

Studium und Praxis

# Verbraucherschutzrecht

von  
Prof. Dr. Christian Alexander

1. Auflage



Verlag C.H. Beck München 2015

Verlag C.H. Beck im Internet:  
[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 67446 4

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei [beck-shop.de](http://beck-shop.de) DIE FACHBUCHHANDLUNG

# beck-shop.de

Studium und Praxis

---

Christian Alexander  
Verbraucherschutzrecht

**beck-shop.de**

**beck-shop.de**

# Verbraucherschutzrecht

von

Dr. Christian Alexander

o. Professor an der Universität Jena

2015



# beck-shop.de

[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 406 67446 4

© 2015 Verlag C. H. Beck oHG  
Wilhelmstraße 9, 80801 München  
Druck und Bindung: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG  
In den Lissen 12, 76547 Sinzheim

Satz: Druckerei C. H. Beck (Adresse wie Verlag)

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier  
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

## Vorwort

Dieses Buch möchte in grundrissartiger Form zentrale Bereiche des Verbraucherschutzrechts kompakt und überschaubar vermitteln. Im Vordergrund stehen die praktischen Fragen der Rechtsanwendung unter besonderer Berücksichtigung der nationalen und europäischen Rechtsprechung. Wer die angesprochenen Rechtsfragen vertiefen will, findet in den Literaturhinweisen weiterführende Angaben zum jeweils einschlägigen Schrifttum.

Angesichts der kaum noch überschaubaren Fülle von Regelungen, die zugunsten von Verbrauchern eingreifen können, musste in mehrfacher Hinsicht eine Eingrenzung des Stoffes erfolgen. Ganz bewusst beschränkt sich das Buch auf den Verbraucherschutz im Privatrecht. Ausgeblendet wird damit beispielsweise der gesamte Bereich verwaltungsbehördlicher Tätigkeit zugunsten von Verbrauchern. Der Fokus liegt zudem auf den vertragsrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Instrumenten des Verbraucherschutzes einschließlich der individuellen und kollektiven Rechtsdurchsetzung. Mit der übergreifenden Darstellung wird der Tatsache Rechnung getragen, dass es sich beim Verbraucherschutz um eine Querschnittsmaterie handelt. Besondere Berücksichtigung haben die Neuregelungen zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie gefunden.

Zielgruppe dieses Werkes sind alle an Verbraucherschutzfragen interessierten Leser, die sich einen raschen Einblick in die vielfältigen Anforderungen, Rechtsfragen und Probleme des Verbraucherschutzes verschaffen wollen. Ausdrücklich angesprochen sind auch Nachwuchsjuristen, die sich zB in der universitären Schwerpunktausbildung mit Fragen des Verbraucherschutzes beschäftigen.

Dank gilt Robert Endler, Josephine Fichtner, Eric Rauschenbach, Norwin Sauer, Beatrice Walther und Gabriele Weidner für die Unterstützung bei den Korrekturen und die hilfreichen Denkanstöße in der „Lehrbuch-Runde“.

Anregungen und konstruktive Kritik sind jederzeit willkommen:  
christian.alexander@uni-jena.de.

Jena, im Januar 2015

*Christian Alexander*

**beck-shop.de**

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Abkürzungsverzeichnis .....	XXIII
Verzeichnis der abgekürzten Literatur .....	XXVII

### Teil 1. Ausgangsfragen

<b>§ 1. Einführung</b> .....	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
<b>§ 2. Unionsrecht</b> .....	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
<b>§ 3. Verbraucher und Unternehmer .....</b>	<b>27</b>
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
<b>Teil 2. Typische Instrumente des Verbraucherschutzes im BGB</b>	
<b>§ 4. Informationspflichten .....</b>	<b>47</b>
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
<b>§ 5. Widerrufsrecht .....</b>	<b>53</b>
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
<b>§ 6. Einschränkungen der Privatautonomie .....</b>	<b>60</b>
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**

<b>§ 7. Unbestellte Waren und Leistungen .....</b>	<b>72</b>
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

<b>§ 8. Verbraucherverträge</b> .....	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
<b>§ 9. Besondere Vertriebsformen</b> .....	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 Verzugszuschalen .....	109
1. Vereinbarungen über Zahlungs-, Überprüfungs- oder Abnahmefristen und über die Voraussetzungen des Schuldnerverzuges .....	109
2. Verzugszuschale .....	110

#### Teil 4. Verbraucherschutz in einzelnen Schuldverhältnissen

<b>§ 12. Verbrauchsgüterkäufe .....</b>	<b>111</b>
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. Versendungskauf, § 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
<b>§ 13. Teilzeit-Wohnrechtverträge .....</b>	<b>122</b>
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
<b>§ 14. Verbraucherdarlehen und ähnliche Geschäfte .....</b>	<b>129</b>
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
<b>Teil 5. Verbraucherschutz durch das Wettbewerbsrecht</b>	
§ 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
<b>§ 17. Schutz vor aggressiven Einflussnahmen</b>	<b>167</b>
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
<b>§ 18. Schutz der informierten geschäftlichen Entscheidung .....</b>	<b>182</b>
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 Transparenzan- 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
<b>§ 19. Schutz vor sonstigen Beeinträchtigungen .....</b>	<b>207</b>
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
<b>§ 20. Verbraucherschutz und Kartellrecht .....</b>	<b>229</b>
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
<b>Teil 6. Rechtsdurchsetzung</b>	
<b>§ 21. Verbandsklagen .....</b>	<b>245</b>
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) Begehungsfahr .....	252
aa) Erstbegehungsfahr .....	252
bb) Wiederholungsfahr .....	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
<b>§ 22. Zivilverfahren und außergerichtliche Streitbeilegung .....</b>	<b>261</b>
I. Internationale Zuständigkeit .....	262
1. Verbrauchersachen .....	262
2. Gerichtsstand .....	263

3. Gerichtsstandsvereinbarung .....	263
4. Rügelelose 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
<b>§ 23. Grenzüberschreitende Zusammenarbeit .....</b>	<b>271</b>
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