



Friederike Rademacher

Rechtsschutz zugunsten älterer Verbraucher am Beispiel unerlaubter Telefonwerbung



Nomos

Schriftenreihe des
Instituts für Europäisches
Wirtschafts- und Verbraucherrecht e.V.

herausgegeben von
Prof. Dr. Tobias Brönneke
Prof. Dr. Hans-W. Micklitz
Prof. Dr. Peter Rott
Prof. Dr. Andrea Wechsler

Band 44

Friederike Rademacher

Rechtsschutz zugunsten älterer Verbraucher am Beispiel unerlaubter Telefonwerbung



Nomos



Onlineversion
Nomos eLibrary

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Zugl.: Münster, Univ., Diss., 2020

ISBN 978-3-8487-6777-9 (Print)

ISBN 978-3-7489-0881-4 (ePDF)

D 6

1. Auflage 2020

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2020. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Vorwort

Die Arbeit wurde im Wintersemester 2019/2020 von der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster als Dissertation angenommen. Sie befindet sich auf dem Stand von Anfang Juni 2020.

Mein besonderer Dank gilt meiner Doktormutter, Professorin Dr. Frauke Wedemann, die die Arbeit angeregt und den Entstehungsprozess stets konstruktiv und freundlich begleitet hat. Professorin Dr. Bettina Heiderhoff danke ich herzlich für die rasche Erstellung des Zweitgutachtens sowie für die vielfältige Förderung während meiner Tätigkeit an ihrem Institut für Deutsches und Internationales Familienrecht. Etwa die Teilnahme am europäischen Doktorandenprogramm „PEPP“ hat diese Zeit sehr bereichert. Auch dem Lehrstuhlteam und -umfeld gilt mein herzlicher Dank für die außerordentlich schönen Jahre dort. Professor Dr. Hans-W. Micklitz, Professor Dr. Tobias Brönneke, Professor Dr. Peter Rott und Professorin Dr. Andrea Wechsler danke ich für die Aufnahme in die Schriftenreihe des Instituts für Europäisches Wirtschafts- und Verbraucherrecht, Professor Dr. Peter Rott darüber hinaus auch für hilfreiche Anmerkungen zum Manuskript.

Daneben bin ich zahlreichen Personen, die meine Arbeit durch Einblicke in die Praxis und wissenschaftlichen Austausch gefördert haben, sehr dankbar. Hervorheben möchte ich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Verbraucherzentralen, etwa Laura Leuders (Münster) sowie Oliver Müller (NRW), Richter am AG Bonn Dr. Kerscher, Dr. Andreas Ottofülling von der Wettbewerbszentrale München sowie Herrn Professor em. Dr. Karl-Heinz Fezer. Auch Marieke Klomp hat mir durch stetigen Austausch und ihre tatkräftige Unterstützung bis in letzter Minute sehr geholfen. Für das sorgfältige Korrekturlesen des Manuskripts danke ich meiner Mutter sowie Dr. Arnold Hemmert-Halswick. Wertvolle Anregungen hat auch Direktorin des AG Mettmann Barbara Gebauer beigetragen. Daniel Nickisch danke ich ebenfalls für wichtige Anmerkungen sowie für seine insgesamt unermüdliche Hilfsbereitschaft. Schließlich möchte ich meinen Eltern für die stetige Unterstützung und ihren Zuspruch danken, außerdem Max, für alles.

Münster, im Juni 2020

Friederike Rademacher

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	9
A. Einführung	21
I. Problemaufriss	21
II. Gang der Untersuchung	30
III. Untersuchungssituation: Unerlaubte Telefonwerbung	31
B. Besondere Schutzbedürftigkeit älterer Menschen	38
I. Untersuchungsgruppe: „Ältere Menschen“	38
II. Vergleichsmaßstab und -ausrichtung	39
III. Besondere Verletzlichkeit älterer Verbraucher bei unerlaubter Telefonwerbung	45
C. Bestandsaufnahme: Einschlägiges Recht und Rechtsverwirklichungsdefizite	63
I. Definitorischer Ausgangspunkt: Unerlaubte Telefonwerbung i.S.d. Wettbewerbsrechts, § 7 Abs. 2 Nr. 2 Var. 1 UWG	63
II. Schutz vor Belästigung	70
III. Schutz vor unerwünschten Verträgen	110
IV. Einbeziehung Dritter in die Rechtsverwirklichung – Potenziale und Grenzen	145
V. Rechtsmobilisierungs- und -durchsetzungsdefizite	152
VI. Zwischenergebnis: Materielle und formale Schutzlücken	170
D. Schutzoptimierung	173
I. Gestaltungskorridor für Rechtssetzung und -anwendung	173
II. Schutz vor Belästigung: Stärkung kollektivrechtlicher und behördlicher Instrumente	180
III. Schutz vor unerwünschten Verträgen: Insbesondere kein spezieller Äterenschutz	212

