

Grenzüberschreitende Prospekthaftung und Internationales Privatrecht

Bearbeitet von
Dr. Philip Denninger

1. Auflage 2015. Buch. 473 S. Kartoniert
ISBN 978 3 8487 2352 2
Format (B x L): 15,4 x 22,7 cm
Gewicht: 473 g

[Recht > Zivilrecht > Internationales Privatrecht](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Internationales und europäisches
Privat- und Verfahrensrecht

15

Philip Denninger

Grenzüberschreitende Prospekthaftung und Internationales Privatrecht



Nomos

Internationales und europäisches
Privat- und Verfahrensrecht

Herausgegeben von

Prof. Dr. Heinrich Dörner, Universität Münster

Prof. Dr. Burkhard Hess,

Max Planck Institute Luxembourg for International,
European and Regulatory Procedural Law

Prof. Dr. Heinz-Peter Mansel, Universität zu Köln

Band 15

Dr. Philip Denninger

Grenzüberschreitende Prospekthaftung und Internationales Privatrecht



Nomos

Die Entstehung dieser Publikation wurde durch die Graduiertenförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung finanziell und ideell unterstützt.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Heidelberg, Univ., Diss., 2015

ISBN 978-3-8487-2352-2 (Print)

ISBN 978-3-8452-6455-4 (ePDF)

1. Auflage 2015

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2015. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsverzeichnis

Einführung in die Thematik und den Gang der Untersuchung	15
A) Problemaufriss	15
B) Methode und geplanter Gang der Untersuchung	18
1. Kapitel: Genese der Prospekthaftung in Deutschland	23
A) Die Herausbildung der Prospekthaftung im 19. Jahrhundert	23
I) Frühe Defizite der Kapitalmarktinformationshaftung	23
II) Gründerzeit und Gründerkrach	25
III) Die Prospekttheorie und der Weg zum Börsengesetz	28
B) Die Kapitalanlagegesellschaften als Impulsgeber des zweiten Regelungsschubs	32
C) Die Entwicklung der allgemein-zivilrechtlichen Prospekt- haftung als Remedur am Grauen Kapitalmarkt	35
I) Die Herausarbeitung des typisierten Vertrauskriteriums im Recht der Publikums-KG	37
II) Prospekthaftung kraft typisierten Vertrauens (»Gastronomie-Fall«)	38
III) Prospekthaftung von Personen ohne Vertreter Eigenschaft (»Schifffahrtsfall«)	40
IV) Rechtfertigung und Festigung des dogmatischen Konstrukts (»Ferienhotels«)	42
V) Die Ausdehnung auf eine berufsspezifische Dritthaftung für Prospektfehler (»Vliesstoffe«)	43
VI) Weitere Annäherung an die spezialgesetzliche Haftung im Verjährungsbereich (»Gastronomische Betriebe«)	44
VII) Die weitere Ausdehnung des Anwendungsbereichs in seiner Breite	45
VIII) Fazit zur Entwicklung am Grauen Kapitalmarkt	46
D) Die Renaissance spezialgesetzlicher Ausgestaltungen und die weitere Entwicklung bis heute	47
E) Ergebnisse der historischen Betrachtung für die weitere Untersuchung	52
2. Kapitel: Die Prospekthaftung im deutschen Sachrecht	55
A) Wertpapierprospekthaftung, §§ 21 ff. WpPG	56

