

Europäisches Konsumentenvertragsrecht

Grundkonzeption, Prinzipien und Fortentwicklung

von
Dr. Hannes Rösler



Verlag C. H. Beck München 2004

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis,	XVII
----------------------------------	------

§ 1 Dualistisches Grundkonzept des Europäischen Konsumentenvertragsrechts.	1
I. Vertragsfreiheit als Ausgangspunkt.	1
II. Kombinatorische Grundbegrifflichkeit	4
III. Reichweite, Autonomie und Suprematie des Europäischen Konsumentenvertragsrechts.	9
IV Elemente des funktional verstandenen Europäischen Konsumentenvertragsrechts.	12
V Ideal und Risiken des Verbrauchergeschäfts.	15
1. Wunschbild des vollrationalen Geschäftsentschlusses.	16
2. Entgegenstehende Problemlagen.	17
a) Tatsächliche Grundstrukturen.	17
aa) Entscheidungsprozesse bei Geschäftsabschlüssen.	17
bb) Weitergehende Verbraucherreaktionen.	23
b) Theorie vom Markt und seinem Versagen.	25
aa) Unsichtbare Hand.	25
bb) Ungleichgewichte.	26
cc) Defizite im Informationsmarkt.	27
dd) „Zitronen“-Beispiel.	29
ee) Speziell Versagen des Konditionenwettbewerbs.	31
c) Potenzierte Problemlagen.	34
aa) Auswirkungen der gemeinschaftlichen Marktweitung	34
(1) Zu den Verbrauchervorteilen.	34
(2) Grenzüberschreitende Verträge.	35
bb) Distanzverträge über neue Vertriebswege.	38
(1) Wettbewerbsausweitung durch E-Business und andere Arten des Fernkaufes.	38
(2) Probleme bei der Übertragbarkeit bisheriger Erfahrungen.	42
(3) Neuer Aktionsradius und Rechtssicherheitserfordernisse.	43
cc) Erfordernis eines grenzüberschreitenden Verbraucherschutzes.	45
d) Zusammenfassend zu den Defiziten.	46
<i>Übersicht 1: Markt- und Verhaltensversagen, die zur auszugleichenden Unterlegenheit des Verbrauchers führen können.</i>	46
VI. Verschiebung der Mechanik des Vertragsrechts durch die Ideendynamik einer sozialen Aufgabe des Rechts.	48
1. Individualismus.	49
2. Auftreten neuer Personen- und Handlungstypen.	50
3. Protektualismus.	54

a) Nutzgedanken und Machtverschiebungen.	54
b) Wandel zum Interventionsstaat	56
c) Verabschiedung vom Rechtsformalismus.	57
4. Kein neomodisches und einseitiges Phänomen.	58
5. Verdichtung zum europäischen Solidarvertragsrecht und erste Folgen.	61
6. Verbraucherschutz als <i>ein</i> Aspekt der Vertragsgerechtigkeit	66
7. Bemühen um Ausgleich von Imparitäten zur Minimierung von gesellschaftlichen Konflikten.	69
8. Verbraucherschutz, Partizipationschancengleichheiten und Leit- bild des selbstbestimmten Bürgers.	71
VII. Grad des Sozialen im EG-(Verbraucher)recht.	76
1. Rechtsangleichung in ihrer primär marktdienenden Funktion	76
2. Rechts- und Sozialgemeinschaft.	78
3. Eine stärker werte- und sozialorientierte Union.	80
4. Verbrauchende [^] oder Verbrauchenc/jMtrecht der EG?.	82
5. Potenziale: Strategie der Marktrelevanz am Ende?.	87
<i>Übersicht 2:</i> Rechtsgrundlagen bei ausgewählten Richtlinien mit Verbraucherbezug.	90
VIII. Paradigmenwechsel	91
IX. Folgen für die Systematik des Privatrechts.	94
1. Parzellierung in Sachmaterien.	94
<i>Übersicht 3:</i> Verhältnis der Rechtsbeziehungen und der daraus folgenden Rechtsgebiete bei Produktion, Dienstleis- tung und Konsum	95
2. Mehrebenenprivatrecht	96
<i>Übersicht 4:</i> Schichten des richtliniengeprägten Europäischen Privatrechts	97
X. Schlussfolgerungen für die Grundanforderungen an ein Europäi- sches Vertragsrecht.	97
12 Rechtsmodell vom europäischen Verbraucher.	101
I. Notwendigkeit einer begrifflichen und konzeptionellen Konzen- tration.	101
II. Normative und judikative europäische Begriffs- und Anforderungs- festlegungen.	104
1. EG-Vertrag und Charter.	105
2. Konvention und EuGVVO.	105
3. „Sanftes“ Recht.	106
4. Ausgangsdefinitionen in den Richtlinien.	107
a) Typische Begriffsbestimmung im Europäischen Verbraucher- vertragsrecht.	107
b) Weitere Richtlinien.	108
c) Extrakt	110
5. Rechtsprechung.	110
a) Auffassungen im Bereich des Verbrauchervertragsrechts, ins- besondere Frage des <i>ratione personae</i>	111
b) Verkehrsfreiheiten und Vertriebsregeln.	112
aa) <i>Cassis de Dijon</i> -Grundlagenurteil.	113
bb) Verständliche Etikettierungen als vorzuziehendes Instru- ment	114
cc) Einschätzung des <i>Cassis de Dijon</i> -Urteils.	115

