

---

## Inhalt

### Einleitung

<b>I. Grundlagen des Internet · Ursprung</b> .....	17
<b>II. Technischer Hintergrund</b> .....	18
<b>III. Organisation des Internet</b> .....	21
<b>IV. Die Dienste des Internet und deren Bedeutung</b> .....	22
<b>V. Kommerzialisierung des Internet und betriebswirtschaftliche Auswirkungen</b> .....	24
<b>VI. Perspektiven</b> .....	26

---

## Kapitel 1

### Providerverträge zwischen Access/Content-Providern und ihren Nutzern

---

<b>I. Einleitung</b> .....	28
<b>II. Verträge des Anwenders mit Access-Providern</b> .....	29
1. Rechtsnatur des Vertrages .....	29
2. Vertragsgestaltungen von Access-Providerverträgen .....	31
a) Vergütung .....	31
b) Gewährleistung .....	33
<b>III. Verträge zwischen Content-Providern und Anwendern</b> .....	34
1. Rechtsnatur der Verträge des Anwenders mit Content-Providern ..	34
2. Vertragsgestaltung von Online-Informationsdiensten mit ihren Anwendern .....	36
3. Internet-Shopping .....	39
4. Allgemeine Geschäftsbedingungen im Internet .....	39
5. Anwendbares Recht .....	40
<b>IV. Homepageerstellungvertrag</b> .....	42
1. Rechtsnatur des Vertrages .....	42
2. Vertragsinhalte .....	42
a) Urheberrechtlich geschützte Werke .....	42

b) Verletzung des Urheberrechts durch Einspeisung in eine Website? .....	43
c) Gegendarstellungsanspruch gegen Internet-Homepage .....	44
<b>V. Standesrecht und Werbung im Internet .....</b>	<b>46</b>
1. Informationsumfang .....	47
2. Aufnahme in Suchverzeichnisse .....	48
3. Virtuelle Kanzlei .....	49
4. Kostenlose Beratung und Teilnahme an Diskussionsforen .....	50
<b>VI. Domain-Names .....</b>	<b>50</b>
1. Einleitung .....	50
2. Unterlassungsansprüche gegen die Nutzung einer Firmenbezeichnung/Namens als Domain .....	53
a) Schutz des Namens gegen die Benutzung als Domain-Name ..	54
b) Schutz der Marke gegen Benutzung als Domain-Namen durch ein Konkurrenzunternehmen .....	55
c) Schutz der bekannten Marke gegen die Benutzung als Domain-Namen .....	56
d) Schutz gegen sog. „Domain-Händler“ .....	56
e) Grenzüberschreitende Markenkollision .....	57
3. Unterlassungsansprüche des Inhabers einer Domain gegen deren Nutzung .....	58
a) Schutz einer Domain als Marke nach § 3 MarkenG .....	58
b) Schutz der Domain als Unternehmenskennzeichen .....	58
c) Schutzansprüche des Geschädigten .....	59

---

## Kapitel 2

### Geschäftsverkehr über das Internet (Electronic Commerce)

---

<b>I. Vertragsabschluß per Internet .....</b>	<b>62</b>
1. Der Vertragsschluß, Angebot und Annahme .....	62
2. Die Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen .....	65
3. Die Anfechtbarkeit von Erklärungen im Internet .....	66
<b>II. Die Anwendung von Verbraucherschutzgesetzen bei der Nutzung des Internets .....</b>	<b>67</b>
1. Anwendung des Verbraucherkreditgesetzes .....	67

