

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort . . . . .	V
A. Einleitung . . . . .	1
I. Marktordnungsrecht im BGB . . . . .	1
II. Streitfragen der Garantiewerbehaftung nach § 443 Abs. 1 BGB . . . . .	4
B. Werbehaftung im deutschen Zivilrecht: ein Überblick . . . . .	7
C. Ökonomische Analyse der Haftung für Werbeaussagen . . . . .	11
I. Garantien und Akerlof-Markt . . . . .	11
II. Informationsasymmetrien zwischen Käufern und Verkäufern . . . . .	12
III. Signaling mittels Garantien . . . . .	14
IV. Alternative Garantietheorien . . . . .	16
1. Insurance Theory . . . . .	17
2. Sorting Theory . . . . .	19
V. Signaling als maßgebliches Konzept für kommerzielle Garantien im Binnenmarkt . . . . .	21
VI. Einwände gegen die Signalingtheorie . . . . .	23
1. Berücksichtigung von Garantien vor dem Kauf? . . . . .	23
a) Signing-without-reading-Problem . . . . .	24
b) Umfang der AGB-Kontrolle von Garantiebedingungen . . . . .	25
c) Maßstab der Inhaltskontrolle . . . . .	28
aa) Lehre von der Vertragsnatur . . . . .	29
bb) Europäisches Verbraucherleitbild . . . . .	31
cc) Konkretisierung der Verbrauchererwartungen anhand des Signalingkonzepts . . . . .	34
d) Ergebnis . . . . .	36
2. Keine positive Korrelation zwischen Garantielänge und Produktqualität . . . . .	36

a) Unterschiede zwischen etablierten Anbietern und Newcomern	37
b) Moral Hazard auf Käuferseite	42
aa) Schutz vor <i>consumer moral hazard</i> durch AGB-Gestaltung	43
bb) Fehlender Anreiz zur Signalisierung hoher Produktqualität?	47
cc) Ergebnis	48
3. Funktionsverlust von Garantien aufgrund der gesetzlichen Sachmängelhaftung?	48
4. Ergebnis	52
D. Europäisches Verbraucherschutzrecht als Marktordnungsrecht	53
I. Schutzzweckkonvergenz von Verbraucherschutz- und Wettbewerbsrecht im europäischen Recht	53
1. Europäisches Verbraucherschutzrecht als Regulierungsrecht	54
a) Kein „Schutz des Schwächeren“ intendiert	55
b) Binnenmarktorientierung auf Verbraucher- und auf Unternehmerseite	56
2. Schutz des Binnenmarkts mit den Mitteln des Zivil- und des Wettbewerbsrechts	59
II. Auswirkungen auf die kaufrechtliche Garantie	60
1. Marktordnungszweck der Garantiewerberhaftung nach Art. 6 Abs. 1 Verbrauchsgüterkaufrichtlinie	60
2. <i>Private enforcement</i> im Bereich der Garantiewerberhaftung	63
a) <i>Private enforcement</i> als europarechtliche Vorgabe	65
b) Effektivität von <i>private enforcement</i> im Bereich der Garantiewerberhaftung	66
aa) Informationsvorsprung von Verbrauchern gegenüber institutionellen Akteuren	66
bb) Finanzielle Anreize für Verbraucher	68
cc) Erleichterte Rechtsdurchsetzung für Verbraucher	68
(1) Europäisches Kollisionsrecht	68
(2) Europäische Regelungen über die internationale Zuständigkeit	71
dd) Ergebnis	71
c) Art. 6 Abs. 1 Verbrauchsgüterkaufrichtlinie als effiziente Sanktionsnorm	72

