

Inhaltsübersicht

Kapitel 1

Juristische und ökonomische Grundlagen des Internet

I. Juristische Grundlagen	1
II. Rechtsquellen für das Recht im E-Commerce und Internet	3
1. EU-Recht	3
2. Bundesrecht	4
3. Landesrecht	4
4. Rechtsraum Internet	4
III. Ökonomische Grundlagen	7
1. Eigenschaften der Internet-Ökonomie	7
2. Geschäftsmodelle	9

Kapitel 2

Vertragsanbahnung und Vertragsschluss im Internet

I. Vertragsanbahnung	14
1. Elektronische Willenserklärungen und Computererklärungen	14
2. Formbedürftigkeit	17
3. Arten der Vertragsanbahnungen	17
II. Vertragsschluss im Internet	18
1. Website oder App als Antrag oder invitatio ad offerendum	18
2. Zugang des Antrags	21
3. Annahme des Antrags	23
4. Bestätigung des Zugangs	24
III. Vertragsschluss per E-Mail	25
1. Vertragsschluss per Massen-E-Mail oder individueller E-Mail	25
2. Vertragsrechtliche Besonderheit: keine Bestellbestätigung	26
IV. Vertragsschluss über Smart Devices, Apps und über App Stores	26
1. Begriffsbestimmung App, Smart Device und App Store	26
2. Technische Grundlagen von Apps und App Stores	27
3. Anwendbares Recht beim Bezug von Apps	27
4. Vertragsschluss bei der Vermarktung von Apps	28
V. Vertragsschluss bei Internet-Versteigerungen und Glücksspiel	33
1. Klassische Versteigerung gemäß § 156 BGB	33
2. Formen von Internet-Versteigerungen	33
3. Gewerberechtliche Zulässigkeit von Internet-Versteigerungen	34

4. Wirksamkeit des Vertragsschlusses bei Internet-Versteigerungen...	35
5. Löschung und Rücknahme von Angeboten und Geboten, Unwirksamkeit, Anfechtung	39
6. Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr	41
7. Preisangabenverordnung	42
8. Der Sonderfall: Rückwärtsversteigerungen.....	42
9. Der Sonderfall: Bietagenten.....	43
10. Haftung bei Internet-Versteigerungen	44
11. Glücksspiel	44
VI. Anfechtung des Vertrages	48
1. Irrtümer des Bestellers oder des Anbieters	48
2. Fehler bei der Datenübertragung.....	49
3. Computerfehler	50
4. Rechtsfolgen.....	51
5. Anfechtung bei Fernabsatzverträgen	52
VII. Haftung für Handeln Dritter bei Missbrauch von Zugangsdaten.....	53
1. Anscheinsvollmacht	54
2. Voraussetzungen für eine Zurechnung	54
3. Abgrenzung zur Halbband-Entscheidung	55
4. Folgen für das Online-Banking	55

Kapitel 3 **Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen**

I. Anwendungsbereich, § 310 BGB	58
1. Eingeschränkte Kontrolle von AGB bei B2B-Verträgen	58
2. Eingeschränkte Kontrolle in der Grundversorgung	58
II. Vorliegen von AGB, § 305 Abs. 1 S. 1 und 3 BGB	59
1. Vorformulierte Vertragsbedingung	59
2. Absicht mehrfacher Verwendung	59
3. Stellen der AGB durch Verwender	59
III. Einbeziehung von AGB in den Vertrag	60
1. Allgemeine Bedingungen für die Einbeziehung von AGB	60
2. Bereitstellung in speicherbarem und druckfähigem Format.....	61
3. Besonderheiten im M-Commerce	61
4. Sprache der AGB	62
5. Einverständnis mit Geltung der AGB	62
6. Geltung überkreuzter AGB.....	63
7. Vorrang der Individualabrede	63
8. Verbot überraschender Klauseln	64
IV. Verwenderfeindliche Auslegung von AGB.....	65

V. Inhaltskontrolle von AGB	65
1. Klauselverbote ohne Wertungsmöglichkeit.....	66
2. Klauselverbote mit Wertungsmöglichkeit	66
3. Allgemeine Inhaltskontrolle nach § 307 BGB	67
VI. Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen AGB-Vorschriften	71
VII. Prozessuale.....	71

