

Verbraucherschutzrecht

von

Dr. Christian Alexander

o. Professor an der Universität Jena

2015



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Verzeichnis der abgekürzten Literatur	XXVII

Teil 1. Ausgangsfragen

§ 1. Einführung	1
I. Grundlagen	2
1. Verbraucher als Marktakteure	3
2. Schutz von Verbraucherinteressen	4
3. Interessenspezifische Schutzinstrumente	5
II. Verbraucherinteressen	5
1. Verbraucherpolitische Zielsetzungen	5
2. Rechtlich geschützte Verbraucherinteressen	6
a) Lauterkeitsrecht	6
aa) Wirtschaftliche Interessen	6
bb) Informierte und freie Entscheidung	7
b) Bürgerliches Recht	7
aa) Richtigkeit und Transparenz von Informationen	8
bb) Entscheidungsfreiheit	8
cc) Schutz bei komplexen und risikoreichen Geschäften	8
dd) Gewährleistung eines rechtlichen Mindestschutzes	8
ee) Sonstige Interessen	8
3. Individualinteressen und Kollektivinteressen	9
III. Verbraucherschutzrecht	10
1. Begriff	10
2. Charakteristik	10
a) Querschnittsmaterie	11
b) Marktbezogenheit	11
c) (Sonder-)Privatrechtlicher Charakter	11
d) Schutz von Individual- und Kollektivinteressen	11
IV. Entwicklungslinien	12
1. AbzG	12
2. Verbraucherbotschaft	12
3. Vertragsrechtlicher Verbraucherschutz	12
a) Erste verbraucherschützende Gesetzgebung	12
b) Umsetzung von verbraucherschützenden Richtlinien	13
c) Integration des Verbraucherschutzrechts in das BGB	14
4. Lauterkeitsrechtlicher Verbraucherschutz	14
a) Verbraucherschutz als Teil der Schutzzwecktrias im UWG 1909	14
b) Gesetzliche Anerkennung des Verbraucherschutzes durch das UWG 2004	15
c) Umsetzung der UGP-RL	15
§ 2. Unionsrecht	16
I. Bedeutung des Unionsrechts für das Verbraucherschutzrecht	16

II. Primärrecht	17
1. Entwicklungsetappen	17
2. Verbraucherschutz in der EU-GRCharta	17
3. Keine primärrechtliche Verbraucherschutzkonzeption	18
III. Sekundärrecht	18
1. Übersicht über wichtige Sekundärrechtsakte zum Verbraucherschutz ..	19
a) Regelungen über bestimmte Geschäfte (Verträge)	19
b) Regelungen zu Werbung, kommerzieller Kommunikation und zur Klauselkontrolle	20
c) Regelungen zum anwendbaren Recht und zum Verfahrensrecht	20
2. Verordnung	21
3. Richtlinie	21
a) Geltung und Umsetzung	21
b) Harmonisierungsansatz	23
aa) Mindestharmonisierung	23
bb) Vollharmonisierung	23
c) Richtlinienkonforme Auslegung	23
IV. Insbesondere: Anwendbares Recht	24
1. Vertragliche Schuldverhältnisse	24
a) Grundsatz der Rechtswahlfreiheit	24
b) Einschränkungen der Wahlfreiheit bei Verbraucherverträgen	24
aa) Anwendungsbereich	25
bb) Einzelheiten	25
c) Sonderkollisionsnormen	26
2. Wettbewerbsverstöße	26
a) Anwendungsbereich	26
b) Unlauteres Wettbewerbsverhalten	26
c) Internationales Kartellprivatrecht	27
d) Abweichungsverbot	27
§ 3. Verbraucher und Unternehmer	27
I. Allgemeines	28
1. Funktion und systematische Einordnung	28
2. Relativität	29
3. Anwendungsbereich	30
4. Schutzzweckbezogene Auslegung	30
5. Objektive Betrachtung	31
II. Verbraucherbegriff	32
1. Kritik am Begriff des Verbrauchers	32
2. Unionsrechtliche Vorgaben	33
3. Merkmale	34
a) Natürliche Person	34
aa) Maßgebliche Person	34
bb) Personenmehrheiten	35
b) Abschluss eines Rechtsgeschäfts	37
c) Kein überwiegender gewerblicher oder selbstständiger beruflicher Zweck	37
aa) Gewerblicher Zweck	38
bb) Selbstständiger beruflicher Zweck	38
d) Insbesondere: „dual use“-Fälle	39

