

## Inhaltsübersicht

Einleitung .....	1
A. Grundfragen des Verbraucherschutzes .....	3
I. Entwicklung und Bestand des Verbraucherschutzes im Unionsprivatrecht .....	3
1. Verbraucherschutz im Unionsprivatrecht .....	3
2. Verbraucherbegriff und Verbraucherleitbild im Unionsprivatrecht .....	52
3. Geschützte Verbraucherinteressen im Unionsrecht .....	62
II. Entwicklung und Bestand des Verbraucherschutzes im allgemeinen nationalen Zivilrecht .....	65
1. Verbraucherschutz im allgemeinen deutschen Zivilrecht .....	65
2. Konsumentenschutz im allgemeinen schweizerischen Zivilrecht .....	106
3. Rechtsvergleichendes Fazit .....	140
III. Entwicklung und Bestand des Verbraucherschutzes im nationalen Wettbewerbsrecht .....	144
1. Verbraucherschutz im deutschen Wettbewerbsrecht .....	144
2. Konsumentenschutz im schweizerischen Wettbewerbsrecht .....	177
3. Rechtsvergleichendes Fazit .....	207

IV. Ausblick: Der Entwurf eines gemeinschaftlichen Verbraucherschutzrechts .....	210
1. Die vorvertraglichen Informationspflichten.....	211
2. Die Widerrufsrechte .....	212
3. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen .....	212
4. Die Produkthaftung .....	213
5. Der Verbrauchsgüterkauf.....	213
6. Das Verbrauchsgüterleasing.....	214
 B. Analyse des Verbraucherschutzes.....	215
I. Analyse des status quo in Deutschland.....	215
1. Anspruch und Wirklichkeit im UWG .....	215
2. Regelungsbedürfnis.....	216
3. Fazit.....	254
 II. Analyse des status quo in der Schweiz .....	257
1. Gleichlauf des Schutzniveaus für sämtliche Marktteilnehmer im UWG .....	257
2. Regelungsbedürfnis.....	258
3. Fazit.....	284
 C. Ergänzendes lauterkeitsrechtlicher Verbraucherschutz .....	289
I. Vorschläge zur Lückenschließung im deutschen Verbraucherschutz.....	289

1.	Schaffung eines unlauterkeitsspezifischen Rücktrittsrechts für Verbraucher .....	289
2.	Erweiterung der lauterkeitsrechtlichen Klagebefugnis auf Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer.....	309
3.	Anerkennung der verbraucherschützenden UWG-Normen als Schutzgesetze im Sinne von § 823 Abs. 2 BGB.....	312
4.	Ausdehnung der Haftung aus culpa in contrahendo auf unlautere Werbeaussagen.....	317
5.	Effektivierung der Gewinnherausgabeansprüche nach § 10 UWG .....	320
II.	Vorschläge zur Lückenschließung im schweizerischen Konsumentenschutz .....	327
1.	Schaffung eines unlauterkeitsspezifischen Rücktrittsrechts für Verbraucher .....	328
2.	Möglichkeiten zur Effektivierung der bereits bestehenden lauterkeitsrechtlichen Schutzinstrumente für Konsumenten .....	335
3.	Das im autonomen Nachvollzug der europäischen Konsumentenschutzrichtlinien liegende weitere Potential .....	349
D.	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	351

