

V. Teil: Ansprüche (Überblick)

§ 16: Ansprüche

A. Überblick

Ein Verstoß gegen die §§ 3, 7 UWG kann verschiedene Ansprüche auslösen. Das UWG unterscheidet Ansprüche auf

- Beseitigung, § 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 1 UWG
- Unterlassung, § 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2 UWG
- Schadensersatz, § 9 Abs. 1, Abs. 2 UWG
- Gewinnabschöpfung, § 10 Abs. 1 UWG.

Die §§ 8 ff. UWG regeln bestimmte Voraussetzungen. Besonders wichtig ist die Aktivlegitimation, also die Frage, wer den Anspruch geltend machen kann. Hier ist danach zu unterscheiden, ob es um den Schutz von wettbewerblichen Individual- oder Kollektivinteressen geht.

- Schadensersatzansprüche können nur einem unmittelbar Verletzten zustehen, § 9 Abs. 1, Abs. 2 UWG. Insoweit folgt das UWG denselben Maßstäben wie das allgemeine Zivilrecht, das nur Klagerechte des individuellen Rechtsinhabers kennt.
- Beseitigungs- und Unterlassungsansprüche können sowohl einem unmittelbar verletzten Mitbewerber als auch Unternehmensverbänden, Verbrauchereinrichtungen und bestimmten Kammern zustehen, § 8 Abs. 3 UWG. Die Klagerechte nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 – 4 UWG stehen Institutionen zu, die zwar nicht in eigenen Rechten oder Interessen betroffen sind, aber zum Schutz von wettbewerblichen Kollektivinteressen tätig werden.
- Der Anspruch auf Gewinnabschöpfung dient allein zum Schutz von Kollektivinteressen und steht ausschließlich den nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 – 4 UWG Klageberechtigten zu, § 10 Abs. 1 UWG.

Die prozessuale Durchsetzung wettbewerbsrechtlicher Ansprüche ist kompliziert. Einzelne Regelungen finden sich in den §§ 12 ff. UWG.

Das Wettbewerbsverfahrensrecht wird im Schwerpunkt weitgehend ausgeklammert, um den Stoff zu begrenzen. In der Praxis hat sie hohe Bedeutung. Für den Unternehmer ist ein Prozess, den er vermeidet, häufig viel wichtiger als ein Prozess, den er nach jahrelangem Streit schließlich in der letzten Instanz gewinnt. Der Wettbewerb ist so schnelllebig, dass auch eine um Effizienz bemühte Justiz nicht mithalten kann.

B. Schadensersatz

Grundlage des Anspruchs auf Schadensersatz ist **§ 9 Abs. 1 UWG** oder **§ 9 Abs. 2 UWG**.

I. Anspruch des Mitbewerbers

1. Mitbewerber

Nach **§ 9 Abs. 1 UWG** ist der „Mitbewerber“ (§ 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG) als unmittelbar Verletzter anspruchsberechtigt.

In Sonderfällen kommt es auf den Schutzzweck der verletzten Wettbewerbsnorm an: Das wettbewerbsrechtliche Verbot bestimmter Nachahmungen soll nach der Rechtsprechung nur den Hersteller, nicht aber auch den Händler schützen. Von einem konkurrierenden Händler, der unzulässige Nachahmungen anbietet, kann daher nur der Hersteller des Originalprodukts Schadensersatz verlangen, nicht aber der Händler, der das Originalprodukt zulässigerweise vertreibt. So BGH vom 18.10.1990 (Finnischer Schmuck), GRUR 1991, 223, 224.

2. Erfasste Rechtsverstöße

Der Anspruch kommt bei allen Verstößen gegen geschäftliche Handlungen in Betracht, die nach § 3 UWG oder § 7 UWG unzulässig sind.

3. „Schaden“

Der Umfang des Schadensersatzanspruchs richtet sich grundsätzlich nach **§ 249 Abs. 1 BGB**. Danach wäre zu fragen, wie der Unternehmer stünde, wenn es nicht zu der wettbewerbswidrigen Handlung gekommen wäre. Der verschuldete Wettbewerbsverstoß verpflichtet zum Ersatz „des daraus entstehenden“ Schadens, **§ 9 Abs. 1, Abs. 2 Satz 1 UWG**.

Der Wettbewerb kennt jedoch gar keine klaren Kausalitätsbeziehungen, wie sie das allgemeine Schadensrecht an sich voraussetzt. Die Bestimmung des Schadens, der dem Verletzten kausal durch den Wettbewerbsverstoß entsteht, ist wegen der Komplexität und Unüberschaubarkeit von Marktvorgängen nur unter einer Anmaßung von Wissen möglich, das Menschen nicht haben, *Beater*, Unlauterer Wettbewerb, 2011 Rdnr. 125 ff., 2271. Welcher Zustand etwa bestünde, wenn der Mitbewerber nicht irreführend, sondern korrekt geworben hätte, lässt sich nicht sicher sagen. Die Klärung, ob die Entscheidung von Kunden durch den irreführenden Teil der Werbung beeinflusst oder unabhängig davon getroffen wurde, ob Kunden bei korrekter Werbung dem Anspruchsteller als bisherigem Geschäftspartner treu geblieben oder trotzdem zum Werbenden oder einem anderen Anbieter gewechselt wären oder vielleicht ganz von einem Kauf abgesehen hätten, reicht tief in den Bereich der Spekulation hinein.

Das Ermittlungs- und Kausalitätsproblem darf nicht dazu führen, dass Schadensersatzansprüche leerlaufen, weil kein Kläger den erforderlichen Nachweis sicher erbringen kann. Die Ermittlungsschwierigkeit darf sich nicht einseitig zugunsten des Schädigers auswirken, weil andernfalls ein fundamentales Gerechtigkeitsprinzip pervertiert würde. Die Gerichte suchen die Lösung in zwei Richtungen.

Zum einen arbeiten sie mit bestimmten Beweiserleichterungen und wenden **§ 287 Abs. 1 Satz 1 ZPO** großzügig an. Zum anderen kommt der BGH dem Unternehmer auch in materieller Hinsicht entgegen. Die Richter gewähren ein weitgehendes Wahlrecht und haben dazu die dreifache Schadensberechnung entwickelt. Diese ist ursprünglich im Immaterialgüterrecht entstanden und von dort in das UWG übernommen worden. Sie gilt nach BGH vom 22.4.1993 (Kollektion Holiday), GRUR 1993, 757 für alle Verstöße gegen die §§ 3, 7 UWG, soweit sie sinngemäß darauf anwendbar ist, und soll praktischen Beweisschwierigkeiten Rechnung tragen.

