

III. Unlautere geschäftliche Handlungen

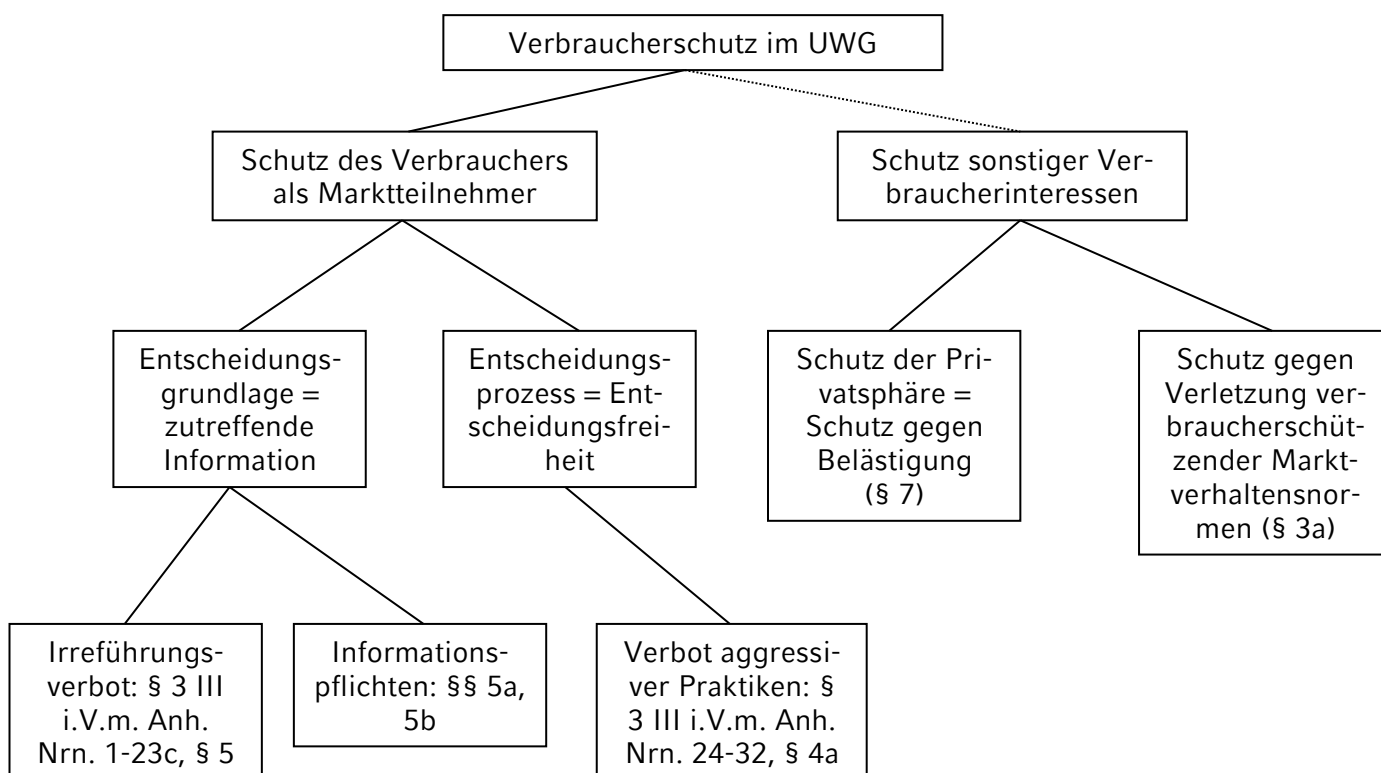
1. Schutz der Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer

a) Überblick und unionsrechtlicher Rahmen

aa) Verbraucherschutz

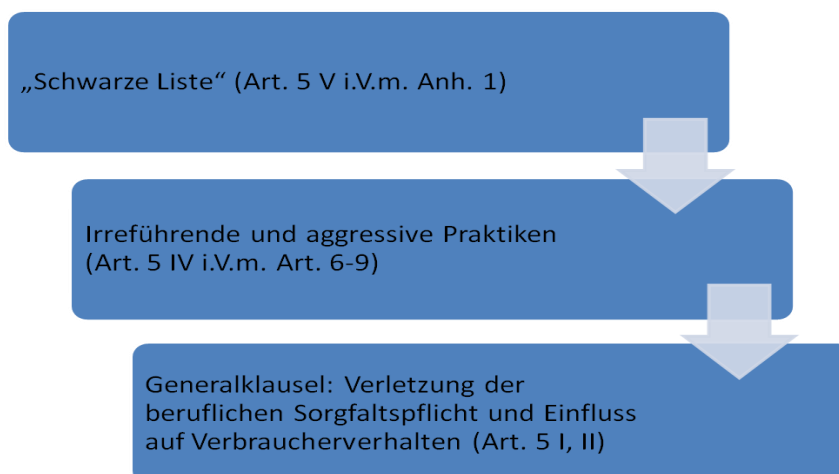
Schutz der Verbraucher gegen unlauteres Marktverhalten