Kapitel 4 **Formerfordernis und elektronische Signatur**

I. Grundsatz der Formfreiheit	74
1. Funktionen der Schriftform	74
2. Schriftform und neue Medien	75
II. Rechtslage nach den früheren Signaturgesetzen	76
1. Einfache elektronische Signatur	77
2. Fortgeschrittene elektronische Signatur.....	77
3. Qualifizierte elektronische Signaturen.....	77
III. Rechtslage nach der eIDAS-Verordnung der EU	78
1. Allgemeines	78
2. Anwendungsvorrang	79
3. Elektronische Identifizierung	79
4. Vertrauensdienste.....	80
5. Elektronische Signaturen und elektronisches Siegel	80
IV. Anpassung der Formvorschriften im Privatrecht	81
1. Elektronische Form, §§ 126 Abs. 3, 126a BGB	81
2. Textform, § 126b BGB	82
3. Ausschluss der elektronischen Form.....	84
4. Elektronischer Rechtsverkehr	85
5. Beweiswert elektronischer Dokumente im Rechtsstreit	86
V. Signaturverfahren	88

Kapitel 5 **Informationspflichten des Diensteanbieters**

I. Überblick	91
1. Gleichzeitige Anwendbarkeit verschiedener Informationspflichten	92
2. Ableitung der Informationspflichten aus dem Europarecht	92
II. Informationspflichten im Fernabsatz (§§ 312c ff. BGB).....	93
1. Persönlicher Anwendungsbereich	93
2. Sachlicher Anwendungsbereich	97
3. Informationspflichten des Diensteanbieters	117

III. Informationspflichten im E-Commerce	153
1. Persönlicher Anwendungsbereich des § 312i BGB	153
2. Sachlicher Anwendungsbereich	153
3. Informationspflichten für digitale Inhalte	160
4. Sanktion von Pflichtverletzungen im elektronischen Geschäftsverkehr	161
IV. Besondere Informationspflichten für Betreiber von Online- Marktplätzen, § 312k BGB n. F.	162
V. Besondere Kündigungsrechte bei Internetverträgen nach § 312k BGB	165
1. Anwendungsbereich	165
2. Regelungsgehalt	166
3. Rechtsfolgen bei Zuwiderhandlungen	167
VI. Informationspflichten bei Telemediendiensten	167
1. Informationspflichten bei geschäftsmäßigen Telemedien	168
2. Informationspflichten bei kommerzieller Kommunikation	175
3. Informationspflichten nach § 18 MStV	177
VII. Informationspflichten nach der Verordnung über die Online-Streitbeilegung	178
1. Allgemeines	178
2. Proaktive Informationspflichten, § 36 VSBG	179
3. Informationspflichten im Streitfall, § 37 VSBG	180
4. Konsequenzen bei Nichterfüllung der Informationspflichten	180
5. Werbung in Sozialen Netzen (Influencer-Marketing)	180
VIII. Weitere Informationspflichten des Diensteanbieters	183
1. Informationspflichten im Preisrecht	183
2. Rechtsprechung im Preisrecht	184
3. Pflichtangaben in E-Mails als Geschäftsbriefen	188
4. Informationspflichten nach der Dienstleistungs- Informationspflichtenverordnung	190
5. Weitere spezialgesetzliche Informationspflichten über Produkte	191

Kapitel 6

Widerrufsrecht des Verbrauchers

I. Überblick über das Widerrufsrecht	203
1. Historie der Gesetzgebung zum Widerrufsrecht	203
2. Überblick zur Regelungssystematik im Widerrufsrecht	207
II. Regelungsgehalt und Systematik der §§ 355 ff. BGB	208
1. Wirkung des Widerrufsrechts	208
2. Ausübung des Widerrufsrechts	209
3. Widerrufsstift	210

