

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
I. Problemstellung	1
1. Status quo des nationalen und europäischen Rechtsrahmens	4
a) Nationale Rechtsordnungen	4
b) Projekte auf der Ebene der Gesetzgebung der Europäischen Union	6
c) Diskussion um die Wahl der rechtlichen Ebene	8
2. Bestehende rechtliche Lücken	10
II. Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes	12
III. Gang der Untersuchung	14
Kapitel 1 Geschäftsmodelle von Online-Plattformen im Kontext von traditionellen, rechtlichen Modellen und Begriffsbestimmungen	17
I. Struktur von Online-Plattformen	17
1. Kettenmodell	18
2. Dreiecksmodell	19
3. Vergleich der Modelle	20
II. Begriffe der Plattformökonomie	22
1. Digitale Plattformen	22
2. Bewertungssysteme	25
3. Algorithmen	25
4. Netzwerkeffekte	26
Kapitel 2 Rechtspolitische Motive und Gesetzgebungsverfahren	29
I. Rechtspolitische Motive	31
1. Hintergrund	31
2. Leitmotive	34
II. Gesetzgebungsverfahren	38
1. Befragung der Bürger als verfahrenstechnische Premiere	38
2. Beteiligte Organe	39

a) Conseil National du Numérique	40
b) Conseil d'État	42
3. Rolle der Gerichte	43
4. Zusammenspiel der unterschiedlichen Akteure	44
5. Gesetzgebung und sonstige Normsetzungen	47
a) Gang des Gesetzgebungsverfahrens	47
b) Verordnungsgeber	48
c) Rückgriff bei der Regulierung von Online-Plattformen	49
Kapitel 3 Anwendungsbereich und Begriffsbestimmung	51
I. Abgrenzung zwischen Online-Plattformen und den Diensten der Informationsgesellschaft	53
1. Begriffsbestimmung der Dienste der Informationsgesellschaft	53
2. Abgrenzung nach europarechtlichen und nationalen Gerichtsentscheidungen	55
a) eBay-Fall des Europäischen Gerichtshofs – Rechtssache C-324/09	55
b) eBay-Fall der Cour de cassation	57
c) Google-Fall des Europäischen Gerichtshofs – Rechtssache C-236/08	58
d) Google-Fall des Tribunal de Grande Instance de Paris	59
e) Google-Fall der Cour d'appel de Paris	61
f) Abgrenzungskriterien	62
II. Allgemeines zur Definition von Online-Plattformen im Code de la consommation	63
1. Vorschlag des Conseil d'État	64
2. Vorschlag des Conseil National du Numérique	65
III. Definition nach dem Gesetzestext, Art. L. 111-7 C. consom.	68
1. Tätigkeitsfelder von Online-Plattformen	68
a) Infomédiaire, Art. L. 111-7 Abs. 1 Nr. 1 C. consom	69
aa) Vergleichsplattformen	69
bb) Verlinkungsplattformen	71

b)	Intermédiaire, Art. L. 111-7 Abs. 1 Nr. 2 C. consom.....	71
c)	Vertragsschluss außerhalb von Online-Plattformen.....	72
d)	Kommunikationsmedium	74
e)	Plattformen mit einer Doppelrolle.....	75
aa)	Wettbewerbsrechtliche Bedenken	75
bb)	Plateforme Protéiforme bzw. web marchands hors activité de place de marché im Code de la consommation	77
2.	Verhältnis der Parteien zueinander	82
a)	Plattform/Kunde	82
aa)	Kommerzielle Werbung	84
bb)	Personenbezogene Daten und filtrage collaboratif.....	85
cc)	Integrierter Premiumdienst.....	89
b)	Anbieter/Kunde	90
c)	Plattform/Anbieter	91
d)	Erhöhtes Verbraucherschutzniveau durch Ausweitung des Begriffs des Unternehmers	92
3.	Spannungsfeld zwischen der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr und Art. L. 111-7 Abs. 1 C. consom.....	92
a)	„Neue“ Rechtskategorie von Internetdienstleistern.....	92
b)	Ausweitung des Pflichtenprogramms von Diensten der Informationsgesellschaft durch Loyauté	95
4.	Bewertung der Plattformdefinition des Code de la consommation	97
Kapitel 4	Loyauté und ihre Bedeutung im Rahmen von Bewertungssystemen	101
I.	Begriffsbestimmung der Loyauté	101
1.	Ansicht des Conseil d'État.....	101
2.	Ansicht des Conseil National du Numérique.....	103
II.	Loyauté anstelle einer Plattformhaftung für Leistungsstörungen im Rahmen der auf ihnen geschlossenen Verträge.....	105
III.	Loyauté im Code de la consommation.....	106

1.	Zunehmend aktives Verhalten der Plattformbetreiber als Grund für die Regulierung der Loyauté	106
2.	Erfordernis der Loyauté angesichts bestehender Vorschriften des Code de la consommation und des Code Civil	108
3.	Netzneutralität.....	112
4.	Zwischenergebnis	113
IV.	Einzelne aus der Loyauté folgende Pflichten im Detail.....	114
1.	Transparenzanforderungen an Infomédiaire und Intermédiaire	115
a)	Rankingverfahren	115
b)	Transparenz der vertraglichen Rollenverteilung auf Online-Plattformen und die verbraucherrechtlichen Folgen	119
2.	Streitbeilegung und Rechtsdurchsetzung	121
3.	Transparenzanforderungen an Hybridplattformen und Plattformen mit integriertem Affiliate-Partnerprogramm	122
4.	Bestpreisklauseln	124
5.	Kommunikationskanal im Falle eines Verbrauchervertrages	125
6.	Allgemeine Nutzungsbedingungen	127
7.	Zivil- und steuerrechtliche Angelegenheiten	127
8.	Ordre public	128
V.	Auswirkungen der Loyauté auf Marktteilnehmer und Markt	129
1.	Verbraucherrechtliche Effektivität trotz „information overload“	129
2.	Grenzen der Überprüfbarkeit algorithmischer Funktionsweisen	131
3.	Substanzielle Grenzen der Loyauté	133
VI.	Bewertungssysteme.....	137
1.	Begriffsbestimmung.....	137
2.	Bewertungssysteme als Marketinginstrument	138
3.	Rechtliche Anforderungen an Kundenbewertungssysteme	139
4.	Dualer Plattformbegriff.....	141
5.	Bewertungssysteme als präventiver Ansatz der Loyauté.....	142
VII.	Market-based approach	143