- Kein allgemeiner Verbraucherschutz im UWG (z.B. kein allgemeiner Schutz von Sicherheit und Gesundheit), sondern Schutz gegen unlauteres Marktverhalten
- In erster Linie Schutz der Verbraucher „als Verbraucher“, also als Abnehmer / Nachfrager von Waren und Dienstleistungen
 - Schutz von **Entscheidungsgrundlage (§§ 5, 5a)** und **Entscheidungsprozess (§ 4a)**
 - Dieser Teil des UWG wurde vollständig durch EU-Recht harmonisiert (dazu sogleich)
- „Ausreißer“ = §§ 7 und 3a
 - Schutz vor Belästigungen (§ 7) schützt den Verbraucher nicht als Marktteilnehmer, sondern in seiner Privatsphäre → im Unionsrecht nicht im Lauterkeitsrecht, sondern im Datenschutzrecht (als Teil des Persönlichkeitsrechts) geregelt
 - Schutz gegen die Verletzung von Marktverhaltensnormen = Vorschriften außerhalb der §§ 3-7 UWG, dabei nach h.M. Schutz sämtlicher Verbraucherinteressen, Beispiel: Vertrieb nicht zugelassener Arzneimittel – gefährdet die Gesundheit der Verbraucher, aber jedenfalls dann nicht ihre Rolle als Marktteilnehmer, wenn sie über die fehlende Zulassung informiert werden.
- Auch wenn die §§ 4a-5b, 7 **primär Verbraucher und andere Abnehmer** schützen, schützen sie **mittelbar auch Mitbewerber**, die auch in diesen Fällen anspruchsberechtigt sind (§ 8 III Nr. 1), denn wer unlauter auf Abnehmer einwirkt, verschafft sich einen ungerechtfertigten Vorteil gegenüber seinen Mitbewerbern.



Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-RL)

- **Schutzzweck: Verbraucherschutz (Art. 1)**
 - Abgrenzung 1: Regelungen, die „lediglich die wirtschaftlichen Interessen von Mitbewerbern schädigen oder sich auf ein Rechtsgeschäft zwischen Gewerbetreibenden beziehen“ nicht erfasst (Egrd. 6) (z.B. Beleidigung eines Mitbewerbers in der Werbung (B2C, aber nur Schädigung von Mitbewerberinteressen), Irreführung beim Verkauf eines Baggers)
 - Abgrenzung 2: Schutz vor Beeinflussung der Verbraucherentscheidung ↔ Praktiken, die Wahlfreiheit des Verbrauchers nicht beeinträchtigen (z.B. reine Belästigung, Angebot schlechter Waren oder DL ohne Irreführung)
- **Anwendungsbereich: unlautere Geschäftspraktiken im B2C-Verhältnis**
 - Geschäftspraktiken = Handlungen vor, während oder nach Vertragsschluss, die unmittelbar mit Absatzförderung, Verkauf oder Lieferung eines Produkts (Art. 2 d) zusammenhängen (umgesetzt in § 2 I Nr. 2, dazu oben, II 3)
 - B2C: von Unternehmern gegenüber Verbrauchern, aber Handlungen sowohl gegenüber Verbrauchern als auch gegenüber Unternehmern ausreichend
- **Vorrang besonderer Regelungen** über unlautere Praktiken (Art. 3 IV UGP-RL)
 - Beispiel 1: Vorrang der Informationspflichten der E-Commerce-RL gegenüber Art. 7 UGP-RL bei Internet-Auftritten von Influencern
 - Beispiel 2 (EUGH, C-632/16, GRUR 2018, 940 – *Dyson/BSH Home Appliances*): Vorrang der Vorgaben in Anhang II der Delegierten VO (EU) Nr. 665/2013 der Kommission vom 3.5.2013 zur Ergänzung der RL 2010/30/EU des Europäischen Parlaments und des Rates im Hinblick auf die Energieverbrauchskennzeichnung von Staubsaugern gegenüber Art. 7 → Beispiel für die Unübersichtlichkeit des Unionsrechts mit seinen oft höchst speziellen, aber eben vorrangigen Kennzeichnungspflichten
 - Umsetzung des Art. 3 IV UGP-RL in § 1 II UWG, Hintergrund: Kennzeichnungspflichten der Influencer, Problem: Passt nicht, weil auch andere EU-RL mit dem UWG umgesetzt werden, weitgehende Integration besonderer EU-Vorschriften ins UWG über § 5b IV und § 3a, potentielle „Kollateralschäden“
- Ausgenommen: Vertragsrecht (Art. 3 II), Gesundheits- und Sicherheitsaspekte von Produkten (Art. 3 III), spezifische Regelungen für reglementierte Berufe (Art. 3 VIII)
- „Dreistufentest“ der Unlauterkeit:



