

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	XIII
<b>§ 1 Einleitung</b> .....	1
A Überblick .....	1
B Ziel der Arbeit .....	5
C Gang der Untersuchung .....	6
D Aktualität .....	8
E Stand der Forschung .....	11
<b>§ 2 Rechtsnatur der Einwilligung</b> .....	15
A Überblick .....	17
B Überblick über den Meinungsstreit .....	19
C Einwilligung als Zustimmung im Sinne von § 183 BGB .....	21
D Geschäftsähnliche Handlung .....	23
I „Vorschaubilder“-Rechtsprechung .....	25
1 Anwendbarkeit der § 182 ff. BGB .....	29
2 „Untereinwilligung“ .....	31
II Anwendbarkeit der „Vorschaubilder“-Kriterien .....	32
III Stellungnahme .....	34
E Einwilligung als Rechtsgeschäft .....	36
I Begriff des Rechtsgeschäfts .....	36
1 Einseitiges Rechtsgeschäft .....	37
2 Mehrseitiges Rechtsgeschäft .....	37
II Selbstbestimmung und Selbstverantwortung .....	38

F	Verfügungsgeschäft .....	39
G	Die Einwilligung als Realakt .....	41
H	Stellungnahme .....	42
<b>S 3</b>	<b>Rechtsgrundlagen .....</b>	<b>47</b>
A	Nationale Rechtsgrundlagen .....	47
	I UWG .....	47
	1 Aktueller Stand .....	47
	2 Historischer Ausblick .....	49
	II Zivilrecht .....	51
	III Datenschutzrecht .....	53
	IV Verfassungsrecht .....	55
	1 Das Recht auf Privatsphäre und Menschenwürde .....	56
	2 Unternehmerische Freiheit .....	56
	3 Interessenabwägung .....	57
B	Europarechtliche Grundlagen .....	57
	I Vorrang des Unionsrechts .....	57
	II Das primäre Unionsrecht .....	58
	III Das sekundäre Unionsrecht .....	59
	1 Richtlinie 2005/29 EG .....	60
	2 Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung 2006/114 EG .....	61
	3 Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31 EG .....	62
	4 Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58 EG (ePrivacy-RL) .....	62
	5 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) .....	63
	6 Entwurf der ePrivacy-Verordnung .....	65
C	Internationaler Ausblick .....	68
	I Österreich .....	68
	II Schweiz .....	69
	III Fürstentum Liechtenstein .....	70

<b>§ 4 Relevante Begriffe</b> .....	73
A Voraussetzungen eines Direktmarketings .....	73
I Individueller und persönlicher Kontakt .....	74
1 Insbesondere Telefonmarketing .....	75
2 Weiter Werbebegriff .....	75
II Formen des Direktmarketings .....	76
1 Telefon-Marketing .....	76
1.1 Begriff .....	76
1.2 Bedeutung des Telefonmarketings .....	76
1.3 Cold Calling und Warm Calling .....	78
2 Telefax-Marketing, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG .....	79
2.1 Begriff .....	79
2.2 Bedeutung des Faxmarketings .....	79
3 Direktmarketing anhand elektronischer Post, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG .....	80
3.1 Elektronische Post .....	80
3.2 Kundenzufriedenheitsanfrage .....	81
3.3 Check-Mail .....	83
3.4 Einwilligung .....	84
B Adressaten des Direktmarketings .....	86
I Verbraucher .....	86
II Sonstiger Marktteilnehmer .....	86
<b>§ 5 Voraussetzungen der Einwilligung</b> .....	89
A Der Einwilligungsbegriff .....	89
B Wettbewerbsrechtliche Einwilligung .....	90
C Die Willensbekundung .....	93
I Ausdrückliche Einwilligung .....	95
1 Form der Einwilligung .....	98
2 Formulärmäßige Erklärung in AGB .....	101
2.1 Qualifikation als AGB .....	103
2.2 Inhaltskontrolle .....	104
2.3 Erkaufen der Einwilligung .....	106

2.4 Koppelung mit einer anderen Erklärung .....	109
2.5 Dritteinwilligung als überraschende Klausel .....	110
2.6 Zusammenfassung zur Zulässigkeit der AGB-Klauseln .....	111
II Konkludente Erklärung .....	111
1 Definition .....	112
2 Reicht konkludente Einwilligung trotzdem aus? .....	113
D Freiwilligkeit .....	120
E Informiertheit .....	122
F Bestimmtheit .....	123
G Unmissverständlichkeit .....	124
H Unterscheidbarkeit von anderen Sachverhalten .....	125
I Payback-Entscheidung des BGH .....	126
II Datenschutzrechtliche Auslegung .....	128
III Stellungnahme .....	129
I Mutmaßliche Einwilligung .....	131
I Nur sonstige Marktteilnehmer .....	132
II Briefkastenwerbung und Verbraucher .....	134
III Sachliches Interesse .....	136
1 Geschäftsbeziehung .....	137
2 Äußerung eines Interesses .....	138
3 Branchenüblichkeit .....	139
4 Anlass eines unternehmerischen Hilfsgeschäftes .....	140
IV E-Mail-Werbung und Verbraucher .....	141
<b>§ 6 Interessenabwägung .....</b>	<b>145</b>
A Abwägung der Grundrechte .....	147
B Rechtsprechung der Instanzgerichte .....	149
I Abwägung E-Mail versus Telefon .....	153
1 UWG-Regelung .....	153
2 Rechtsprechung der Instanzgerichte .....	155
II Belästigungsintensität .....	159

C	Stellungnahme .....	160
<b>§ 7</b>	<b>Einwilligungsfähigkeit .....</b>	<b>169</b>
A	Diskussionsstand .....	171
B	Einsichtsfähigkeit .....	173
I	Altersgrenzen .....	174
II	Individuelle Feststellung .....	176
C	Vorschriften über Geschäftsfähigkeit .....	178
D	Stellungnahme .....	183
<b>§ 8</b>	<b>Reichweite der Einwilligung .....</b>	<b>187</b>
A	Inhaltliche Reichweite .....	187
B	Wirkung für andere Werbende .....	189
C	Wirkung für andere Umworbene .....	191
D	Geltungsdauer und Widerruf .....	193
I	Zeitliche Begrenzung .....	193
II	Widerruf der Einwilligung .....	195
1	Einseitige Einwilligung .....	196
2	Schuldvertragliche Einwilligung .....	198
2.1	Abgrenzung zum Widerspruchsrecht .....	200
2.2	Widerrufempfänger .....	200
<b>§ 9</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>203</b>
A	Thesen .....	203
B	Datenschutz und Direktmarketing .....	205
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>207</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>217</b>