

Irrwege des Verbraucherschutzes: Wer trägt die Last?

Dr. Olaf Langner

1. Juli 2015



Gliederung

I.

Einleitung

II.

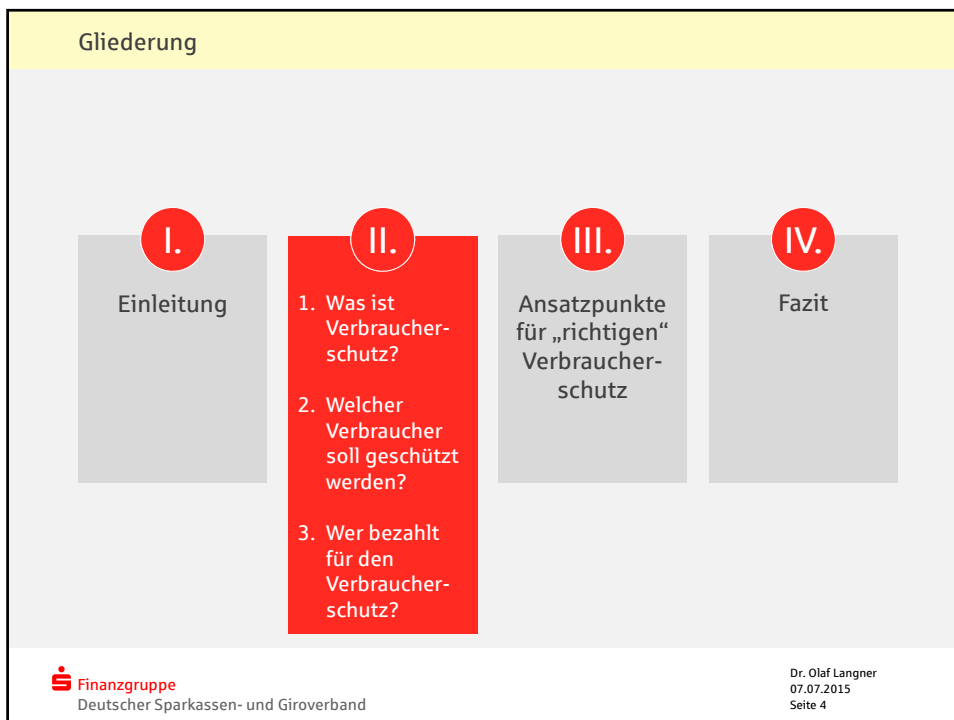
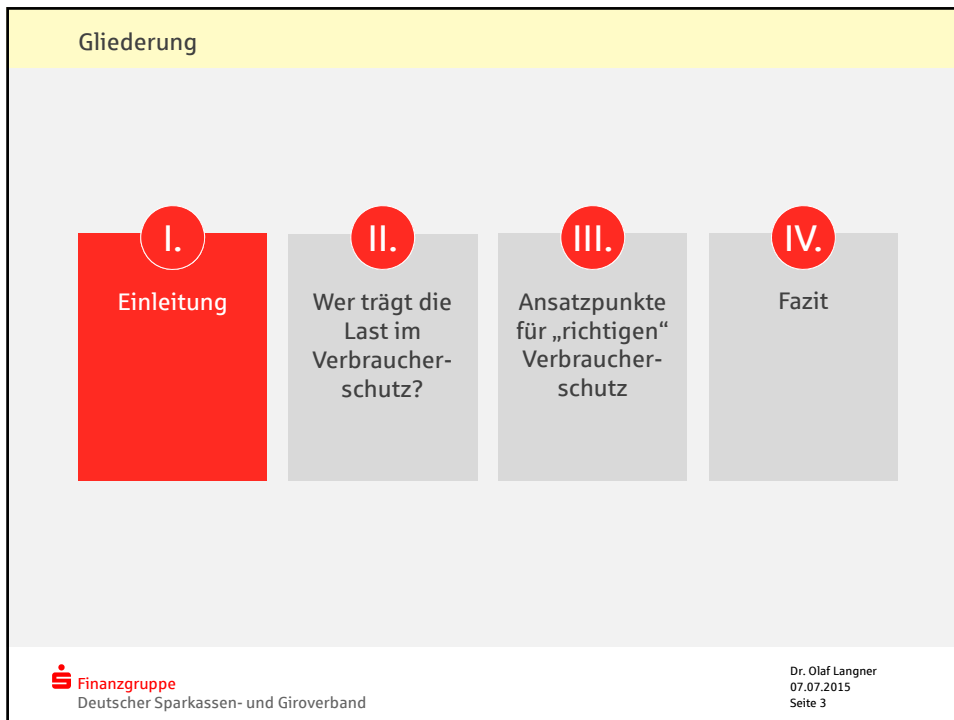
Wer trägt die
Last im
Verbraucher-
schutz?