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	1
A. Grundfragen des Verbraucherschutzes .....	3
I. Entwicklung und Bestand des Verbraucherschutzes im Unionsprivatrecht .....	3
1. Verbraucherschutz im Unionsprivatrecht .....	3
a) Die Gründungsverträge und die Verbraucherschutzpolitik der Union .....	3
aa) Die Gründungsverträge der Union und der Verbraucher .....	3
bb) Der Beginn der Verbraucherschutzpolitik in den 70er Jahren .....	4
cc) Die Einheitliche Europäische Akte von 1986 .....	6
dd) Der Maastrichter Vertrag von 1992 .....	7
ee) Der Amsterdamer Vertrag von 1997 .....	9
ff) Die weitere Entwicklung der Verbraucherschutzpolitik bis heute .....	10
(1) Der Verbraucherpolitische Aktionsplan 1999-2001 im Kontext .....	10
(2) Die Verbraucherpolitische Strategie 2002-2006 .....	11
(3) Die Verordnung über die Zusammenarbeit im Verbraucherschutz 2004 .....	12
(4) Aktionsprogramm und Strategie für den Verbraucherschutz 2007-2013 .....	13

gg) Würdigung .....	15
b) Der Verbraucherschutz durch sekundärrechtliches Richtlinienrecht .	16
aa) Die Preisangaberichtlinien von 1979, 1988 und 1998.....	18
bb) Die Irreführungsrichtlinien von 1984 und 2006 .....	19
cc) Die Produkthaftungsrichtlinie von 1985.....	21
dd) Die Haustürwiderrufsrichtlinie von 1985 .....	22
ee) Die Verbraucherkreditrichtlinien von 1986 und 2008.....	24
ff) Die Pauschalreiserichtlinie von 1990 .....	28
gg) Die Klauselrichtlinie von 1993 .....	30
hh) Die Timesharing-Richtlinien von 1994 und 2009 .....	32
ii) Die Fernabsatzrichtlinie von 1997.....	36
kk) Die Richtlinien über Unterlassungsklagen von 1998 und 2009 .	38
ll) Die Verbrauchsgüterkaufrichtlinie von 1999 .....	40
mm) Die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr von 2000.....	42
nn) Die Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienst- leistungen von 2002 .....	44
oo) Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken von 2005 .....	46
pp) Der Vorschlag für eine Richtlinie über Rechte der Verbraucher von 2008.....	48
2. Verbraucherbegriff und Verbraucherleitbild im Unionsprivatrecht .....	52
a) Die Abgrenzung von Verbraucherbegriff und Verbraucherleitbild....	52
b) Der Verbraucherbegriff im Unionsprivatrecht .....	53
c) Das Verbraucherleitbild im Unionsprivatrecht.....	55
aa) Die Entwicklung des Verbraucherleitbildes .....	55
bb) Die inhaltliche Ausgestaltung des aktuellen Verbraucherleitbildes im Unionsprivatrecht.....	58

(1) Differenzierung nach Verbrauchergruppen .....	59
(2) Durchschnittliche Informiertheit .....	59
(3) Angemessene Aufmerksamkeit .....	60
(4) Angemessene Verständigkeit.....	61
cc) Zusammenfassung zum Verbraucherleitbild im Unionsrecht .....	61
3. Geschützte Verbraucherinteressen im Unionsrecht .....	62
a) Der Schutz der wirtschaftlichen Interessen .....	63
b) Der Schutz des Informationsbedürfnisses.....	63
c) Der Schutz der Privatsphäre.....	64
II. Entwicklung und Bestand des Verbraucherschutzes im allgemeinen nationalen Zivilrecht .....	65
1. Verbraucherschutz im allgemeinen deutschen Zivilrecht.....	65
a) Die Entwicklung des Verbraucherschutzes im allgemeinen Zivilrecht .....	65
b) Die verbraucherschützenden Regelungen im allgemeinen Zivilrecht .....	68
aa) Die Produkthaftung.....	68
bb) Die verbraucherspezifischen AGB-Regelungen.....	71
cc) Die Haustürgeschäfte .....	75
dd) Das Verbraucherkreditrecht .....	78
ee) Die verbraucherspezifischen Regelungen im Reiserecht .....	86
ff) Die Teilzeit-Wohnrechtsverträge.....	89
gg) Die Fernabsatzverträge und der elektronische Geschäftsverkehr.....	93