Inhaltsübersicht

IV. Individuelle Rechtsmobilisierung und -durchsetzung fördern	291
V. Schlussbetrachtung	332
E. Zusammenfassung	345
Literaturverzeichnis	349
Stichwortverzeichnis	377

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	21
I. Problemaufriss	21
II. Gang der Untersuchung	30
III. Untersuchungssituation: Unerlaubte Telefonwerbung	31
1. Referenzfall	32
2. Praktisches Vorkommen	33
a) Besondere Betroffenheit älterer Menschen	33
b) Typische Szenarien	36
B. Besondere Schutzbedürftigkeit älterer Menschen	38
I. Untersuchungsgruppe: „Ältere Menschen“	38
II. Vergleichsmaßstab und -ausrichtung	39
1. Volljährige Rechtsperson	40
2. Durchschnittsverbraucher	41
3. Wettbewerbs- und telekommunikationsrechtliche Implikationen	42
a) Verbot unerbetener Werbung gegenüber Verbrauchern	42
b) Alterssensible Regelungsbausteine	44
4. Zwischenergebnis	45
III. Besondere Verletzlichkeit älterer Verbraucher bei unerlaubter Telefonwerbung	45
1. Kontaktaufnahme	46
2. Gesprächssituation	48
a) Abnahme von Alltags- und insbesondere Sozialkompetenzen	48
b) Konstitutionelle Veränderungen	52
aa) Körperlich: Insbesondere erschwerte Informationsaufnahme	53
bb) Geistig: Insbesondere erschwerte Informationsverarbeitung	53
(1) Kognitive Beeinträchtigungen	54
(2) Alterstypische Erkrankungen	55

cc) Emotional: Insbesondere Verunsicherung und Scham	57
dd) Geschäftlich: Insbesondere geringere wirtschaftliche Fertigkeiten	58
3. Nachgang des Gesprächs: Mögliche Folgeszenarien	60
a) Reflexion und Verarbeitung der Gesprächssituation	60
b) Erneute Direktansprachen und postalische „Vertragsbestätigung“	60
4. Zwischenergebnis	61
C. Bestandsaufnahme: Einschlägiges Recht und Rechtsverwirklichungsdefizite	63
I. Definitorischer Ausgangspunkt: Unerlaubte Telefonwerbung i.S.d. Wettbewerbsrechts, § 7 Abs. 2 Nr. 2 Var. 1 UWG	63
1. Persönlicher Regelungsbereich: Verbrauchereigenschaft	64
2. Sachlicher Regelungsbereich	65
a) Telefonwerbung	65
b) Einwilligung	66
aa) Vorherig und ausdrücklich	66
bb) Wirksamkeit und Inhalt	67
3. Zwischenergebnis: Enges rechtliches Korsett für telefonisches Direktmarketing	69
II. Schutz vor Belästigung	70
1. Individualschutz	70
a) § 7 Abs. 2 Nr. 2 Var. 1 UWG kein Schutzgesetz i.S.v. § 823 Abs. 2 BGB	71
b) Verletzung eines sonstigen Rechts i.S.v. § 823 Abs. 1 BGB durch unerlaubte Telefonwerbung	71
c) Blick in die Praxis: Geringe Bedeutung deliktischen Individualschutzes	73
2. Kollektivschutz	74
a) Unterlassungsanspruch, § 8 Abs. 1 UWG	74
aa) Wirkweise, Voraussetzungen und Kreis der Aktivlegitimierten	75
bb) Durchsetzung – Prozessuales und praktischer Erfolg	77
cc) Rechtsverwirklichungshindernisse	79
b) Unterlassungsanspruch, § 2 UKlaG	80
c) Gewinnabschöpfung, § 10 UWG	83
aa) Grundzüge	83

