

# Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	9
1. Kapitel: Einleitung	17
A. Einführung in die Thematik	17
B. Stand der Forschung	19
C. Gegenstand und Gang der Untersuchung	20
2. Kapitel: Die Vorgaben der UGP-Richtlinie und ihre Umsetzung	23
A. Aufnahme der geschäftlichen Entscheidung in die UGP-Richtlinie	23
B. Die Umsetzung der UGP-Richtlinie in das UWG	32
C. Zusammenfassung	44
3. Kapitel: Der Begriff der geschäftlichen Entscheidung	47
A. Vergleich der Legaldefinitionen in UGP-Richtlinie und UWG	47
B. Begriff der Entscheidung	50
C. Relevante Marktteilnehmer	59
D. „Geschäftliche“ Entscheidungen	80
E. Zusammenfassende Definition	122
4. Kapitel: Analyse der geschäftlichen Entscheidung im Kontext der UGP-Richtlinie und des UWG	125
A. Formulierung der Relevanzschwellen in der UGP-Richtlinie	125
B. Maßstab für den Anwendungsbereich des Lauterkeitsrechts	131
C. Analyse der Funktion der geschäftlichen Entscheidung innerhalb der Verbotstatbestände	133
D. Zusammenfassung	216

*Inhaltsübersicht*

5. Kapitel: Zusammenfassung der Ergebnisse in Thesen	223
Literaturverzeichnis	227

# Inhaltsverzeichnis

1. Kapitel: Einleitung	17
A. Einführung in die Thematik	17
B. Stand der Forschung	19
C. Gegenstand und Gang der Untersuchung	20
2. Kapitel: Die Vorgaben der UGP-Richtlinie und ihre Umsetzung	23
A. Aufnahme der geschäftlichen Entscheidung in die UGP-Richtlinie	23
I. Hintergrund und Entstehung der UGP-Richtlinie	23
II. Entwurf der UGP-Richtlinie	26
III. Richtliniengestaltungsprozess	28
B. Die Umsetzung der UGP-Richtlinie in das UWG	32
I. Das UWG 2004	33
II. Die Umsetzungspflicht nach Art. 288 Abs. 3 AEUV	35
III. Das UWG 2008	37
1. Inhalt der Reform	38
2. Rezeption	40
IV. Das UWG 2015	41
1. Inhalt der Reform	42
2. Rezeption	43
V. Das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht	44
C. Zusammenfassung	44
3. Kapitel: Der Begriff der geschäftlichen Entscheidung	47
A. Vergleich der Legaldefinitionen in UGP-Richtlinie und UWG	47
I. „Einen Kauf tätigen“ und „ein Geschäft abschließen“	48
II. Weitere sprachliche Unterschiede	49

B. Begriff der Entscheidung	50
I. Ergebnisse der Verhaltensforschung zur Entscheidungsfindung	51
1. Faktoren für Entscheidungen	51
2. Entscheidungstypen	53
II. Folgerungen und Definition der „Entscheidung“	55
III. „Nichtentscheidungen“	57
IV. Zwischenfazit	58
C. Relevante Marktteilnehmer	59
I. Der Schutz der Marktgegenseite im Lauterkeitsrecht	59
1. Der Verbraucherschutz in der UGP-Richtlinie	59
2. Der Schutz der Marktgegenseite im UWG	60
II. Der Verbraucherbegriff und das Verbraucherleitbild	63
1. Der Begriff des Verbrauchers	63
2. Bestimmung des Verbraucherleitbilds	64
a) Funktion	64
b) Definition	65
c) Die Merkmale des Verbraucherleitbilds	67
d) Adressatenabhängige Bestimmung	70
3. Verhältnis von Leitbild und empirischer Forschung	71
a) Empirisch begründete Kritik am Verbraucherleitbild	72
b) Berücksichtigung bei der Anwendung des Leitbilds	73
c) Verhältnismäßigkeitserwägungen	76
d) Ergebnis	77
III. Sonstige Marktteilnehmer	77
1. Zulässigkeit der weitergehenden Richtlinienumsetzung	77
2. Der Schutz sonstiger Marktteilnehmer	78
IV. Zwischenfazit	80
D. „Geschäftliche“ Entscheidungen	80
I. Terminologie	81
II. Systematisierung geschäftlicher Entscheidungen	82
1. Begriffliche Breite	82
2. Geschäftliche Entscheidungen vor Vertragsanbahnung	84
a) Reaktion auf Werbung	85
aa) Lauterkeitsrechtliche Erfassung nicht-produktbezogener Werbung	86
bb) Meinungsstand	87

