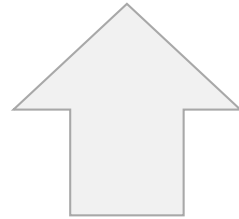
5

Was gilt für die unmittelbare
Anwendung von § 3 Abs. 1 UWG?

Welches Vorrangverhältnis ist bei § 3 UWG unbedingt zu beachten?

§ 3 UWG Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen

(1) Unlautere geschäftliche Handlungen sind unzulässig.



EuGH WRP 2013, 460 Rn. 35 – Köck

Art. 3 UGP – Richtlinie 2005/29/EG - Anwendungsbereich

(5) Die Mitgliedstaaten können für einen Zeitraum von sechs Jahren ab dem 12. Juni 2007 in dem durch diese Richtlinie angeglichenen Bereich nationale Vorschriften beibehalten, die restriktiver oder strenger sind als diese Richtlinie

....

Für Verbraucher nur § 3 Abs. 2 UWG (Art. 3 II UGP-RL)!

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Was setzt die Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG voraus?

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

1. Keine Maßnahme im Verhältnis zu Verbrauchern (sonst Abs. 2)

2. Widerspricht „anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe und Handel“

3. Grad der Unlauterkeit entspricht wertungsmäßig §§ 3a-6 UWG
(Kleinstunternehmen?)

CC-BY 4.0 –

Prof. Dr. Beurskens

Welche Fallgruppen verbleiben für § 3 Abs. 1 UWG?

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

Allgemeine
Marktstörung

Schlicht hoheitliche
Handlungen

„mensenverachtende“
Handlungen

Verkehrspflichten

Unmittelbarer
Leistungsschutz

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG

6

Was gilt für § 7 UWG?

Warum hat § 7 UWG nichts mit § 3 UWG zu tun?

§ 7 UWG – Unzumutbare Belästigungen

- (1) ¹Eine geschäftliche Handlung, durch die ein **Marktteilnehmer** in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist **unzulässig**. ²Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.

nicht: „unlauter“

Grundlagen

§ 3 Abs. 3 UWG

§§ 3a-6 UWG

§ 3 Abs. 2 UWG

§ 3 Abs. 1 UWG

§ 7 UWG