

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XIII
§ 1 Einleitung	1
A Überblick	1
B Ziel der Arbeit	5
C Gang der Untersuchung	6
D Aktualität	8
E Stand der Forschung	11
§ 2 Rechtsnatur der Einwilligung	15
A Überblick	17
B Überblick über den Meinungsstreit	19
C Einwilligung als Zustimmung im Sinne von § 183 BGB	21
D Geschäftsähnliche Handlung	23
I „Vorschaubilder“-Rechtsprechung	25
1 Anwendbarkeit der § 182 ff. BGB	29
2 „Untereinwilligung“	31
II Anwendbarkeit der „Vorschaubilder“-Kriterien	32
III Stellungnahme	34
E Einwilligung als Rechtsgeschäft	36
I Begriff des Rechtsgeschäfts	36
1 Einseitiges Rechtsgeschäft	37
2 Mehrseitiges Rechtsgeschäft	37
II Selbstbestimmung und Selbstverantwortung	38

F	Verfügungsgeschäft	39
G	Die Einwilligung als Realakt	41
H	Stellungnahme	42
§ 3	Rechtsgrundlagen	47
A	Nationale Rechtsgrundlagen	47
I	UWG	47
1	Aktueller Stand	47
2	Historischer Ausblick	49
II	Zivilrecht	51
III	Datenschutzrecht	53
IV	Verfassungsrecht	55
1	Das Recht auf Privatsphäre und Menschenwürde	56
2	Unternehmerische Freiheit	56
3	Interessenabwägung	57
B	Europarechtliche Grundlagen	57
I	Vorrang des Unionsrechts	57
II	Das primäre Unionsrecht	58
III	Das sekundäre Unionsrecht	59
1	Richtlinie 2005/29 EG	60
2	Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung 2006/114 EG	61
3	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31 EG	62
4	Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58 EG (ePrivacy-RL)	62
5	Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)	63
6	Entwurf der ePrivacy-Verordnung	65
C	Internationaler Ausblick	68
I	Österreich	68
II	Schweiz	69
III	Fürstentum Liechtenstein	70

§ 4 Relevante Begriffe	73
A Voraussetzungen eines Direktmarketings	73
I Individueller und persönlicher Kontakt	74
1 Insbesondere Telefonmarketing	75
2 Weiter Werbebegriff	75
II Formen des Direktmarketings	76
1 Telefon-Marketing	76
1.1 Begriff	76
1.2 Bedeutung des Telefonmarketings	76
1.3 Cold Calling und Warm Calling	78
2 Telefax-Marketing, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	79
2.1 Begriff	79
2.2 Bedeutung des Faxmarketings	79
3 Direktmarketing anhand elektronischer Post, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	80
3.1 Elektronische Post	80
3.2 Kundenzufriedenheitsanfrage	81
3.3 Check-Mail	83
3.4 Einwilligung	84
B Adressaten des Direktmarketings	86
I Verbraucher	86
II Sonstiger Marktteilnehmer	86
§ 5 Voraussetzungen der Einwilligung	89
A Der Einwilligungsbegriff	89
B Wettbewerbsrechtliche Einwilligung	90
C Die Willensbekundung	93
I Ausdrückliche Einwilligung	95
1 Form der Einwilligung	98
2 Formularmäßige Erklärung in AGB	101
2.1 Qualifikation als AGB	103
2.2 Inhaltskontrolle	104
2.3 Erkaufen der Einwilligung	106

2.4 Koppelung mit einer anderen Erklärung	109
2.5 Dritteinwilligung als überraschende Klausel	110
2.6 Zusammenfassung zur Zulässigkeit der AGB-Klauseln	111
II Konkludente Erklärung	111
1 Definition	112
2 Reicht konkludente Einwilligung trotzdem aus?	113
D Freiwilligkeit	120
E Informiertheit	122
F Bestimmtheit	123
G Unmissverständlichkeit	124
H Unterscheidbarkeit von anderen Sachverhalten	125
I Payback-Entscheidung des BGH	126
II Datenschutzrechtliche Auslegung	128
III Stellungnahme	129
I Mutmaßliche Einwilligung	131
I Nur sonstige Marktteilnehmer	132
II Briefkastenwerbung und Verbraucher	134
III Sachliches Interesse	136
1 Geschäftsbeziehung	137
2 Äußerung eines Interesses	138
3 Branchenüblichkeit	139
4 Anlass eines unternehmerischen Hilfsgeschäftes	140
IV E-Mail-Werbung und Verbraucher	141
§ 6 Interessenabwägung	145
A Abwägung der Grundrechte	147
B Rechtsprechung der Instanzgerichte	149
I Abwägung E-Mail versus Telefon	153
1 UWG-Regelung	153
2 Rechtsprechung der Instanzgerichte	155
II Belästigungsintensität	159

C	Stellungnahme	160
§ 7	Einwilligungsfähigkeit	169
A	Diskussionsstand	171
B	Einsichtsfähigkeit	173
I	Altersgrenzen	174
II	Individuelle Feststellung	176
C	Vorschriften über Geschäftsfähigkeit	178
D	Stellungnahme	183
§ 8	Reichweite der Einwilligung	187
A	Inhaltliche Reichweite	187
B	Wirkung für andere Werbende	189
C	Wirkung für andere Umworbene	191
D	Geltungsdauer und Widerruf	193
I	Zeitliche Begrenzung	193
II	Widerruf der Einwilligung	195
1	Einseitige Einwilligung	196
2	Schuldvertragliche Einwilligung	198
2.1	Abgrenzung zum Widerspruchsrecht	200
2.2	Widerrufsempfänger	200
§ 9	Zusammenfassung	203
A	Thesen	203
B	Datenschutz und Direktmarketing	205
	Literaturverzeichnis	207
	Anhang	217