

# Inhaltsverzeichnis

<b>I. EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
A. RECHTLICHER RAHMEN DES E-COMMERCE .....	5
B. BESTIMMUNG UND EINGRENZUNG DES UNTERSUCHUNGSGEGENSTANDES ..	10
1. <i>Offene Auslegungsfragen bei Anwendungsbereich und Inhalt der Informationspflichten</i> .....	10
2. <i>Vereinbarkeit der Erfüllungsvorschriften mit den aktuellen Entwicklungen im E-Commerce</i> .....	12
C. GANG DER UNTERSUCHUNG .....	17
<b>II. EINORDNUNG DES ART. 246A EGBGB .....</b>	<b>21</b>
A. ROLLE UND ENTWICKLUNG DER VORVERTRAGLICHEN INFORMATIONSPFLICHTEN IM FERNABSATZ .....	21
B. ANWENDUNGSBEREICH UND INHALT FLANKIERENDER INFORMATIONSPFLICHTEN .....	26
1. <i>Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr nach § 312i Abs. 1 Nr. 2 BGB i.V.m. Art. 246c EGBGB</i> .....	26
2. <i>Informationspflichten nach TMG („Impressumpflicht“)</i> .....	28
3. <i>Informationspflichten nach der Preisangabenverordnung (PAngV)</i> ....	29
4. <i>Informationspflichten nach Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung (DL-Info-VO)</i> .....	31
5. <i>Informationspflichten zur außergerichtlichen Streitbeilegung</i> .....	31
6. <i>Datenschutzrechtliche Informationspflichten – insbesondere DS-GVO</i> .....	32
7. <i>Produktinformationen</i> .....	33
8. <i>Lauterbarkeitsrecht</i> .....	33
9. <i>Zwischenfazit</i> .....	35
<b>III. HAUPTTEIL DER UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>37</b>
A. AUSWERTUNG DER ERWÄGUNGSGRÜNDE DER VRRL .....	37
1. <i>Ziele des Unionsgesetzgebers</i> .....	38
a) <i>Harmonisierung zur Förderung des Fernabsatzes im Binnenmarkt</i> .....	38
b) <i>Schaffung eines hohen Verbraucherschutzniveaus</i> .....	40
(1) <i>Verbraucherbild der VRRL</i> .....	40
(2) <i>(Keine) Rechtfertigung konkreter Informationsdefizite des Verbrauchers</i> .....	42
(3) <i>Berücksichtigung von Unternehmerinteressen</i> .....	43
2. <i>Zwischenergebnis</i> .....	45
B. ANWENDUNGSBEREICH DES ART. 246A EGBGB - ERÖFFNUNG DER BEREICHAUSNAHME DES § 312 ABS. 2 NR. 8 BGB .....	47
1. <i>Überblick über die Bereichsausnahmen des § 312 Abs. 2 bis Abs. 7 BGB bzw. Art. 3 Abs. 3 VRRL</i> .....	48

2. Eröffnung der Bereichsausnahme des § 312 Abs. 2 Nr. 8 BGB (Art. 3 Abs. 3 lit. j) VRRL)	51
a) Lieferung durch einen Unternehmer im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten	53
(1) Lieferung von „einem Unternehmer“	53
(2) Häufige und regelmäßige Fahrten	60
b) Lebensmittel, Getränke und sonstige Haushaltgegenstände des täglichen Bedarfs	62
(1) Lebensmittel und Getränke	62
(2) Sonstige Haushaltsgegenstände des täglichen Bedarfs	63
(a) Grundsätzliche Bedeutung	63
(b) Einzelne Produktarten / Produktgruppen	67
c) Zwischenergebnis zur Eröffnung der Bereichsausnahme § 312 Abs. 2 Nr. 8 BGB	69
3. Übertragbarkeit der Wertungen auf Anwendungsbereich des § 312j Abs. 2 BGB?	71
C. UNTERSUCHUNG DES INHALTS DER PFLICHTINFORMATIONEN GEMÄß ART. 246A § 1 ABS. 1, ABS. 2 EGBGB	73
1. Die Informationspflichten nach Art. 246a § 1 Abs. 1 EGBGB	73
a) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 EGBGB	73
(1) Überblick zur Rechtsprechung und Literatur	74
(2) Würdigung	78
(a) Äußere Grenzen – zwischen <i>essentialia negotii</i> und umfassender Produktbeschreibung	78
(b) Konkretisierung des Umfangs	79
(i) In Bezug auf die Ware / Dienstleistung angemessenem Umfang: Komplexität und Wert	79
(ii) In Bezug auf das verwendete Kommunikationsmittel angemessener Umfang	81
(3) Zwischenergebnis	84
b) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 14 und Nr. 15 EGBGB	85
(1) Gegenstand der Informationspflichten	85
(2) Funktionsweise	87
(3) Beschränkungen der Interoperabilität und der Kompatibilität	90
c) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 2 und Nr. 3 EGBGB	91
(1) Identität und Anschrift der Niederlassung	92
(2) Angaben zur Kontaktaufnahme	93
d) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 4 EGBGB	98
(1) Die einzelnen Preisbestandteile	98
(a) Steuern und Abgaben	98
(b) Fracht-, Liefer- oder Versandkosten	99
(c) Sonstige Kosten	99
(2) Angabe des Gesamtpreises	100

