

Lisa Waßmuß

Wettbewerbsrecht und Verbraucherschutz in England

**Die Auswirkungen der Richtlinie
gegen unlautere Geschäftspraktiken
auf den Verbraucherschutz in England
sowie auf die Vereinheitlichung
des verbraucherschützenden
Wettbewerbsrechts in der
Europäischen Union**

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung.....	1
B. Hauptteil.....	9
Kapitel 1: Umsetzung und Anwendungsbereich der Richtlinie.....	9
I. Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken 2005/29/EG.....	9
1. Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken 2005/29/EG in England.....	11
a) Implementierung in das englische Recht.....	11
b) Begriff des Verbraucherschutzes in England.....	13
2. Prinzip der maximalen Harmonisierung.....	16
a) Auswirkungen auf die formelle Umsetzung in den Mitgliedstaaten.....	19
b) Umfang der Vollharmonisierung.....	22
aa) Anwendungsbereich der Richtlinie.....	22
bb) Unternehmer-/Verbraucherverhältnis.....	25
cc) Übergangsfristen und Bereichsausnahmen nach Art. 3.....	27
dd) Öffnungsklausel in Erwägungsgrund 7.....	30
3. Binnenmarktklausel, Art. 4.....	31
Kapitel 2: Generalklausel gegen unlauteren Wettbewerb.....	35
I. Die Generalklausel in der Richtlinie.....	35
1. Geschäftspraktiken.....	36
2. Berufliche Sorgfalt.....	36
3. Eignung zur wesentlichen Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers.....	38
4. Der Verbraucherbegriff der Richtlinie 2005/29/EG.....	39
a) Der Durchschnittsverbraucher.....	39
b) Gruppe der besonders schutzbedürftigen Verbraucher.....	44
c) Der Verbraucherbegriff in den Spezialtatbeständen nach Art. 6 bis 9.....	47
II. The General Prohibition in Regulation 3 CPR.....	48
1. Commercial Practices, Regulation 2(1) CPR.....	51
2. Professional Diligence, Regulation 3(3)(a) CPR.....	52
3. Transactional decision, Regulation 3(3)(b) CPR.....	54

4. Das Verbraucherkonzept in den CPR	55
a) Der Verbraucherbegriff vor Einführung der CPR im Vergleich zum „average consumer“	57
aa) Reasonable Person Test in den Marktverhaltensregelungen („regulatory crime“)	57
bb) Reasonable Person Test im Common Law	62
cc) Das Verbraucherleitbild in den Control of Misleading Advertisements Regulations 1988 / British Code of Advertising Practice	64
b) Auswirkungen der Einführung des Durchschnittsverbrauchers in das englische Lauterkeitsrecht	65
III. Vollharmonisierung	70
1. Rechtfertigung nationaler Verbote über die Generalklausel	70
2. Auslegung der Generalklausel	74
Kapitel 3: Irreführende Geschäftspraktiken	79
I. Schutz der Verbraucher vor irreführenden Handlungen nach Art. 6	79
II. Schutz der Verbraucher vor irreführenden Handlungen nach Regulation 5 CPR	79
1. Trade Descriptions Act 1968	81
a) Irreführende Warenbezeichnung	82
aa) Trade Description	83
bb) Handeln im geschäftlichen Verkehr	84
cc) Tatbestandliche Handlung – Apply or Supply	86
dd) Trade Descriptions über Gebrauchtwagen – Disclaimer	87
ee) Trade Descriptions in der Werbung	89
b) Irreführende Bezeichnungen von Dienstleistungen	90
aa) Angaben über die Zukunft – Abgrenzung von Tatsachenangabe und Versprechen	91
bb) Vorsatz	93
c) Vergleich des Verbraucherschutzstandards nach dem TDA und nach den CPR	94
aa) Anwendungsbereich	94
bb) Irreführende Angaben	96
cc) Versprechen als unlautere irreführende Angabe	98
dd) Maßstab der Irreführung	100
ee) Geeignetheit zur Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung – Disclaimer	100
ff) Objektive Haftung	102