III.

Ansatzpunkte
für „richtigen“
Verbraucher-
schutz

IV.

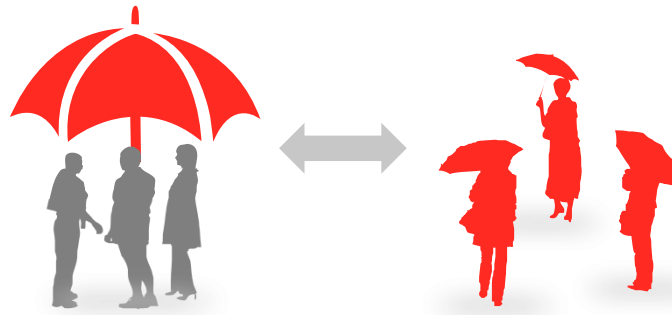
Fazit



1. Was ist Verbraucherschutz?

Verbraucherschutz

Verbraucherinteressen



1. Was ist Verbraucherschutz?



1. Was ist Verbraucherschutz?



Rechtslexikon von Horst Tilch

Schutz gegenüber einem wirtschaftlich und in der Beherrschung der Rechtstechnik überlegenen Anbieter von Waren und Dienstleistungen

1. Was ist Verbraucherschutz?



vzbv

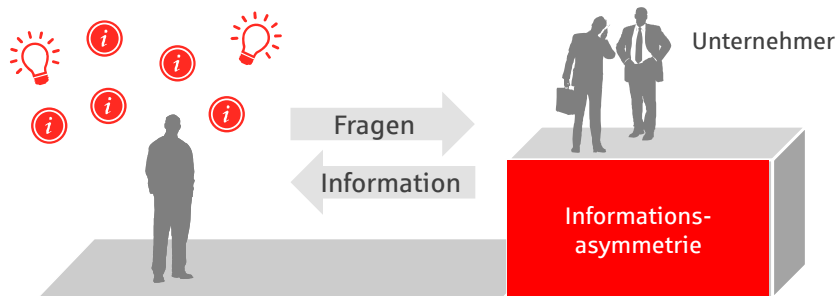
Nicht ganz klar, Ziele u.a.:

- Verbraucherinteressen wahrnehmen, Verbraucherschutz fördern.
- Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Übervorteilung durch Unternehmen.
- Förderung eines nachhaltigen Konsums.

2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?

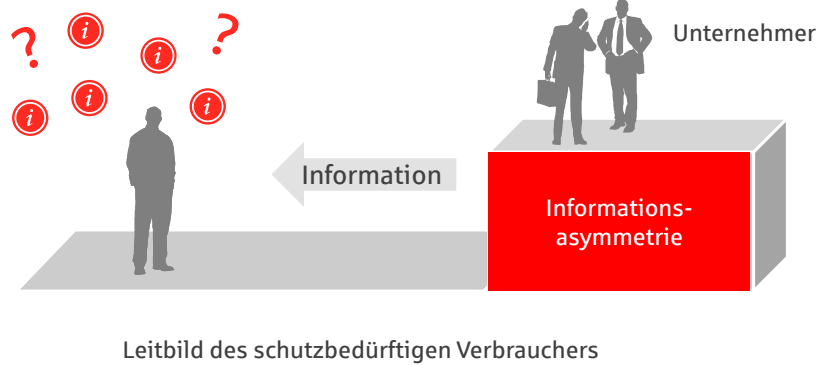


2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?