(3) Angabe der Art der Preisberechnung.....	103
(4) Angabe, dass zusätzliche sonstige Kosten entstehen können.....	104
(5) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 EGBGB n.F. ....	105
e) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 5 EGBGB.....	106
(1) Gesamtpreis .....	106
(2) Liefer-, Fracht- und Transportkosten und sonstige Kosten .....	107
f) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 6 EGBGB.....	108
g) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 7 EGBGB und § 312j Abs. 1 BGB ....	109
(1) Zahlungsbedingungen.....	109
(2) Liefer- und Leistungsbedingungen / Leistungstermin .....	113
(a) Liefer- und Leistungstermin.....	113
(b) Exkurs: Lieferbeschränkungen im Sinne des Art. 312j Abs. 1 BGB .....	116
(3) Umgang mit Beschwerden .....	117
(4) Sonstige Liefer- und Leistungsbedingungen.....	117
h) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 8 EGBGB.....	119
i) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 9 EGBGB.....	121
(1) Bestehen und Bedingungen von Kundendienst und Kundendienstleistungen.....	121
(2) Bestehen und die Bedingungen von Garantien .....	122
j) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 10 EGBGB.....	127
k) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 11 und Nr. 12 EGBGB.....	129
(1) Laufzeit des Vertrages .....	129
(2) Unbefristete Verträge / Verträge mit automatischer Verlängerungsoption .....	130
(a) Bedingungen der Kündigung.....	130
(b) Mindestlaufzeit .....	134
l) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 13 EGBGB.....	135
m) Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 16 EGBGB.....	136
2. Die Informationspflichten nach Art. 246a § 1 Abs. 2, Abs. 3 EGBGB .....	138
a) Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 1 Nr. 1 EGBGB.....	140
(1) Fristen .....	140
(2) Verfahren der Ausübung .....	144
(3) Bedingungen .....	148
(4) Information zum Musterwiderrufsformular.....	152
b) Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 1 Nr. 2 EGBGB.....	154
(1) Normaler Postweg.....	154
(2) Angabe der Rücksendekosten .....	156
c) Art. 246a § 1 Abs. 2 S. 1 Nr. 3 EGBGB.....	159

d) Art. 246a § 1 Abs. 3 EGBGB.....	160
3. <i>Zwischenergebnis zum Inhalt der Pflichtinformationen des Art. 246a § 1 EGBGB</i> .....	163
D. ERFÜLLUNG DER INFORMATIONSPFLICHTEN NACH ART. 246A EGBGB BEI VOICE-COMMERCE UND BILDSCHIRMLOSEN IoT-ENDGERÄTEN.....	166
1. <i>Technische Ausgestaltung des Bestellvorgangs</i> .....	166
2. <i>Rechtskonforme Erfüllung der Informationspflichten de lege lata?</i> ... 167	
a) Zulässigkeit und Reichweite eines Medienbruchs (Art. 246a § 3 EGBGB).....	167
(1) Eröffnung des Tatbestandes des Art. 246a § 3 EGBGB.....	168
(a) Interpretation in Literatur und Rechtsprechung.....	169
(b) Stellungnahme und Konsequenzen für Voice-Commerce und bildschirmlose IoT .....	173
(2) Rechtsfolgen: Reichweite des Medienbruchs nach Art. 246a § 3 S. 1 EGBGB .....	180
(3) Konsequenzen für Voice-Commerce und bildschirmlose IoT ..	183
b) „Unmittelbarkeit“ im Sinne des § 312j Abs. 2 BGB .....	185
(1) Interpretation in Rechtsprechung und Literatur und Konsequenzen für Voice-Commerce und bildschirmlose IoT ....	186
(2) Würdigung .....	188
c) Umgehung der „Bottlenecks“?.....	192
(1) Verzicht auf die Informationen nach Art. 246a § 3 EGBGB und § 312j Abs. 2 BGB?.....	192
(2) „Zweistufiger Vertragsschluss“? .....	195
d) <i>Zwischenergebnis zur aktuellen Rechtslage</i> .....	197
3. <i>Modernisierung der VRRl de lege ferenda</i> .....	198
a) Auflockerung des Verbots des Medienbruchs nach Art. 8 Abs. 4 VRRl (Art. 246a § 3 EGBGB) .....	199
(1) Vereinbarkeit mit den Wertungen der VRRl / Verbraucherschutz.....	199
(2) Schlussfolgerungen.....	203
(a) Aufgabe des Konzepts fester Kerninformationen?.....	203
(b) Modifikation der Kerninformationen .....	206
(i) Art. 6 Abs. 1 lit. a) VRRl (Art. 246a § 3 S. 1 Nr. 1 EGBGB): Wesentliche Eigenschaften .....	207
(ii) Art. 6 Abs. 1 lit. b) VRRl (Art. 246a § 3 S. 1 Nr. 2 EGBGB): Identität.....	209
(iii) Art. 6 Abs. 1 lit. e) VRRl (Art. 246a § 3 S. 1 Nr. 3 EGBGB): Gesamtpreis.....	209
(iv) Art. 6 Abs. 1 lit. h) VRRl (Art. 246a § 3 S. 1 Nr. 4 EGBGB): Bestehen Widerrufsrecht .....	210
(v) Art. 6 Abs. 1 lit. o) VRRl (Art. 246a § 3 S. 1 Nr. 5 EGBGB): Vertragslaufzeit .....	212

b) Modifikation des Art. 8 Abs. 2 VRRL (§ 312j Abs. 2 BGB).....	213
c) Zulässigkeit von Rahmenvereinbarungen? .....	218
d) Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse.....	223
e) Gestaltungsvorschlag.....	224

<b>IV. ZUSAMMENFASSUNG DER UNTERSUCHUNGSERGEBNISSE /</b>	
<b>RESÜMEE .....</b>	<b>229</b>