Inhaltsverzeichnis

I)	Die Haftung für fehlerhafte Wertpapierprospekte, §§ 21-23 WpPG	56
1)	Objektiver Tatbestand	57
a)	Prospektbegriff und Anwendungsbereich der Haftungsvorschriften	57
aa)	Die Haftung für fehlerhafte Börsenzulassungsprospekte, § 21 WpPG	57
bb)	Die Haftung für sonstige fehlerhafte Wertpapierprospekte, § 22 WpPG	58
b)	Der Kreis der Haftungsadressaten	60
aa)	Prospektverantwortliche i.S.d. § 21 I 1 Nr. 1 WpPG	60
bb)	Prospektveranlasser, § 21 I 1 Nr. 2 WpPG	61
cc)	Expertenhaftung beruflicher Sachkenner?	61
c)	Fehlerhaftigkeit der Prospektangaben	62
aa)	Unrichtige Angaben	64
bb)	Unvollständige Angaben	65
cc)	Maßgeblichkeit des Gesamtbilds	65
dd)	Problem des maßgeblichen Empfänger- horizonts	66
ee)	Aktualisierungs- und Berichtigungspflichten	67
d)	Wesentlichkeit der fehlerhaften Angaben	68
e)	Zulassung aufgrund des Prospekts	68
f)	Haftungsbegründende Kausalität zwischen Prospektveröffentlichung und Erwerb	69
g)	Erwerb binnen 6 Monaten	71
2)	Haftungsmaßstab	71
3)	Weitere Haftungsausschlusstatbestände	73
a)	Widerlegung der haftungsausfüllenden Kausalität	74
b)	Berichtigung der Prospektangaben	74
c)	Fehlerhaftigkeit der Zusammenfassung oder Übersetzung	75
4)	Bedeutung des Inlandsgeschäfts, §§ 21 III, 22 Nr. 2 WpPG	75
5)	Rechtsfolgen der Haftung	76
II)	Die Haftung für fehlende Wertpapierprospekte, § 24 WpPG	77
B)	Verkaufsprospekthaftung, §§ 20 ff. VermAnlG	79
I)	Haftungsrechtlicher Anwendungsbereich des VermAnlG	80
II)	Besonderheiten der Verkaufsprospekthaftung nach §§ 20 ff. VermAnlG	81
C)	Investmentprospekthaftung	82
I)	Anspruchsgegner	83

II) Verkaufsprospekt und wesentliche Anlegerinformationen	83
III) Fehlerhaftigkeit wesentlicher Angaben	84
IV) Haftungsbegründende Kausalität	84
V) Haftungsmaßstab	85
VI) Rechtsfolgen der Haftung	86
D) Allgemein zivilrechtliche Prospekthaftung i.e.S.	86
I) Anwendungsbereich der allgemein zivilrechtlichen Prospekthaftung i.e.S.	86
1) Der Prospektbegriff als Ausgangspunkt	88
2) Anwendbarkeit im Rahmen fehlerhafter Sekundärmarktpublizität	88
3) Einbeziehung von Wertpapieren in den Freiverkehr	89
4) Zusammenfassung	90
II) Adressatenkreis der Haftung	91
III) Fehlerhaftigkeit wesentlicher Angaben und deren Ursächlichkeit	92
IV) Haftungsmaßstab	93
V) Rechtsfolgen	93
E) Allgemein zivilrechtliche Prospekthaftung i.w.S.	94
F) Rein deliktsrechtliche Prospekthaftung	95
G) Zusammenschau und Bewertung	96
3. Kapitel: Rechtsvergleichung – die Prospekthaftung in England und Frankreich	99
A) Prospekthaftung in England	100
I) Statutory remedies nach dem Financial Services and Markets Act 2000	101
1) Anwendungsbereich und Prospektpflichten	101
2) Die Systematik der Haftungstatbestände und deren Ausgestaltung	102
a) Haftungskreis	104
b) Kausalität	106
c) Haftungsausschluss	106
d) Rechtsfolgen	107
II) Deceit	108
III) Negligent misrepresentation	112
IV) Misrepresentation Act 1967, s. 2(1)	114
V) Rescission	115
B) Prospekthaftung in Frankreich	116
I) Abgrenzung vertraglicher und deliktischer Haftungsgrundlagen	118