Mit dieser dreifachen Schadensberechnung werden freilich die Probleme nur zum Teil gelöst, einige neue werden sogar erst geschaffen. Deutlich werden diese Schwierigkeiten in BGH vom 17.6.1992 (Tchibo/Rollex II), BGHZ 119, 20 ff, sofern man die Tchibo-Uhren als wettbewerbswidrige Imitate ansieht.

a. Entgangener Gewinn

Der Unternehmer kann nach **§§ 249 Abs. 1, 252 Satz 1 BGB** den entgangenen Gewinn als Schadensersatz geltend machen.

Der entgangene Gewinn von Rolex beträgt aber 0 €, wenn der Verkauf der Originaluhren nicht beeinträchtigt wurde.

b. Verletzergewinn

Der Unternehmer kann stattdessen auch den Verletzergewinn verlangen. (Ähnlich §§ 97 Abs. 2 Satz 2 UrhG, 14 Abs. 6 Satz 2 MarkenG.)

Es käme also im Tchibo/Rollex-Fall nicht darauf an, welche Einbuße Rolex erlitten, sondern welchen Vorteil Tchibo aus den Nachahmungen gezogen hat. Nach den allgemeinen zivilrechtlichen Maßstäben geht es nicht um Schadensersatz, sondern um eine Haftung aus Geschäftsanmaßung, §§ 667 Alt. 2, 681 Satz 1, 687 Abs. 2 BGB.

c. Lizenzgebühr

Schließlich kann Rolex auch das hypothetische Lizenzentgelt verlangen, also die Gebühr, die Rolex von Tchibo hätte verlangen können, wenn Rolex die Nachahmungen erlaubt hätte. (Ähnlich §§ 97 Abs. 2 Satz 3 UrhG, 14 Abs. 6 Satz 3 MarkenG.)

Die Lizenzgebühr ist freilich im Tchibo/Rollex-Fall kaum zu ermitteln, da es um völlig unterschiedliche Produkte ging und Rolex einer solchen Lizenz wohl niemals zugestimmt hätte. Nach den allgemeinen zivilrechtlichen Maßstäben geht es um einen Bereicherungsausgleich nach §§ 812 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2, 818 Abs. 2 BGB (Eingriff in den Zuweisungsgehalt eines Rechts).

4. Sonstige Rechtsfolgen

Die Rechtsprechung hat in einzelnen Fällen angenommen, dass die Pflicht zum Schadensersatz auch die Pflicht umfasst, Auskünfte zu erteilen. Einzelheiten sind diffizil und hängen von einzelfallbezogenen Kriterien ab. §§ 19 MarkenG, 101 UrhG sind nicht analog anwendbar.

- Wer durch den Vertrieb einer Ware ein ergänzendes wettbewerbsrechtliches Leistungsschutzrecht verletzt, ist dem Verletzten gegenüber zur Nennung der Bezugsquelle verpflichtet, wenn die Preisgabe dieser Geschäftsgeheimnisse in Anbetracht des im jeweiligen Einzelfall festzustellenden Ausmaßes der wettbewerblichen Störung nicht als unverhältnismäßig erscheint.
- In BGH vom 24.3.1994 (Cartier-Armreif), BGHZ 125, 322 ff. wurde eine Bekanntgabepflicht bejaht, in BGH vom 24.3.1994 (Pulloverbeschriftung), GRUR 1994, 635 ff. verneint.

II. Anspruch des Verbrauchers

Nach **§ 9 Abs. 2 Satz 1 UWG** kann auch der einzelne Verbraucher einen wettbewerbsrechtlichen Schadensersatzanspruch haben. Die Vorschrift setzt **Art. 11a Abs. 1 Satz 1 RL 2005/29/EG** um und betritt Neuland. Bislang sah das Wettbewerbsrecht keine Ansprüche des einzelnen Verbrauchers vor, um ein ungutes Nebeneinander von Wettbewerbsrecht und allgemeinem Vertrags- und Deliktsrecht auszuschließen.

Nach bisherigem Verständnis erfasste das UWG lediglich die Kollektivinteressen der Verbraucherschaft, nicht aber die Individualinteressen des einzelnen Verbrauchers, BGH vom 7.10.1993 (Folgeverträge I), BGHZ 123, 330, 333. Danach sicherten das allgemeine Vertrags- und Deliktsrecht den einzelnen Verbraucher bereits ausreichend, so dass es für nicht sinnvoll gehalten wurde, über das Wettbewerbsrecht eine „dritte Schiene“ zu eröffnen.

Zahlreiche Fälle, die derzeit im Zusammenhang mit § 9 Abs. 2 UWG diskutiert werden, ließen sich vermutlich auch über § 826 BGB lösen, insbesondere weil das Vorsatzerfordernis bei § 826 BGB meist weit gefasst wird. Der wettbewerbsrechtliche Anspruch greift aber bereits bei Fahrlässigkeit ein.

1. Erfasste Wettbewerbsverstöße

Der Anspruch setzt eine geschäftliche Handlung gegenüber einem Verbraucher und eine schuldhaft, nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung des Anspruchsgegners voraus.

Verstöße gegen die **§§ 3a, 4, 6, 7 UWG** lösen keinen Schadensersatzanspruch des einzelnen Verbrauchers aus, § 9 Abs. 2 Satz 2 UWG. Es handelt sich um Tatbestände, die keine wettbewerblichen Verbraucherinteressen unmittelbar betreffen und daher von der RL 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken nicht erfasst werden. Der Gesetzgeber wollte bei der Umsetzung der RL 2005/29/EG nicht über das dazu Gebotene hinausgehen.

Der Verstoß gegen **Nr. 32 Anhang UWG** löst ebenfalls keinen Verbraucherschadensersatzanspruch aus. Die Vorschrift soll zwar den Verbraucher vor aggressiven Geschäftspraktiken des Unternehmers schützen. Sie wird von der Umsetzungspflicht aus Art. 11a RL 2005/29/EG nicht erfasst, weil sie nicht auf die RL 2005/29/EG, sondern auf Art. 9 Abs. 3 RL 2011/83/EU zurückgeht.

2. Veranlassung zu geschäftlicher Entscheidung

Der Verstoß muss den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung (§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG) veranlasst haben, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Es ist erforderlich, dass der einzelne Anspruchsteller tatsächlich und adäquat kausal in dieser Weise beeinflusst wurde. Von dem bloßen Wettbewerbsverstoß allein darf nicht auf die Beeinflussung des Anspruchstellers geschlossen werden, weil die wettbewerbsrechtlichen Verbotstatbestände in der Regel auf kollektive und nicht auf individuelle Schutzinteressen zugeschnitten sind.