III. Unternehmerbegriff	40
1. Unionsrechtliche Vorgaben	40
2. Merkmale	41
a) Natürliche oder juristische Person	41
b) Rechtsfähige Personengesellschaft	41
c) Weitere Voraussetzungen	41
3. Abweichender Unternehmerbegriff des § 2 Abs. 1 Nr. 6 UWG	42
IV. Verbraucher- und Unternehmerleitbild	43
1. Verbraucherleitbild	43
a) Funktion des Verbraucherleitbilds	43
b) Insbesondere: Verbraucherleitbild im Lauterkeitsrecht	44
aa) Wandelbarkeit des Verbraucherleitbilds	44
bb) Verbraucherleitbild auf Grundlage der UGP-RL	45
2. Unternehmerleitbild	46
Teil 2. Typische Instrumente des Verbraucherschutzes im BGB	
§ 4. Informationspflichten	47
I. Allgemeines	47
II. Anforderungen	48
1. Inhalt	48
a) Informationen über den Vertragsgegenstand	48
b) Informationen über die vom Verbraucher geschuldete(n) Leistung(en)	48
c) Informationen über den Vertragsinhalt	48
d) Informationen über den (künftigen) Vertragspartner	49
e) Informationen zu besonderen Verbraucherrechten	49
2. Form	49
a) Textform	49
b) Dauerhafter Datenträger	50
c) Papier	50
d) Legitimation der unterschiedlichen Formanforderungen	50
3. Zeitpunkt	50
a) Informationspflichten vor einer geschäftlichen Entscheidung	50
b) Informationspflichten während einer Vertragsbeziehung	51
4. Richtigkeit, Verständlichkeit und Erreichbarkeit	51
5. Starre und flexible Informationspflichten	52
III. Rechtsfolgen bei Verletzungen	52
1. Individualrechtliche Folgen	52
2. Kollektivrechtliche Folgen	53
§ 5. Widerrufsrecht	53
I. Allgemeines	53
1. Schutzzweck und rechtliche Bewertung	54
2. Rechtsnatur	54
3. Abgrenzungsfragen	55
a) Andere Gestaltungsrechte	55
b) Widerruf bei unwirksamen Verträgen	55
II. Ausübung	56
1. Erklärung	57
2. Frist	57

3. Ausübungsgrenzen	57
a) Leistungsstörungen	58
b) Verwirkung	58
c) Rechtsmissbrauch	58
4. Spezielle Regelungen	58
III. Rechtsfolgen	59
1. Abwicklungsverhältnis	59
2. Rückgewähr der empfangenen Leistungen	59
3. Leistungsstörungen	59
4. Spezielle Regelungen	60
IV. Erlöschen	60
§ 6. Einschränkungen der Privatautonomie	60
I. Allgemeines	61
II. Einseitig zwingendes Recht und Umgehungsverbote	62
1. Verbot abweichender Vereinbarungen	62
2. Umgehungsverbote	63
a) Voraussetzungen	63
b) Rechtsfolge	63
III. Kontrolle Allgemeiner Geschäftsbedingungen	64
1. Grundstrukturen der AGB-Kontrolle	64
a) Begriff und Anwendungsbereich	64
b) Gestuftes Kontrollsystem	65
aa) Einbeziehungskontrolle	65
bb) Überraschende Klauseln	65
cc) Inhaltskontrolle	65
2. Auslegung	67
3. Besonderheiten bei Verbraucherverträgen	67
a) Anwendungsbereich	67
b) Vermutung, § 310 Abs. 3 Nr. 1 BGB	68
c) Vertragsbedingungen zur einmaligen Verwendung, § 310 Abs. 3 Nr. 2 BGB	68
d) Berücksichtigung begleitender Umstände, § 310 Abs. 3 Nr. 3 BGB	68
4. Rechtsfolgen	69
a) Individualrechtliche Folgen	69
b) Kollektivrechtliche Folgen	70

Teil 3. Verbraucherschutz im Allgemeinen Schuldrecht

§ 7. Unbestellte Waren und Leistungen	72
I. Allgemeines	72
II. Tatbestand	72
1. Ware oder sonstige Leistung	72
2. Unbestellt	73
3. Irrtümliche und fehlerhafte Lieferungen	73
III. Rechtsfolgen	74
1. Vertragsrecht	74
2. Gesetzliche Ansprüche	74
3. Dingliche Rechtslage	74
4. Unterlassungsanspruch	75