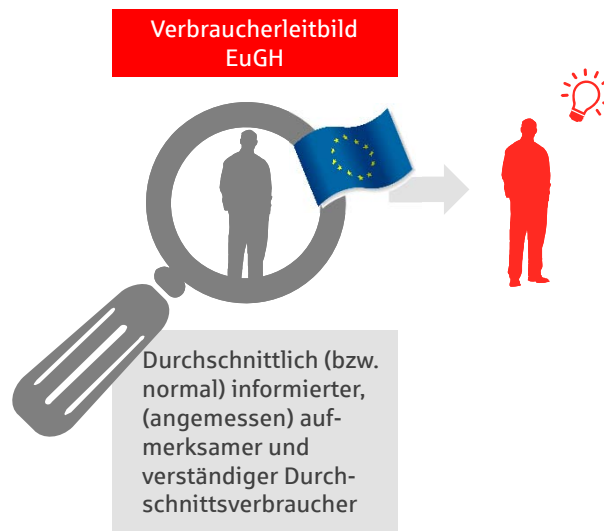


Leitbild des mündigen Verbrauchers

2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?



2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?



2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?

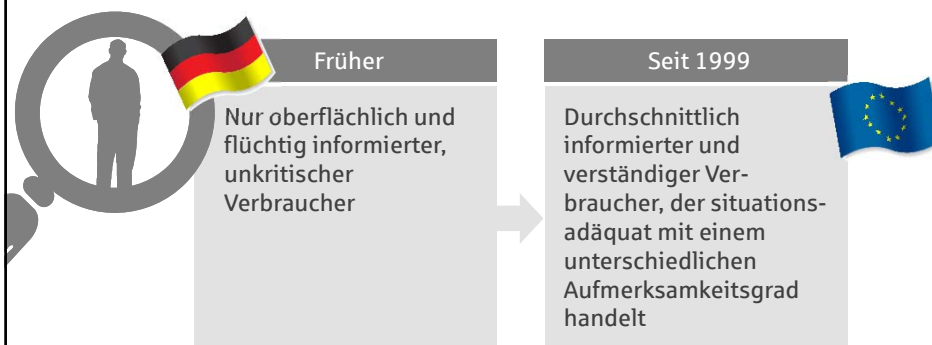
Verbraucherleitbild EU-Gesetzgebung



Durchschnittlich (bzw. normal) informierter, (angemessen) aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher

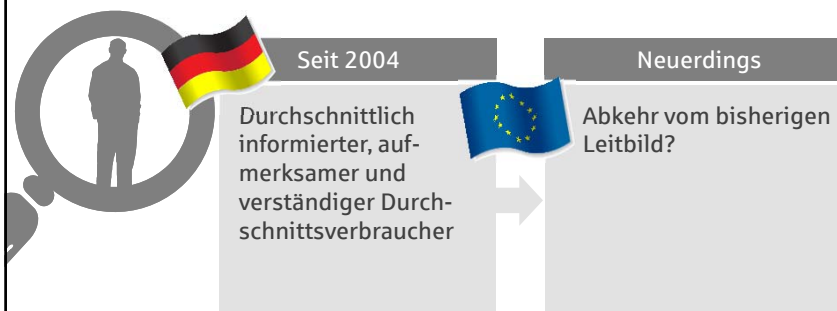
2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?

Verbraucherleitbild BGH



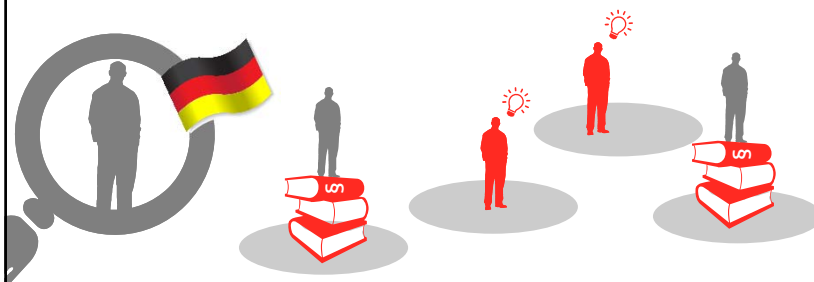
2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?

Verbraucherleitbild des deutschen Gesetzgebers



2. Welcher Verbraucher soll geschützt werden?

Verbraucherleitbild der Bundesregierung



3. Wer bezahlt für den Verbraucherschutz?



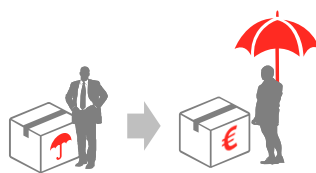
Wer trägt die Kosten?