Der Zusammenhang lässt sich am allgemeinen Irreführungsrecht verdeutlichen. Für § 5 Abs. 1 UWG kommt es auf einen kollektiven Maßstab an, für § 9 Abs. 2 Satz 1 UWG muss es dagegen auf die individuellen Verhältnisse ankommen. Die Entscheidung, ob eine Angabe irreführend im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG ist, hängt davon ab, wie der durchschnittliche Verbraucher sie versteht. Das hat Konsequenzen: Wenn der „durchschnittliche“ Verbraucher die Angabe richtig versteht, dann fehlt es an einem Verstoß gegen § 5 Abs. 1 UWG mit der Folge, dass auch ein „nicht durchschnittlicher“ Verbraucher, der die Angabe falsch versteht, keinen Schadensersatz verlangen kann. Wenn dagegen der durchschnittliche Verbraucher die Angabe falsch versteht, so ist sie auch dann irreführend, wenn einzelne Verbraucher sie richtig verstehen. Zugleich darf in diesem Fall aus der wettbewerbsrechtlichen Irreführung nicht automatisch geschlossen werden, dass die Angabe tatsächlich auch den einzelnen Verbraucher irregeführt hat.

Wenn der Verbraucher seine Entscheidung in Unkenntnis der unlauteren geschäftlichen Handlung oder ohne Rücksicht auf sie getroffen hat, zum Beispiel weil er eine irreführende Werbung gar nicht kennt, hat er keinen Schadensersatzanspruch.

3. Schaden

Die geschäftliche Entscheidung muss ihrerseits adäquat kausal für einen Schaden des Verbrauchers sein. Die oben genannten verbraucherschützenden Tatbestände wollen die konkrete einzelne geschäftliche Entscheidung sichern. Nach ihrem Sinn und Zweck ist daher nur der Schaden zu ersetzen, der unmittelbar aus der vom Verbraucher getroffenen geschäftlichen Entscheidung resultiert, nicht aber Folgeschäden, *Köhler* in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 40. Auflage 2022, § 9 UWG n.F. Rn. 2.19. Danach ist der Schaden nicht zu ersetzen, den der Verbraucher erleidet, weil er sonst (nachweislich) eine andere für ihn günstigere geschäftliche Entscheidung getroffen hätte (zum Beispiel das preiswertere Produkt eines anderen Anbieters gekauft hätte).

Der Verbraucher ist im Übrigen nach **§ 249 Abs. 1 BGB** so zu stellen, wie er stünde, wenn er nicht zu der geschäftlichen Handlung veranlasst worden wäre. Als ersatzfähige Schäden kommen insbesondere in Betracht, *Köhler* in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 40. Auflage 2022, § 9 UWG n.F. Rn. 2.20 ff. mwN.:

- die Bindung an den Vertrag mit dem wettbewerbswidrig handelnden Unternehmer. Der Verbraucher kann die Rückabwicklung des Vertrags verlangen.
- die Bindung an den Vertrag mit einem Dritten, zum Beispiel wenn der Verbraucher aufgrund der unzulässigen Werbung des Herstellers einen Vertrag mit dem Händler geschlossen hat. Der Verbraucher kann dann vom Hersteller verlangen, so gestellt zu werden, wie er ohne den Vertrag stünde. Konkret kann er vom Hersteller die Rückzahlung des an den Händler geleisteten Kaufpreises Zug um Zug gegen Herausgabe der gekauften Sache an den Hersteller verlangen.

4. Kaufgewährleistungsrecht

Der wettbewerbsrechtliche Schadensersatzanspruch greift nicht ein, wenn zugleich kaufrechtliche Gewährleistungsansprüche bestehen, weil ansonsten

der Vorrang der Nacherfüllung bei mangelhafter Leistung umgangen würde (str.), *Alexander WRP* 2021, 136, 143; *Heinze/Engel NJW* 2021, 2609, 2612.

III. Anspruch des sonstigen Marktteilnehmers

Der Gesetzeswortlaut gesteht sonstigen Marktteilnehmern keine wettbewerbsrechtlichen Schadensersatzansprüche zu. Die h.M. hat sich bislang in solchen Fällen dadurch beholfen, dass sie entweder den Mitbewerberbegriff – systemwidrig – auf Nichtkonkurrenten ausdehnt oder auf das allgemeine Deliktsrecht zurückgreift.

Wer den Mitbewerberbegriff mit der hier vertretenen Ansicht enger versteht, muss ein eigenes Klagerecht des sonstigen Marktteilnehmers in Betracht ziehen. Es ergibt sich direkt aus der Schutzrichtung der jeweils verletzen wettbewerbsrechtlichen Norm, ohne dass es eines Rückgriffs auf die gesetzlichen Vorschriften über die Klagerechte von Mitbewerbern, Verbänden und Kammern bedarf, zu den früheren §§ 3, 13 Abs. 2 UWG 1909 ebenso BGH vom 24.5.2000 (Falsche Herstellerpreisempfehlung), GRUR 2001, 78. Im Einzelnen ist zu unterscheiden.

Ein solches Klagerecht ist zu verneinen, soweit bereits das allgemeine Vertragsrecht einen hinreichenden Schutz bietet und die Eröffnung einer „weiteren Schiene“ stören würde. Dies ist allgemein anzunehmen, soweit unternehmerische Abnehmer in der wettbewerbsrechtlichen Schiedsrichterfunktion betroffen sind. Es besteht kein Bedarf, dem einzelnen unternehmerischen Nachfrager einen wettbewerbsrechtlichen Anspruch beispielsweise gegen irreführende Werbemaßnahmen der Marktgegenseite zuzusprechen.

Das Klagerecht ist dagegen zu befürworten, wenn sonstige Marktteilnehmer in anderen wettbewerbsrechtlichen Funktionen betroffen sind (Lieferant, Anbieter von Werbeblockern etc.) und durch die fragliche Handlung unmittelbar verletzt werden.

Das Kartellrecht ist bereits weiter. Das GWB sieht seit 2005 in § 33 Abs. 1 Satz 1 GWB jeden „*Betroffenen*“ als anspruchsberechtigt an. Das ist jeder, der „*als Mitbewerber oder sonstiger Marktbeteiligter durch den Verstoß beeinträchtigt ist*“, § 33 Abs. 3 GWB.

IV. Schuldner

Schuldner ist, wer den Schaden adäquat kausal herbeigeführt oder – um mit der Formulierung des § 9 Abs. 1 UWG zu sprechen – die unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt. Da das UWG Sonderdeliktsrecht ist, greifen daneben auch die allgemeinen Zurechnungsregeln, also die §§ 31, 831 BGB. Mehrere Schuldner haften nach §§ 830, 840 Abs. 1 BGB als Gesamtschuldner.