§ 8. Verbraucherverträge	76
I. Begriff und Voraussetzungen	76
1. Vertragsparteien	77
2. Vertragsgegenstand	77
3. Vertrag über eine entgeltliche Leistung des Unternehmers	77
II. Ausnahmen und Einschränkungen	78
1. Allgemeine Ausnahmen, § 312 Abs. 2 BGB	78
2. Soziale Dienstleistungen, § 312 Abs. 3 BGB	79
3. Wohnraummietverträge, § 312 Abs. 4 BGB	80
4. Finanzdienstleistungen, § 312 Abs. 5 BGB	80
5. Versicherungsverträge, § 312 Abs. 6 BGB	80
III. Allgemeine Pflichten und Grundsätze bei Verbraucherverträgen	80
1. Transparenz- und Informationsanforderungen	81
a) Telefonanrufe, § 312a Abs. 1 BGB	81
b) Allgemeine Informationspflichten, § 312a Abs. 2 S. 1 BGB	81
c) Fracht-, Liefer- und Versandkosten, § 312a Abs. 2 S. 2 und 3 BGB ...	82
2. Entgelte und Zusatzkosten	82
a) Zusatzkosten, § 312a Abs. 3 BGB	82
b) Kosten für Zahlungsmittel, § 312a Abs. 4 BGB	82
c) Kosten für „Hotlines“, § 312a Abs. 5 BGB	83
d) Wirksamkeit des Vertrages, § 312a Abs. 6 BGB	83
IV. Weitere Schutzbestimmungen	84
1. Verbot abweichender Vereinbarungen	84
2. Beweislast	84
§ 9. Besondere Vertriebsformen	84
I. Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge und Fernabsatz- verträge	85
1. Schutzzweck	85
a) Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge	85
b) Fernabsatzverträge	85
2. Begriff und Voraussetzungen	86
a) Verbrauchervertrag	86
b) Außerhalb von Geschäftsräumen geschlossene Verträge	86
aa) Vertragsabschluss außerhalb eines Geschäftsraumes	86
bb) Vertragsabschluss nach individueller Ansprache	87
cc) Vertragsabschluss bei organisiertem Ausflug	87
dd) Handeln im Namen oder im Auftrag des Unternehmers	87
c) Fernabsatzverträge	87
aa) Verwendung von Fernkommunikationsmitteln	87
bb) Für den Fernabsatz organisierter Vertrieb	88
3. Informationspflichten	88
a) Allgemeine Informationspflichten	88
aa) Keine Finanzdienstleistung	88
bb) Finanzdienstleistungen	89
b) Informationspflichten über Zusatzkosten	89
4. Abschriften und Bestätigungen	89
5. Widerrufsrecht	90
a) Verhältnis zu anderen Widerrufsrechten	90
b) Ausnahmen	91

c) Besonderheiten der Ausübung des Widerrufsrechts	93
aa) Widerrufsformular	93
bb) Widerrufsfrist	93
cc) Zeitliche Grenze des Widerrufs	93
dd) Erlöschen des Widerrufsrechts bei Verträgen über Dienstleistungen und digitale Inhalte	94
d) Besonderheiten der Rückabwicklung nach Ausübung des Widerrufsrechts bei Verträgen, die keine Finanzdienstleistung zum Gegenstand haben	94
aa) Rückgewährfrist	94
bb) Hinsendekosten	94
cc) Zahlungsmittel	95
dd) Verweigerung der Rückzahlung	95
ee) Rücksendung und Kosten	95
ff) Wertersatz	95
e) Besonderheiten der Rückabwicklung nach Ausübung des Widerrufsrechts bei Verträgen, die eine Finanzdienstleistung zum Gegenstand haben	96
aa) Rückgewährfrist	96
bb) Wertersatz	96
cc) Sonstige Regelungen	97
6. Kündigung von Dauerschuldverhältnissen	97
II. Elektronischer Geschäftsverkehr gegenüber Verbrauchern	97
1. Begriff und Voraussetzungen	98
a) Telemedien	98
b) Fernabsatzverträge und elektronischer Geschäftsverkehr	98
2. Allgemeine Pflichten des Unternehmers	98
3. Besondere Pflichten des Unternehmers gegenüber Verbrauchern	99
a) Informationspflichten	99
aa) Lieferbeschränkungen	99
bb) Zahlungsmittel	99
b) Hervorgehobene Informationen	100
c) „Button“-Lösung	100
aa) Ausdrückliche Bestätigung der Zahlungspflichtigkeit	101
bb) Unwirksamkeit	101
§ 10. Verbundene und zusammenhängende Verträge	102
I. Verbundene Verträge	102
1. Begriff und Voraussetzungen	103
2. Widerrufsdurchgriff	103
3. Einwendungsdurchgriff	104
II. Zusammenhängende Verträge	105
§ 11. Schuldnerverzug	105
I. Allgemeines	105
1. Voraussetzungen des Schuldnerverzuges	106
2. Insbesondere: Mahnung gegenüber Verbrauchern	106
II. Schuldnerverzug bei Entgeltforderungen	107
1. Anwendungsbereich	107
2. Verzugseintritt nach 30 Tagen	108
III. Verzugszinsen bei Geldschulden	108

IV. Vereinbarungen zur Leistungszeit und Verzugszuschlägen	109
1. Vereinbarungen über Zahlungs-, Überprüfungs- oder Abnahmefristen und über die Voraussetzungen des Schuldnerverzuges	109
2. Verzugszuschlag	110