2. Anwendung des Haustürwiderrufsgesetzes .....	68
3. Inhalt der EU-Fernabsatzrichtlinie vom 20. Mai 1997 .....	68
<b>III. Zahlungsverkehr im Internet .....</b>	<b>70</b>
1. Arten des Zahlungsverkehrs .....	70
a) Kreditkartenorientierte Systeme .....	71
b) Elektronisches Geld .....	73
2. Die Regelungen zum Zahlungsverkehr der Fernabsatzrichtlinie ...	73
<b>IV. Internationale Aspekte des Internetrechtes .....</b>	<b>73</b>
1. Frage der freien Rechtswahl .....	73
a) Einschränkungen der Rechtswahl gem. Art. 27 und Art. 34 EGBGB .....	74
b) Verbraucherverträge, Art. 29 EGBGB .....	74
c) Rechtsfolge bei Fehlen einer Rechtswahlklausel .....	75
2. UN-Übereinkommen über Verträge über den internationalen Warenkauf vom 11. April 1980 (CISG) .....	76
3. Fragen der gerichtlichen Zuständigkeit im Zusammenhang mit dem Internet .....	77
a) Das Brüsseler Übereinkommen über die gerichtliche Zuständig- keit und die Vollstreckung gerichtlicher Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen .....	77
b) Regelungen der Zivilprozeßordnung .....	78
c) Exkurs: Die prozessuale Rechtslage in den USA .....	79
<b>V. Werberechtliche Probleme im Internet .....</b>	<b>80</b>
1. Anwendbarkeit des deutschen Wettbewerbsrechts .....	80
2. Mögliche wettbewerbsrechtliche Probleme im Internet .....	82
<b>VI. Datenschutz und Datensicherheit im Internet .....</b>	<b>85</b>
1. Das BDSG und das Internet .....	85
2. Einwilligung .....	85
3. Eigene Geschäftszwecke .....	86
4. Die europäische Datenschutz-Richtlinie 95/46/EG .....	86

---

## Kapitel 3

### Spezielle Rechtsfragen

---

<b>I. Digitale Signatur</b>	90
1. Wie funktioniert die digitale Signatur?	90
2. Das deutsche Signaturgesetz	91
3. Europäische Richtlinie für elektronische Signaturen	91
a) Ziele der Richtlinie	92
b) Vergleich mit dem Signaturgesetz	92
aa) Definition der elektronischen Signatur	92
bb) Genehmigungspflicht von Zertifizierungsstellen	92
cc) Diskriminierungsverbot	93
dd) Rechtsgültigkeit der elektronischen Signatur	93
ee) Haftung des Zertifizierers	93
ff) Gleichstellung ausländischer Signaturen	94
gg) Datenschutz	94
hh) Umsetzung	94
 <b>II. Rundfunk online</b>	95
1. Rechtliche Entwicklung	95
2. Rechtliche Regelung einzelner Angebotsformen	96
a) Klassisches Fernsehen	96
b) Pay-TV	96
c) Digitales TV	96
d) Teledienste	97
e) Mediendienste	97
3. Abgrenzung zum Rundfunk	98
4. Anwendung des TKG	99
a) Kabelrangfolge	99
b) Lizenzierung und Frequenzerteilung	100
5. Rechtliche Zulässigkeit von Online-Aktivitäten öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten	101
a) Zulässigkeit der Online-Aktivitäten	101
b) Rundfunkgebühren für Personalcomputer	103

<b>III. Persönlichkeitsrecht</b>	105
1. Allgemeines Persönlichkeitsrecht	105
a) Der Schutz von Darstellungen der eigenen Person	106
b) Der Schutz der Geheim-, Intim- und der Privatsphäre	107
c) Schutz vor der Unterschlebung nichtgetaner Äußerungen	108
d) Schutz der persönlichen Ehre	108
2. Das Recht am eigenen Bild	108
a) Voraussetzungen des Bildnisschutzes	109
aa) Begriff des Bildnisses	109
bb) Erkennbarkeit	109
cc) Herstellungsart	110
dd) Tathandlung	110
b) Einwilligung	111
c) Ausnahmetatbestände	111
3. Das Recht am eigenen Wort	112
4. Gegendarstellungsanspruch	112
a) Verbreitung von Presstexten über Online und Internet	112
b) Online-Datenbanken	113
<b>IV. Belästigung durch Werbung im Internet</b>	113
1. Unterlassungsansprüche	114
a) Ansprüche nach dem UWG	114
b) Ansprüche nach dem BGB	115
c) Verstoß gegen „Netiquette“	115
d) Streitstand zur E-Mail-Werbung	115
2. Durchsetzung der Ansprüche	116
3. Vergleich mit den USA	117
<b>V. Urheberrechtsschutz im Internet</b>	117
1. Gegenstand des Urheberrechtsschutzes	117
2. Schutzobjekte im Internet	117
a) Die Webseite als Schutzobjekt	118
b) Teile einer Webseite als Schutzobjekt	118
c) Linklisten als Schutzobjekt	119
d) E-Mails, Beiträge in Mailinglisten und Newsgroups	119
3. Die Rechte des Urhebers	120
a) Urhebervermerke	120