V. Verschulden

Der Schadensersatzanspruch setzt Verschulden voraus, der Anspruchsgegner muss also „*vorsätzlich oder fahrlässig*“ gehandelt haben. Das Vorliegen von Vorsatz oder Fahrlässigkeit beurteilt sich nach den allgemeinen Grundsätzen, § 276 BGB.

Vorsatz setzt Wissen und Wollen voraus. Er ist bereits zu bejahen, wenn der Schädiger die Möglichkeit der Beeinträchtigung erkannt hat, trotz dieser Erkenntnis zur Tat schreitet und dabei den Verletzungserfolg für den Fall seines Eintritts in Kauf nimmt („bedingter Vorsatz“), selbst wenn er auf den Nichteintritt des Erfolgs hoffen mag.

Fahrlässig handelt, „*wer die im Verkehr erforderliche Sorgfalt außer Acht lässt*“, **§ 276 Abs. 2 BGB**. Entscheidend ist grundsätzlich ein objektiver Maßstab. Im Verkehr ist die Sorgfalt erforderlich, die nach dem Urteil besonnener und gewissenhafter Angehöriger des in Betracht kommenden Verkehrskreises zum Zeitpunkt des zu beurteilenden Verhaltens zu beachten ist, BGH vom 19.1.1991, BGHZ 113, 297, 303 f.

Es gibt ein Haftungsprivileg für die periodische Presse, die in bestimmten Fällen nur für vorsätzliches Handeln einstehen muss, **§ 9 Abs. 3 UWG**.

VI. Mitverschulden

Die Minderung des Ersatzanspruchs nach § 254 BGB wegen Mitverschuldens des Geschädigten ist möglich, aber im Wettbewerbsrecht sehr selten. Bedeutung hat aber die Pflicht des Betroffenen nach § 254 Abs. 2 Satz 1 BGB, den eigenen Schaden möglichst abzuwenden oder klein zu halten.

C. Unterlassung

§ 8 Abs. 1 UWG regelt die Abwehransprüche, nämlich den Anspruch auf Unterlassung und den Anspruch auf Beseitigung. Sie setzen wie der Schadensersatzanspruch einen Verstoß gegen § 3 UWG oder § 7 UWG voraus. Im Unterschied zum Schadensersatz verlangen sie kein Verschulden. Unterlassung und Beseitigung sind unterschiedliche Rechtsfolgen und an jeweils eigene Voraussetzungen gebunden. Sie müssen in der Klausur klar voneinander getrennt werden. Hier soll es zunächst um den Unterlassungsanspruch gehen.

Der Unterlassungsanspruch (**§ 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2 UWG**) dient dazu, für die Zukunft ordnungsgemäßen Wettbewerb zu gewährleisten.

I. Verletzungsunterlassungsanspruch

Die klassische Form des Unterlassungsanspruchs ist der Verletzungsunterlassungsanspruch. Er setzt eine konkrete Verletzungshandlung voraus. Sie besteht im Eingriff in wettbewerbsrechtlich geschützte Interessen beziehungsweise in der Verletzung wettbewerbsrechtlicher Normen. Die Handlung muss bereits vollendet sein.

Die Handlung muss rechtswidrig, braucht aber nicht schuldhaft erfolgt sein. Der Verletzer muss allerdings in der Regel die der Unlauterkeit zugrundeliegenden Tatsachen gekannt oder sich ihrer Kenntnis bewusst verschlossen haben. Da der Unterlassungsanspruch auf die Zukunft gerichtet ist, lässt es die Rechtsprechung genügen, dass der Verletzer die erforderliche Kenntnis im Zeitpunkt der letzten Tatsachenverhandlung besitzt. Das ist regelmäßig schon aufgrund einer Abmahnung der Fall.

Erforderlich ist weiterhin eine „*Wiederholungsgefahr*“, **§ 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2 UWG**. Sie setzt voraus, dass künftig dieselbe oder eine im Kern gleichartige Verletzungshandlung objektiv möglich und zu befürchten ist.

Für unlautere geschäftliche Handlungen besteht eine widerlegbare Vermutung für die Wiederholungsgefahr, an deren Beseitigung strenge Anforderungen gestellt werden, BGH vom 16.2.1989 (Professorenbezeichnung in der Arztwerbung), GRUR 1989, 445 f.

Wichtig: Die Wiederholungsgefahr kann im Rahmen des Abmahnverfahrens durch die Abgabe einer uneingeschränkten, bedingungslosen und ausreichend strafbewehrten Unterlassungsverpflichtungserklärung (Unterwerfungserklärung) ausgeräumt werden. Diese Erklärung bedarf keiner bestimmten Form. Maßgeblich ist allein ihre Ernstlichkeit. Lehnt der Anspruchsgegner indes eine derartige Unterwerfungserklärung ab, so ist die Vermutung der Wiederholungsgefahr kaum noch zu widerlegen, BGH vom 19.3.1998 (Brennwertkessel), GRUR 1998, 1045, 1046.

II. Vorbeugender Unterlassungsanspruch

Der vorbeugende Unterlassungsanspruch greift ein, wenn es zwar noch nicht zu einem Wettbewerbsverstoß gekommen ist, aber „*eine Zuwiderhandlung droht*“, **§ 8 Abs. 1 Satz 2 UWG**. Erforderlich ist die unmittelbar bevorstehende Gefahr einer Rechtsverletzung („Erstbegehungsgefahr“). Die bloße Möglichkeit reicht nicht aus.

III. Schuldner

Für den Unterlassungsschuldner gibt es keine spezielle Bezeichnung. Allgemein kann auf Unterlassung nur haften, wer auch in der Lage ist, die Begehung des betreffenden Wettbewerbsverstoßes zu verhindern. Der frühere Unternehmensinhaber kann für einen Wettbewerbsverstoß auf Schadensersatz haften, weil zum Beispiel eine geschäftliche Werbekampagne auf ihn zurückgeht. Wenn die Werbekampagne nach seinem Ausscheiden aus dem Betrieb weitergeführt wird, kann es aber sein, dass er nicht mehr auf Unterlassung haftet, weil es nicht mehr in seiner Hand liegt, die Werbekampagne für die Zukunft zu stoppen.

Früher wendete die Rechtsprechung § 1004 Abs. 1 Satz 1 BGB analog im Wettbewerbsrecht an und stellte auf den Begriff des „Störers“ ab. Inzwischen ist sie davon ausdrücklich abgerückt, BGH vom 22.7.2010 (Kinderhochstühle im Internet), GRUR 2011, 152, 156 Rn. 48; BGH vom 12.7.2012 (Solarinitiative) GRUR 2013, 301, 304 Rn. 49.

