

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis — XV

Zusammenfassung — XIX

Abstract — XX

Öz — XXI

Einleitung in das Thema — 1

- I. Vermittlung als Ausgangspunkt: Datenverfügbarkeit, -abhängigkeit und -personalisierung — 1
- II. Herangehensweise der Dissertation — 5
- III. Erster Überblick über die verglichenen Rechtssysteme: Deutschland und die Türkei — 7
- IV. Fragestellungen der Dissertation — 9

1. Kapitel

Problemstellung: Potenzial und Gefahren des Phänomens Big Data — 11

- A. Konzeptualisierung der Grundbegriffe und -phänomene — 11
 - I. Big Data und algorithmische Analyse — 12
 - II. Internet der Dinge und Künstliche Intelligenz — 14
 - III. Vermittlung der modernen Verbraucher durch Digitale Plattformen — 16
 - 1) Arten digitaler Plattformen — 17
 - 2) Sharing Economy — 20
 - 3) Vermittelte Verbraucher — 21
 - IV. Behavioral Targeting und Direktmarketing durch Personalisierung — 22
 - V. Die vertragsrechtliche Relevanz der Big-Data-Analyse — 24
- B. Die Schattenseite algorithmischer Personalisierung — 25
 - I. Preisdiskriminierung — 28
 - II. Privacy-Verletzung — 32
 - III. Weitere, auch überlappende Praktiken algorithmischer Diskriminierung — 33
 - 1) Geoblocking — 33
 - 2) Suchdiskriminierung / Preissteuerung — 34
 - 3) Mangel an Transparenz / Mischformen — 36
 - IV. Ausblick: Vernetzte Diskriminierung als Einzelfall — 39
- C. Das neue Missbrauchspotenzial der modernen Unternehmen — 40
 - I. Einführung in die Möglichkeit der Manipulation — 40
 - II. Faktoren, Potenzierung und Gewicht des neuen Risikos — 43
 - 1) Treibende Faktoren und mögliche Rechtfertigung? — 43
 - a) Die Stärke / Präzision der Algorithmen — 43

b) Vertrauensfaktor — 44
c) Einverständnis zur Datenverarbeitung — 46
2) Praktische Grenzen der Prüfung und Eingrenzung der Praktiken — 48
a) Stetig steigendes Volumen der Datenverarbeitung — 48
b) Nachweisschwierigkeiten — 50
3) Eingriffe in Entscheidungsfreiheit und Schutzbedürftigkeit — 51
a) Die Filterblase rund um den Konsumenten — 51
b) Anreize zur Willenserklärung — 52
c) Verhältnis mit B2B Vertragsabschlüssen — 53
d) Verhältnis mit Schutzbedürftigen — 54
III. Synopse des unternehmerischen Missbrauchspotentials qua Analysepower — 55

2. Kapitel

Vertragsrechtliche Prüfung der Preisdiskriminierung — 59

A. Der Gesamtrahmen und Kategorisierung — 59
I. Preisdiskriminierung – eine Einleitung — 59
II. Kategorisierung von Preisdiskriminierungsarten — 59
B. Denkbare Normgrundlagen in beiden Ländern — 63
I. Vertragsrechtlich relevante Vorschriften für Preisdiskriminierung — 63
II. Die Lage in Deutschland — 65
III. Die Lage in der Türkei — 66
C. Vergleichende Analyse und Einzelvergleich — 67
I. Die datenschutzrechtliche Begrenzung der Preisdiskriminierung — 69
II. Die Praxisproblematik — 70
1) Wucher als Sonderform der Sittenwidrigkeit i.S.v. § 138 Abs. 2 BGB und § 28 Abs. 1 TBK — 71
2) Anfechtbarkeit i.S.v. § 123 Abs. 1 BGB und § 36 TBK — 75
3) Culpa in contrahendo i.S.v. § 311 Abs. 2 BGB und § 2 TMK — 82
4) Weitere Anspruchsgrundlagen — 89
a) Verbraucherrechtliche Widerrufsmöglichkeiten nach BGB und TKHK — 90
b) Lauterkeits- und Wettbewerbsrecht — 94
c) Schadenersatzanspruch nach Art. 82 DSGVO — 96
III. Verschiedene Praktiken algorithmischer Preisdiskriminierung — 97
1) Uber-Version: Batteriezustand — 97
2) Staples- und Home Depot-Version: Geopricing — 107
3) Orbitz-Version: Betriebssystem — 115
D. Zusammenfassung Preisdiskriminierung — 120