Teil 4. Verbraucherschutz in einzelnen Schuldverhältnissen

§ 12. Verbrauchsgüterkäufe	111
I. Allgemeines	111
1. Entwicklung	111
2. Schutzzweck	112
3. Begriff und Voraussetzungen	112
a) Kaufvertrag über bewegliche Sache	112
b) Öffentlich zugängliche Versteigerung gebrauchter Sachen	113
II. Leistung und Nacherfüllung	114
1. Leistungszeit, § 474 Abs. 3 BGB	114
2. Versandkauf, § 474 Abs. 4 BGB	114
3. Nacherfüllung und Wertersatz bei Rückabwicklung	115
a) Verweigerung der Nacherfüllung	115
b) Ein- und Ausbaurkosten	115
c) Wertersatz, § 474 Abs. 5 BGB	116
III. Verbot abweichender Vereinbarungen	116
1. Käuferrechte	116
2. Umgehungsgeschäfte	117
3. Verjährung	117
4. Schadensersatzansprüche	118
IV. Beweislastumkehr	118
V. Garantien	119
1. Begriff	119
2. Anforderungen an Verbrauchsgütergarantien	120
VI. Rückgriff innerhalb einer Lieferkette	120
1. Interessenlage und Anwendungsbereich	120
2. Besonderheiten des Regresses	121
a) Entbehrlichkeit der Fristsetzung	121
b) Aufwendungsersatz	121
c) Beweislastumkehr	122
d) Verbot abweichender Vereinbarungen	122
e) Verjährung	122
§ 13. Teilzeit-Wohnrechtverträge	122
I. Allgemeines	123
1. Entwicklung	123
2. Schutzzweck	123
3. Begriff und Voraussetzungen	124
a) Teilzeit-Wohnrechtverträge, § 481 BGB	124
b) Verträge über langfristige Urlaubsprodukte, § 481a BGB	124
c) Vermittlung und Tausch von Nutzungsrechten	125
aa) Vermittlungsvertrag, § 481b Abs. 1 BGB	125
bb) Tauschsystemverträge, § 481b Abs. 2 BGB	125
II. Informationspflichten und vorvertragliche Verhaltenspflichten	125

III. Vertrag	126
1. Form und Sprache	126
2. Dokumentation des Vertrages	127
IV. Widerrufsrecht	127
1. Widerrufsfrist und Erlöschen des Widerrufsrechts	127
2. Folgen des Widerrufs	127
a) Pflichten des Verbrauchers	127
b) Pflichten des Unternehmers	128
V. Weitere Schutzbestimmungen	128
1. Anzahlungsverbot	128
2. Ratenzahlungen bei Verträgen über langfristige Urlaubsprodukte	128
3. Verbot abweichender Vereinbarungen	129
§ 14. Verbraucherdarlehen und ähnliche Geschäfte	129
I. Allgemeines	129
1. Entwicklung	129
a) Abzahlungsgesetz (AbzG)	129
b) VerbrKrG und Folgeentwicklungen	130
2. Schutzzweck	131
3. Begriff und Voraussetzungen	132
a) Verbraucherdarlehen und Ausnahmen	132
b) Spezielle Verträge	133
c) Existenzgründerdarlehen, § 512 BGB	133
II. Informationspflichten	134
1. Informationspflichten vor Vertragsabschluss	134
a) Allgemeine Informationspflichten, § 491a Abs. 1 BGB	134
b) Anspruch auf Vorlage des Vertragsentwurfs, § 491a Abs. 2 BGB ...	134
c) Erläuterungspflicht, § 491a Abs. 3 BGB	135
2. Informationspflichten während des Vertrages	135
3. Bewertung	135
III. Vertrag	136
1. Form und Inhalt	136
2. Mängel der Form	137
IV. Widerrufsrecht	137
1. Widerrufsfrist	137
2. Folgen des Widerrufs	137
3. Widerrufsdurchgriff	138
V. Weitere Schutzbestimmungen	138
1. Einwendungsverzicht, § 496 Abs. 1 BGB	138
2. Wechsel- und Scheckverbot, § 496 Abs. 3 BGB	138
3. Schuldnerverzug des Darlehensnehmers	139
a) Zinsen und Teilleistungen, § 497 BGB	139
b) Gesamtfälligkeit eines Teilzahlungsdarlehens, § 498 BGB	139
4. Kündigung und Leistungsverweigerung durch Darlehensgeber	139
5. Kündigungsrecht des Darlehensnehmers und vorzeitige Erfüllung	140
6. Verbot abweichender Vereinbarungen	140
VI. Finanzierungshilfen und Ratenlieferungsverträge	140
1. Zahlungsaufschub und sonstige Finanzierungshilfen	141
a) Begriff und Anwendungsbereich	141

