

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT DER HERAUSGEBER	V
VORWORT DER AUTORIN	IX
INHALTSVERZEICHNIS	XI
TEIL 1 EINLEITUNG	1
1 Relevanz des Online-Versandhandels	3
2 Zielsetzung der Arbeit	6
3 Online-Versanddienste	9
3.1 Verbrauchsgüterkauf	10
3.1.1 Bewegliche Sachen und Waren	11
3.1.2 Kaufvertrag	13
3.1.3 Verbraucher	14
3.1.4 Unternehmer	17
3.2 Fernabsatz und elektronischer Geschäftsverkehr	18
4 Methodik und Struktur der Arbeit	23
TEIL 2 RECHTLICHE ANFORDERUNGEN AN ONLINE-VERSANDDIENSTE	25
Kapitel 1 Risiken bei der Nutzung von Online-Versanddiensten	25
1 Risiken für Verbraucher	27
2 Risiken für Betroffene	34
2.1 Recht auf informationelle Selbstbestimmung	35
2.2 Risiken für die informationelle Selbstbestimmung	37
2.3 Risiken durch den Umgang mit Zahlungsdaten	43
3 Risiken der Nutzung	46
Kapitel 2 Verbraucherschutzrechtliche Anforderungen	46
1 Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie	47
2 Allgemeine Geschäftsbedingungen	51
2.1 Anwendungsbereich der AGB-Kontrolle	53
2.2 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen	54
2.3 Inhaltskontrolle Allgemeiner Geschäftsbedingungen	58
2.4 Anforderungen an Allgemeine Geschäftsbedingungen	60

3	Fernabsatzverträge und entgeltliche Verbraucherverträge	61
3.1	Zahlungsbeschränkungen	62
3.2	Informationspflichten im Fernabsatz.....	63
3.2.1	Pflichtangaben im Fernabsatz.....	63
3.2.2	Formale Gestaltung der Information im Fernabsatz	65
3.2.2.1	Vorvertragliche Information.....	66
3.2.2.2	Nachvertragliche Information	67
3.3	Widerrufsrecht	69
3.3.1	Pflichtangaben zum Widerrufsrecht.....	69
3.3.2	Ausnahmen vom Widerrufsrecht	73
3.3.3	Formale Gestaltung der Information zum Widerrufsrecht	75
3.4	Anforderungen an Fernabsatz- und entgeltliche Verbraucherverträge	76
4	Elektronischer Geschäftsverkehr	76
4.1	Allgemeine Informationspflicht im elektronischen Geschäftsverkehr	77
4.1.1	Allgemeine Pflichtangaben im elektronischen Geschäftsverkehr	77
4.1.2	Formale Gestaltung der Information im elektronischen Geschäftsverkehr	79
4.2	Technische Bereitstellungspflichten.....	80
4.3	Besondere Informationspflicht im elektronischen Geschäftsverkehr	82
4.4	Button-Lösung.....	86
4.4.1	Beschriftung der Schaltfläche	87
4.4.2	Formale Gestaltung der Schaltfläche	89
4.5	Anforderungen an den elektronischen Geschäftsverkehr.....	90
5	Preisangaben	91
5.1	Pflicht zur Preisangabe	92
5.2	Formale Gestaltung der Preisangaben	95
5.3	Anforderungen an Preisangaben	98
6	Anbieterkennzeichnung	98
6.1	Pflichtangaben der Anbieterkennzeichnung.....	100
6.2	Formale Gestaltung der Anbieterkennzeichnung	102