cc) Stellungnahme	91
b) Eröffnen einer Kontaktmöglichkeit	92
c) Informationssuche und Anfragen	94
d) Sonderfall des „Medienbruchs“	96
3. Vertragsanbahnung und Vertragsschluss	97
a) Geschäftliche Entscheidungen bei Vertragsanbahnung	97
b) Geschäftliche Entscheidungen bei Vertragsschluss	98
aa) Entscheidungen über den Vertragsinhalt	98
bb) Leisten einer Zahlung	102
cc) Sonderfälle	103
(1) „Unentgeltliche“ Entscheidungen	103
(a) Meinungsstand	103
(b) Stellungnahme	105
(aa) Preisgabe von Daten	105
(bb) Schutzzweckerwägungen	107
(2) Entscheidungen über einen Verkauf	108
(3) Investitionsentscheidungen	110
4. Geschäftliche Entscheidungen nach Vertragsschluss	111
III. Abstrakte Bestimmung geschäftlicher Entscheidungen	113
1. Verhältnis von geschäftlicher Handlung und geschäftlicher Entscheidung	114
a) Funktionales Verständnis der geschäftlichen Handlung	114
aa) Bestimmungsansätze für den „unmittelbaren“ Zusammenhang	115
bb) Geschäftliche Handlungen, die den Verbraucher nach § 3 Abs. 2 UWG „erreichen“	117
b) Konsequenzen für das Verhältnis von geschäftlicher Handlung und geschäftlicher Entscheidung	118
c) Geschäftliche Handlungen als Voraussetzung geschäftlicher Entscheidungen	119
2. Schutzzweckorientierte Bestimmungsansätze	119
E. Zusammenfassende Definition	122

4. Kapitel: Analyse der geschäftlichen Entscheidung im Kontext der UGP-Richtlinie und des UWG	125
A. Formulierung der Relevanzschwellen in der UGP-Richtlinie	125
I. Formulierungsunterschiede innerhalb der UGP-Richtlinie	126
II. Intention eines einheitlichen Relevanzmaßstabs	127
III. Ermittlung des intendierten Relevanzmaßstabs	128
1. Historische Auslegung	128
2. Vergleich mit der englischen und französischen Formulierung der Relevanzschwellen	129
3. Zwischenergebnis	130
B. Maßstab für den Anwendungsbereich des Lauterkeitsrechts	131
C. Analyse der Funktion der geschäftlichen Entscheidung innerhalb der Verbotstatbestände	133
I. Verbot aggressiver geschäftlicher Handlungen	134
1. Tatbestandsaufbau und Abgrenzung	134
a) Struktur von Art. 8 UGP-Richtlinie und § 4a UWG	134
b) Abgrenzung von § 7 UWG	135
2. Die geschäftliche Entscheidung im Unwertkriterium	137
a) Verhältnis von Ausübungsmittel und geschäftlicher Entscheidung	138
aa) Belästigung	138
bb) Nötigung	140
cc) Unzulässige Beeinflussung	141
(1) Ausnutzen einer Machtposition zur Druckausübung	142
(2) Die wesentliche Einschränkung der Fähigkeit zu einer informierten Entscheidung	143
dd) Ergebnis	144
b) Die Eignung zur erheblichen Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit	144
aa) Verhaltens- und Entscheidungsfreiheit	145
bb) Eignung zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit	146
(1) Sprachfassungen von UGP-Richtlinie und UWG	146
(2) Anforderungen	147