b) Anwendbare Vorschriften	141
c) Prüfung der Kreditwürdigkeit	142
2. Teilzahlungsgeschäfte	142
a) Begriff und Anwendungsbereich	142
b) Anwendbare Vorschriften	142
3. Ratenlieferungsverträge	143
a) Begriff und Anwendungsbereich	143
b) Form	143
c) Widerrufsrecht	143
VII. Anhang: Sicherung eines Verbraucherdarlehens durch Bürgschaft oder Schuldbeitritt eines Verbrauchers	144
1. Vertragsverhältnisse	144
2. Rechtsverhältnisse und Abgrenzungsfragen	145
a) Rechtliche Einordnung	145
b) Abgrenzung zwischen Bürgschaft und Schuldbeitritt	145
c) Abgrenzung zwischen Schuldbeitritt und Parteistellung als Darlehensnehmer	146
3. Form	146
a) Bürgschaft	146
b) Schuldbeitritt	146
4. Sittenwidrigkeit, § 138 Abs. 1 BGB	147
a) Persönliches Näheverhältnis	147
b) Ausnutzen der emotionalen Verbundenheit bei krasser finanzieller Überforderung	147
5. Widerrufsrecht des Sicherungsgebers	148
a) Widerrufsrecht gemäß § 495 BGB	148
aa) Bürgschaft	148
bb) Schuldbeitritt	148
b) Widerrufsrecht gemäß § 312g BGB	149
aa) Bürgschaft	149
bb) Schuldbeitritt	150
§ 15. Gewinnzusagen	150
I. Allgemeines	151
II. Tatbestand	151
1. Gewinnzusage oder vergleichbare Mitteilung	151
2. Eindruck eines Gewinns	152
III. Rechtsfolgen und Rechtsdurchsetzung	152
1. Individualanspruch des Verbrauchers	152
2. Rechtsdurchsetzung	153
Teil 5. Verbraucherschutz durch das Wettbewerbsrecht	
§ 16. Grundstrukturen des Verbraucherschutzes durch das Lauterkeits- recht	154
I. Verbraucherschutz als Teil der lauterkeitsrechtlichen Schutzzwecke	154
1. „Integrierter“ Regelungsansatz des UWG	154
2. Abweichender Regelungsansatz des Unionsrechts	155
3. Übersicht der verbraucherschützenden Regelungen im UWG	155
a) Vorschriften, die ausschließlich einen Schutz von Verbrauchern bezwecken	156

b) Vorschriften, die auch einen Schutz von Verbrauchern bezwecken	156
c) Vorschriften, die einen anderen Zweck als den Schutz von Verbrauchern verfolgen	156
II. Regelungssystematik des UWG	157
1. Unlautere geschäftliche Handlungen und unzumutbare Belästigungen	157
2. Drei-Stufen-System der Unlauterkeit	158
III. Anwendungsbereich des UWG	158
1. Geschäftliche Handlung, § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG	158
2. Werbung	159
IV. Spürbarkeit und geschäftliche Relevanz	160
1. Voraussetzungen	160
2. Tatbestandsimmanente Spürbarkeitsschwellen	161
V. Verhältnis des UWG zu anderen Verbraucherschutzgesetzen	162
1. Verhältnis zum BGB	162
2. Verhältnis zum UKlaG	162
3. Verhältnis zum GWB	163
VI. Rechtsfolgen	163
1. Individualansprüche der Verbraucher	164
a) Keine Individualansprüche aus dem UWG	164
b) Allgemeine Ansprüche der Verbraucher	164
c) Auskunftsanspruch	165
2. Individualansprüche von Mitbewerbern	165
3. Verbandsklagen	165
VII. Ausblick: Stärkere Angleichung des UWG an die UGP-RL	166
§ 17. Schutz vor aggressiven Einflussnahmen	167
I. Allgemeines	167
II. Tatbestände der „Schwarzen Liste“	168
1. Einschüchterungspraktiken, Nr. 25 und Nr. 26 Anhang UWG	168
2. Erschwerung oder Verweigerung vertraglicher Versicherungsleistungen, Nr. 27 Anhang UWG	169
3. Kaufappelle an Kinder, Nr. 28 Anhang UWG	169
4. Ausnutzen von Rechtsunkenntnis, Nr. 29 Anhang UWG	171
5. Ausnutzen sozialer Hilfsbereitschaft, Nr. 30 Anhang UWG	171
6. Gewinnwerbung, Nr. 17 Anhang UWG	172
III. Beeinträchtigungen der Entscheidungsfreiheit und Ausnutzen besonderer Umstände	173
1. Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit, § 4 Nr. 1 UWG	173
a) Entscheidungsfreiheit	173
b) Mittel der Einflussnahme	174
aa) Ausübung von Druck	174
bb) In menschenverachtender Weise	175
cc) Sonstiger unangemessener unsachlicher Einfluss	175
c) Anwendungsfälle	177
aa) Aleatorische Anreize	177
bb) Gruppendruck	177
cc) Kopplungsangebote	178
dd) Preisnachlässe	178
d) Spürbarkeit	179

