

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XI
-----------------------------	----

1. Teil

Grundlagen

A. Gegenstand der Untersuchung	1
B. Bedeutung von Schutzzwecken	4
I. Chronologie der Schutzzwecke und Fallgruppen	8
1. Schutzzwecke	8
a. Der deliktsrechtliche Ausgangspunkt: der Konkurrentenschutz ..	9
b. Das Entstehen neuer Schutzrichtungen	9
c. Das Entstehen speziell des Verbraucherschutzgedankens	12
2. Fallgruppen	16
II. Die Sanktions- und Verfahrenskomponente	19
1. Beschränkung der Klagebefugnis auf den unmittelbar Verletzten	20
2. Gesetzliche Einzelregelungen	21
3. Ausweitung von Sanktionsmöglichkeiten	23
a. Ausländisches Recht	24
b. These von der Gesamtheit der Unternehmer im deutschen Recht	28
III. Die materielle Komponente	31
1. Ansatzpunkt von Schutzzwecküberlegungen	31
2. Transparenz von Wertungen	35
3. Aufdecken von Scheinbegründungen	39
a. Dominanz, Grenzen und Schwächen des Konkurrenten- schutzgedankens	39
b. Mehrheit von Schutzzwecken	42
c. Abgrenzungen und Gemengelagen	43

C. Europäisches Gemeinschaftsrecht	45
I. Regelungsebenen im Überblick	47
1. Primäres Gemeinschaftsrecht/Warenverkehrsfreiheit	48
2. Sekundäres Gemeinschaftsrecht/Richtlinien	50
3. Wettbewerbsrichterrecht?	51
II. Binnenmarktrechtsprechung	55
1. Grundlinien	56
2. Lauterkeit des Handelsverkehrs und Verbraucher-	
schutz	58
3. Einzelkonstellationen	61
4. Keck	64
a. Lösungsansätze	66
b. Statt einer Zwischenbilanz	71

II. Teil

Verbraucherbegriff

A. Der Verbraucherbegriff: eine komplexe Angelegenheit	75
I. Fragestellungen im deutschen und europäischen Recht	77
1. Der Angleichungs- und der materiell-wettbewerbs-	
rechtliche Aspekt	78
2. Die Bocksbeutel-Entscheidungen	80
II. Wechselwirkungen auf der Ebene des Wettbewerbsrechts ..	81
1. Wettbewerbsbeschränkende und wettbewerbsöffnende	
Wirkungen des Verbraucherschutzgedankens und des	
Verbraucherbegriffs	82
2. Verbraucherbegriff und Voraussetzungen	
des Irreführungsschutzes	84
3. Das schwierige Verhältnis zum Konkurrentenschutz	86
III. Folgerungen für die weitere Untersuchung	88
B. Europäisches Recht	89
I. Binnenmarkt	90
II. Sekundärrecht	92

III. Der unvollkommene europäische Verbraucherbegriff.	95
1. Europarechtliche Rechtfertigung des „verständigen“ Verbrauchers	96
a. Die Untauglichkeit von Wortlautinterpretationen	96
b. Die Dominanz des Angleichungsaspekts	97
2. Konsequenzen	98
C. Judikatur zum deutschen Recht	99
I. Charakterisierung	99
1. Freude am Verbot	99
2. Unzureichende inhaltliche Konsequenz	101
3. Differenzierungstendenzen	102
II. Das unzutreffende Vorzeichen des bisherigen Verbraucherbegriffs im deutschen Recht	105
III. Begründungsansätze	108
D. Plädoyer für den besonders schutzbedürftigen Verbraucher	109
I. Der Beschränkungsaspekt	109
II. Der herrschende empirisch orientierte Ansatz	110
1. Die Unentbehrlichkeit einer rechtlichen Wertung	111
2. Einzelne Gegenargumente	112
III. Informationsgehalt und Minderheitenschutz	113
IV. The Poor Pay More	116
1. Ausgangsüberlegung	116
2. Unterscheidungen	117