hh)	Der Verbrauchsgüterkauf .....	100
c)	Der Verbraucherbegriff im allgemeinen Zivilrecht .....	104
2.	Konsumentenschutz im allgemeinen schweizerischen Zivilrecht .....	106
a)	Die Entwicklung des Konsumentenschutzes im allgemeinen Zivilrecht .....	106
b)	Die konsumentenschützenden Regelungen im allgemeinen Zivilrecht .....	110
aa)	Die Produkthaftung .....	110
bb)	Der Bereich der Konsumenten-AGB .....	112
cc)	Die Haustürgeschäfte .....	115
dd)	Das Konsumentenkreditrecht .....	118
ee)	Die konsumentenspezifischen Regelungen im Reiserecht .....	125
ff)	Die Teilzeit-Wohnrechtsverträge .....	130
gg)	Der Fernabsatz und der elektronische Geschäftsverkehr .....	132
hh)	Der Konsumentenmietvertrag .....	135
ii)	Die Ehe-/Partnerschaftsvermittlungsverträge .....	136
c)	Der Konsumentenbegriff im allgemeinen Zivilrecht .....	138
3.	Rechtsvergleichendes Fazit .....	140
III.	Entwicklung und Bestand des Verbraucherschutzes im nationalen Wettbewerbsrecht .....	144
1.	Verbraucherschutz im deutschen Wettbewerbsrecht .....	144
a)	Die Entwicklung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbsrecht ...	145

aa)	Von der Gewerbefreiheit bis zum UWG von 1896 .....	145
bb)	Vom UWG von 1896 bis zum UWG von 1909.....	147
cc)	Vom UWG von 1909 bis zum Zweiten Weltkrieg.....	149
dd)	Von der Nachkriegszeit bis zur UWG-Novelle von 1969.....	151
ee)	Von den Reformbestrebungen Ende der 70er Jahre bis zur UWG-Reform von 2004.....	152
ff)	Die UWG-Novelle von 2008 .....	153
b)	Die verbraucherschützenden Regelungen im Wettbewerbsrecht .....	156
aa)	Das Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen, §§ 3, 4 UWG .....	157
bb)	Das Verbot irreführender geschäftlicher Handlungen, §§ 5, 5a UWG .....	160
cc)	Das Verbot unlauterer vergleichender Werbung, § 6 UWG .....	162
dd)	Das Verbot unzumutbarer Belästigungen, § 7 UWG .....	164
c)	Verbraucherbegriff und Verbraucherleitbild im Wettbewerbsrecht.	166
aa)	Der Verbraucherbegriff im Wettbewerbsrecht .....	166
bb)	Das Verbraucherleitbild im Wettbewerbsrecht .....	166
(1)	Der flüchtige und unkritische Verbraucher .....	167
(2)	Der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher .....	168
(α)	Angesprochener Personenkreis .....	169
(β)	Durchschnittliche Informiertheit und Verständigkeit.....	169
(γ)	Erforderliche situationsbedingte Aufmerksamkeit...	170
(δ)	Kontaktsituation und Kontaktmedium .....	171



(ε) Verfügbarkeit von Informationen.....	172
(ζ) Irreführungsquote .....	172
d) Geschützte Verbraucherinteressen im deutschen Wettbewerbsrecht.....	173
aa) Der Schutz der Entscheidungsfreiheit .....	174
(1) Der Schutz der Entscheidungsgrundlage.....	175
(2) Der Schutz des Entscheidungsprozesses .....	176
bb) Der Schutz der Privatsphäre .....	176
2. Konsumentenschutz im schweizerischen Wettbewerbsrecht .....	177
a). Die Entwicklung des Konsumentenschutzes im Wettbewerbsrecht. ....	177
aa) Von der Gewerbefreiheit bis zu Art. 48 OR von 1911 .....	177
bb) Von Art. 48 OR aus dem Jahre 1911 bis zum UWG von 1943.....	179
cc) Vom UWG von 1943 bis zum UWG von 1986.....	180
dd) Die geplante UWG-Novelle von 2008 .....	183
b) Die konsumentenschützenden Regelungen im Wettbewerbsrecht... ..	185
aa) Das Verbot unlauterer Werbe- und Verkaufsmethoden, Art. 3 UWG.....	186
(1) Der Schutz vor Irreführung.....	186
(α) Das allgemeine Irreführungsverbot, lit. b.....	186