1. Verletzer

Zur Unterlassung und Beseitigung ist jeder verpflichtet, der gegen §§ 3, 7 UWG verstoßen hat beziehungsweise in Zukunft dagegen verstoßen könnte (Verletzer). Verletzer ist, wer adäquat kausal tätig wird, um den Zustand zu schaffen oder aufrechtzuerhalten, der juristisch als Wettbewerbsverstoß zu

qualifizieren ist. Es muss zumindest auch von dieser Person abhängen, ob das betreffende Verhalten in Zukunft unterlassen wird.

Der irreführend werbende Unternehmer wird beispielsweise stets Verletzer sein. Es haftet aber auch derjenige, der die Wettbewerbsbeeinträchtigung in Auftrag gegeben hat oder der das eigenverantwortliche Handeln eines Dritten ausnutzt, obwohl er rechtlich in der Lage ist, es zu verhindern, BGH vom 3.2.1994 (Kosmetikstudio), GRUR 1994, 441, 443; BGH vom 23.3.1995 (Bahnhofs-Verkaufsstellen), GRUR 1995, 601, 603.

Der Verletzer schuldet Unterlassung aus mehreren Gründen. Er ist für den Wettbewerbsverstoß ursächlich und eine Begehung oder Wiederholung hängt ganz maßgeblich von seinem Willen ab. Da der Verletzer sich von seinem Verhalten typischerweise geschäftliche Vorteile verspricht, ist es überdies nur gerecht, ihm auch die möglichen Lasten der Unterlassungspflicht aufzubürden.

Die Rechtsprechung sieht auch Personen als Verletzer an, die bei wertender Betrachtung lediglich mittelbar zu einem fremden Verstoß beigetragen haben, BGH vom 3.2.1994 (Kosmetikstudio), GRUR 1994, 441, 443. Schuldner kann jeder sein, der willentlich und adäquat kausal mitwirkt, einen wettbewerbswidrigen Zustand zu schaffen oder zu erhalten. Für die Bewertung, ob eine Person adäquat kausal mitgewirkt hat, stellt die Rechtsprechung in der Regel darauf ab, ob die betreffende Person entsprechende Verkehrspflichten verletzt hat.

2. Organhaftung, Betriebsinhaber

Das rechtswidrige Verhalten der Geschäftsführung muss sich der Unternehmensinhaber nach § 31 BGB analog ohne Entlastungsmöglichkeit zurechnen lassen. Insoweit gelten die allgemeinen deliktsrechtlichen Grundsätze der Organ- und Repräsentantenhaftung.

Davon streng zu unterscheiden ist die anders gelagerte Frage, ob der Geschäftsführer eines Unternehmens stets zugleich neben dem Unternehmensinhaber wegen eines Rechtsverstoßes persönlich haftet.

Nach der neueren Rechtsprechung ist dies zu verneinen, BGHZ 201, 344 (Geschäftsführerhaftung) = GRUR 2014, 883.

Die wettbewerbsrechtliche Haftung des Geschäftsführers kann nicht allein durch die Organstellung und die allgemeine Verantwortlichkeit für den Geschäftsbetrieb begründet werden. Vielmehr kann sich die wettbewerbsrechtliche Verantwortlichkeit und mithin die persönliche Haftung des Geschäftsführers aus folgenden Gründen ergeben:

- persönliche Beteiligung des Geschäftsführers an dem Rechtsverstoß, indem er den Verstoß selbst begangen oder veranlasst hat
- Geschäftsführer hat ein auf Rechtsverletzung angelegtes Geschäftsmodell selbst ins Werk gesetzt
- Geschäftsführer hätte den Rechtsverstoß verhindern müssen aufgrund einer nach allgemeinen Grundsätzen des Deliktsrechts begründenden Garantenstellung

Während nach früherer Rechtsprechung für die persönliche Haftung des Geschäftsführers genügte, dass dieser Kenntnis vom Wettbewerbsverstoß der Gesellschaft hatte und es unterlassen hat, den Verstoß zu verhindern, verlangt der BGH nunmehr – nach Aufgabe der Störerhaftung im Lauterkeitsrecht – eine nach den allgemeinen Grundsätzen des Deliktsrechts begründete Garantenstellung, aus der sich die Pflicht des Geschäftsführers ergibt, Wettbewerbsverstöße zu verhindern, *BGHZ 201, 344 (Geschäftsführerhaftung) = GRUR 2014, 883, 884.*

Begehen „Mitarbeiter“ oder „Beauftragte“ Wettbewerbsverstöße in einem geschäftlichen Betrieb, so ist der Abwehranspruch nach **§ 8 Abs. 2 UWG** auch gegen den Betriebsinhaber begründet. Der Begriff des Beauftragen wird weit ausgelegt. Nach **§ 2 Abs. 1 Nr. 8 UWG** gilt ferner jede Person als Unternehmer, die im Namen oder Auftrag eines Unternehmers handelt.

IV. Gläubiger

Wer als Gläubiger Unterlassung oder Beseitigung verlangen kann, ist in § 8 Abs. 3 UWG umfangreich geregelt.

1. Unmittelbar Verletzter, § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG

Wer durch eine wettbewerbswidrige Handlung unmittelbar verletzt wird beziehungsweise zu werden droht, darf in der Regel auch dagegen angehen und auf Unterlassung, Beseitigung oder Widerruf klagen. Insoweit gelten dieselben Grundsätze wie im allgemeinen Privatrecht.

Der „Mitbewerber“ darf nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG klagen, da er typischerweise konkret betroffen ist und gegen Vorschriften verstoßen wird,

die seinem Schutz dienen. An die Voraussetzung, dass er Produkte „*in nicht unerheblichem Maße und nicht nur gelegentlich vertreibt*“, sind keine hohen Anforderungen zu stellen. Das soll Missbräuchen entgegenwirken, zum Beispiel wenn jemand nur einige wenige Waren zu überhöhten Preisen auf einem Portal anbietet, *Regierungsentwurf und Begründung eines Gesetzes zur Stärkung des fairen Wettbewerbs* vom 31.7.2019, BT-Drucks. 19/12084, S. 1, 26. Daraus allein soll noch keine Klageberechtigung folgen.

Mitbewerber können auch gegen Verstöße klagen, deren Wettbewerbswidrigkeit sich aus einem anderen Schutzzweck als dem Mitbewerberschutz ergibt. Wenn sich die Haustürwerbung materiell-rechtlich wegen der Verletzung von persönlichkeitsrechtlichen Schutzinteressen unzulässig ist, so kann gleichwohl auch der Mitbewerber klagen, der durch unzulässige Haustürwerbepraktiken geschädigt wird oder geschäftliche Einbußen befürchten muss. Es gibt insoweit keine Bindung des Klagerechts an den – materiell-rechtlichen – Schutzzweck der verletzten Norm.