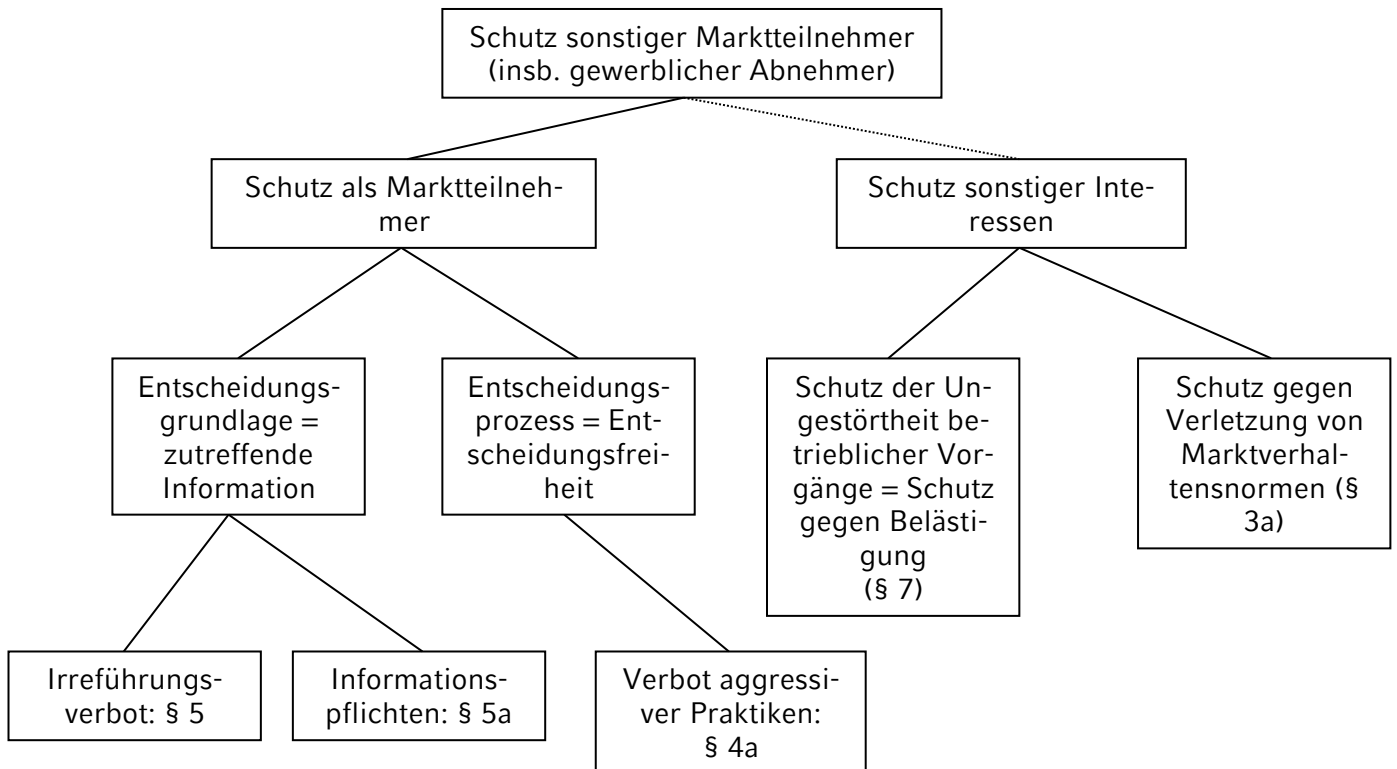
- Grundsatz der **Vollharmonisierung**: Die Mitgliedstaaten dürfen weder mildere noch strengere Regeln vorsehen. Fallbeispiele: Vgl. EuGH, Rs. C-261, C-299/07, GRUR 2009, 599 – VTB-VAB/Total Belgium und Galatea/Sanoma: Unvereinbarkeit des belgischen Kopplungsverbots mit der Richtlinie, weil Kopplung (a) nicht in der „schwarzen Liste“ verboten und (b) im belgischen Recht unabhängig von der konkreten Einwirkung auf den Verbraucher verboten.
- Ebenso zu § 4 Nr. 6 UWG 2004 EuGH, Rs. C-304/08, GRUR 2010, 244 – *Wettbewerbszentrale/ Plus – „Millionen-Chance“*.
- Aber Spielraum der Mitgliedstaaten bei den Rechtsfolgen (Art. 11): Wahl zwischen zivilrechtlicher Durchsetzung und verwaltungsrechtlichem Verfahren. Das schränkt die harmonisierende Wirkung ein.
- Änderungen der UGP-RL durch RL 2019/2161 zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der Verbraucherschutzvorschriften der Union („Omnibus“-RL, weil die RL mehrere verbraucherschutzrechtliche Richtlinien ändert)
 - Ergänzung des Art. 7 und der Schwarzen Liste um Transparenzgebote im Zusammenhang mit Kundenbewertungen auf Verkaufs- und Vergleichsplattformen
 - Individualansprüche für Verbraucher (Art. 11a UGP-RL neu)
 - Verpflichtende Bußgelder (Art. 13 UGP-RL neu)
- Zur Umsetzung Änderungen des UWG (in Kraft seit 28.5.2022):
 - Vorrang von Regelungen besonderer Aspekte unlauterer Handlungen (§ 1 II), s.o.
 - Umstrukturierung des § 5a UWG in allg. VSS (§ 5a) und wesentliche Verbraucherinformation (§ 5b), dazu näher bei § 5a
 - Neue Informationspflichten und Fälle der schwarzen Liste
 - Versuch einer Regelung der Influencer-Werbung (§ 5a IV UWG/RefE), dazu näher unten bei § 5a VI
 - Schadensersatzanspruch für Verbraucher bei Verstoß gegen §§ 3 II, III, 3 I iVm 4a-5a (§ 9 II UWG/RefE), problematisch wegen erheblicher Überschneidung mit BGB-Rechtsbehelfen
 - Bußgeldbewehrung von grenzüberschreitenden Verstößen gegen §§ 3 III, 4a I 1, 5 I, 5a I UWG (§§ 5c, 19 UWG/RefE)
 - Anpassung der „schwarzen Liste“ an die UGP-RL und Streichung des § 7 II Nr. 1 UWG, also künftig wie in der RL 31 Fälle, nicht wie bisher 30 Fälle