(β) Die Verwendung unzutreffender Titel oder Berufsbezeichnungen, lit. c .....	187
(γ) Der lauterkeitsrechtliche Kennzeichenschutz, lit. d .	187
(δ) Die vergleichende Werbung, lit. e.....	188
(ε) Die Täuschung durch Zugaben, lit. g .....	189
(ζ) Die Verschleierung, lit. i.....	190
 (2) Der Schutz vor Beeinträchtigung der persönlichen Entscheidungsfreiheit und vor Belästigung.....	191
(α) Die aggressiven Verkaufsmethoden, lit. h.....	191
(β) Die automatisierte Massenwerbung, lit. o .....	193
 (3) Der Schutz im Bereich von Konsumentenkredit- verträgen .....	194
 bb) Die Kontrolle missbräuchlicher Geschäftsbedingungen, Art. 8 UWG.....	195
cc) Die Konsumentenindividualeklage, Art. 10 Abs. 1 UWG.....	197
dd) Die verwaltungsrechtlichen Bestimmungen zur Preisbekanntgabe, Art. 16 bis 18 UWG.....	199
(1) Die Pflicht zur Preisbekanntgabe bei Verkaufs- angeboten, Art. 16 UWG .....	200
(2) Die Preisbekanntgabe in der Werbung, Art. 17 UWG.....	201
(3) Das Verbot irreführender Preisbekanntgabe, Art. 18 UWG.....	201
 c) Konsumentenbegriff und Konsumentenleitbild im schweizerischen Wettbewerbsrecht .....	202
aa) Der Konsumentenbegriff im Wettbewerbsrecht.....	202

bb) Das Konsumentenleitbild im Wettbewerbsrecht .....	202
(1) Der kritikfähige Durchschnittskonsument .....	203
(2) Der angesprochene Verkehrskreis .....	203
(3) Die erforderliche situationsbedingte Aufmerksamkeit.....	204
(4) Irreführungsquote.....	204
d) Geschützte Konsumenteninteressen im schweizerischen Wettbewerbsrecht.....	205
aa) Der Schutz der Entscheidungsfreiheit .....	205
(1) Der Schutz der Entscheidungsgrundlage.....	206
(2) Der Schutz des Entscheidungsprozesses .....	206
bb) Der Schutz der Privatsphäre .....	207
3. Rechtsvergleichendes Fazit .....	207
IV. Ausblick: Der Entwurf eines gemeinschaftlichen Verbraucherschutzrechts .....	210
1. Die vorvertraglichen Informationspflichten.....	211
2. Die Widerrufsrechte .....	212
3. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.....	212
4. Die Produkthaftung .....	213
5. Der Verbrauchsgüterkauf.....	213
6. Das Verbrauchsgüterleasing.....	214
B. Analyse des Verbraucherschutzes.....	215