Inhaltsverzeichnis

II) Adhäsionsverfahren	120
III) Selbständige deliktische Schadensersatzklagen	122
C) Rechtsvergleich	124
I) Vergleich der Anspruchssysteme	124
II) Vergleich der Haftungsvoraussetzungen im Einzelnen	125
III) Vergleich der Rechtsfolgen und Hinweise auf die Rechtsnatur	127
IV) Ergebnisse des Rechtsvergleichs	128
4. Kapitel: Zielbestimmungen und ökonomische Parameter der Prospektpublizität	129
A) Der Individualschutz der Anleger	132
B) Der Funktionenschutz des Kapitalmarktes	133
I) Institutionelle Effizienz	134
II) Operationale Effizienz	134
III) Allokationseffizienz	135
C) Die europäische Prospektfreizügigkeit und ihre Bedeutung für die kollisionsrechtliche Lösung	138
I) Der Europäische Pass	138
II) Kollisionsrechtliche Implikationen der Prospektfreizügigkeit auf Haftungsebene	141
5. Kapitel: Die Qualifikation der Prospekthaftungstatbestände im Spiegel des Europäischen Kollisionsrechts	143
A) Die Verordnungen Rom I und Rom II	143
B) Gemeinsame Reichweite des Ordnungsrechts	144
I) Die Bereichsausnahmen für das Wertpapierrecht	146
II) Die Bereichsausnahmen für das Gesellschaftsrecht	154
III) Zwischenergebnis	158
C) Die Qualifikation der Prospekthaftung im Grenzbereich der Verordnungen	158
I) Der Vertragsbegriff im neuen Europäischen Kollisionsrecht	161
1) Verordnunginterne Hinweise auf den Vertragsbegriff	161
2) Parallele zum Vertragsbegriff im Europäischen Zivilprozessrecht	163
a) Der Vertragsbegriff des EuGVÜ und der EuGVO	164

b) Übertragbarkeit des prozessualen Vertragsbegriffs	166
3) Schlussfolgerungen für den kollisionsrechtlichen Vertragsbegriff	171
II) Der Begriff »Verschulden bei Vertragsverhandlungen« im Sinne der Verordnungen	172
1) Begriffsautonomie und differenzierende Zuordnung	173
2) Konkretisierung der maßgeblichen Begriffskriterien für »Verschulden aus Vertragsverhandlungen«	176
III) Die Qualifikation der einzelnen Prospekthaftungstatbestände im Speziellen	179
1) Die Qualifikation der Wertpapierprospekthaftung	181
a) Kollisionsrechtliche Einordnung als vertragliches Schuldverhältnis	181
aa) Rechtsgeschäftliche Zuordnung und vertragliche Qualifikation	181
bb) Kritik und Stellungnahme	183
cc) Die jüngere Rechtsprechung des BGH zum Verhältnis zwischen Anlegerschutz und Verbraucherverträgen	190
dd) Zwischenergebnis	194
b) Dogmatische Einordnung als Vertrauenshaftung und Qualifikation als Verschulden bei Vertragsverhandlungen?	194
c) Besonderheiten bei der Haftung für fehlende Prospekte?	200
2) Die Qualifikation der Verkaufsprospekthaftung	201
3) Die Qualifikation der Investmentprospekthaftung	202
4) Die Qualifikation der allgemein zivilrechtlichen Prospekthaftung i.e.S.	203
a) Vertragliche Qualifikation	204
b) Qualifikation als Verschulden bei Vertragsverhandlungen i.S.v. Art. 12 Rom II	205
5) Die Qualifikation der rein deliktsrechtlichen Prospekthaftung	207
D) Zusammenfassung	208
6. Kapitel: Regelanknüpfungen im Europäischen Kollisionsrecht und Interessengerechtigkeit im Internationalen Prospektrecht	209
A) Verbliebener Einfluss nationaler Normen	209