3. Kapitel**Vertragsrechtliche Prüfung der Privacy-Verletzung — 122**

- A. Der Gesamtrahmen der Privacy-Verletzung — 122
- B. Denkbare Normgrundlagen in beiden Ländern — 126
 - I. Relevante Vorschriften und Erstvergleich der Rechtsordnungen — 126
 - II. Die Lage in Deutschland — 127
 - III. Die Lage in der Türkei — 129
- C. Vergleichende Analyse und Einzelvergleich — 129
 - I. Im Allgemeinen — 129
 - II. Die Praxisproblematik — 131
 - 1) Verbotswidrigkeit i.S.v. § 134 BGB und § 27 TBK — 131
 - 2) Sittenwidrigkeit i.S.v. § 138 Abs. 1 BGB und § 27 Alt. 2 TBK — 136
 - 3) Anfechtbarkeit i.S.v. § 123 Abs. 1 BGB und § 36 TBK — 138
 - 4) Culpa in contrahendo i.S.v. § 311 Abs. 2 BGB und § 2 TMK — 142
 - 5) Weitere Anspruchsgrundlagen — 146
 - a) Lauterkeitsrecht und Neuregelungen — 146
 - b) Schadenersatzanspruch nach Art. 82 DSGVO — 147
 - III. Praxisorientierte Forschung der Privacy-Verletzung — 148
 - 1) Vertrag zwischen Unternehmen: Erwerb personenbezogener Daten zu Werbezwecken — 148
 - 2) Einzelverträge infolge personalisierter Werbung — 150
 - a) PHD-Version: Personalisierung des Werbezeitpunktes — 150
 - b) Meta-Version: Bestimmung der Zielgruppe — 152
- D. Zusammenfassung Privacy-Verletzung — 157

4. Kapitel**Vertragsrechtliche Prüfung weiterer Praktiken algorithmischer Diskriminierung — 159**

- A. Gesamtrahmen und Kategorisierung — 159
 - I. Geoblocking — 161
 - II. Suchdiskriminierung / Preissteuerung — 165
 - III. Andersartige Probleme (Transparenz und Mischformen) — 169
- B. Denkbare Normgrundlagen in beiden Ländern — 172
 - I. Relevante Vorschriften — 172
 - II. Die Lage in Deutschland — 174
 - III. Die Lage in der Türkei — 175
- C. Vergleichende Analyse und Einzelvergleich — 176
 - I. Im Allgemeinen — 176
 - II. Die Praxisproblematik — 177
 - 1) Sonderfall: Kontrahierungzwang versus Geoblocking? — 177

XII — Inhaltsverzeichnis

2) Culpa in contrahendo i.S.v. § 311 Abs. 2 BGB und § 2 TMK — 181
3) AGB-Prüfung nach §§ 305ff. BGB und §§ 20ff. TBK — 184
4) Weitere Anspruchsgrundlagen — 188
a) Geoblocking-Verordnung — 188
b) Transparenzkontrolle nach der DSGVO und dem KVKK — 190
III. Praxisorientierte Forschung weiterer Diskriminierungsfälle — 194
1) Decolar-Version: Geoblocking — 194
2) Mikians-Hannak-Version: Suchdiskriminierung / Preissteuerung — 198
3) Google-Version: Transparenz — 199
D. Zusammenfassung weiterer Diskriminierungspraktiken — 202

5. Kapitel

Kombinierbarkeit und Kumulationsfolgen algorithmischer Praktiken — 204

A. Kombinierbarkeit als Rechtswidrigkeitsmöglichkeit:
Vernetzungsproblematik — 204
I. Kombinierte Diskriminierung als Tatbestandsmerkmal — 205
II. Kombinierte Diskriminierung als eigene Rechtswidrigkeit — 208
B. Rechtsfolgen der Kombinierung algorithmischer Diskriminierungen — 208
I. Weitere Inhaltskontrolle aus BGB und TBK / TMK — 209
1) AGB-Kontrolle — 210
2) Inhaltskontrolle nach § 242 BGB und § 2 TMK — 212
II. Weitere Anspruchsgrundlagen — 213
1) Unlauterkeit nach §§ 3ff. UWG und §§ 54ff. TTK — 213
2) Schadensersatzanspruch nach Art. 82 DSGVO — 223
3) DMA / DSA und ETK / ETY — 225
C. Zusammenfassung Vernetzungsproblematik — 229

6. Kapitel

Schlussbemerkungen und Fazit — 231

A. Zusammenfassung der Ergebnisse für Deutschland — 232
B. Zusammenfassung der Ergebnisse für die Türkei — 234
C. Konzentration auf die bisherigen Unterschiede beider Rechtsordnungen — 237
D. Rechtsüberlegungen und Vorschläge — 244
I. Weitgehende Aufklärungsmöglichkeiten — 245
II. Opt-out-Lösung — 249
III. Algorithmenkontrolle — 250
IV. Zusammenfassung Rechtsüberlegungen — 251
V. Fazit in Thesen — 253

Literaturverzeichnis — 255

Monografien – Beiträge – Kommentare — 255

Weitere Ressourcen zu Definitionen / Statistiken — 264

Abbildungsverzeichnis — 266