b) Die Verwertungsrechte des Urhebers .....	120
aa) Das Vervielfältigungsrecht .....	121
bb) Das Verbreitungsrecht .....	122
cc) Öffentliche Wiedergabe .....	123
3. Urheberrechtsrelevante Einzelfälle im Internetbereich .....	124
<b>VI. Rechtsfragen bei der Verwendung von Hyperlinks .....</b>	<b>125</b>
1. Urheberrecht .....	125
2. Wettbewerbsrecht .....	126
3. Persönlichkeitsrecht .....	126
4. Recht am eigenen Bild .....	126
5. Strafrecht .....	127
<b>VII. Verantwortlichkeit im Internet nach Teledienstegesetz und Mediendienstestaatsvertrag .....</b>	<b>127</b>
1. Teledienste, Mediendienste und Rundfunk .....	128
2. Verantwortlichkeit nach Teledienstegesetz und Mediendienste- staatsvertrag .....	129
a) Dogmatische Einordnung der „Verantwortlichkeit“ .....	130
b) Begriff des (Dienste-)Anbieters .....	131
c) Die Verbreitung von „Inhalten“ im Internet .....	131
d) Eigene und fremde Inhalte .....	132
e) Kenntnis des fremden Inhaltes und Zumutbarkeit einer Nutzungsverhinderung .....	133
f) Der Bereich der bloßen Zugangsvermittlung .....	135
g) Unterlassungs-/Sperrungsverpflichtung nach § 5 Abs. 4 TDG ..	135
<b>VIII. Jugendschutz und freiwillige Selbstkontrolle .....</b>	<b>136</b>
1. Jugendschutz .....	137
2. Staatliche Kontrolle .....	139
3. Selbstkontrolle .....	140
<b>IX. Strafrechtliche Fragen .....</b>	<b>142</b>
1. Straftatbestände im Internet .....	142
2. Beihilfe .....	143
3. Internationalität .....	143

---

## Kapitel 4

### Umsatzsteuer

---

<b>I. Zugang zum Internet</b>	146
1. Fallbeispiel	146
a) Grundfall: Provider stellt Internet-Zugang aus den USA zur Verfügung	146
b) Abwandlung: Provider aus Frankreich stellt den Internet-Zugang zur Verfügung	146
2. Umsatzsteuerliche Würdigung	147
a) Grundfall: Internetzugang aus dem Drittland	147
aa) Umsatzsteuerliche Einordnung der Verschaffung des Zugangs zum Internet	147
bb) Bestimmung des Leistungsortes	147
aaa) Darstellung der umsatzsteuerlichen Vorschriften und deren Entwicklung	147
bbb) Verschaffung des Internet-Zugangs für Unternehmer	148
ccc) Verschaffung des Internet-Zugangs für Nichtunternehmer	148
cc) Anbieten einer Navigationshilfe	149
dd) Ergebnis des Grundfalls	149
b) Abwandlung: Leistungserbringer aus dem übrigen Gemeinschaftsgebiet	150
aa) Verschaffung des Internet-Zugangs für Unternehmer	150
bb) Verschaffung des Internet-Zugangs für Nichtunternehmer	150
c) Zusammenfassung	150
 <b>II. Abrufen von Informationen</b>	 151
1. Fallbeispiel	151
a) Grundfall: Provider bietet zusätzlich Online-Dienste an	151
b) Abwandlung: Inanspruchnahme der Online-Dienste durch inländische User	151
2. Umsatzsteuerliche Würdigung	151
a) Grundfall: Angebot von Online-Diensten	152
aa) Abgrenzung der Teledienste von den Telekommunikationsdienstleistungen	152
bb) Bestimmung des Leistungsortes	153