bb) Praktischer Misserfolg	85
(1) Konzeptionelle Schwächen und Rechtsanwendungsschwierigkeiten	87
(2) Fehlender Durchsetzungsanreiz	89
d) Zwischenergebnis: Bedeutende Schutzsparte bei gleichzeitigen Durchsetzungsdefiziten	93
3. Behördlicher Schutz	94
a) Wettbewerbsrecht: Unerlaubte Telefonwerbung als Ordnungswidrigkeit, § 20 UWG	95
aa) § 20 Abs. 1 Nr. 1 UWG – Objektiver Tatbestand	95
bb) § 20 Abs. 1 Nr. 1 UWG – Subjektiver Tatbestand	96
cc) § 20 Abs. 2 UWG – Ahndung	97
dd) Praxis und Verfolgungsbarrieren	98
(1) Mangelnde Qualität der Verbraucherbeschwerden	99
(2) Rechtsanwendungs- und Ermittlungsschwierigkeiten	100
(3) Praxis der gerichtlichen Überprüfung – Bußgeldherabsetzung	101
b) Telekommunikationsrecht	102
aa) Rufnummerunterdrückung als Ordnungswidrigkeit, §§ 102 Abs. 2, 149 Abs. 1 Nr. 17e TKG	103
bb) Sonstige Sanktionen, § 67 Abs. 1 TKG	104
c) Allgemeines Ordnungswidrigkeitenrecht: § 130 OWiG	107
d) Zwischenergebnis: Gestiegene Schlagkraft behördlicher Rechtsverfolgung bei teilweise verbleibenden Durchsetzungsschwierigkeiten	108
4. Mittelbarer Schutz: Schadensersatz für Mitbewerber, § 9 UWG	108
5. Zwischenergebnis	109
III. Schutz vor unerwünschten Verträgen	110
1. (Un-)Wirksamkeit der Folgeverträge	111
a) Geschäftsunfähigkeit, §§ 104 Nr. 2, 105 BGB	111
aa) Materiell: Altersspezifische konstitutionelle Veränderungen als krankhafte Störung der Geistestätigkeit	112
(1) Störung der Geistestätigkeit	113
(2) Ausschluss der freien Willensbestimmung	114
bb) Zwischenergebnis: Materielle Schutzlücken	115

cc)	Keine Schließung der Schutzlücken durch „partielle“ oder „relative“ Geschäfts(un)fähigkeit	116
(1)	Kein erheblicher Schutzbeitrag durch Konstrukt partieller Geschäftsunfähigkeit	116
(2)	h.M.: Keine relative Geschäftsunfähigkeit	117
dd)	Formell: Rechtsverwirklichungshindernisse	118
b)	Einwilligungsvorbehalt bei rechtlicher Betreuung	119
aa)	Materielle Voraussetzungen	121
(1)	Betreuungsbedürftigkeit und Betreuungsbedarf	121
(2)	Anordnung eines Einwilligungsvorbehalts	122
(3)	Nichteingreifen der Ausnahme des § 1903 Abs. 3 S. 2 BGB	123
bb)	Verfahren	123
(1)	Voraussetzungen zur Bestellung eines Betreuers	123
(2)	Kosten	125
cc)	Zwischenergebnis: Rechtsverwirklichungshindernisse	126
c)	§ 7 Abs. 2 Nr. 2 Var. 1 UWG kein Verbotsgesetz i.S.v. § 134 BGB	128
d)	Sittenwidrigkeit, § 138 BGB	129
e)	Zwischenergebnis: Geringer Schutzbeitrag durch Unwirksamkeitstatbestände	132
2.	Vertragsloslösungsrechte	133
a)	Anfechtung, §§ 142 Abs. 1, 119 ff. BGB	133
aa)	Wegen Irrtums, § 119 Abs. 1 BGB	133
bb)	Wegen Täuschung oder Drohung, § 123 Abs. 1 BGB	134
cc)	Zwischenergebnis: Insbesondere formelle Schutzlücken	135
b)	Widerrufsrecht des Fernabsatzes §§ 312g Abs. 1 Var. 2, 312c, 355 BGB	135
aa)	Voraussetzungen	135
bb)	Rechtsverwirklichungshindernisse	137
(1)	Fehlende Rechtskenntnis und ineffektive Information	137
(a)	Gesetzliche Informationspflichten	137
(b)	Informationsdefizite	139
(2)	Weitere Barrieren, insbesondere Abwicklungsaufwand	140
c)	Kündigung von Dauerschuldverhältnissen	141
d)	Schadensersatz mit Rechtsfolge der Vertragsaufhebung	144