2. Consumer Protection Act 1987.....	103
a) Unternehmer-/Verbraucherverhältnis	104
b) Preisangaben zu Waren, Dienstleistungen, Unterkunft oder Einrichtungen	104
c) Irreführende Preisangabe	105
d) Code on Price Indications	107
e) Vergleich des Verbraucherschutzniveaus nach dem CPA und den CPR.....	107
aa) Anwendungsbereich	107
bb) Irreführende Preisangaben	108
III. Vollharmonisierung des Rechts über irreführende Angaben.....	110
1. Vereinheitlichung der Vorschriften zu irreführenden Handlungen durch die Richtlinie	110
a) Irreführende Handlung durch unwahre Angaben.....	110
aa) Ansatz der objektiven Unwahrheit, Art. 6 Abs. 1, 1. Variante.....	110
bb) Anknüpfungspunkte für irreführende Angaben	111
b) Irreführung durch unwahre Angaben, Regulation 5 CPR.....	112
aa) Objektive Unwahrheit	112
bb) Anknüpfungspunkte unwahrer Angaben.....	113
c) Irreführung durch unwahre Angaben, § 5 Abs. 1 UWG	113
aa) Objektive Unwahrheit	114
bb) Anknüpfungspunkte unwahrer Angaben.....	115
2. Beeinträchtigung des Prinzips der Vollharmonisierung	115
a) Einheitlicher Ansatz der objektiven Unwahrheit	115
b) Keine einheitliche Regelung der Anknüpfungspunkte unwahrer Angaben.....	117
Kapitel 4: Schutz vor Irreführung durch Verwendung fremder Kennzeichen .	119
I. Irreführung über die betriebliche Herkunft.....	119
II. Schutz des Verbrauchers vor Irreführung durch Verwendung fremder Kennzeichen nach Regulation 5(3)(a) CPR	119
1. Anwendungsbereich und Voraussetzungen von Passing-off.....	120
2. Passing-off als „Tort of Unfair Competition“?.....	122
3. Vergleich von Passing-off mit den CPR.....	125
a) Schutzbereich	126
b) Irreführung	127
c) Zeitpunkt der Irreführung.....	128
d) Eignung zur Beeinflussung des wirtschaftlichen Verhaltens des Verbrauchers.....	128

4. Kein allgemeines „Tort of Unfair Competition“	129
5. Injurious Falsehood	131
a) Anwendungsbereich	131
b) Vergleich Injurious Falsehood – CPR	133
III. Vollharmonisierung der Regelung der Irreführung durch Verwendung fremder Kennzeichen	133
1. Verhältnis der englischen Sonderschutzrechte zur betrieblichen Irreführungsgefahr im Common Law und nach den CPR	137
a) Passing-off	138
b) CPR	141
2. Lauterkeitsrechtlicher Leistungsschutz in Deutschland	142
3. Einheitlicher Schutz der Verbraucher vor betrieblicher Irreführung	145
Kapitel 5: Irreführung durch Unterlassen	149
I. Regelung in der Richtlinie, Art. 7	149
1. Wesentliche Informationen	149
2. Aufforderung zum Kauf	151
3. Unionsrechtliche Informationspflichten	152
II. Irreführende Unterlassungen in England	153
1. Rechtslage vor Einführung der CPR – Das englische Konzept der „Non-disclosure“	155
2. Veränderung der Rechtslage durch die Einführung von Regulation 6 CPR	157
III. Vollharmonisierung von Informationspflichten	159
1. Europäischer Rechtsbruchtatbestand	159
2. Rechtsbruchtatbestand in England	161
3. Lauterkeitsrechtliche Informationspflichten im UWG	162
4. Auswirkungen auf die Rechtsvereinheitlichung	163
a) Unterschiedliche Rechtslage in England und in Deutschland	163
b) Einordnung unter die Bereichsausnahmen	163
c) Rechtsbrüche als irreführendes Unterlassen nach Art. 7 Abs. 1	166
d) Stellungnahme	168
Kapitel 6: Aggressive Geschäftspraktiken	169
I. Regelung der aggressiven Geschäftspraktiken in der Richtlinie	169
II. Umsetzung des Verbots der aggressiven Geschäftspraktiken in England in Regulation 7 CPR	170
1. Harassment	172
a) Harassment im englischen Recht vor Einführung der CPR	173