III. Teil

Schutztatbestände

A. Ausgangsüberlegungen	121
I. Die wettbewerbsrechtlich relevanten Interessen	121
1. Schutz vor überhöhten Preisen	123
2. Schutz vor nachteiligen Entscheidungen	125

II. Das Verhältnis der relevanten Verbraucherinteressen zueinander	126
1. Die durch Europa veränderte Situation	127
2. Entscheidungsbeispiele	128
3. Fazit	131
 B. Schutz vor überhöhten Preisen	132
I. Respektierung der unternehmerischen Preiskalkulationsfreiheit	133
II. Handlungsmöglichkeiten des Verbrauchers	134
1. Preisgarantie	134
2. Ausspannen von Kunden	135
III. Preisschutz und Nachahmungen	137
 C. Schutz der Entscheidungsgrundlage	139
I. Die Schutzphilosophie wettbewerbsfreundlicher und situationsadäquater Beurteilung	139
1. Die Notwendigkeit von Schutzabstufungen	139
2. Die Grundsatzfrage am Beispiel des Irreführungsschutzes	141
a. Das Relevanzanfordernis nach herrschendem Verständnis	141
b. Gegenargumente	143
aa. Die Empirie als Scheinargument	144
bb. Das Beispiel geographischer Herkunftsangaben	145
3. Unterscheidungskriterien	147
a. Ansätze im europäischen und deutschen Recht: wichtige und unwichtige Werbeinformationen	147
b. Ergänzende produktbezogene Unterscheidungen der Absatzökonomie und des amerikanischen Rechts	150
c. Unterscheidungsbeispiele	151
II. Existenz von Informationen	153
1. Informationsinteresse des Verbrauchers	153
2. Unternehmerische Informationspflicht	156
a. Erkennbarkeit des Werbecharakters	156
b. Erkennbarkeit besonderer Entscheidungslagen	159
c. Grobe inhaltliche Unvollständigkeit	159
3. Informationsverbot	162

a. Schutz vor Überforderung?	163
b. Allgemeinheitsinteressen	165
c. Konkurrenteninteressen	166
aa. Insbesondere das Amortisationsinteresse des Konkurrenten	167
bb. Mißachtungsfälle	168
III. Richtigkeit von Informationen	170
1. Grundsatzüberlegungen zum Irreführungsschutz	170
2. Die überbewertete Frage nach dem empirischen oder normativen Maßstab	173
a. Bedeutung für die Reichweite des Irreführungsschutzes	173
b. Interessenlage	176
c. Fazit	177
3. Die einzelnen Tatbestandsmerkmale	178
4. Das bislang ausgeklammerte Problem verbleibender Konkurrenteninteressen	182
a. Konkurrentenbezogene Irreführungen	182
aa. Wettbewerbsrechtliche „Besitzstände“	183
bb. Irreführungsschutz als allgemeine Verifizierungsgarantie?	184
cc. Besonderheiten bei der Irreführungsquote	186
b. Beschränkung des Klagerechts auf den unmittelbar Verletzten	186
5. Zur Verteidigung der Unterscheidung von verbraucher- und konkurrentenbezogener Irreführung	187
6. Ergänzender Blick auf das europäische Recht	189
D. Schutz des Entscheidungsprozesses	190
I. Grundsatzüberlegungen	190
II. Die situationsadäquate Beurteilung	191
1. Psychologischer Kaufzwang	193
2. Besondere Entscheidungssituationen	194
3. Aleatorische Praktiken	197
III. Ergänzender Blick auf das europäische Recht	199
E. Schutz vor Überforderung durch Koppelungen	201
I. Der Konkurrentenschutzaspekt	202
II. Der Preis- und Irreführungaspekt	203
III. Der Überforderungsaspekt	204
1. Die Grundsatzfrage	204
2. Beurteilungskriterien	205
IV. Ergänzender Blick auf das europäische Recht	208

IV. Teil

Ergebnisse	211
Literaturverzeichnis	217
Stichwortverzeichnis	227