

Christoph Glatt

# Vertragsschluss im Internet

Unter besonderer Berücksichtigung  
der Rechtsentwicklung in der Europäischen Union und  
des internationalen Verbrauchervertrages



Nomos Verlagsgesellschaft  
Baden-Baden 2002

# Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	10
<b>Einleitung</b>	13
<b>1. Kapitel: Das Internet als Kommunikationsmedium</b>	15
<b>A. Infrastruktur und Akteure</b>	15
<b>B. Internet-Dienste</b>	17
I. E-Mail	17
II. World Wide Web	17
III. Sonstige	18
<b>C. Übertragung von Daten</b>	19
I. Überblick	19
II. Internet-Adressen	21
III. Aufruf einer WWW-Seite	22
IV. Senden von E-Mail	23
<b>D. Die besonderen Merkmale des Internet</b>	24
<b>2. Kapitel: Vertragsschluss</b>	25
<b>A. Einführung</b>	25
<b>B. Deutsches Recht</b>	25
I. Überblick: Zustandekommen eines Vertrages	26
1. Willenserklärung, Vertrag, Rechtsgeschäft	26
2. Antrag	28
3. Annahme	31
II. Vertragsschluss im Internet	32
1. Die „elektronische“ Willenserklärung	32
2. Datenübertragung via Internet im System der Rechtsgeschäftslehre	34
a) Einwegverkehr	35
aa) E-Mail	35
bb) Abruf passiver Websites	36

b) Dialogverkehr	37
aa) Audio- und Videoübertragungen	37
bb) Internet-Chat	37
cc) Automatisierter Dialogverkehr	39
3. Antrag oder invitatio ad offerendum	40
a) Interaktive Websites	41
b) Internetauktionen	45
aa) Einführung	45
bb) Antrag und Annahme bei der klassischen Auktion	46
cc) Antrag und Annahme bei Internetauktionen	47
(1) Erscheinungsformen von Internetauktionen	47
(2) Auktion ohne kaufvertragsrelevante AGB	49
(3) Auktion mit kaufvertragsrelevanten AGB	53
4. Die Annahmeerklärung	58
5. Übermittlung von Vertragserklärungen	61
a) Abgabe	61
b) Wirksamwerden	62
aa) E-Mail	62
bb) World Wide Web	65
cc) Sonstige Dienste	67
III. Ergebnis	68
 <b>C. EU-Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr</b>	 69
I. Einführung	69
II. Grundbegriffe	70
1. Dienste der Informationsgesellschaft	71
a) Dienstleistung	71
b) Elektronisch erbracht	72
c) Auf individuellen Abruf	74
2. Anbieter und Nutzer von Diensten	75
3. Herkunftslandprinzip	76
III. Regelungen zum Vertragsschluss	76
1. Artikel 9 (Behandlung von Verträgen)	76
2. Artikel 10 (Informationspflichten)	77
a) Die Pflichten des Anbieters nach Abs. 1 - 3	77
b) Vertragsschluss durch individuelle Kommunikation	79
c) Rechtsnatur und Umsetzungsbedarf	80
3. Artikel 11 (Abgabe einer Bestellung)	81
a) Der Regelungsgehalt des Artikel 11	82
b) Empfangsbestätigung	84

c) Zugangsfiktion	85
d) Fehlerkorrektur	87
e) Vertragsschluss durch individuelle Kommunikation	88
f) Rechtsnatur und Umsetzungsbedarf	88
IV. Die Umsetzung der Richtlinie in Deutschland	90
1. Elektronischer Geschäftsverkehr-Gesetz (EGG)	90
2. § 312e (neu) BGB	92
a) Einführung	92
b) Die Regelungen im Einzelnen	93
<b>3. Kapitel: Internationales Vertragsrecht</b>	<b>97</b>
<b>A. Einführung</b>	<b>97</b>
I. Problemstellung	97
II. Überblick: Bestimmung des anwendbaren Vertragsrechts	97
III. Auslegungskriterien (Art. 36 EGBGB)	99
<b>B. Verbraucherverträge (Art. 29 EGBGB)</b>	<b>101</b>
I. Einführung	101
1. Die Sonderanknüpfung nach Art. 29 EGBGB	101
2. Die Revision der Staatsverträge und ihre Auswirkungen	103
II. Art 29 I EGBGB	104
1. Persönlicher Anwendungsbereich	104
2. Sachlicher Anwendungsbereich	109
a) Überblick	109
b) Downloading von Software	111
aa) Software als bewegliche Sache	111
bb) Lieferung durch digitale Übertragung	116
c) Provider-Leistungen	117
aa) Vertragsinhalt	117
bb) Rechtsnatur	117
cc) Anwendbarkeit des Art. 29 EGBGB	119
d) Finanzierungsverträge	122
3. Räumlicher Anwendungsbereich	123
a) Überblick	123
b) Art. 29 I Nr. 1 – Tatbestandsmerkmale	124
aa) Angebot/Werbung	124
bb) Im Aufenthaltsstaat des Verbrauchers	126
cc) Dem Vertragsschluss vorausgegangen	130
dd) Erforderliche Rechtshandlungen des Verbrauchers	131

c) Art. 29 I Nr. 2 – Tatbestandsmerkmale	132
d) Art. 29 I Nr. 3 – Tatbestandsmerkmale	134
e) E-Mail	134
aa) Werbebrief des Anbieters	134
bb) Werbung über E-Mail Dritter	139
cc) Einrichtung einer Mailbox	140
f) World Wide Web	141
aa) Werbeformen	141
bb) Angebot/Werbung	142
cc) Im Aufenthaltstaat des Verbrauchers	143
dd) Die weiteren Tatbestandsmerkmale des Art. 29 I Nr. 1	146
ee) Art. 29 I Nr. 2	147
ff) Art. 29 I Nr. 3	148
III. Art. 29 IV EGBGB	148
IV. Ergebnis	151
<b>C. Verbraucherschutz für Sondergebiete (Art. 29a EGBGB)</b>	152
I. Einführung	152
II. Persönlicher Anwendungsbereich	153
III. Sachlicher Anwendungsbereich	154
IV. Räumlicher Anwendungsbereich	156
1. Öffentliches Angebot/Werbung/ähnliche geschäftliche Tätigkeit	157
2. In einem Mitgliedstaat der EU entfaltet	157
3. Vertrag auf Grund Angebot etc. zustande gekommen	158
4. Verbraucher hat gewöhnlichen Aufenthalt in der EU	159
5. Sonstige Anwendungsfälle	161
<b>D. EU-Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr</b>	162
I. Herkunftslandprinzip und Internationales Vertragsrecht	162
II. Bestimmung des anwendbaren Rechts bei Geschäftsverträgen	165
III. Ergebnis und Umsetzungsbedarf	167
IV. Die Umsetzung des Herkunftslandprinzips in Deutschland	168
<b>E. Art. 15 EuGVO</b>	169
I. Einführung	169
II. Zuständigkeit bei Verbrauchersachen	171
III. Art. 15 I c) – Räumlicher Anwendungsbereich	172
1. Tätigkeit im Wohnsitzstaat des Verbrauchers	173
2. Ausrichtung einer Tätigkeit auf diesen Staat	173
3. Vertrag im Bereich dieser Tätigkeit	176

4. Änderungen gegenüber Art. 13 I Nr. 3 EuGVÜ	177
IV. Konsequenzen für Internet-Verträge	179
<b>Zusammenfassung der Ergebnisse</b>	181
<b>Anhang</b>	183
<b>Literaturverzeichnis</b>	186