III. Europarechtliche Vorgaben für die Gestaltung der Garantiewerbehauptung im nationalen Recht . . . . .	72
1. Festlegung der Vertragsnatur der Garantie durch die Verbrauchsgüterkaufrichtlinie? . . . . .	73
2. Die europarechtlichen Vorgaben im Einzelnen . . . . .	74
a) Unabhängigkeit der Garantiewerbehauptung vom Vorliegen eines Garantievertrags . . . . .	75
aa) Garantiewerbung und Garantieerklärung als gleichwertige Bindungsgründe . . . . .	76
bb) Garantiewerbung als zentrale Informationsquelle vor dem Kauf . . . . .	77
cc) Vorrang der Privatautonomie als Haftungsschranke? . . . . .	79
dd) Haftung <i>ex lege</i> , nicht <i>ex voluntate</i> . . . . .	81
ee) Werbung als „Garantie“ im Sinne von Art. 6 Abs. 2 Verbrauchsgüterkaufrichtlinie? . . . . .	84
b) Kein Kausalitäts- oder Kenntnisnahmeerfordernis . . . . .	87
c) Voraussetzungen an das Vorliegen von „Werbung“ . . . . .	89
aa) Kein Erfordernis einer öffentlichen Äußerung . . . . .	89
bb) Absatzförderungsabsicht . . . . .	93
cc) „Einschlägig“ . . . . .	93
(1) Bezug auf die erworbene Kaufsache . . . . .	93
(2) Weitere inhaltliche Voraussetzungen . . . . .	95
(3) Zeitlicher Geltungsbereich . . . . .	95
(4) Räumlicher Geltungsbereich . . . . .	97
(5) Zusammenfassung . . . . .	98
d) Kein Irreführungserfordernis . . . . .	98
e) Anbieter als Verpflichtungsadressat . . . . .	102
f) Käufer als Anspruchsberechtigter . . . . .	103
g) Rechtsfolge: Erfüllungshaftung . . . . .	103
aa) Effektivität der Erfüllungshaftung zur Durchsetzung der Signalwirkung . . . . .	104
bb) Bestimmung der Rechtsfolgen . . . . .	105
(1) Käufer erhält keine vertraglichen Garantieunterlagen . . . . .	105
(2) Garantievertrag steht im Widerspruch zur Werbung . . . . .	106
IV. Umsetzung in § 443 BGB . . . . .	107
1. Richtlinienkonforme Umsetzung . . . . .	107
2. Änderung durch das Verbraucherrechtlicherichtlinie-Umsetzungsgesetz im Jahr 2014 . . . . .	108
3. Weiterer Gang der Untersuchung . . . . .	111

E. Die Haftung für Garantiewerbung im deutschen Recht: bisherige Lösungsansätze . . . . .	113
I. Haftung für Werbeangaben aus Garantievertrag . . . . .	114
1. Voraussetzungen an eine Willenserklärung . . . . .	115
a) Rechtsbindungswille und <i>essentialia negotii</i> . . . . .	115
b) Hohe Anforderungen an eine Offerte <i>ad incertas personas</i> . . . . .	118
c) Rechtsprechung zur (fehlenden) Verbindlichkeit von Garantiewerbung . . . . .	119
aa) Garantiewerbung im Internet . . . . .	119
bb) Isolarglasfall . . . . .	120
cc) Zahnersatzfall . . . . .	124
dd) Mitsubishifall . . . . .	124
d) Garantiewerbung als Auslobung nach § 657 BGB? . . . . .	126
e) Zwischenergebnis . . . . .	126
2. Beschaffenheitsvereinbarungen beim Fahrzeugkauf . . . . .	127
3. Konkludenter Auskunft- und Beratungsvertrag . . . . .	132
II. § 443 Abs. 1 Alt. 2 BGB als Auslegungsregel . . . . .	135
1. Anwendung der §§ 133, 157 BGB . . . . .	135
2. Gesetzliche Auslegungsregel . . . . .	136
III. Sachmängelhaftung für Werbeangaben . . . . .	137
IV. Zusammenfassung . . . . .	138
F. Haftung für Werbeaussagen als Unterfall der gesetzlichen Vertrauenshaftung? . . . . .	141
I. Vertrauensschutz als europarechtliche Vorgabe . . . . .	141
II. Garantiewerbehaftung als besonderer Anwendungsfall der <i>culpa in contrahendo</i> ? . . . . .	142
1. Unterschiede zwischen <i>culpa in contrahendo</i> und Garantiewerbehaftung . . . . .	143
a) Bloße Haftung auf das negative Interesse bei <i>culpa in contrahendo</i> . . . . .	143
b) <i>Culpa</i> -Haftung nur für rechtswidrige und schuldhaft Pflichtverletzungen . . . . .	145
c) Erfordernis der Kausalität zwischen Pflichtverletzung und Schaden im Rahmen der <i>culpa in contrahendo</i> . . . . .	148
2. Zwischenergebnis . . . . .	149
III. Garantiewerbehaftung als Informationshaftung nach § 311 Abs. 3 Satz 2 BGB? . . . . .	149