6.3	Anforderungen an die Anbieterkennzeichnung	104
7	Kommerzielle Kommunikation.....	104
7.1	Informationspflichten bei kommerzieller Kommunikation.....	105
7.2	Voraussetzungen einer zumutbaren Belästigung	108
7.3	Anforderungen an kommerzielle Kommunikation	110
8	Anforderungen aus dem Verbraucherschutzrecht	111
Kapitel 3	Datenschutzrechtliche Anforderungen	111
1	Anwendungsbereich des Datenschutzrechts.....	112
1.1	Personenbezogene Daten	113
1.2	Personenbezogene Daten bei Online-Versanddiensten	116
1.3	Anonyme und pseudonyme Daten	117
2	Anwendungsbereich einzelner datenschutzrechtlicher Normen.....	120
3	Datenschutzrechtliche Grundsätze	126
3.1	Verantwortliche Stelle.....	126
3.2	Erlaubnis für den Umgang mit Daten.....	128
3.2.1	Erlaubnisnorm	128
3.2.1.1	Umgang mit Bestandsdaten	129
3.2.1.2	Umgang mit Nutzungsdaten.....	130
3.2.1.3	Umgang mit Inhaltsdaten	132
3.2.2	Einwilligung.....	136
3.3	Zweckbindung.....	141
3.4	Erforderlichkeit.....	142
3.5	Datensparsamkeit und -vermeidung	143
3.6	Transparenzgebot.....	145
3.6.1	Unterrichtungspflicht	147
3.6.1.1	Pflichtangaben einer datenschutzrechtlichen Unterrichtung	147
3.6.1.2	Formale Gestaltung der datenschutzrechtlichen Unterrichtung	150
3.6.2	Benachrichtigungspflicht	153
3.6.3	Anzeige bei Weitervermittlung zu anderen Diensteanbietern	154
3.7	Datenschutz durch Technik.....	155

3.7.1	Technisch-organisatorische Schutzziele.....	156
3.7.2	Technisch-organisatorische Schutzmaßnahmen.....	158
3.8	Weitergabe von personenbezogenen Daten.....	161
3.8.1	Weitergabe im Rahmen einer Auftragsdatenverarbeitung	161
3.8.2	Weitergabe durch Übermittlung.....	164
3.9	Betroffenenrechte.....	169
3.9.1	Auskunftspflicht.....	169
3.9.2	Recht auf Berichtigung, Löschung, Sperrung und Widerspruch.....	171
4	Einzelne datenschutzrechtliche Probleme in der Praxis.....	172
4.1	Cookies.....	172
4.1.1	Technik und Funktion	173
4.1.2	Personenbezug von Cookies.....	175
4.1.3	Zulässiger Umgang mit personenbezogenen Cookie- Daten	180
4.1.4	Unterrichtungspflichten und Widerspruch.....	184
4.2	Browser-Fingerprinting	185
4.3	Social-Plug-ins.....	186
4.4	Bonitätsprüfung und Scoring.....	189
4.4.1	Zulässiger Umgang	191
4.4.2	Entscheidung aufgrund eines Score-Wertes	193
5	Anforderungen aus dem Datenschutzrecht	195
6	Ausblick auf die Datenschutz-Grundverordnung	195
Kapitel 4	Grenzen der Anwendbarkeit deutschen Rechts.....	197
1	Internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte.....	199
1.1	Verbraucherschutzrecht.....	199
1.2	Datenschutzrecht	203
2	Internationales Privatrecht.....	205
2.1	Verbraucherschutzrecht.....	205
2.1.1	Außereuropäisches Ausland	206
2.1.1.1	Vertragliche Schuldverhältnisse.....	206
2.1.1.2	Außervertragliche Schuldverhältnisse	214
2.1.2	Europäisches Ausland	216