Der einzelne „*Verbraucher*“ hat kein Klagerecht.

Der „*sonstige Marktteilnehmer*“ kann nach der hier vertretenen Ansicht klagen, wenn er der unmittelbar Verletzte ist. Das kommt zum Beispiel im Zusammenhang mit geschäftschädigenden Äußerungen in Betracht, die von einem Unternehmer über einen anderen Unternehmer gemacht werden, der kein Mitbewerber des Äußernden ist.

2. § 8 Abs. 3 Nr. 2 – 4 UWG

§ 8 Abs. 3 Nr. 2 – 4 UWG spricht über die Klagemöglichkeit unmittelbar Verletzter hinaus weiteren Subjekten Klagerechte zu. Sie können klagen, brauchen aber nicht unmittelbar betroffen zu sein. Die Klage auf Unterlassung oder Beseitigung soll nämlich nicht nur den einzelnen Unternehmer schützen, sondern eben auch das „*Interesse der Allgemeinheit an einem unverfälschten Wettbewerb*“. Unzulässige Reklame soll beispielsweise auch dann unterdrückt werden, wenn sich kein Unternehmer beziehungsweise unmittelbar Betroffener zu Klage entschließt.

Klageberechtigt können sein

- Unternehmensverbände, **§ 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG**. Die Vorschrift stellt eine Fülle von Einzelanforderungen auf. Der Verband muss unter anderem eine juristische Person des Privatrechts (rechtsfähiger Verein, Stiftung, GmbH, Genossenschaft) oder des öffentlichen Rechts (zum Beispiel Kammern der freien Berufe) sein. Zu den satzungsmäßigen Aufgaben muss die Förderung gewerblicher Interessen gehören. Die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs ist als Zielsetzung ausreichend. Ist der Verbandszweck dagegen primär auf Verbraucherschutz gerichtet, so ist die Klageberechtigung des Verbands an den abweichenden Maßstäben des § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG zu messen. Die Klagemöglichkeit für die Verbände besteht aber nur, wenn der Wettbewerbsverstoß „*die Interessen ihrer Mitglieder berührt*“.
- Verbrauchereinrichtungen, **§ 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG**. Als Verbraucherverbände können rechtsfähige Verbände klagen, zu deren satzungsgemäßen Aufgaben es gehört, die Interessen der Verbraucher durch Aufklärung und Beratung wahrzunehmen. Sie müssen in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlagG eingetragen sein.
- Industrie-, Handels- und Handwerkskammern, **§ 8 Abs. 3 Nr. 4 UWG**. Das Klagerecht anderer Kammern wie Ärzte- oder Anwaltskammern, die nicht unter § 8 Abs. 3 Nr. 4 UWG fallen, bestimmt sich nach bisheriger Rechtsprechung ausschließlich nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG, BGH vom 22.6.1989 (Gruppenprofil), GRUR 1989, 758, 759.

3. Beschränkung auf unmittelbar Verletzten

Die gesetzliche Regelung ist zu großzügig formuliert und wird bestimmten Sonderfällen nicht gerecht. Die Formulierungen des UWG sehen nämlich „*jeden*“ Mitbewerber als anspruchsberechtigt an, § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG. Ebenso gewähren die § 8 Abs. 3 Nr. 2 – 4 UWG die kollektiven Klagerechte ausnahmslos gegenüber allen Zuwiderhandlungen gegen die §§ 3, 7 UWG. Es kann dennoch sein, dass sich das Klagerecht auf den unmittelbar Verletzten, insbesondere auf bestimmte Mitbewerber beschränkt, obwohl nach dem Wortlaut von § 8 Abs. 3 UWG „an sich“ auch andere Mitbewerber oder beispielsweise Unternehmensverbände anspruchs- und klageberechtigt wären. Das ist der Fall, wenn ein Wettbewerbsverstoß wettbewerbliche Individualinteressen verletzt und Kollektivinteressen nicht berührt werden oder gegenüber den fraglichen Individualinteressen zurücktreten, BGH vom 2.10.2008 (Küchentieftstpreis-Garantie), GRUR 2009, 416, 418 Rn. 22.

Durch die Beschränkung soll verhindert werden, dass Dritte über den fraglichen Wettbewerbsverstoß prozessieren, obwohl der individuell Betroffene gar keinen Prozess will. Er kann es nämlich aus guten Gründen vorziehen, einen Prozess zu vermeiden. „Der Produzent des nachgeahmten Erzeugnisses mag es vorziehen, sich mit dem Nachahmer zu arrangieren, wie sich der Inhaber eines Warenzeichens mit dem Verletzer auf Grund einer Lizenz- oder Abgrenzungsvereinbarung einigt. Der von der persönlichen Werbung Betroffene will vielleicht lieber, dass die Sache auf sich beruht und nicht durch einen Prozess an die große Glocke gehängt wird“, *Schricker GRUR Int.* 1973, 459.

Allgemein kommt eine Beschränkung des Klagerechts auf den unmittelbar Verletzten in Betracht bei:

- Verletzungen, die unter §§ 3 Abs. 1, 4 Nr. 4 UWG fallen und eine dem § 4 GeschGehG vergleichbare Interessenlage betreffen. Siehe BGH vom 21.12.1962 (Industrieböden), BGHZ 38, 391 ff.
- Verletzungen der §§ 3 Abs. 1, 4 Nr. 1, Nr. 2 UWG.
- BGH vom 18.10.1990 (Finnischer Schmuck), GRUR 1991, 223 hat eine Beschränkung angenommen im Fall wettbewerbswidriger Nachahmungen. Das Klagerecht wurde dabei auf den Hersteller beschränkt mit der Folge, dass bereits der Händler sich nicht gegen den Verkauf von Imitaten wehren konnte.
- Nach einer Sonderansicht sind auch verbraucherirrelevante Irreführungen ein weiterer Anwendungsfall, *Beater*, Unlauterer Wettbewerb, 2011, Rdnr. 2100 ff., 2633 ff. Greift § 5 UWG allein aus Konkurrentenschutzüberlegungen ein, so ist einzig der unmittelbar Verletzte klageberechtigt. So zum Beispiel im Fall BGH vom 21.2.1991 (Königl.-Bayerische Weisse), GRUR 1992, 66 ff.