1. § 311 Abs. 3 Satz 2 BGB als Tatbestand der Informationshaftung	150
2. Unterscheidung zwischen Zwei- und Dreipersonenverhältnissen	151
3. Individualschutzrechtliche Prägung der Informationshaftung nach § 311 Abs. 3 Satz 2 BGB . . . . .	152
a) Erfordernis einer qualifizierten Vertrauenserwartung . . . . .	152
b) Inanspruchnahmewillen des Vertrauensnehmers . . . . .	154
c) Zusammenfassung . . . . .	155
4. Keine Eignung des § 311 Abs. 3 Satz 2 BGB als dogmatische Grundlage für § 443 Abs. 1 BGB . . . . .	155
IV. Werbehaftung als neuer Fall der gesetzlichen Vertrauenshaftung? . .	157
V. § 443 Abs. 1 BGB als gesetzliche Vertrauenshaftung in Anlehnung an die Prospekthaftung im engeren Sinne? . . . . .	160
1. Kennzeichen der bürgerlich-rechtlichen Prospekthaftung . . . . .	161
2. Bürgerlich-rechtliche Prospekthaftung als marktordnungsrechtliche Haftung . . . . .	163
3. Dogmatische Einordnung der bürgerlich-rechtlichen Prospekthaftung . . . . .	165
4. Ergebnis . . . . .	166
VI. Garantiewerbehauptung als Systemvertrauenshaftung? . . . . .	167
1. Persönliches Vertrauen und Systemvertrauen . . . . .	167
2. Systemvertrauen als haftungsrechtliche Kategorie? . . . . .	169
3. Mediatisierung des Marktschutzes im Wege des Individualschutzes . . . . .	173
VII. Zusammenfassung . . . . .	175
G. Keine deliktische Haftung . . . . .	177
H. § 443 Abs. 1 Alt. 1 BGB als gesetzliche Marktinformationshaftung . . . . .	179
I. Ein neuer Haftungsgrund . . . . .	179
II. Garantie als Information . . . . .	180
III. Allgemeine Merkmale einer bürgerlich-rechtlichen Marktinformationshaftung . . . . .	182
1. Anwendungsbereich: Märkte mit erheblichen Informationsasymmetrien . . . . .	183
2. Haftung für das Verbreiten <i>wesentlicher</i> Informationen . . . . .	183
3. Kein Erfordernis eines kausalen Schadens . . . . .	184
4. „Mehrspurigkeit“ im Bereich der Rechtsfolgen . . . . .	185
IV. Ergebnis . . . . .	188

I.	Anspruchsvoraussetzungen und Rechtsfolgen der gesetzlichen Garantiewerbhaftung . . . . .	189
I.	Haftung aufgrund isolierter Garantiewerbung . . . . .	189
1.	Entstehungstatbestand . . . . .	189
a)	Abschluss eines Kaufvertrags . . . . .	189
b)	Einschlägige Werbung . . . . .	190
c)	Verfügbarkeit der Werbung . . . . .	190
d)	Aktivlegitimation . . . . .	190
e)	Passivlegitimation . . . . .	191
f)	Analoge Anwendung der Ausschlussgründe nach § 434 Abs. 1 Satz 3 Hs. 2 BGB? . . . . .	192
aa)	Keine Kenntnis und kein Kennenmüssen seitens des Werbenden . . . . .	192
bb)	Gleichwertige Berichtigung . . . . .	192
cc)	Keine Eignung zur Beeinflussung der Kaufentscheidung . . . . .	193
g)	Keine rechtshemmenden Einwendungen des Werbenden: Vorrang der Privatautonomie . . . . .	195
aa)	Vorrang der Privatautonomie . . . . .	195
bb)	Untergehen des Anspruchs bei nachträglichem Zustandekommen einer vertraglichen Garantie? . . . . .	197
cc)	Anspruch nur gehemmt, nicht untergegangen . . . . .	198
dd)	Beweislast . . . . .	198
ee)	Zusammenfassung . . . . .	199
2.	Umfang der gesetzlichen Haftung bei isolierter Garantiewerbung . . . . .	199
a)	Wiederherstellung der Gebrauchsmöglichkeit . . . . .	199
b)	Ausschluss bei unsachgemäßer Handhabung . . . . .	201
c)	Kein Wahlrecht zwischen Reparatur und Ersatzlieferung . . . . .	203
d)	Anspruch auf <i>kostenlose</i> Mangelbeseitigung . . . . .	204
e)	Möglichkeiten der Einschränkung des Anspruchs durch den Werbenden . . . . .	205
f)	Kein verschuldensunabhängiger Anspruch auf Schadensersatz . . . . .	207
3.	Marktordnungsrechtliche Tendenzen bei der Auslegung von Garantieerklärungen in der Rechtsprechung des BGH . . . . .	209
4.	Marktordnungsrechtliche Tendenzen bei der Auslegung von Garantieerklärungen in der Literatur . . . . .	211
5.	Ergebnis . . . . .	214
II.	Haftung bei Widerspruch zwischen Garantiewerbung und Garantievertrag . . . . .	215

1. Voraussetzungen der Garantiewerberhaftung bei Widerspruch zwischen Garantiewerbung und -vertrag . . . . .	215
a) Zustandekommen eines Garantievertrages . . . . .	215
b) Vorliegen eines relevanten Widerspruchs . . . . .	216
aa) Inhaltliche Reichweite schlagwortartiger Werbeaussagen	217
bb) Parallelen zum AGB-Recht . . . . .	219
cc) Konkretisierung der Voraussetzungen einer wirtschaftlichen Entwertung der Garantiezusage . . . . .	220
dd) Verhaltensobliegenheiten . . . . .	221
ee) Zusammenfassung . . . . .	221
2. Haftungsfolgen bei Widerspruch zwischen Garantiewerbung und -vertrag . . . . .	222
3. Ergebnis . . . . .	224
J. Zusammenfassung in Thesen . . . . .	225
Literaturverzeichnis . . . . .	233
Register . . . . .	243