dd) Weitere Entscheidungen zur Erhöhung der Angebotsvielfalt bzw. zur Entscheidungsprärogative des Verbrauchers ..	116
c) Rechtsprechung im Bereich der Absatzförderung und das Informationsdogma ..	119
d) Zusammenschau ..	126
III. Einschätzung des europäischen Verbraucherbegriffs ..	127
1. Trotz allem greifbares Schutzsubjekt ..	127
2. Konzepte des Verbraucherschutzes im Vergleich.....	129
3. Standardisierung von Handlungsformen und Rechtsbegriffen: Vor- und Nachteile ..	130
IV. Gesamtwürdigung ..	132

§3 Gemeinschaftsrechtliche Prinzipien der verbraucherorientierten

Vertragsgerechtigkeit ..	133
I. Vorbemerkungen ..	134
1. Europäische Prinzipienjurisprudenz ..	134
2. Zur Rolle von Prinzipien ..	134
3. Spezifität und Verallgemeinbarkeit für ein Solidarprivatrecht ..	137
4. Kritik an Lando-Regeln und Selbstbescheidung ..	137
II. Makroprinzip: Primat einer ökonomischen und rechtlichen Konsumentensouveränität ..	140
III. Informationsprinzip ..	142
1. Informationsquellen sowie negative und positive Aufgabenstellung der Informationspolitik ..	143
2. Verbreitungsgrad und Bandbreite von Informationspflichten ..	146
3. Verständlichkeitserfordernis: Fixierung, Transparenz und Sprache ..	148
4. Aufrichtigkeitserfordernis ..	151
5. Schranken des Ausgleichs mittels Informationen ..	151
a) Skeptische Ansätze in der Literatur ..	152
b) Beurteilungs- und Aufnahmekompetenz ..	153
c) Zeit- und damit Kostenaspekte ..	155
d) Konsequenzen für die Balance im Regulationsmix ..	157
6. Neue Informationsmöglichkeiten durch Vernetzung ..	159
a) Automatisierte Preisvergleiche ..	159
b) Ansätze zur Konsumentendemokratie ..	159
c) Umgedrehte Märkte durch Digitalisierung? ..	161
d) Informationsbinnenmarkt ..	163
7. Schlussfolgerungen ..	163
a) Stärkung standardisierter und verlässlicher Informationen ..	163
b) Beispiel: Preisvergleich ..	165
c) Chancen der Vernetzung nutzen ..	166
IV Fairnessprinzip ..	169
1. Substanzuelle, verhandlungsfeste Rechtspositionen ..	169
2. Prozedurale Instrumentarien ..	172
a) Eigenheiten und Systematik der Widerrufsrechte ..	172
b) Spiral- und Trittbrettfahrerproblematik bei Widerrufsrechten ..	173
c) Kompetitives Privatrecht über den Zeitpunkt des Vertragsabschlusses hinaus? ..	174
V. Sicherheits- und Gesundheitsschutzprinzip ..	176
VI. Rechtszugangs- bzw. Rechtsdurchsetzungsprinzip ..	177
VII. Partizipationsprinzip ..	180
1. Zwecksetzung ..	180