aaa) Allgemeine Darstellung der umsatzsteuerlichen Vorschriften .....	153
bbb) Leistungen an deutsche Unternehmer .....	153
ccc) Leistungen an deutsche Nichtunternehmer .....	154
cc) Allgemeine Beurteilung der Einzelfragen .....	154
aaa) Zahlung gesonderter Entgelte für Internet-Zugang und Online-Dienste .....	154
bbb) Zahlung eines Gesamtentgelts .....	154
dd) Mögliche Behandlung des Netzzugangs als unselbständige Nebenleistung und Erbringung reiner Teledienste .....	155
aaa) Unselbständige Nebenleistungen .....	155
● Grundsatz .....	155
● Leistung an private User .....	155
● Leistung an Unternehmer .....	155
bbb) Erbringung reiner Teledienste .....	156
b) Abwandlung: Inanspruchnahme der Online-Dienste durch inländische User .....	157
aa) Der Unternehmer Horch aus Köln nutzt die Online-Dienste .....	157
bb) Der Privatmann Schick aus Düsseldorf nutzt die Online-Dienste .....	158
<b>III. Einrichtung von Homepages .....</b>	<b>158</b>
1. Fallbeispiel .....	158
2. Umsatzsteuerliche Würdigung .....	159
a) Erstellung der Homepage durch die Zeppelin Online Corp. ...	159
b) Erstellung der Homepage durch den Sohn des Unternehmers Horch .....	159
<b>IV. Einkäufe via Internet .....</b>	<b>160</b>
1. Fallbeispiel .....	160
2. Umsatzsteuerliche Würdigung .....	160
a) Vorbemerkungen .....	160
b) Waren und Dienstleistungen außerhalb des Spektrums digitalisierter Leistungen .....	161
c) Allgemeines zum Einkauf von Software .....	161
aa) Begriffsabgrenzung: Trivial-, Standard- und Individualsoftware .....	162
bb) Umsatzsteuerliche Einordnung als „Lieferung“ oder „sonstige Leistung“ .....	162



aaa) Auffassung der Finanzverwaltung .....	163
bbb) Auffassungen in der Literatur .....	164
ccc) Bedeutung der BFH-Rechtsprechung zum ermäßigten Steuersatz für die Einordnung von Software als „Lieferung“ oder „sonstige Leistung“ .....	164
d) Falllösung: Downloading von Software .....	165

<b>V. Exkurs: Anwendung des ermäßigten Umsatzsteuersatzes auf den Erwerb von Computerprogrammen? .....</b>	<b>166</b>
--	------------

---

## Kapitel 5

### Ertragsteuer

---

<b>I. Darstellung der ertragsteuerlichen Behandlung von Ein- künften, die aus Geschäften über das Internet resultieren ...</b>	<b>170</b>
1. Grundsätzliche Ausführungen und Abgrenzungen .....	170
2. Einkünfte aus Gewerbebetrieb gem. § 49 Abs. 1 Nr. 2 EStG .....	172
3. Einkünfte aus Vermietung und Verpachtung gem. § 49 Abs. 1 Nr. 6 oder 9 EStG .....	174
4. Ergänzungen in Abkommensfällen .....	174
a) Einkünfte aus Gewerbebetrieb gem. § 49 Abs. 1 Nr. 2 EStG: ..	175
<b>II. Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten .....</b>	<b>176</b>
1. Grundfälle von Gestaltungen .....	176
2. Vertrieb aus dem Ausland ins Inland (Outbound-Fälle) .....	176
a) Erlangung des niedrigeren ausländischen Steuerniveaus .....	177
b) Sicherstellung der Vermeidung der Doppelbesteuerung .....	180
3. Vertrieb aus dem Ausland ins Inland (Inbound-Fälle) .....	180
4. Ausgewählte Sonderprobleme .....	182
5. Persönliche Einschätzung der Hauptprobleme .....	184
<b>III. Abschließende Beurteilung der ertragsteuerlichen Aspekte .</b>	<b>184</b>
<b>Die Autoren .....</b>	<b>185</b>
<b>Glossar .....</b>	<b>187</b>
<b>Stichworte .....</b>	<b>189</b>