Wird die Produkt- oder Vertriebsvielfalt zulasten anderer Verbraucher eingeschränkt?

3. Wer bezahlt für den Verbraucherschutz?

Ausgangsthesen



Belastungen gibt das Unternehmen weiter (oder senkt andere Kosten)



Es gibt informierte und weniger informierte Verbraucher.

3. Wer bezahlt für den Verbraucherschutz?

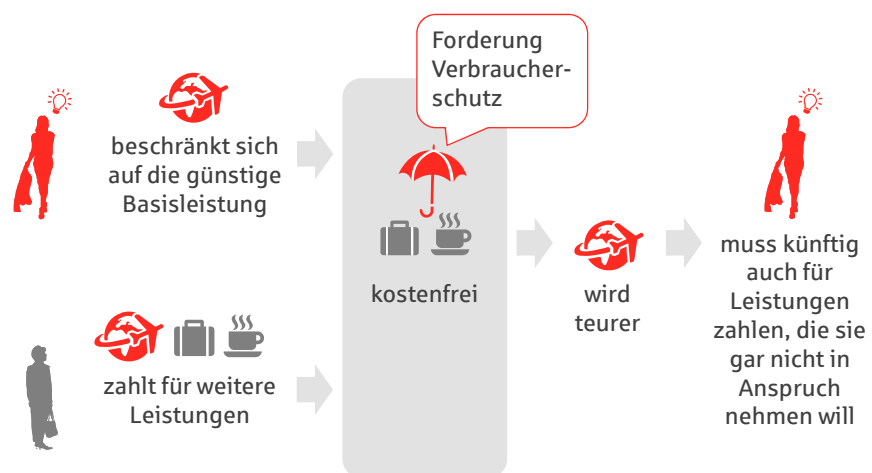
Zusammenwirken der Ausgangsthesen

Beispiel: Geschäftsmodell „Billigflieger“



3. Wer bezahlt für den Verbraucherschutz?

Zusammenwirken der Ausgangsthesen



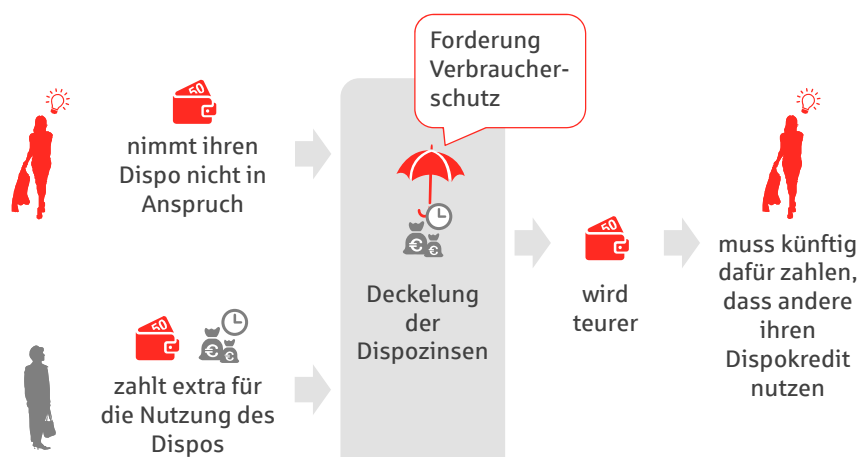
3. Wer bezahlt für den Verbraucherschutz?