4. Früheres Rückgaberecht vor Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie	211
III. Rechtsfolgen des Widerrufs	212
1. Allgemeines	212
2. Gegenseitige Rückgewährpflicht	213
3. Kosten und Gefahr der Rücksendung	215
4. Haftung des Verbrauchers und Wertersatz	216
IV. Widerrufsrecht im Fernabsatz	219
1. Widerrufsrecht des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen	220
2. Widerrufserklärung bei Fernabsatzverträgen	221
3. Widerrufsfrist bei Fernabsatzverträgen	222
4. Erlöschen des Widerrufsrechts	225
5. Ausschluss des Widerrufsrechts kraft gesetzlicher Anordnung	227
V. Widerrufsrecht bei verbundenen Verträgen	236
1. Zusammenhang verbundener Verträge	236
2. Folgen des Widerrufs bei verbundenen Verträgen	237
3. Einwendungen bei verbundenen Verträgen	237
VI. Widerrufsrecht bei Teilzahlungsgeschäften und Ratenlieferungsverträgen	238
1. Widerrufsrecht bei Teilzahlungsgeschäften	238
2. Widerrufsrecht bei Ratenlieferungsverträgen	239
VII. Besonderheiten beim E-Commerce	240

Kapitel 7

Besonderheiten beim Vertrieb digitaler Produkte

I. Digitale Inhalte-Richtlinie und Warenkauf-Richtlinie	241
1. Digitale Inhalte-Richtlinie	242
2. Warenkauf-Richtlinie	243
II. Verbraucherverträge über digitale Produkte, §§ 327 ff. BGB n.F.	244
1. Gesetzeshistorie	244
2. Anwendungsbereich	244
3. Hauptleistungspflichten bei der Bereitstellung digitaler Produkte ..	249
4. Grundsatz der Mangelfreiheit	250
5. Änderungen an digitalen Produkten	256
6. Rechte des Verbrauchers bei Pflichtverletzungen	260
7. Möglichkeiten der Vertragsgestaltung	269
8. Der Unternehmerregress	271
III. Anpassungen im Verbraucher- und Kaufrecht	272
1. Verweisnormen	272
2. Inhaltliche Anpassung allgemeiner Vorschriften	275

Kapitel 8 **Wettbewerbsrechtliche Anforderungen**

I. Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB)	283
1. Rechtsquellen	283
2. Internetspezifische Kartellprobleme	283
II. Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	286
1. Allgemeine Voraussetzungen	288
2. Wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Online-Werbeformen	297

Kapitel 9 **Datenschutzrecht im E-Commerce und Internet**

I. Einführung	324
II. Allgemeines	325
1. Anwendungsbereich	326
2. Anwendbares Recht	328
3. Grundsätze im Datenschutzrecht	331
III. Datenschutz im E-Commerce und Internet	333
1. Unterrichtung über den Datenschutz oder Datenschutzerklärung	333
2. Elektronische Einwilligung	339
IV. Datenübermittlungen in Drittländer	340

Kapitel 10 **Haftung für Rechtsverletzungen im Internet**

I. Überblick	344
1. Haftungsprivilegien nach dem TMG	345
2. Funktion der Haftungsregeln im TMG	345
II. Haftungsprivilegien für Diensteanbieter	346
1. Begriff Diensteanbieter	347
2. Begriff Telemedien	347
3. Typen von Diensteanbietern	348
III. Haftung für Rechtsverletzungen	369
1. Haftung als Täter oder Teilnehmer	369
2. Haftung als Störer für fremde Rechtsverletzungen	374
3. Haftung für Hyperlinks	380
4. Haftung von Meinungsforen	390
5. Haftung von Bewertungsportalen	390
6. Haftung des Admin-C für Domains	394
7. Haftung für Filesharing	396

8. Haftung der Betreiber von drahtlosen lokalen Netzwerken (WLAN)	402
IV. Auskunftsanspruch gegen Access-Provider	406
 Kapitel 11 Kollisionsrecht und Internationales Privatrecht (IPR)	
I. Einführung	411
II. Internationale Zuständigkeit von Gerichten	412
1. Rechtslage nach EU-Recht.....	412
2. Autonomes Recht.....	418
III. Internationales Privatrecht (IPR)	419
1. UN-Kaufrecht.....	420
2. Anwendbares Vertragsrecht gem. Art. 3 EGBGB.....	420
3. Anwendbares Recht bei außervertraglichen Schuldverhältnissen ..	428
IV. Herkunftslandprinzip, § 3 TMG	429
1. Funktion des Herkunftslandprinzips.....	429
2. Grenzen des Herkunftslandprinzips	430
Musterlösungen	435
Literaturverzeichnis	463
Sachverzeichnis	489