e) Zwischenergebnis: Schutzausfälle trotz Bestehens wertvoller Vertragsloslösungsrechte	145
IV. Einbeziehung Dritter in die Rechtsverwirklichung – Potenziale und Grenzen	145
1. Institutionalisierte Vertretungsverhältnisse	146
a) Zurückhaltende Inanspruchnahme professionellen Rechtsbeistands	146
b) Bevollmächtigung von Vertrauenspersonen	147
aa) Rechtliche Möglichkeiten	148
bb) Praktische Barrieren	149
c) Vertretung durch den rechtlichen Betreuer, §§ 1902, 1896 ff. BGB	150
2. Unterstützung und Beratung durch Verbraucherzentralen und -verbände	150
3. Weitere Unterstützungsmöglichkeiten	151
V. Rechtsmobilisierungs- und -durchsetzungsdefizite	152
1. Rechtsmobilisierung	154
a) Kognitiv: Fehlen von Rechtsbewusstsein, Rechtskenntnis und Anspruchswissen	154
b) Psychische Hemmnisse	158
aa) Vermutete Aussichtslosigkeit der Rechtsverfolgung	158
bb) Abschreckung durch Sprach- und Verständnisbarrieren	161
cc) Geringhalten kognitiver Dissonanz	161
2. Rechtsdurchsetzung	163
a) Sozial: Meidung von Kenntnis Dritter und Fehlen alltäglicher Austauschgelegenheiten	163
b) Organisatorisch: Begrenzte Konfliktroutine	165
c) Wirtschaftlich: Scheu vor Kosten – fehlende Lukrativität	167
VI. Zwischenergebnis: Materielle und formale Schutzlücken	170
D. Schutzoptimierung	173
I. Gestaltungskorridor für Rechtssetzung und -anwendung	173
1. EU- und verfassungsrechtliche Implikationen	175
2. Direktiven aus der Bestandsaufnahme	179

II. Schutz vor Belästigung: Stärkung kollektivrechtlicher und behördlicher Instrumente	180
1. Modifikationen beim Unzulässigkeitstatbestand	
§ 7 Abs. 2 Nr. 2 Var. 1 UWG	181
a) Kein Textformerfordernis nach § 126b BGB	182
b) Dokumentations- und Aufbewahrungspflicht für Werbende	184
c) Erwägung einer automatischen Befristung der Einwilligungserklärung	185
d) Zwischenergebnis: Schutzverstärkung durch Nachjustierung rund um die legalisierende Einwilligung	187
2. Ausbau kollektivrechtlichen Schutzes: Optimierung des Abschöpfungsanspruchs aus § 10 UWG	187
a) Tatbestand: Öffnung für (grobe) Fahrlässigkeit und Klarifizierung der Gewinnberechnung	189
b) Durchsetzung: Sachgerechte Finanzierungsstruktur schaffen	193
3. Stärkung behördlichen Schutzes: Insbesondere Effektivierung des Bußgeldtatbestands aus § 20 UWG	198
a) Effektivierung des Bußgeldtatbestands § 20 Abs. 1 Nr. 1 UWG	198
aa) Wenig Optimierungspotenzial bei Beschwerdeverfahren	199
bb) Abbau von Ermittlungsschwierigkeiten	200
cc) Bußgeldbemessung	202
dd) Gerichtspraxis	202
(1) Unzureichende justizielle Ressourcen	203
(2) Fehlende Entscheidungsbegründung und -veröffentlichung	204
b) Öffentlichkeitswirksamkeit der Bundesnetzagentur als Verbraucherschutzakteurin	206
c) Zwischenergebnis: Grundlagen für optimierte Arbeitsabläufe bei der Bundesnetzagentur schaffen	210
4. Zwischenergebnis	211