2.2	Datenschutzrecht.....	219
2.2.1	Verantwortliche Stellen mit Sitz im Europäischen Wirtschaftsraum	220
2.2.2	Verantwortliche Stellen mit Sitz in einem Drittstaat	224
3	Anwendbares Recht bei internationalen Sachverhalten	224
Kapitel 5	Anforderungen des Verbraucher- und Datenschutzrechts	226
TEIL 3	AUTOMATISIERTE EINSCHÄTZUNG DER VERTRAUENSWÜRDIGKEIT	229
Kapitel 1	Vertrauenswürdigkeit von Online-Versanddiensten.....	229
1	Vertrauen.....	230
2	Vertrauen bei Online-Versanddiensten	234
3	Objektive Vertrauenswürdigkeit	238
4	Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit	242
4.1	Analyse der formalen Gestaltung.....	242
4.2	Analyse von Inhalten.....	244
4.2.1	Empirisches Vorgehen.....	248
4.2.2	Text- und Mustererkennung	252
4.3	Analyse von Online-Prüfsiegeln	252
5	Technische Umsetzung in einem Browser-Add-on.....	258
5.1	Funktion eines Browser-Add-ons	258
5.2	Nicht-kooperativer Ansatz	259
5.2.1	Beispiele für kooperative Ansätze	260
5.2.1.1	Verbraucherschutz durch Mitentscheidung bei Online-Verträgen	260
5.2.1.2	Standardisierte Datenschutzerklärungen in P3P	261
5.2.2	Vorteile eines nicht-kooperativen Ansatzes.....	267
Kapitel 2	Automatisierte Analyse der formalen Gestaltung.....	268
1	Formale Gestaltung eines Links.....	269
1.1	Merkmale von Links	269
1.2	Link zur Anbieterkennzeichnung	270
1.3	Link zu vorvertraglichen Pflichtinformationen.....	272
1.4	Link zu den Versandkosten	273
1.5	Link zu den Zahlungsmitteln	274

1.6	Link zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen.....	275
1.7	Link zur datenschutzrechtlichen Unterrichtung.....	276
1.8	Link zur datenschutzrechtlichen Einwilligung.....	277
1.9	Umfang einer Auswertung der formalen Gestaltung von Links	278
2	Formale Gestaltung eines Textes.....	278
2.1	Merkmale formaler Textgestaltung.....	278
2.2	Anbieterkennzeichnung	279
2.3	Preisangaben	280
2.4	Vorvertragliche Pflichtinformationen.....	282
2.5	Zusatzzahlungen und Zahlungsmittel	285
2.6	Allgemeine Geschäftsbedingungen	286
2.7	Datenschutzerklärung.....	288
2.8	Datenschutzrechtliche Einwilligung.....	289
2.9	Umfang einer Auswertung der formalen Gestaltung von Texten	292
3	Formale Gestaltung des Bezahl-Buttons	292
3.1	Beschriftung eines Bezahl-Buttons.....	293
3.2	Weitergehende Nutzerunterstützung	297
3.3	Umfang einer Auswertung des Bezahl-Buttons.....	298
4	Umfang einer Auswertung der formalen Gestaltung.....	299
Kapitel 3	Automatisierte Analyse von Inhalten und Techniken beim Verbraucherschutz	299
1	Automatisierte Analyse der Allgemeinen Geschäftsbedingungen	300
1.1	Transportkosten.....	303
1.1.1	Versandkosten	304
1.1.2	Rücksendekosten	306
1.2	Analyse der Vertrauenswürdigkeit	309
1.2.1	Kauf auf Probe	309
1.2.2	Freiwilliges Rücktrittsrecht	312
1.2.3	Vertragsschluss und Annahmefrist	314
1.2.4	Abtretung.....	320
1.2.5	Zurückbehaltungsrecht	323
1.2.6	Aufrechnung	324
1.2.7	Haftung.....	326