I.	Analyse des status quo in Deutschland .....	215
1.	Anspruch und Wirklichkeit im UWG .....	215
2.	Regelungsbedürfnis .....	216
a)	Die Fallgruppen verbraucherrelevanter Wettbewerbsverstöße .....	217
aa)	Die Ausübung von Druck .....	217
bb)	Die Irreführungen .....	218
cc)	Die Überrumpelungen .....	220
dd)	Die Ausnutzung von Beeinträchtigungen der rationalen Nachfrageentscheidung .....	221
ee)	Die unzumutbaren Belästigungen .....	223
b)	Die typischen Verbraucherschäden bei Wettbewerbsverstößen .....	225
aa)	Die Aufwendungsschäden .....	225
bb)	Die Differenzschäden .....	226
cc)	Die Vertragsschäden .....	227
c)	Die Schutzlücken im allgemeinen Zivilrecht .....	228
aa)	Die Vertragsnichtigkeit als Einwendung .....	228
(1)	Die Nichtigkeit aus § 134 BGB .....	228
(2)	Die Nichtigkeit aus § 138 Abs. 1 und 2 BGB .....	229
bb)	Die Widerrufsrechte bei Verbraucherverträgen aus §§ 355 ff. BGB .....	230
cc)	Die Anfechtungsrechte aus §§ 119 ff. BGB .....	233
(1)	Die Anfechtbarkeit wegen Irrtums über verkehrs- wesentliche Eigenschaften, § 119 Abs. 2 BGB .....	233

(2) Die Anfechtbarkeit wegen Täuschung oder Drohung, § 123 BGB.....	235
(3) Die analoge Anwendung von § 123 BGB auf wettbewerbswidrige Willensbeeinflussungen .....	236
dd) Die Gewährleistungsrechte aus §§ 434 und 633 ff. BGB.....	238
ee) Der Anspruch auf Vertragsanpassung bzw. -aufhebung wegen Störung der Geschäftsgrundlage, § 313 Abs. 2 BGB ...	240
ff) Der Anspruch auf Vertragsanpassung bzw. -aufhebung aus culpa in contrahendo, § 311 Abs. 2 BGB.....	241
gg) Die Schadensersatzansprüche aus culpa in contrahendo, § 311 Abs. 2 BGB.....	243
hh) Die UWG-Vorschriften als deliktische Schutzgesetze im Sinne von § 823 Abs. 2 BGB .....	246
d) Die mangelnde Effektivität des mittelbaren Rechtsschutzes durch Verbraucherverbände.....	247
aa) Die fehlenden Möglichkeiten zur Bekämpfung bereits eingetretener Schäden .....	248
bb) Die begrenzte Reichweite der durch das UWG eingeräumten Verbandsklagemöglichkeiten.....	251
cc) Die begrenzten personellen und finanziellen Möglichkeiten der Verbraucherverbände .....	253
3. Fazit.....	254
II. Analyse des status quo in der Schweiz .....	257
1. Gleichlauf des Schutzniveaus für sämtliche Marktteilnehmer im UWG .....	257

2. Regelungsbedürfnis.....	258
a) Die Schutzlücken im Wettbewerbsrecht.....	259
aa) Die Unterlassungs-, Beseitigungs- und Feststellungsansprüche .....	259
bb) Der Anspruch auf Gewinnherausgabe .....	260
cc) Die Schadensersatzansprüche .....	262
dd) Zwischenergebnis .....	264
b) Die Schutzlücken im Privatrecht .....	264
aa) Die Vertragsnichtigkeit als Einwendung aus Art. 20 Abs. 1 OR .....	265
bb) Die Anfechtung wegen Übervorteilung aus Art. 21 Abs. 1 OR .....	266
cc) Die Anfechtung wegen Grundlagenirrtums aus Art. 24 Abs. 4 OR .....	269
dd) Die Anfechtung wegen absichtlicher Täuschung und Furchterregung aus Art. 28 Abs. 1 und 29 Abs. 1 OR .....	272
ee) Die Widerrufsrechte bei Konsumentenverträgen .....	273
ff) Die Gewährleistungsrechte aus Art. 205 und 368 OR.....	274
gg) Der Anspruch auf Vertragsanpassung/-aufhebung unter Rückgriff auf die clausula rebus sic stantibus.....	278
hh) Der Anspruch auf Vertragsanpassung/-aufhebung aus culpa in contrahendo.....	280
c) Mittelbarer Rechtsschutz durch Konsumentenschutz- organisationen? .....	282
3. Fazit.....	284