Beispiel: Deckelung der Dispozinsen



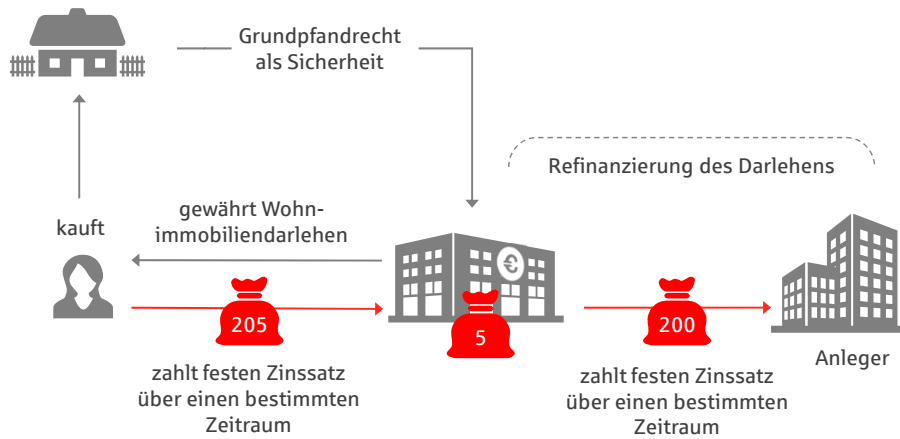
3. Wer bezahlt für den Verbraucherschutz?

Beispiel: Deckelung der Dispozinsen



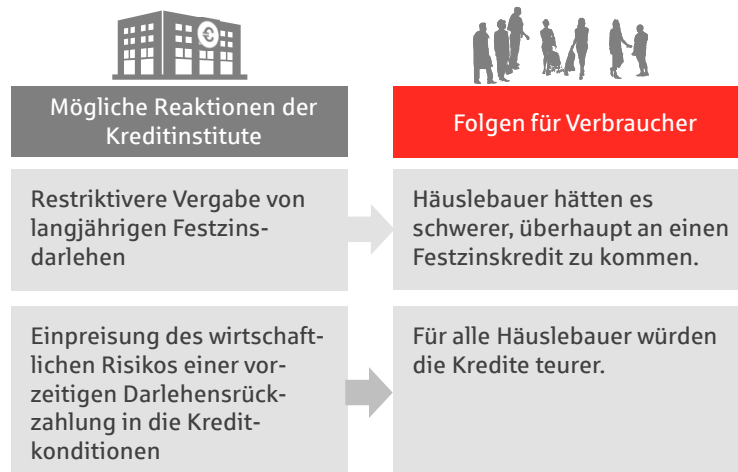
3. Wer zahlt für den Verbraucherschutz?

Beispiel: Deckelung der Vorfälligkeitsentschädigung



3. Wer zahlt für den Verbraucherschutz?

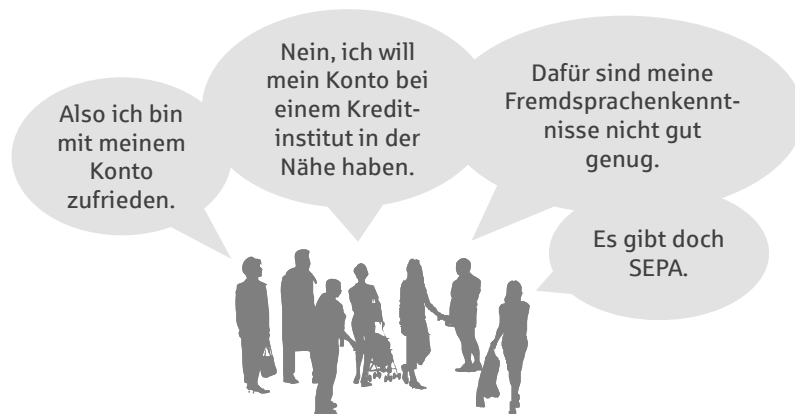
Beispiel: Deckelung der Vorfälligkeitsentschädigung



3. Wer zahlt für den Verbraucherschutz?

Beispiel: Grenzüberschreitende Kontowechsel in Europa

Hätten Sie gern ein Konto im europäischen Ausland?



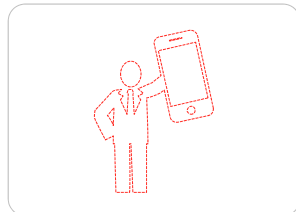
3. Wer zahlt für den Verbraucherschutz?

Beispiel: Telefonische Wertpapierberatung

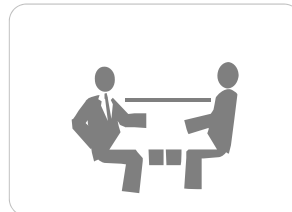


3. Wer zahlt für den Verbraucherschutz?

Beispiel: Telefonische Wertpapierberatung



Telefonische Beratung wird wegen des Rücktrittsrisikos nur noch sehr eingeschränkt angeboten.