2. Ausnutzen besonderer Umstände, § 4 Nr. 2 UWG	179
a) Besonders schutzbedürftige Verbraucher	179
b) Ausnutzen der Schwächesituation	181
c) Spürbarkeit	182
§ 18. Schutz der informierten geschäftlichen Entscheidung	182
I. Allgemeines	182
II. Tatbestände der „Schwarzen Liste“	183
1. Irreführungen über die Erkennbarkeit einer geschäftlichen Handlung, Nr. 11, 22 und 23 Anhang UWG	184
a) Als Information getarnte Werbung, Nr. 11 Anhang UWG	184
b) Unberechtigte Zahlungsaufforderungen, Nr. 22 Anhang UWG	185
c) Vortäuschen einer nicht-unternehmerischen Tätigkeit, Nr. 23 Anhang UWG	185
2. Irreführungen über Eigenschaften oder Qualitätsvorstellungen, Nr. 2, 4, 9, 13, 16 und 18 Anhang UWG	186
a) Unberechtigte Verwendung von Gütezeichen, Nr. 2 Anhang UWG	186
b) Täuschung über Bestätigung, Nr. 4 Anhang UWG	186
c) Täuschung über Verkehrsfähigkeit, Nr. 9 Anhang UWG	186
d) Herkunftstäuschung, Nr. 13 Anhang UWG	187
e) Täuschung über Gewinnchancen, Nr. 16 Anhang UWG	187
f) Täuschung über Heilungswirkung, Nr. 18 Anhang UWG	187
3. Irreführungen über die Umstände eines Geschäfts, Nr. 5, 7, 12, 15 und 19 Anhang UWG	188
a) Lockangebote, Nr. 5 Anhang UWG	188
b) Täuschung über begrenzte Verfügbarkeit, Nr. 7 Anhang UWG	188
c) Täuschungen über die Gefährdung der persönlichen Sicherheit, Nr. 12 Anhang UWG	189
d) Täuschung über Geschäftsaufgabe, Nr. 15 Anhang UWG	189
e) Täuschung über Marktbedingungen und Bezugsquellen, Nr. 19 Anhang UWG	189
4. Irreführungen im Zusammenhang mit Verkaufsförderungsmaß- nahmen, Nr. 20 und 21 Anhang UWG	190
a) Täuschung über Preisvergabe, Nr. 20 Anhang UWG	190
b) Täuschung über Kostenfreiheit, Nr. 21 Anhang UWG	190
5. Vertrags- und leistungsbezogene Irreführungen, Nr. 6, 8, 10 und 24 Anhang UWG	190
a) Bait-and-switch-Praktiken, Nr. 6 Anhang UWG	190
b) Täuschung über die Sprache von Kundendienstleistungen, Nr. 8 Anhang UWG	191
c) Täuschung über Besonderheiten, Nr. 10 Anhang UWG	191
d) Täuschung über Verfügbarkeit eines Kundendienstes, Nr. 24 Anhang UWG	191
6. Irreführungen in Bezug auf Verhaltenskodizes, Nr. 1 und Nr. 3 Anhang UWG	192
7. Vermögensgefährdende Vertriebssysteme, Nr. 14 Anhang UWG	192
III. Erkennbarkeit von geschäftlichen Handlungen und Transparenz- forderungen	192
1. Verschleiern des Werbecharakters, § 4 Nr. 3 UWG	192
a) Tatbestand	193