b) Vergleich mit dem Konzept des Harassment in Regulation 7 CPR.....	174
aa) Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung	174
bb) Objektive Beurteilung aggressiver Geschäftspraktiken.....	175
cc) Stellungnahme	176
2. Coercion	177
a) Duress im Common Law	177
b) Vergleich des Konzepts der Nötigung im Common Law mit den CPR.....	179
c) Emotional exploitation marketing.....	180
3. Undue Influence	181
a) Undue Influence im Common Law	181
b) Vergleich des Konzept der unzulässigen Beeinflussung mit den CPR	182
III. Vollharmonisierung der Regelungen über aggressive Geschäftspraktiken.....	184
1. Regelung der aggressiven Geschäftspraktiken in der Richtlinie.....	184
a) Schutz der informierten wirtschaftlichen Entscheidung	185
b) Versteckte Öffnungsklausel – Gute Sitten und Anstand	186
c) Fernabsatzmedien.....	187
2. Regelung aggressiver Geschäftspraktiken in England	188
a) Ausschließliche Regelung durch die CPR.....	188
b) Remote Distance Advertising, Ziffer 26 des Anhang I CPR.....	189
3. Regelung der aggressiven Geschäftspraktiken im deutschen UWG	190
a) Regelung der Belästigung in § 7 Abs. 1 UWG	191
b) Unerwünschte Werbung über Fernkommunikationsmittel	192
4. Kein einheitlicher Schutz des Verbrauchers vor aggressiven Geschäftspraktiken	193
a) Versteckte Öffnungsklausel.....	193
b) Werbung über Fernkommunikationsmittel	196
Kapitel 7: Durchsetzung	199
I. Anforderungen an die Durchsetzung aus der Richtlinie	199
1. Zur Durchsetzung berechnete Personen, Art. 11.....	200
a) Mitbewerber	200
b) Verbraucher	201
c) Verbraucher- und Unternehmerorganisationen	202
2. Zuständigkeit und Verfahren	203
3. Effektive Sanktionen, Art. 11 und Art. 13	204

II. Durchsetzung der englischen CPR.....	205
1. System der Sanktionen.....	206
a) Strafbarkeit des Verstoßes gegen die CPR.....	206
aa) Verhältnismäßigkeit strafrechtlicher Sanktionen	
nach Art. 13.....	207
(1) Strict Liability.....	207
(2) Due Diligence Defence.....	209
(3) Regulatory Crime.....	210
bb) Durchsetzung der strafrechtlichen Sanktionen aus den	
CPR durch OFT und TSO.....	211
b) Zivilrechtliche Befugnisse nach dem Enterprise Act 2002.....	212
2. Vor- und Nachteile der Durchsetzung der CPR durch Behörden.....	215
3. Ermessensspielraum und Verfolgungspraxis.....	216
4. Vorgehen des OFT und der TSO in der Praxis.....	219
a) Verfolgte Verstöße.....	219
b) Erwirkte Unterlassungsverpflichtungserklärungen.....	222
aa) House Fittings and Appliances.....	222
bb) Holiday and Entertainment.....	223
cc) Gebrauchtwagen.....	223
dd) Aggressive Geschäftspraktiken.....	224
ee) Vorgehen nach der Generalklausel.....	225
5. Self Regulation und Codes of Conduct.....	225
III. Individuelles Klagerecht für Verbraucher.....	226
1. Europäische Vorgaben.....	227
2. Individuelles Verbraucherklagerecht in England.....	229
a) Für und Wider eines Verbraucherklagerechts in England.....	230
b) Rechtliche Ansätze.....	232
aa) Compensation Order.....	232
bb) Breach of Statutory Duty.....	233
cc) Private Criminal Prosecution.....	235
c) Reformabsichten.....	236
3. Stellungnahme.....	237
C. Fazit.....	241
I. Verbessertes Verbraucherschutz in England bei nur	
fragmentarischer Vereinheitlichung des Wettbewerbsrechts.....	241
1. Verbesserung des Schutzes englischer Verbraucher.....	242
a) Objektive Prüfung der Verbotstatbestände.....	243
b) Abstrakter Maßstab des Durchschnittsverbrauchers.....	244

c) Generalklausel als zukünftiges „safety net“	246
d) Umfassender Schutz vor Irreführung	248
e) Bedeutung der Regelung über aggressive Geschäftspraktiken	251
f) Effektive Durchsetzung	254
2. Lücken in der Vollharmonisierung des Wettbewerbsrechts.....	257
a) Europäische Auslegung der Generalklausel.....	258
b) Irreführung durch unwahre Angaben	260
c) Vereinheitlichung des Schutzes vor Irreführung durch Verwendung fremder Kennzeichen	261
d) Europäischer Rechtsbruchtatbestand	263
e) Unterschiedliche Regelungen von Belästigungen.....	265
II. Ausblick: Zukunft der europäischen Rechtssetzung.....	266
1. Regelungstechnik	267
2. Regelungsziele.....	272
Literaturverzeichnis	275