b) Schutz sonstiger Abnehmer und Anbieter

Überblick

- Verbraucher sind nur natürliche Personen, die zu privaten Zwecken handeln (§ 2 II i.V.m. § 13 BGB)
- Das UWG schützt aber auch „sonstige Marktteilnehmer“ (§§ 1, 2 Nr. 3) – wer ist das?
 - In erster Linie gewerbliche Abnehmer (z.B. Käufer eines Baggers): sie sind Unternehmer, aber keine Mitbewerber
 - außerdem gewerbliche Anbieter
 - und juristische Personen, die nicht gewerblich handeln (z.B. ein Gesangsverein)
- Die Trennlinie im UWG verläuft nicht zwischen Unternehmern und Verbrauchern oder zwischen verbrauchergerichteten (B2C) und unternehmergerichteten (B2B) Handlungen, sondern zwischen dem Mitbewerberschutz (Horizontalverhältnis) und dem Ab-

nehmer- (bzw. ausnahmsweise Anbieter-)schutz. Beispiel: Käufer eines Computers haben ein Interesse daran, nicht irregeführt zu werden. Insoweit kein Unterschied zwischen privaten und unternehmerischen Abnehmern (nur beim Verbraucherleitbild, vgl. § 3 IV, unternehmerische Abnehmer sind besser informiert und aufmerksamer)



Die Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung (WerbeRL)

- Schützt unternehmerische Interessen (Art. 1 WerbeRL)
- Entstehungsgeschichte
 - RL über irreführende Werbung (1984) = erste Harmonisierungsrichtlinie, enthielt Schutzzwecktrias wie § 1 UWG, setzte nur Mindeststandard
 - RL über vergleichende Werbung (1997), technisch Ergänzung der RL von 1984: Definition und Zulässigkeitsvoraussetzungen der vergleichenden Werbung, insoweit Vollharmonisierung (umgesetzt in § 6 UWG)
 - 2005 Änderung: RL schützt jetzt nur noch Interessen der Mitbewerber, Irreführungsverbot auf B2B-Bereich beschränkt
- Kein umfassender Schutz unternehmerischer Interessen, anders als der Verbraucherschutz ist der Schutz von Mitbewerbern und gewerblichen Abnehmern fragmentarisch geregelt, weite Teile bleiben dem nationalen Recht überlassen
- Schutzrichtung 1: Schutz vor Irreführung im B2B-Bereich (Art. 2b, 3, 5), nur Mindeststandard, erheblich weniger detailliert als Art. 6 UGP-RL
- Schutzrichtung 2: Schutz vor unlauterer vergleichender Werbung (Art. 2c, 4, 5), dazu näher unter III 2
- Damit vermischt die Richtlinie Abnehmerschutz (Art. 3) und Mitbewerberschutz (Art 4)
- Blick in die Zukunft: Kommt eine allgemeine B2B-Richtlinie? Derzeit keine konkreten Pläne der Kommission