b) Anwendungsfälle	193
aa) Unterschwellige Werbung	193
bb) Verschleierung der Kontaktaufnahme zu Werbezwecken	193
cc) Tarnung von Verkaufsveranstaltungen	193
dd) Getarnte Werbung in Medien	193
c) Spürbarkeit	194
2. Transparenzanforderungen, § 4 Nr. 4 und 5 UWG	194
a) Verkaufsförderungsmaßnahmen	194
b) Preisausschreiben und Gewinnspiele	194
c) Klar und eindeutig	195
d) Spürbarkeit	195
IV. Täuschungen und Vorenthalten wesentlicher Informationen	195
1. Schutz vor Irreführungen, § 5 Abs. 1 UWG	196
a) Angabe	196
b) Unwahrheit oder Eignung zur Täuschung	197
c) Geschäftliche Relevanz und Verhältnismäßigkeit	198
d) Besondere Irreführungstatbestände	199
aa) Verwechslungsschutz, § 5 Abs. 2 UWG	199
bb) Preisherabsetzungen, § 5 Abs. 4 UWG	199
cc) Irreführen durch Unterlassen, § 5a Abs. 1 UWG	199
2. Vorenthalten wesentlicher Informationen, § 5a Abs. 2 bis Abs. 4 UWG	200
a) Wesentlichkeit	200
b) Vorenthalten	200
c) Benötigen der Information	201
d) Basisinformationen bei einer „Aufforderung zum Kauf“	201
aa) Begriff der „Aufforderung zum Kauf“	201
bb) Katalog der Basisinformationen	202
e) Unionsrechtliche Informationspflichten	203
aa) Abgrenzung zu nationalen Informationspflichten	203
bb) Weitergehende vertragsrechtliche Informationspflichten	203
f) Geschäftliche Relevanz	203
3. Fehlerhafte Informationen bei vergleichender Werbung, § 6 UWG	203
a) Begriff der vergleichenden Werbung	204
aa) Werbung	204
bb) Mitbewerber	204
cc) Erkennbarkeit	204
b) Vergleichserfordernis	205
c) Unlauterkeit der vergleichenden Werbung	205
aa) Gleicher Bedarf und gleiche Zweckbestimmung	205
bb) Fehlende Objektivität	205
cc) Verwechslungsgefahr	205
dd) Sonstige Fälle	206
d) Geschäftliche Relevanz	206
V. Progressive Kundenwerbung	206
1. Strafbare progressive Kundenwerbung, § 16 Abs. 2 UWG	206
2. Schneeball- oder Pyramidensysteme, Nr. 14 Anhang UWG	207
§ 19. Schutz vor sonstigen Beeinträchtigungen	207
I. Rechtsbruch durch Verletzung verbraucherschützender Vorschriften	207
1. Verhältnis zur UGP-RL	208

2. Tatbestand	209
a) Marktverhaltensregelung	209
b) Zuwiderhandlung	210
c) Spürbarkeit	210
3. Insbesondere: Verletzung von verbraucherschützenden Informationspflichten	210
a) Gesetzliche Informationspflichten mit unionsrechtlicher Grundlage	210
b) Gesetzliche Informationspflichten ohne unionsrechtliche Grundlage	211
4. Insbesondere: Verwendung unwirksamer AGB	212
II. Unzumutbare Belästigungen	213
1. Allgemeines	213
a) Verhältnis zu § 3 UWG	213
b) Regelungsstruktur des Belästigungsschutzes	214
c) Unionsrechtliche Vorgaben	214
d) Geschützte Interessen	215
2. Grundtatbestand, § 7 Abs. 1 S. 1 UWG	215
a) Belästigung	215
b) Unzumutbarkeit	216
c) Anwendungsfälle	216
aa) Ansprechen in der Öffentlichkeit	216
bb) Haustürwerbung	217
cc) Werbung bei Todesfällen	217
dd) Werbung am Unfallort	217
ee) Zusenden unbestellter Waren	218
3. Erkennbar unerwünschte Werbung, § 7 Abs. 1 S. 2 UWG	218
4. Hartnäckige Ansprache mit Fernkommunikationsmitteln, § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG	219
a) Werbung	219
b) Fernkommunikationsmittel	219
c) Hartnäckig und unerwünscht	220
5. Telefonwerbung, § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG	220
a) Werbung mit einem Telefonanruf	220
b) Ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Verbrauchers	221
aa) Unionsrechtlicher Begriff der Einwilligung	221
bb) Zeitpunkt der Einwilligung	221
cc) Art und Weise der Erteilung	221
c) Insbesondere: Abwerben bei Arbeitnehmern	222
6. Anrufmaschinen, Faxzusendungen und elektronische Post, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	223
7. Nachrichten, § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG	223
8. Spezielle Sanktionen bei belästigender Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern	224
III. Verbot der Kopplung von Gewinnspielteilnahme und Produktabsatz	224
1. Allgemeines	225
a) Verhältnis zur UGP-RL	225
b) Geschützte Interessen	225
2. Tatbestand	226
a) Preisausschreiben oder Gewinnspiel	226