Auch Verbraucher, die gern die telefonische Beratung in Anspruch genommen hätten, müssen nun bei Beratungsbedarf persönlich erscheinen.

Gliederung

I.

Einleitung

II.

Wer trägt die Last im Verbraucherschutz?

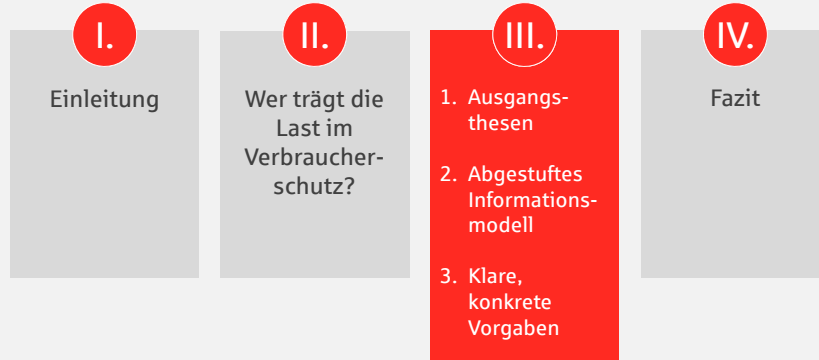
III.

Ansatzpunkte für „richtigen“ Verbraucherschutz

IV.

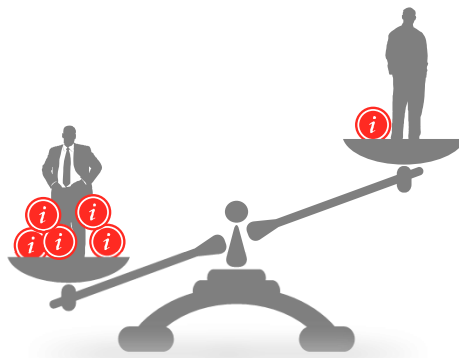
Fazit

Gliederung



Ansatzpunkte für „richtigen“ Verbraucherschutz

Ausgangspunkt: Informationsasymmetrien



Geschäftsbezogener Wissensvorsprung

1. Ausgangsthesen

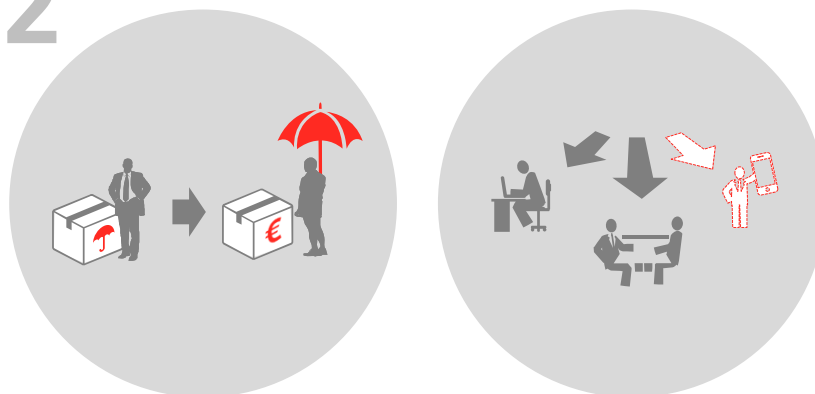
1



Verbraucherschutz dient dem Schutz **aller** Verbraucher,
nicht der Durchsetzung von Sonderinteressen einzelner Verbraucher.

1. Ausgangsthesen

2



Eingriffe in Preisgestaltung, Vertrieb oder Produkte sind i.d.R. nicht sinnvoll.

