„Wettbewerb und Verbraucherverhalten – Konflikt oder Gleichlauf zwischen Verbraucherschutz und Kartellrecht?“

Verbraucherrecht und Kartellrecht im Wettbewerb

Prof. Dr. Susanne Augenhofer, LL.M. (Yale)

Bundeskartellamt, Bonn

6. Oktober 2016

Konflikt oder Gleichlauf?

Wettbewerbsrecht – Verbraucherrecht

indirekt – direkt

Ausnahmen: Rückerstattung kartellrechtswidrig erstatteter Vorteile?

Konflikt oder Gleichlauf?

Brauchen wir eine einheitliche Behörde?

Oder Zusammenspiel von Verbänden und Behörde(n)?

Grundideen des Verbraucherrechts

„Verbraucherrecht als Kind der 2. Hälfte des 20. Jahrhunderts“?

(Schricker, Verbraucherschutzrecht – ein neues Rechtsgebiet?, GRURInt 1976, 316, 316)

Grundideen des Verbraucherrechts

„… und unser Privatrecht muß ein Tropfen sozialistisches Öl durchsickern“

(Otto von Gierke, Die soziale Aufgabe des Privatrechts, Frankfurt/M. 1943 (urspr. Berlin 1889), S. 10)

Grundideen des Verbraucherrechts

Präsident Kennedy:

1. The right to safety
2. The right to be informed
3. The right to choose
4. The right to be heard

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz

Wissen wappnet.

Verbraucherportal

Der Verbraucher

„Consumers, by definition, include us all.“

(J.F. Kennedy, Special Message to the Congress on Protecting the Consumer Interest, 15. März 1962)

Bild: www.commons.wikimedia.org

Der Verbraucher: § 13 BGB

„Verbraucher

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können."

Ausdehnung des Schutzbereiches?

„Für die Zwecke dieser Verordnung ist ein KMU ein Unternehmer, der

(a) weniger als 250 Personen beschäftigt und

(b) einen Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. EUR oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens 43 Mio. EUR hat beziehungsweise im Falle von KMU, die ihren gewöhnlichen Aufenthalt in einem Drittstaat oder in einem Mitgliedstaat haben, dessen Währung nicht der Euro ist, einen Jahresumsatz oder eine Jahresbilanzsumme, die den genannten Beträgen in der Währung des betreffenden Mitglied- oder Drittstaats entspricht.“

(Art. 7 Abs. 2 GEK-VO)

Verbraucherleitbild

➔ Wie „smart“ muss der Verbraucher sein?

- „normatives Leitbild“
- als Hilfsmittel für die Rechtsanwendung

Verbraucherleitbild

durchschnittlich aufmerksamer und intelligenter

oder

„an der Grenze zur Debilität verharrender, unmündiger, einer umfassenden Betreuung bedürftiger Verbraucher“

(Emmerich, Das Recht des unlauteren Wettbewerbs, 4. Aufl., 1995, S. 230)

Modelle

Informationsmodell	Sozialmodell
Schutz durch Informationen → Informationsgleich-gewicht zwischen B und C	Schutz durch eingreifende Regelungen → Verbot gewisser Inhalte oder Verhaltensweisen

Verbrauchergruppen

http://www.fewo-steffens.de/images/kinder.jpg

http://www.ocvfrankfurt.caritas.de/shared_data/forms_layout/cvovfra/198810_alte_frau_mit_mann_und_junger_frau_JP.jpg

Schutzinstrumente

- Informationspflichten
- Widerrufsrechte
- inhaltliche Eingriffe in den Vertrag
- Formvorschriften
- Beweislastregeln

Informationspflichten

→ information overload?