b) Trennung	226
c) Teilnahme	226
d) Ware oder Dienstleistung	226
e) Abhängigkeit	227
f) Verstoß gegen die fachliche (berufliche) Sorgfalt	227
g) Spürbarkeit	228
IV. Verletzung der fachlichen Sorgfalt	228
1. Verbrauchergeneralklausel und fachliche Sorgfalt	228
2. Fachliche Sorgfalt als Wertungskriterium	229
3. Begriff	229
§ 20. Verbraucherschutz und Kartellrecht	229
I. Allgemeines	229
1. Verhältnis von Verbraucherschutz und kartellrechtlichem Wettbewerbschutz	229
2. Verhältnis des EU-Kartellrechts zum nationalen Kartellrecht	231
3. Anwendungsbereich des GWB	231
II. Kartellverbot	232
1. Verbotstatbestand	232
a) Unternehmen oder Unternehmensvereinigung	232
b) Mittel der Wettbewerbsbeschränkung	232
c) Ziel des koordinierten Verhaltens	233
aa) Beschränkungen im Horizontalverhältnis	233
bb) Beschränkungen im Vertikalverhältnis	233
d) Bezwecken oder Bewirken	235
e) Spürbarkeit	235
2. Freistellung	235
a) Voraussetzungen	236
b) Gruppenfreistellung	237
III. Verbot missbräuchlichen Verhaltens	237
1. Art. 102 AEUV	237
a) Marktbeherrschendes Unternehmen	238
aa) Marktabgrenzung	238
bb) Marktbeherrschung	238
b) Missbrauch	239
2. § 19 Abs. 1 GWB	239
a) Marktbeherrschendes Unternehmen	240
b) Missbrauch	240
aa) Preis- und Konditionenmissbrauch	241
bb) Strukturmissbrauch	241
IV. Rechtsfolgen	241
1. Kartellbehördliche Sanktionen	242
2. Privatrechtliche Sanktionen	242
a) Individualansprüche Betroffener	242
b) Verbandsklagen	243
Teil 6. Rechtsdurchsetzung	
§ 21. Verbandsklagen	245
I. Allgemeines	245
1. Entwicklung	245
2. Abgrenzung	246

II. Berechtigte Verbände	247
1. Überblick	247
2. Qualifizierte Einrichtungen	247
a) Voraussetzungen und Eintragung	247
b) Anspruchsberechtigung und Klagebefugnis	248
3. Wirtschaftsverbände	248
a) Voraussetzungen	248
b) Anspruchsberechtigung und Klagebefugnis	250
4. Kammern	251
III. Ansprüche der Verbände	251
1. Überblick	251
2. Unterlassungsanspruch	251
a) Rechtsverletzung	251
aa) UKlaG	251
bb) UWG	252
cc) GWB	252
b) Begehungsgefahr	252
aa) Erstbegehungsgefahr	252
bb) Wiederholungsgefahr	253
c) Rechtsfolge	253
3. Beseitigungsanspruch	253
a) Rechtsverletzung	254
b) Fortdauernder rechtswidriger Störungszustand	254
c) Zumutbarkeit und Verhältnismäßigkeit	254
d) Rechtsfolge	255
4. Abschöpfung von Unrechtsvorteilen	256
a) Sinn und Zweck	256
b) § 10 UWG	256
c) § 34a GWB	257
IV. Anspruchsverpflichtung	257
1. Verletzer	257
2. Teilnehmer	258
3. Insbesondere: Geschäftsführer eines Unternehmens	258
V. Anspruchsgrenzen	259
1. Verjährung	259
a) Ansprüche aus UKlaG und GWB	259
b) Ansprüche aus UWG	259
2. Rechtsmissbrauch	259
VI. Verfahrensrechtliche Besonderheiten	260
1. Zuständigkeit	260
2. Vorherige Abmahnung	260
3. Einstweilige Verfügung	261
4. Veröffentlichungsbefugnis	261
5. Anpassung von Kosten	261
6. Weitere Besonderheiten nach UKlaG	261
§ 22. Zivilverfahren und außergerichtliche Streitbeilegung	261
I. Internationale Zuständigkeit	262
1. Verbrauchersachen	262
2. Gerichtsstand	263

3. Gerichtsstandsvereinbarung	263
4. Rüge lose Einlassung	264
II. Verbraucherschutzregelungen in der ZPO	264
1. Besonderer Gerichtsstand für Klagen aus außerhalb von Geschäfts- räumen geschlossenen Verträgen, § 29c ZPO	264
2. Vertretung durch Verbraucherverbände, § 79 Abs. 2 S. 1 Nr. 3 ZPO	265
3. Form von Schiedsvereinbarungen, § 1031 Abs. 5 ZPO	266
III. Alternative Streitbeilegung	266
1. Mediation	266
a) Europäische Vorgaben und MediationsG	267
b) Verbraucherschutz und Mediation	267
2. Alternative Streitbeilegung	267
a) Regelungsziel der EU	267
b) Anwendungsbereich der RL 2013/11/EU	268
c) Inhaltliche Grundzüge	269
3. Online-Streitbeilegung	269
a) Regelungsziel der EU	269
b) Anwendungsbereich der VO 524/2013	270
c) Inhaltliche Grundzüge	270
4. Entwurf eines Verbraucherstreitbeilegungsgesetzes	270
§ 23. Grenzüberschreitende Zusammenarbeit	271
I. VO 2006/2004	271
1. Regelungsziel der EU	271
2. Anwendungsbereich der VO 2006/2004	271
3. Inhaltliche Grundzüge	272
II. VSchDG	272
1. Zuständige Behörde und Zentrale Verbindungsstelle	272
2. Rechtsdurchsetzung	273
3. Weitere Regelungen	274
Stichwortverzeichnis	275