1. Ausgangsthesen

3



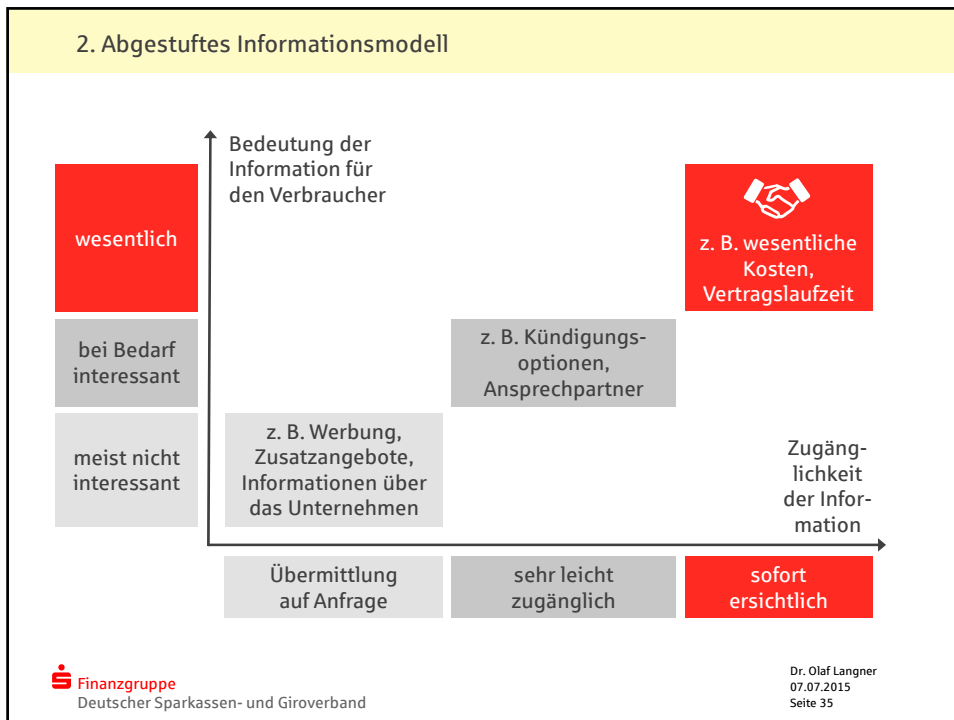
Unseriöse Anbieter werden über die allgemeinen Instrumente des Aufsichtsrechts, Zivilrechts und Strafrechts abgefangen.

1. Ausgangsthesen

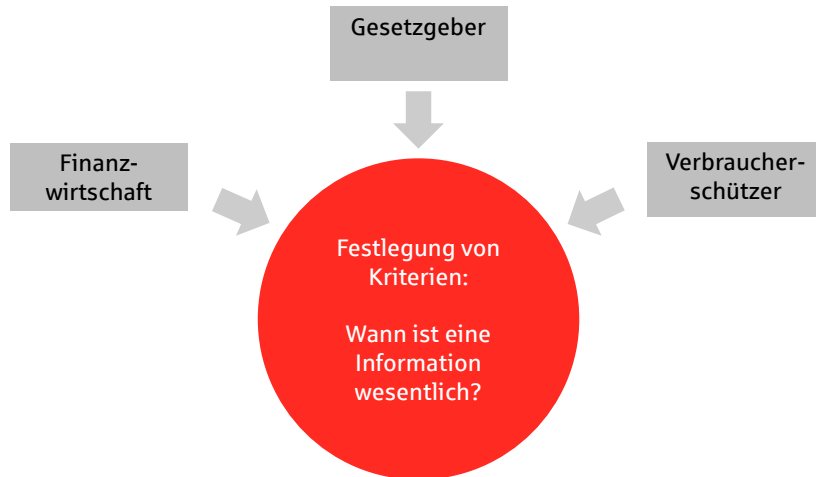
4



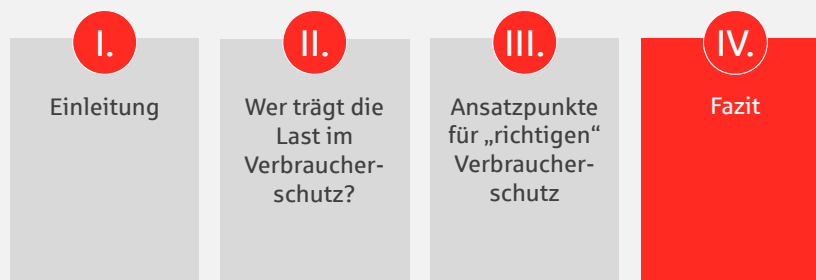
Viele Informationen helfen nicht viel.



3. Klare, konkrete Vorgaben



Gliederung



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Olaf Langner
E-Mail: Olaf.Langner@dsgv.de
Tel: 030 20 225 5340