2. Kommunikationstheoretische Aspekte	181
3. Fremd- und Selbstorganisation	183
a) Schwierigkeiten bei der Festlegung und Organisation des Verbraucherinteresses	183
b) Konkrete Schwierigkeiten der institutionalisierten Repräsen- tation auf der europäischen Ebene	185
4. Gesellschaftlich-demokratische Relevanz	187
VIII. Vertrauensprinzip	188
1. Bezugspunkte	188
2. Legitime Verbrauchererwartungen	190
a) Verankerungen in den Richtlinien	191
b) Das Element der „Berechtigung“	192
3. Standardisierung	193
4. Schlussfolgerungen	194
IX. Wettbewerbs- bzw. Effizienzprinzip	195
1. Rahmenmaßnahmen	195
2. Effizienz als Kriterium des Rechts	198
X. Inhaltsprägende Methodik	200
1. Sonderregelungen und Typisierung	201
2. Mängel des Mindestharmonisierungsprinzips	201
XI. Fazit	204

Europäisches Verbrauchergesetzbuch und Fortentwicklung 205

I. Entwicklungsziel eines Europäischen Zivilgesetzbuches	205
1. Unterbreitungen	205
2. Gründe für eine Kodifizierung	206
a) Transaktions- und sonstige Kosten	206
aa) Hemmnisse allgemein	206
bb) Mehrebenenprüfung	207
cc) Privilegierung durch Bestimmungslandprinzip und Ver- brauchergerichtsstand: Interesse der Wirtschaft an einheit- lichen Verbraucherregelungen	208
b) Methodische Defizite des Status quo	214
aa) Derzeitige direkte Mängel auf europäischer Ebene	214
bb) Vollzugsdefizite	217
c) Kohärenzmängel	218
aa) Vorwürfe einer Zerstörung mitgliedstaatlicher Kohärenz infolge des Europarechts	218
bb) Kohärenzmangel bei der Europäischen Verbraucherpolitik	220
cc) Innere und äußere Rechtskohärenz im wechselseitigen Zusammenhang	225
d) Rechtsvereinheitlichungskosten und alternative Optionen in der Evaluation	228
aa) Gegenseitige Anerkennung	228
bb) Regulierungswettbewerb	230
cc) IPR	232
dd) Verstärkte judikative Harmonisierung	233
ee) Fünfte Auslegungsmethode	238
ff) Justiz-, Examens- und Prozessrechtsreform	239
gg) Stärkere Unterscheidung nach grenzüberschreitenden und innerstaatlichen Sachverhalten?	240
hh) Warten auf ein Weltvertragsrecht?	240

e) Reaktualisierung der Kodifikationsidee	241
3. Derzeitige ernsthafte Bedenken	243
4. Textliche Einheit bedeutet nicht Anwendungseinheit	245
5. Zusammenfassende Einschätzung	247
II. Europäisches Verbrauchergesetzbuch als Nukleus eines Europäischen Zivilgesetzbuches	250
1. Grundsatz der Dringlichkeit	250
2. Insbesondere: Verträglichkeit des Wandels	251
3. Graduelle Verwirklichung eines Europäischen Zivilgesetzbuchs	252
4. Diskutierte Themenkreise	253
5. Vorschlag eines Europäischen Konsumentengesetzbuches	254
6. Vertieft zu den Gründen für ein Europäisches Konsumentenge- setzbuch	255
a) Geringe Prägung von Rechtskultur und Verwirklichung des Paradigmenwechsels	255
b) Einbeziehung des Common Law	255
c) Allgemeiner Teil des Verbraucherrechts	258
d) Integrationspolitische Auswirkungen	259
7. Auszuräumende Einwände	260
a) Kein zu geringer Entwicklungsstand des Verbraucherrechts	260
aa) Lücken	260
bb) Einfluss der Materie auf das Privatrecht	264
cc) Einschätzung	266
b) Keine systemsprengende Wirkung	266
aa) Versäumnisse	266
bb) Systematik des Verbraucherschutzes in den Mitgliedstaaten	269
cc) Zwischenergebnis zur gesetzgeberischen Form des Ver- braucherrechts	278
8. Stufen der Verbindlichkeit	279
9. Kompetenz- und verknüpfte Formprobleme	281
a) Einführend	281
b) Diskussionsstand	282
c) Grenzen des Kompetenzwachstums: Tabakurteil des EuGH	284
d) Bewertung	286
III. Abschließend zum Verbrauchergesetzbuch im Kräftefeld konkurrie- render Marktaufgaben	288
§ 5 Zusammenfassung und Ausblick	291
Literaturverzeichnis	295
Stichwortverzeichnis	347