Inhaltsverzeichnis

B)	Die Prospekthaftung unter den Regelanknüpfungen in Rom II	212
I)	Rechtswahl und spezielle deliktische Kollisionsregeln	213
1)	Rechtswahl nach Art. 14 Rom II	213
2)	Spezielle Deliktstypen gem. Art. 5 ff. Rom II	214
3)	Lex domicilii communis gem. Art. 4 II Rom II	215
II)	Der Schadenseintrittsort i.S.v. Art. 4 I Rom II als Anknüpfungspunkt bei reinen Vermögensschäden	215
1)	Relevanz und Vorgaben des Europäischen Zivilprozessrechts	216
2)	Die weitere Lösung für das Europäische Kollisionsrecht	219
a)	Anknüpfung an den Lageort der konkret geschädigten Vermögensbestandteile	219
b)	Anknüpfung an den Handlungswirkungsort	221
C)	Interessengerechtigkeit der Regelanknüpfungen im internationalen Prospektrecht	224
7. Kapitel: Möglichkeiten einer verordnungsinternen Korrektur		229
A)	Sonderanknüpfung von Prospekthaftungsvorschriften als Eingriffsnormen	229
B)	Sonderanknüpfung nach Art. 27 Rom II i.V.m. Art. 6 II der Prospekttrichtlinie	233
C)	Korrektur über eine Anknüpfung an das Gesellschaftsstatut	235
D)	Anknüpfung an den Marktort	237
I)	Grundlegender Mechanismus einer Marktortanknüpfung	238
II)	Vorteile einer Marktortanknüpfung der Prospekthaftung	239
III)	Nachteile einer Marktortanknüpfung der Prospekthaftung	242
1)	Schwierigkeiten einer Parallele zu anderen Rechtsgebieten auf Basis der Marktschutzfunktion	242
2)	Problematik des Gleichlaufs von Prospektspflicht und -haftung	243
3)	Marktortanknüpfung und Anlegerschutz	243
4)	Probleme bei der Konkretisierung des Anknüpfungsmoments »Markt«	244
5)	Fehlende Vorhersehbarkeit für den Emittenten bei Notifizierung durch einen nicht personenidentischen Anbieter	247
IV)	Der Vorschlag des Deutschen Rats für IPR	250
V)	Würdigung und Zwischenergebnis	252

E)	Anknüpfung der Prospekthaftung nach dem Herkunftslandprinzip	253
	I) Zwingender Vorrang einer Anknüpfung nach dem Herkunftslandprinzip?	254
	1) Die Geltung des Herkunftslandprinzips über Art. 27 Rom II i.V.m. der Kapitalverkehrsfreiheit aus Art. 63 AEUV	254
	2) Die Geltung des Herkunftslandprinzips im Bereich der E-Commerce-Richtlinie	258
	II) Interessengerechtigkeit einer publizitätsakzessorischen Anknüpfung nach dem Herkunftslandprinzip des Europäischen Passes	262
	1) Vorzüge einer publizitätsakzessorischen Anknüpfung im Bereich des Europäischen Passes	263
	2) Probleme einer publizitätsakzessorischen Anknüpfung im Bereich des Europäischen Passes	265
	a) Allgemeine Vorbehalte gegen eine Herkunftslandanknüpfung im Kollisionsrecht der Rom-Verordnungen	265
	b) Probleme auf Seiten des internationalen Anlegerschutzes	267
	c) Das Herkunftslandprinzip im Bereich des Europäischen Passes und die Zersplitterung des Kollisionsrechts	269
	III) Würdigung und Zwischenergebnis	272
F)	Chancen einer allgemeinen publizitätsakzessorischen Anknüpfung	274
	I) Mögliche Hindernisse einer allgemeinen publizitätsakzessorischen Anknüpfung	277
	1) Freiwillige Prospekterstellung ohne Prospektpflicht	277
	2) Mehrzahl anwendbarer Prospektregime aufgrund von cross-listings	279
	3) Problematik fehlender Rechtsangleichung gegenüber Drittstaaten	281
	4) Zwischenergebnis	283
	II) Verordnungsinterner Weg einer entsprechenden Anknüpfung	284
	Ergebnisse der Untersuchung und Schlussbetrachtung	289