D. Beseitigung

Der Beseitigungsanspruch (**§ 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 1 UWG**) dient der Beseitigung fortdauernder Störungen, die einen Wettbewerbsverstoß aufrechterhalten. Der Anspruch kommt daher nur in Betracht, wenn und solange ein fortdauernder rechtswidriger Störungszustand besteht. Der Beseitigungsanspruch richtet sich auf die Beseitigung der Störungsquelle. Er entfällt, wenn eine Duldungspflicht besteht oder wenn die Störungsquelle wegfällt.

Es werden nur solche Maßnahmen geschuldet, die geeignet und erforderlich sind, die Störung zu beseitigen, und die dem Schuldner zumutbar sind.

Wendet sich der Anspruch gegen eine unzulässige öffentliche geschäftliche Äußerung, so kommt als Beseitigungsmaßnahme eine öffentliche Erklärung des Schuldners in Betracht. Bei Boykottmaßnahmen kann der Verletzte vom Initiator den Widerruf des Boykottaufrufs und vom Adressaten die Aufhebung der Sperrmaßnahmen, gegebenenfalls also Wiederbelieferung verlangen. Gegenüber Verletzungen der Geschäftsehre kann der Gläubiger Berichtigung oder Widerruf verlangen, soweit die Äußerung unzutreffende Tatsachenangaben enthält. Beschränkt sich die Äußerung dagegen auf das Mitteilen einer Meinung, so ist kein Beseitigungs-, sondern nur ein Unterlassungsanspruch möglich, BGH vom 12.3.1992 (Plagiatsvorwurf II), GRUR 1992, 527, 529 mwN.

Die Beschränkung von Berichtigungs- und Widerrufsansprüchen auf unzutreffende Tatsachenäußerungen ist weitgehend durch das Verfassungsrecht vorgezeichnet. Einzelheiten behandelt die Vorlesung Äußerungsrecht.

Wenn die sofortige Beseitigung aufgrund einer Interessenabwägung nicht zumutbar ist, dann muss eine angemessene Frist zur Beseitigung eingeräumt werden. Beispiel BGH vom 28.1.1977 (Gebäudefassade), GRUR 1977, 614, 616.

Die Abgrenzung zum Schadensersatz ist erforderlich und vielfach schwierig. Beseitigung muss grundsätzlich hinter der Naturalrestitution im Sinne von § 249 Abs. 1 BGB zurückbleiben, da sonst das Verschuldenserfordernis des Schadensersatzanspruchs ausgehöhlt würde.

Die Passivlegitimation bestimmt sich grundsätzlich nach denselben Kriterien wie die Unterlassungshaftung. Schuldner des Beseitigungsanspruchs kann aber stets nur jemand sein, der zur Beseitigung in der Lage ist.

E. Gewinnabschöpfung

§ 10 UWG dient dem Schutz von wettbewerblichen Kollektivinteressen und ist insoweit das Gegenstück und die Ergänzung zum an Individualinteressen ausgerichteten Schadenersatz. Gewinnabschöpfung soll „Durchsetzungsdefizite“ schließen, die von anderen Ansprüchen nicht abgedeckt werden können. Sie soll verhindern, dass sich unlauterer Wettbewerb im Ergebnis für den Unternehmer eben doch lohnt.

Der Anspruch auf Gewinnabschöpfung kann entsprechend seiner ausschließlich kollektiven Schutzrichtung allein Unternehmensverbänden, Verbrauchereinrichtungen sowie den Industrie- und Handelskammern zustehen, §§ 10 Abs.1 i.V.m. 8 Abs.3 Nrn. 2 – 4 UWG.

Aus dem gleichen Grund darf der abgeschöpfte Gewinn keinem Marktteilnehmer zufließen und muss an den Bundeshaushalt herausgegeben werden.

Hat der Schuldner aufgrund des Wettbewerbsverstoßes bereits Leistungen an Dritte erbracht, so sind diese anzurechnen. Der Gesetzgeber sieht die individuellen Schadensersatzansprüche von Abnehmern oder Mitbewerbern bewusst als vorrangig an.

Der Anspruch auf Gewinnabschöpfung verjährt - anders als die übrigen wettbewerbsrechtlichen Ansprüche - in einer Frist von drei Jahren, § 11 Abs. 4 UWG. Die kürzere Verjährungsfrist von nur sechs Monaten würde die Effektivität der Gewinnabschöpfung gefährden, weil es für die Gläubiger außerordentlich schwierig sein kann, die für die Geltendmachung des Anspruchs notwendigen Tatsachen innerhalb der kurzen Fristen zu ermitteln.

F. Durchsetzung der Ansprüche

Fragen der Anspruchsdurchsetzung sind – in Teilen – in den **§§ 12 ff. UWG** normiert.

I. Abmahnverfahren

Die Abmahnung ist eine im Wettbewerbsrecht entwickelte spezifische Form der außerprozessualen Durchsetzung von Unterlassungsansprüchen. Die Abmahnung enthält die Aufforderung an den Verletzer, einen bereits begangenen oder drohenden Verstoß für die Zukunft zu unterlassen, verbunden mit der Androhung gerichtlicher Schritte im Fall der Ablehnung.

1. Allgemeines

Die Abmahnung hat viele sinnvolle Seiten: Der Verletzte hat die Möglichkeit, einen Wettbewerbsverstoß schnell und effektiv abzustellen. Zumindest erhält er Aufschluss über die tatsächlichen Umstände und kann darauf sein zukünftiges Verhalten einstellen. Der Verletzer, der häufig in Unkenntnis oder bloßer Unachtsamkeit gehandelt haben wird, wird aufgeklärt und kann den Verstoß gegebenenfalls schnell und vergleichsweise „preisgünstig“ abstellen.

Aus diesen Wirkungen wird allgemein abgeleitet, dass vor der Einleitung eines Wettbewerbsprozesses grundsätzlich abzumahnen ist. **§ 13 Abs. 1 Satz 1 UWG** ordnet dementsprechend an, dass vor der Einleitung eines gerichtlichen Verfahrens abgemahnt werden „soll“. Die Abmahnung ist nur vereinzelt entbehrlich, zum Beispiel bei Aussichtslosigkeit oder Unzumutbarkeit. Eine fehlende Abmahnung lässt das Rechtsschutzinteresse nicht entfallen, führt aber im Falle des sofortigen Anerkenntnisses nach **§ 93 ZPO** zu Kostennachteilen.

Wer wegen eines Wettbewerbsverstoßes von einem nach § 8 Abs. 3 UWG klagebefugten Dritten zu Recht abgemahnt wird, muss dem Abmahner die Kosten des vorprozessualen Verfahrens ersetzen, **§ 12 Abs. 3 UWG**.