III. Schutz vor unerwünschten Verträgen: Insbesondere kein spezieller Äterenschutz	212
1. Unwirksamkeit der Folgeverträge	212
a) Modifikationen im Recht der Geschäftsfähigkeit?	213
aa) Relative Geschäfts(un)fähigkeit	213
(1) Anwendungsbereich im Untersuchungsszenario	214
(2) Details und Bewertung	215
(a) Vorzüge – insbesondere bessere „Feinabstimmung“	215
(b) Nachteile – insbesondere Unvereinbarkeit mit gesetzlichen Grundwertungen und Praxisuntauglichkeit	217
(3) Zwischenergebnis: Ablehnung des Konstrukts relativer Geschäfts(un)fähigkeit	220
bb) Beschränkte Geschäftsfähigkeit nach Vorbild des Minderjährigenrechts	221
(1) Begründungsansatz	222
(2) Bedenken	224
(a) Schwierige Typisierbarkeit	224
(b) Ablehnung kalendarischer Höchstaltersgrenzen	226
(c) Impraktikabilität und Gefahrenpotenzial „weicher“ Altersgrenzen	229
(d) Ablehnung von Anleihen im Minderjährigenschutz	232
cc) Zwischenergebnis: Ablehnung des Geschäftsfähigkeitsrechts als Ausgangspunkt für Schutzbaustein im Untersuchungsszenario	235
b) Keine Vollnichtigkeit der Folgeverträge – etwa aufgrund unlauterer Anbahnung	237
aa) § 7 Abs. 2 Nr. 2 Var. 1 UWG: Keine Einordnung als Verbotsgesetz i.S.v. § 134 BGB	237
bb) Kein systematischer Ausbau des Sittenwidrigkeitsverdikts nach § 138 BGB	241
cc) Zwischenergebnis: Systematische Bedenken und geringe Erfolgswahrscheinlichkeit	243
c) Sogenannte Bestätigungslösung – Bedingtheit der Vertragswirksamkeit	244
aa) Grundzüge und Potenzial	244

bb) Bisherige Regelungsvorhaben	246
cc) Gesetzentwurf des Bundesrates, BT-Drs. 19/2538	249
dd) Argumentationsansätze und Bewertung	250
(1) Erfolg der „Quasi-Bestätigungslösung“ für Gewinnspieldienstverträge, § 675 Abs. 3 BGB	251
(2) Konzeption	253
(3) Konstruktion	254
(4) Systematische Erwägungen	255
(5) Erleichterung des Rechtsverkehrs vs. Gefahr der Rechtsunsicherheit	257
(6) Praktikabilität und tatsächliche Erfolgchancen	258
ee) Zwischenergebnis: Ablehnung der Bestätigungslösung – unverhältnismäßige Belastung des Rechtsverkehrs bei fraglichen Erfolgsaussichten	261
d) Wartefristen – „cooling-off“ vor Vertragsschluss	262
aa) Beschränkung auf speziellen Altersschutz?	265
bb) Erfolgchancen ungewiss	267
e) Zwischenergebnis: Systematische, praktische und rechtspolitische Fallstricke	267
2. Vertragsloslösungsrechte	268
a) Modifikationen rund um das Widerrufsrecht nach §§ 312g Abs. 1 Var. 1, 312c BGB?	269
aa) Verbraucherschutz durch Information	269
bb) Informationsoptimierung anhand interdisziplinärer Impulse	271
(1) Notwendigkeit der Fokussierung auf situativ passgenaue Schlüsselinformationen	272
(a) Begrenztheit menschlicher Informationsaufnahmekapazität	272
(b) Selektive Informationsverarbeitung	274
(2) Folgerungen für gesetzliche Informationspflichten – zugespitzt auf den telefonischen Fernabsatz und ältere Rezipienten	274
(a) „Vorabinformation“ nach § 312d Abs. 1 S. 1 Var. 2 BGB – erleichterte Informationspflichten nach Art. 246a § 3 EGBGB	275