Art. 246a EGBGB

Informationspflichten bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen mit Ausnahme von Verträgen über Finanzdienstleistungen

§ 1 Informationspflichten

(1) Der Unternehmer ist nach § 312d Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs verpflichtet, dem Verbraucher folgende Informationen zur Verfügung zu stellen:

1. die wesentlichen Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen in dem für das Kommunikationsmittel und für die Waren und Dienstleistungen angemessenen Umfang,
2. seine Identität, beispielsweise seinen Handelsnamen sowie die Anschrift des Ortes, an dem er niedergelassen ist, seine Telefonnummer und gegebenenfalls seine Telefaxnummer und E-Mail-Adresse sowie gegebenenfalls die Anschrift und die Identität des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt,
3. zusätzlich zu den Angaben gemäß Nummer 2 die Geschäftsanschrift des Unternehmers und gegebenenfalls die Anschrift des Unternehmers, in dessen Auftrag er handelt, an die sich der Verbraucher mit jeder Beschwerde wenden kann, falls diese Anschrift von der Anschrift unter Nummer 2 abweicht,
4. den Gesamtpreis der Waren oder Dienstleistungen einschließlich aller Steuern und Abgaben, oder in den Fällen, in denen der Preis auf Grund der Beschaffenheit der Waren oder Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- oder Versandkosten und alle sonstigen Kosten, oder in den Fällen, in denen diese Kosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können,
5. im Falle eines unbefristeten Vertrags oder eines Abonnement-Vertrags den Gesamtpreis; dieser umfasst die pro Abrechnungszeitraum anfallenden Gesamtkosten und, wenn für einen solchen Vertrag Festbeträge in Rechnung gestellt werden, ebenfalls die monatlichen Gesamtkosten; wenn die Gesamtkosten vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden können, ist die Art der Preisberechnung anzugeben,
6. die Kosten für den Einsatz des für den Vertragsabschluss genutzten Fernkommunikationsmittels, sofern dem Verbraucher Kosten berechnet werden, die über die Kosten für die bloße Nutzung des Fernkommunikationsmittels hinausgehen,
7. die Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, den Termin, bis zu dem der Unternehmer die Waren liefern oder die Dienstleistung erbringen muss, und gegebenenfalls das Verfahren des Unternehmers zum Umgang mit Beschwerden,
8. das Bestehen eines gesetzlichen Mängelhaftungsrechts für die Waren,
9. gegebenenfalls das Bestehen und die Bedingungen von Kundendienst, Kundendienstleistungen und Garantien,
10. gegebenenfalls bestehende einschlägige Verhaltenskodizes gemäß Artikel 2 Buchstabe f der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (ABl. L 149 vom 11.6.2005, S. 22) und wie Exemplare davon erhalten werden können,
11. gegebenenfalls die Laufzeit des Vertrags oder die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge oder sich automatisch verlängernder Verträge,
12. gegebenenfalls die Mindestdauer der Verpflichtungen, die der Verbraucher mit dem Vertrag eingeht,
13. gegebenenfalls die Tatsache, dass der Unternehmer vom Verbraucher die Stellung einer Kaution oder die Leistung anderer finanzieller Sicherheiten verlangen kann, sowie deren Bedingungen,
14. gegebenenfalls die Funktionsweise digitaler Inhalte, einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte,
15. gegebenenfalls, soweit wesentlich, Beschränkungen der Interoperabilität und der Kompatibilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese Beschränkungen dem Unternehmer bekannt sind oder bekannt sein müssen, und
16. gegebenenfalls, dass der Verbraucher ein außergerichtliches Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren, dem der Unternehmer unterworfen ist, nutzen kann, und dessen Zugangsvoraussetzungen.

Konflikt oder Gleichlauf?

Konflikt oder Gleichlauf?

Konflikt oder Gleichlauf?

Microsoft

SONY

NESPRESSO

„Wettbewerb und Verbraucherverhalten – Konflikt oder Gleichlauf zwischen Verbraucherschutz und Kartellrecht?“

Der Verbraucherbegriff im Kartellrecht

Prof. Dr. Susanne Augenhofer, LL.M. (Yale)
Bundeskartellamt, Bonn
6. Oktober 2016