Kapitel 5 Haftung des Plattformbetreibers	147
I. Exklusives Haftungssystem.....	147
1. Sanktionsmodell nach der Loi Hamon.....	148
2. Good Practice Strategy	149
3. Haftung des Plattformbetreibers für Leistungsstörungen im Verhältnis zwischen Anbieter und Kunde	152
a) Haftung nach der Predominant influence of the platform over the supplier-Konstellation	152
b) Vorschriften des Lauterkeitsrechts und des Code Civil	154
c) Haftungsregeln aus der Loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN)	157
4. Zwischenergebnis	159
II. Erweiterung des exklusiven Haftungssystems.....	159
1. Mögliche Anwendung der Vorschriften des unlauteren Wettbewerbs des Code de la consommation.....	160
2. Haftung nach dem Code Civil.....	163
III. Vereinbarkeit des Haftungssystems mit den Richtlinien der EU.....	165
1. Regelungen der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (EG) 2005/29 (UGP-Richtlinie).....	166
a) Unvereinbarkeit wegen Nichtanwendung der nationalen Vorschriften in Umsetzung der Richtlinie.....	166
b) Korrektur über die Anwendung der Vorschriften der Loyauté	169
2. Regelungen der Richtlinie (EG) 2000/31 über den elektronischen Geschäftsverkehr	172
3. Verbrauchsgüterkaufrichtlinie (EG) 1999/44	177
4. Verbraucherrechterichtlinie (EU) 2011/83	185
5. Zwischenergebnis	188
Kapitel 6 Sharing Economy und ausgewählte Spezialgesetze des französischen Rechts	191
I. Sharing Economy	191
1. Professionalisierung des Sharing-Sektors.....	191

2. Eingeschränkter Schutz des Verbrauchers bei Peer-to-peer-Konstellationen	192
a) Abgrenzungskriterien für die Beurteilung des Anbieters als Verbraucher oder Unternehmer (Prosumer) nach französischem Recht.....	193
b) Abgrenzung zwischen Anbieter als Verbraucher und Unternehmer nach dem EuGH sowie nationalen Bestimmungen anderer Staaten und Gerichtsentscheidungen	195
II. Code des transports	197
1. Ubérisation	197
2. Die Tätigkeit Ubers.....	198
3. Gesetzlicher Rahmen des Code des transports	199
a) Exklusive Taxiprivilegien	199
aa) Autorisation de stationnement (ADS).....	200
bb) Geolokalisierung	200
cc) Retour à la base-Grundsatz	201
dd) Preisgestaltung	202
b) Gesetzliche Einschränkung des Uber-Transportdienstes	202
4. Die Vereinbarkeit der Vorschriften mit der französischen Verfassung und das Verfahren vor dem EuGH	203
a) Vereinbarkeit mit der französischen Verfassung	203
aa) Erstes Verfahren.....	203
bb) Zweites Verfahren	205
b) Verfahren vor dem EuGH	208
5. Struktur des modifizierten Gesetzestextes	210
a) Pflichtenprogramm	211
b) Haftung der Plattform	212
6. Kritische Würdigung der gesetzlich normierten Durchgriffshaftung....	213
III. Code du tourisme	215

1. Berechtigung zur Vermittlung von Vermietungen möblierter Privatunterkünfte – Airbnb – (k)ein Immobilienmakler im Sinne der Loi Hoguet	216
2. Meldeverfahren bei der kurzzeitigen Vermietung von Touristenunterkünften	218
a) Anzeigepflicht	218
b) Genehmigungserfordernis	219
c) Erlaubniserklärung durch die Behörde und rechtliche Konsequenzen bei Nichteinhaltung des melderechtlichen Verfahrens	220
3. Verfahren zur Veröffentlichung einer Kurzzeitunterkunft und Instrumentarien zur Kontrolle des gesetzeskonformen Vermietens	222
4. Haftungsregime des Code du tourisme	223
a) Direkthaftung des Hauptmieters	224
b) Durchgriffshaftung – Vermieter gegen Plattform	224
c) Gesetzlich vorgesehenes Haftungsregime	226
5. Vereinbarkeit der Regelungen mit der französischen Verfassung und dem Recht der Europäischen Union	227
a) Vereinbarkeit der Art. L. 631-7, L. 631-7-1 sowie L. 631-7-1 A des CHH mit der Verfassung	227
b) Vereinbarkeit Art. L. 631-7 ff. CHH mit der Dienstleistungsrichtlinie (EG) 2006/123	227
Zusammenfassung und Ausblick	233
I. Eckpunkte des französischen Plattformrechts mit Vorbildfunktion....	233
II. Regelungsbedürftige Punkte der nationalen Rechtsordnung	234
III. Unvereinbarkeit mit verfassungsrechtlichen und europarechtlichen Vorschriften	236
IV. Abschließende Einschätzung zu diesem Themenfeld.....	237
Literaturverzeichnis	239