2. Unterwerfung

Der abgemahnte Unternehmer kann eine Unterwerfungserklärung abgeben. Sie besteht aus zwei Teilen: der Unterlassungsverpflichtung für die Zukunft und dem gleichzeitigen Versprechen einer Vertragsstrafe für jeden Fall der Zuwiderhandlung, **§§ 339 Satz 2 BGB, 13a UWG**.

Wird die Unterwerfungserklärung vom Abmahnenden akzeptiert, kommt ein Unterlassungsverpflichtungsvertrag zustande. Die ernstliche Unterlassungserklärung führt zum Wegfall der Wiederholungsgefahr, die Voraussetzung weiterer Unterlassungsansprüche wäre. Handelt der Unterlassungsschuldner dem Vertrag zuwider, so löst dies den Anspruch auf die vereinbarte Vertragsstrafe aus. Außerdem lebt die Wiederholungsgefahr wieder auf.

Gibt der abgemahnte Unternehmer keine Unterwerfungserklärung ab, so kommt es gegebenenfalls zum Prozess, der über das Vorliegen eines Wettbewerbsverstoßes und die Prozesskosten entscheidet.

II. Gerichtliches Verfahren

Wettbewerbsstreitigkeiten sind in aller Regel bürgerlichrechtliche Streitigkeiten im Sinne von **§ 13 GVG**. Zuständig sind deshalb die Zivilgerichte beziehungsweise die Landgerichte, **§ 14 Abs. 1 Satz 1 UWG**.

Die örtliche Zuständigkeit ist in § 14 Abs.2 UWG geregelt. Grundsätzlich kommt es darauf an, in welchem Bezirk der Beklagte seine gewerbliche Niederlassung hat, § 14 Abs. 2 Satz 1 UWG. Daneben gibt es den Gerichtsstand nach § 14 Abs. 2 S.3 UWG, der freilich stark eingeschränkt ist, wenn sich das Klagerecht des Klägers aus § 8 Abs. 3 Nr. 2 – 4 UWG ergibt.

Besonders bedeutsam ist das einstweilige Verfügungsverfahren nach **§§ 12 UWG, 935 ff., 940 ZPO**. Ca. 50% aller gerichtlichen Wettbewerbsstreitigkeiten sollen im Rahmen dieses Verfahrens begonnen und erledigt werden. Nach § 937 ZPO ist grundsätzlich das Gericht der Hauptsache örtlich und sachlich zuständig. Wichtig ist, dass das vorläufige Rechtsschutzverfahren nicht zum BGH führt, der also über bestimmte Fragen möglicherweise gar nicht urteilen kann. Den OLG kommt folglich für das Wettbewerbsrecht besondere Bedeutung zu.

III. Missbrauch, Verwirkung

Die Abwehrklage darf nicht missbräuchlich erhoben werden. Einzelheiten bestimmt **§ 8c UWG**. Die Häufung von Schutzzwecken und Klagemöglichkeiten kann zu einer Häufung von Abmahnungen

beziehungsweise Klagen führen. Das ist grundsätzlich unbedenklich, birgt allerdings die Gefahr, dass der Unternehmer prozessual erstickt wird.

BGH vom 2.12.1982 (Wiederholte Unterwerfung I), GRUR 1983, 186 hat deshalb einen Ausweg ersonnen. Danach entfällt die Wiederholungsgefahr gegenüber allen Anspruchsberechtigten, wenn auch nur eine ernsthafte und ausreichende Unterwerfungserklärung abgegeben wird. An diese Unterwerfungserklärung werden aber besonders genaue und zum Teil zusätzliche (Aufklärungspflichten, um Nachprüfung zu ermöglichen) Anforderungen gestellt, um Manipulationen auszuschließen.

Nach BGH vom 12.12.1996 (Lifting-Creme), GRUR 1997, 537 f. ist es kein Missbrauch von Klagemöglichkeiten, wenn ein gewerblicher Verband ausschließlich Wettbewerbsverstöße von Nichtmitgliedern gerichtlich verfolgt und die Verstöße der Mitglieder nicht ahndet.

Eine Verwirkung des Rechts, Unternehmer auf Unterlassung zu verklagen, kommt nur in Betracht, wenn der in Frage stehende Wettbewerbsverstoß allein Konkurrenteninteressen betrifft. Siehe BGH vom 12.12.1996 (Lifting-Creme), GRUR 1997, 537 f.

IV. Einigungsstellen

Spezielle Möglichkeiten zur Vermeidung gerichtlicher Streitigkeiten bietet das Verfahren vor den Einigungsstellen, das zur außerprozessualen Abwicklung von Wettbewerbsstreitigkeiten dient und nach einem gütlichen Ausgleich zwischen den Parteien strebt, § 15 Abs. 6 UWG. Die heutige praktische Bedeutung der Einigungsstellen, deren Tätigkeit sich nach **§ 15 UWG** und den dazu erlassenen landesrechtlichen Verordnungen bestimmt, ist begrenzt.

Die Einigungsstellen sind bei den Industrie- und Handelskammern errichtet und müssen in bestimmter Weise zusammengesetzt sein, § 15 Abs. 2 UWG. Die Einigungsstelle kann vom Gläubiger wie vom Schuldner zu einer Aussprache angerufen werden, wenn der Gegner zustimmt, § 15 Abs. 3 Satz 1 UWG, da nur in diesem Fall eine Aussicht auf eine gütliche Einigung bestehen dürfte. Die Einigungsstelle kann die Einleitung von Einigungsverhandlungen ablehnen, wenn sie den geltend gemachten Anspruch von vornherein für unbegründet oder sich selbst für unzuständig erachtet, § 15 Abs. 8 UWG.

Einigungsverfahren haben eine lange rechtsgeschichtliche Tradition, die bis zu den Zünften reicht. In den Jahren nach der Schaffung des UWG 1909 wurden zunehmend und freiwillig Vermittlungs- und Einigungsämter eingerichtet. In der damaligen Sicht *Kohlers* waren sie in vielen Fällen effektiver als ein straf- oder ein zivilgerichtliches Verfahren. „Während der Strafprozess den Antragsteller im Kaufmannsstand häufig mit dem Odium des Denunziantentums belastet, während der Weg des Zivilprozesses als schwierig, umständlich und kostspielig erscheint, ist die Anrufung der Genossen völlig im Sinne eines aufstrebenden redlichen Handelsstandes, und vor allem wird diese genossenschaftliche Tätigkeit einen erzieherischen Einfluss ausüben, sie wird auch zur sachgemäßen Erledigung der Einzelfragen des Wettbewerbs beitragen“, *Kohler*, *Der Unlautere Wettbewerb*, 1917, S. 293.