(b) Darüber hinausgehende Entschlackung der „Vertragsinformationen“ aus Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 1-16 EGBGB?	278
(3) Weiteres Optimierungspotenzial – visuelle und sprachliche Klarheit	279
(a) Begrüßenswerte Standardisierung durch Musterformulare – wenig Optimierungspotenzial	280
(b) Sensorische und sprachliche Ansatzpunkte	281
(4) Pflicht zum Hinweis auf seriöse Beratungsstelle	283
cc) Informationsoptimierung als Altersschutz?	284
dd) Zwischenergebnis: Alterssensible Informationsoptimierung altersunspezifisch implementieren	286
b) Neues Vertragsloslösungsrecht?	287
aa) Kein altersspezifisches oder allgemeines lauterkeitsrechtliches Vertragsloslösungsrecht	287
bb) Einführung eines Sonderkündigungsrechts für bestimmte telefonisch geschlossene Verträge?	289
3. Zwischenergebnis: Effektivierung bestehender statt Schaffung neuer Vertragsloslösungsrechte	290
IV. Individuelle Rechtsmobilisierung und -durchsetzung fördern	291
1. Alterssensible Verbraucherbildung	294
a) Potenzial für die Referenzfälle	294
b) Stellenwert alterssensibler Verbraucherbildung	295
c) Ansatzpunkte erfolgreicher Verbraucherbildung	296
aa) Themenspezifische Sachaufklärung zu unerlaubter Telefonwerbung – wenig Optimierungspotenzial	296
bb) Periphere Rechtsaspekte und Kompetenztrainings – eine Insellandschaft	298
d) Schwachstellen: Regionale Schwankungen und Defizite bei der Zugänglichkeit	300
e) Optimierungsansätze	301
aa) Inhalt – Alterssensibilität und „Hilfe zur Selbsthilfe“	301
bb) Alterssensible Informationsvermittlung	302
cc) Organisation	303
f) Zwischenergebnis	304

2. Institutionalisierte Unterstützung bei der Rechtsverwirklichung	304
a) Keine umfassende gesetzliche Beistandschaft naher Angehöriger	305
b) Institutionalisierung von „Verantwortungsgemeinschaften“	307
c) Niedrigschwelliges Unterstützungsnetzwerk	310
aa) Implikationen aus der Bestandsaufnahme zum Betreuungsrecht und der gegenwärtigen Betreuungsrechtspraxis	311
bb) Anknüpfung an bestehende Unterstützungsstrukturen: Verbraucherzentralen, Bürgerzentren, Seniorenbüros, Altenhilfe, Intergenerationelle Begegnungsstätten	314
(1) Gesetzlich normierte Unterstützung: Altenhilfe gemäß § 71 SGB XII	315
(2) Unterstützungsangebote vor Ort: Seniorenbüros, Nachbarschafts- und Bürgerzentren	317
(a) Seniorenbüros	317
(b) Weitere Begegnungs- und Beratungsorte	318
cc) Optimierungspotenzial, Zielvorstellung und Gestaltungsimpulse	320
(1) Defizite	321
(2) Zielvorstellung	321
(3) Gestaltungsimpulse	322
(a) Zurückhaltung bei altersspezifischer Ansprache und Beförderung positiver Altersbilder	323
(b) Zielführende Kommunikationswege nutzen	325
(c) Vernetzung und Koordination bei Zentraler Stelle – „Betreuungsagentur“	327
d) Zwischenergebnis	331
3. Zwischenergebnis: Erhöhung von Rechtsverwirklichungschancen durch barrierearme Unterstützungsstrukturen	331
V. Schlussbetrachtung	332
1. Fazit	333

2. Ausblick	334
a) EU-Gesetzgebung	334
aa) „ePrivacy-Verordnung“ – etwaiger Art. 16-E zu unerbetener Kommunikation	335
bb) „New Deal for Consumers“ – insbesondere die ausstehende Richtlinie zur erweiterten Verbandsklage	335
(1) Richtlinienvorschlag über Verbandsklagen zum Schutz der Kollektivinteressen der Verbraucher und zur Aufhebung der Richtlinie 2009/22/EG	336
(2) Bewertung	338
b) Nationale Gesetzgebung	339
aa) Umsetzung der Omnibus-Richtlinie (EU 2019/2161)	339
(1) Für die Referenzszenarien der Telefonwerbung relevante Inhalte	340
(2) Bewertung der Richtlinienvorgaben	340
bb) Weitere Vorhaben	342
c) Gesetzliche Normierung einer größeren Alterssensibilität?	343
E. Zusammenfassung	345
Literaturverzeichnis	349
Stichwortverzeichnis	377