(3) Verhältnis zu den anderen Tatbestandsmerkmalen	148
3. Die geschäftliche Entscheidung im Auswirkungselement	151
4. Zusammenfassung	153
II. Irreführende geschäftliche Handlungen	154
1. Tatbestandsaufbau	154
2. Die geschäftliche Entscheidung im Irreführungsverbot	156
a) Fehlvorstellung und geschäftliche Entscheidung	156
aa) Gegenstand der irreführenden Angabe	157
(1) Grundsatz der Relevanz der Angabe für die geschäftliche Entscheidung	157
(2) Relevanzaspekte des Katalogs in § 5 Abs. 2 UWG	158
bb) Zeitpunkt der irreführenden Angabe	160
cc) Ergebnis	162
b) Eignung zur Beeinflussung einer geschäftlichen Entscheidung	162
aa) Widerlegliche Vermutung der Relevanz	163
bb) Abkehr von der Irreführungsquote	165
cc) Ausnahmen	166
dd) Ergebnis	169
3. Zusammenfassung	170
III. Das Vorenthalten wesentlicher Informationen	170
1. Tatbestandsaufbau	171
2. Das Verhältnis von wesentlichen Informationen und geschäftlicher Entscheidung	172
a) Maßstab wesentlicher Informationen nach § 5a Abs. 1 UWG	173
aa) Rechtsprechung des EuGH	173
bb) Definitionsansätze des BGH und der Literatur	174
b) Das Verhältnis von geschäftlicher Entscheidung und als wesentlich geltenden Informationen	176
aa) Wesentliche Informationen nach § 5b Abs. 1 UWG	177
bb) Wesentliche Informationen nach § 5b Abs. 2 und 3 UWG	180
cc) Verstoß gegen Informationsanforderungen des Unionsrechts	181

c) Vorenthalten	182
d) Ergebnis	183
3. Geschäftliche Relevanz	184
a) Eigenständigkeit der Tatbestandsmerkmale	184
b) Benötigen wesentlicher Informationen für eine informierte geschäftliche Entscheidung	187
aa) Benötigen wesentlicher Informationen nach § 5a Abs. 1 UWG	188
bb) Benötigen wesentlicher Informationen nach § 5b UWG	189
(1) § 5b Abs. 1 UWG	189
(2) § 5b Abs. 2 und 3 UWG	190
(3) § 5b Abs. 4 UWG	192
cc) Ergebnis	193
c) Eignung zur Beeinflussung einer geschäftlichen Entscheidung	194
aa) Allgemeiner Maßstab	195
bb) Ausnahmen	196
cc) Ergebnis	199
4. Zusammenfassung	199
IV. Verschleierung des kommerziellen Zwecks	200
1. Tatbestand der Verschleierung des kommerziellen Zwecks	200
2. Eignung zur Beeinflussung einer geschäftlichen Entscheidung	202
3. Zusammenfassung	204
V. Verbrauchergeneralklausel	205
1. Tatbestandsaufbau	205
a) Struktur der Verbrauchergeneralklausel	205
b) Vergleich mit der Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG	207
2. Verletzung einer beruflichen Sorgfaltspflicht	209
3. Geschäftliche Relevanz	210
a) Eignung zur spürbaren Beeinträchtigung der Fähigkeit, eine informierte Entscheidung zu treffen	211
aa) Beeinträchtigungseignung	211
bb) Spürbarkeit	211



cc) Zusammenhang mit den übrigen Tatbestandsmerkmalen	213
b) Eignung zur Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung	214
4. Zusammenfassung	215
D. Zusammenfassung	216
I. Funktionen der geschäftlichen Entscheidung	216
1. Maßstab für die Eröffnung des Anwendungsbereichs der UGP-Richtlinie und seiner Umsetzungsnormen	216
2. Ausrichtungskriterium in den Verbotstatbeständen	217
3. (Rest-)Funktion als Relevanzschwelle	219
4. Zeitliche Bestimmung der Unlauterkeit	220
II. Konsequenzen für die Auslegung der UGP-Richtlinie	220
5. Kapitel: Zusammenfassung der Ergebnisse in Thesen	223
Literaturverzeichnis	227