Vorwort

Das Recht des Direktmarketing, also was in diesem Bereich des Werberechts erlaubt oder verboten ist, wird in sehr weitem Maße durch das geltende Wettbewerbsrecht vorgegeben.

Am 8. Juli 2004 ist das novellierte Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) nach langen Detaildiskussionen – insbesondere auch zu Telefonwerbung und Gewinnabschöpfungsanspruch – in Kraft getreten. Der Gesetzgeber war angetreten, quasi als Leitmuster für Europa, eine „grundlegende Modernisierung" herbeizuführen – erklärte Schlagworte waren „Liberalisierung" und „Stärkung des Verbraucherschutzes".

Ob dieser Wurf gelungen ist, muss zumindest teilweise bezweifelt werden. Im Bereich Telefonwerbung wurde mit der Festschreibung der bisherigen Rechtslage und dem bewussten Zurückbleiben hinter der liberaleren Regelung anderer Staaten nunmehr eine Erstarrung des flexiblen wettbewerbsrechtlichen Anspruchssystems herbeigeführt, die einer weiteren Liberalisierung eher im Wege stehen dürfte.

Gleichwohl ist anzuerkennen, dass mit der Methode, die bisherige Rechtsprechung an vielen Stellen in den Gesetzestext aufzunehmen, für Unternehmen und andere Rechtsanwender mehr Klarheit und Transparenz erzielt wurde.

Es bleibt zu erwarten, dass der Faktor Europa auch künftig eine wichtige Triebfeder bei der Weiterentwicklung des deutschen Wettbewerbsrechts darstellen wird. War bereits die Abschaffung von Rabattgesetz und Zugabeverordnung der E-Commerce-Richtlinie, also europäischen Einflüssen, zu verdanken, so wird dies künftig noch verstärkt gelten. Und damit wird das Recht des Direktmarketing tendenziell eher weniger denn mehr Hemmschuh für Unternehmen in Deutschland sein.

Das vorliegende Buch bietet einen Überblick über den aktuellen Stand des Rechtes der Werbung unter dem speziellen Blickwinkel des Direktmarketing.

Es verfolgt dabei einen zweifachen Ansatz. Zum einen will es dem nichtjuristischen Laien eine erste Orientierung über die rechtlichen Klippen bieten, zum anderen dem Juristen erste Hinweise für eine weitergehende Vertiefung rechtlicher Probleme.

Wiesbaden, im Januar 2005

HANS JÜRGEN SCHÄFER
Leiter Recht
Deutscher Direktmarketing Verband e.V. (DDV)