1.3	Umfang einer Auswertung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen	328
2	Automatisierte Analyse der Angabe von Pflichtinformationen.....	330
2.1	Universelle Pflichtinformationen.....	331
2.2	Partielle Pflichtinformationen	337
2.3	Umfang einer Auswertung der Pflichtinformationen	340
3	Automatisierte Analyse von Techniken beim Verbraucher- schutz	341
4	Umfang einer Auswertung der Inhalte und Techniken beim Verbraucherschutz.....	344
Kapitel 4	Automatisierte Analyse von Techniken und Inhalten beim Datenschutz	345
1	Automatisierte Analyse datenschutzrelevanter technischer Gestaltung	345
1.1	Datensparsamkeit und Erforderlichkeit	346
1.2	Datenweitergabe.....	348
1.3	Weitervermittlung.....	349
1.4	Datensicherheit	350
1.5	Umfang einer Auswertung der datenschutzrelevanten technischen Gestaltung.....	351
2	Automatisierte Analyse von Datenschutzerklärung und Einwilligungen	352
2.1	Automatisierte Analyse P3P-konformer Datenschutzerklärungen.....	352
2.2	Automatisierte Analyse einer deutschen Datenschutzerklärung und Einwilligung.....	355
2.2.1	Zuständige Kontaktpersonen	358
2.2.2	Rechte des Nutzers	360
2.2.2.1	Auskunftsrecht	361
2.2.2.2	Berichtigung, Löschung oder Sperrung.....	363
2.2.2.3	Widerruf und Widerspruch.....	364
2.2.3	Werbung.....	364
2.2.3.1	Cookies	364
2.2.3.2	Webanalyse	369

2.2.3.3	Retargeting-Technologien und Newsletter	375
2.2.4	Bonitätsüberprüfungen	376
2.2.5	Datensicherheit	379
2.2.6	Datenweitergabe.....	380
2.2.7	Einwilligung	386
2.2.8	Umfang einer Auswertung der Datenschutzerklärung	389
3	Umfang einer Auswertung der Inhalte und Technik beim Datenschutz.....	390
Kapitel 5	Automatisierte Analyse von Online-Prüfsiegeln	390
1	„Trusted Shops“-Online-Prüfsiegel.....	391
2	„S@fer Shopping“-Online-Prüfsiegel	394
3	„EHI Geprüfter Online-Shop“-Online-Prüfsiegel	396
4	„Internet Privacy Standards“-Online-Prüfsiegel	399
5	„Vom Datenschutz empfohlen“-Online-Prüfsiegel.....	400
6	Umfang einer Auswertung von Online-Prüfsiegeln.....	402
Kapitel 6	Automatisierte Auswertung der Anknüpfung an deutsches Recht	402
Kapitel 7	Möglichkeiten einer automatisierten Einschätzung	405
1	Bereiche der automatisierten Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit.....	406
2	Grenzen der automatisierten Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit.....	409
3	Umfang einer automatisierten Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit.....	410
3.1	Verbraucherschutzrecht.....	411
3.2	Datenschutzrecht	412
3.3	Umfassende automatisierte Einschätzung.....	414
TEIL 4	DAS BROWSER-ADD-ON	417
Kapitel 1	Rechtliche Einordnung eines Browser-Add-ons	417
1	Browser-Add-on als Software	418
2	Browser Add-on als Telemedium	420
Kapitel 2	Haftung des Add-on-Anbieters	421
1	Grundprinzipien zivilrechtlicher Haftung	422

2	Haftung bei fehlerhafter Einschätzung der Vertrauenswürdigkeit	423
2.1	Haftung gegenüber dem Nutzer	424
2.1.1	Vertragliche Ansprüche	424
2.1.1.1	Bei kostenpflichtigem Vertrieb des Add-ons	425
2.1.1.2	Bei kostenfreiem Vertrieb des Add-ons	432
2.1.2	Gesetzliche Ansprüche	434
2.1.2.1	Produkthaftungsgesetz	434
2.1.2.2	Produzentenhaftung	437
2.2	Haftung gegenüber einem Online-Versanddienst oder seinen Mitbewerbern	441
2.2.1	Ansprüche aus dem Wettbewerbsrecht	442
2.2.1.1	Mitbewerber	443
2.2.1.2	Unzulässigkeit der geschäftlichen Handlung	447
2.2.2	Ansprüche aus dem allgemeinen Deliktrecht	453
2.2.2.1	Ansprüche auf Schadensersatz	453
2.2.2.2	Ansprüche auf Unterlassung	457
2.3	Bestehende Haftungsrisiken für den Add-on-Anbieter	459
3	Haftungsausschlüsse	459
Kapitel 3	Rechtliche Einordnung und Haftungsrisiken	463
TEIL 5	FAZIT	465
	LITERATURVERZEICHNIS	471
	ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	503