C.	Ergänzender lauterkeitsrechtlicher Verbraucherschutz .....	289
I.	Vorschläge zur Lückenschließung im deutschen Verbraucherschutz.....	289
1.	Schaffung eines unlauterkeitsspezifischen Rücktrittsrechts für Verbraucher .....	289
a)	Der Ausgangspunkt: Die Vorschrift des § 13a UWG a.F. ....	291
b)	Der Regelungsvorschlag .....	294
c)	Die Auseinandersetzung mit den wesentlichen Einwänden .....	298
aa)	Die Aushöhlung des Grundsatzes „pacta sunt servanda“ .....	299
bb)	Der Eingriff in das bestehende Sanktionensystem des BGB .....	300
	(1) Der kaufrechtliche Nacherfüllungsvorrang .....	302
	(2) Das Recht der Willensmängel .....	302
	(3) Das Verschuldenserfordernis im Rahmen des Schutzes der Entscheidungsfreiheit .....	304
	(4) Die Relevanzschwelle im Rahmen des Rechtes der Willenserklärungen.....	305
	(5) Der Regelungsort .....	305
cc)	Die unzumutbaren Risiken für Unternehmer.....	306
dd)	Die Vereinbarkeit mit dem lauterkeitsrechtlichen Vollharmonisierungskonzept der EU .....	308
2.	Erweiterung der lauterkeitsrechtlichen Klagebefugnis auf Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer.....	309
3.	Anerkennung der verbraucherschützenden UWG-Normen als Schutzgesetze im Sinne von § 823 Abs. 2 BGB.....	312

4.	Ausdehnung der Haftung aus culpa in contrahendo auf unlautere Werbeaussagen.....	317
5.	Effektivierung der Gewinnherausgabeansprüche nach § 10 UWG .....	320
a)	Der Verzicht auf das Vorsatzerfordernis .....	320
b)	Die Gewinnermittlung und das Kausalitäts- sowie Unmittelbarkeitserfordernis .....	323
c)	Die Verwendung des nach § 10 UWG abgeschöpften Gewinns .....	325
II.	Vorschläge zur Lückenschließung im schweizerischen Konsumentenschutz .....	327
1.	Schaffung eines unlauterkeitsspezifischen Rücktrittsrechts für Verbraucher .....	328
a)	Der Lösungsansatz über eine umfassend restitutive Konzeption des Beseitigungsanspruchs aus Art. 9 Abs. 1 lit. b UWG .....	329
b)	Die Übernahme des modifizierten § 13a UWG-D a.F. als zweckmäßige Lösung .....	331
aa)	Der Regelungsvorschlag .....	332
bb)	Die Auseinandersetzung mit den wesentlichen Einwänden .....	333
	(1) Die Aushöhlung des Grundsatzes „pacta sunt servanda“ .....	333
	(2) Der Eingriff in das bestehende Sanktionensystem des OR.....	334
	(3) Die unzumutbaren Risiken für Unternehmer.....	335
2.	Möglichkeiten zur Effektivierung der bereits bestehenden lauterkeitsrechtlichen Schutzinstrumente für Konsumenten .....	335



a)	Die geringe Praxisrelevanz von Konsumentenklagen und ihre Ursachen .....	336
b)	Die Ansatzpunkte zur Senkung der faktischen Zugangs- barrieren zum Recht für Konsumenten .....	339
aa)	Die rechtliche Aufklärung der Konsumenten .....	340
bb)	Die richterliche Streitwertherabsetzung .....	341
cc)	Die Möglichkeiten zur Beschleunigung der wettbewerbsrechtlichen Verfahren .....	343
dd)	Die Kollektivierung von Einzelansprüchen der Konsumenten .....	346
3.	Das im autonomen Nachvollzug der europäischen Konsumentenschutzrichtlinien liegende weitere Potential .....	349
D.	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	351