

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
Verzeichnis der abgekürzt zitierten Literatur	XVII
Autorenverzeichnis	XIX
Einführung	1
§ 1 Arten und Anbieter von Internet-Auktionen (<i>Biallaß/Werner</i>)	1
Kapitel 1: Vertragsschluss und AGB-Kontrolle	11
§ 2 Aspekte des Vertragsschlusses bei Internet-Auktionen (<i>Biallaß</i>)	11
§ 3 Einbeziehung und Geltungsbereich von AGB (<i>Meyer</i>)	26
§ 4 Praxisfragen der AGB-Kontrolle bei Internet-Auktionen (<i>Jahn</i>)	46
Kapitel 2: Informationspflichten bei Internet-Auktionen	60
§ 5 Informationspflichten nach dem TDG (<i>Winnacker</i>)	61
§ 6 Informationspflichten nach Fernabsatzrecht (<i>Simon</i>)	71
§ 7 Informationspflichten nach § 312e BGB (<i>Dohmgoergen</i>)	88
Kapitel 3: Unternehmerbegriff und Widerrufsrecht	97
§ 8 Unternehmerbegriff und Internet-Auktion (<i>Borges</i>)	97
§ 9 Das Widerrufsrecht des Verbrauchers (<i>Borges</i>)	107
§ 10 Fernabsatzrecht in der Praxis der Internet-Auktion (<i>Klein</i>)	128

Kapitel 4: Schutzrechtsverletzungen bei Internet-Auktionen	137
§ 11 Schutzrechtsverletzungen durch die Anbieter (<i>Weidert</i>)	137
§ 12 Die Verantwortlichkeit des Plattformbetreibers (<i>Lee</i>)	162
Kapitel 5: Phishing und Internet-Auktionen	180
§ 13 Technische Probleme und Risiken der Internet-Auktion (<i>Schwenk/Gajek</i>)	180
§ 14 Strafbarkeit des Phishing (<i>Werner</i>)	190
§ 15 Strafbarkeit des Phishing de lege ferenda (<i>Osthaus</i>)	204
§ 16 Zivilrechtliche Aspekte des Phishing (<i>Borges</i>)	214
Sachverzeichnis	225

Inhaltsverzeichnis

Einführung	1
§ 1 Arten und Anbieter von Internet-Auktionen (Biallaß/Werner)	1
I. Historische Entwicklung der Auktion	1
1. Die Geschichte der traditionellen Auktion	1
2. Die Geschichte der Internet-Auktion	2
II. Formen der Internet-Auktion	3
1. Beteiligte Nutzergruppen	3
2. Fremd- und Eigenversteigerungen	4
3. Preisfindungsmechanismen	5
a) Vorwärtsauktionen	5
b) Höchstpreisauktionen	6
c) Abwärtsversteigerungen	6
d) Einkaufsgemeinschaften	7
III. Gründe für den Erfolg von Internet-Auktionen	7
1. Nachteile der klassischen Auktion	7
2. Vor- und Nachteile der Internet-Auktion	8
IV. Anbieter von Internet-Auktionen	10
1. Universalplattformen	10
2. Spezialisierte Plattformen	10
Kapitel 1: Vertragsschluss und AGB-Kontrolle	11
§ 2 Aspekte des Vertragsschlusses bei Internet-Auktionen (Biallaß)	11
I. Einführung	11
II. Die Rechtsverhältnisse bei der traditionellen Auktion	11
III. Der typische Ablauf einer Internet-Auktion	12
1. Die Anmeldung beim Auktionshaus	12
2. Der Vertragsschluss bei der Internet-Auktion	13
IV. Die Rechtsverhältnisse zwischen Auktionshaus und Auktionsteilnehmern	14
1. Der Nutzungsvertrag zwischen Auktionshaus und Auktionsteilnehmer	14
a) Der Abschluss des Nutzungsvertrags	14
b) Die Rechtsnatur des Nutzungsvertrags	15
2. Das Rechtsverhältnis zwischen Auktionshaus und Einlieferer	16
3. Das Rechtsverhältnis zwischen Auktionshaus und Bieter	18
V. Das Rechtsverhältnis zwischen Höchstbietendem und Einlieferer	19
1. Die Rechtsprechung des BGH	20
	IX

2. Übertragbarkeit auf den Vertragsschluss bei Internet-Auktionen im Allgemeinen	21
a) Bedeutung der Nutzungsbedingungen des Auktionshauses	21
b) Anwendbarkeit von § 156 BGB	22
c) Die Wirksamkeit des Vertragsschlusses	23
VI. Vertragsschluss durch Bietagenten und Sniper-Software	25
§ 3 Einbeziehung und Geltungsbereich von AGB (Meyer)	26
I. Nutzungsbedingungen des Auktionshauses im Nutzungsverhältnis	26
1. Einbeziehung der Nutzungsbedingungen, § 305 Abs. 2 BGB	26
a) Ausdrücklicher Hinweis, § 305 Abs. 2 Nr. 1 BGB	26
b) Zumutbare Möglichkeit der Kenntnisnahme, § 305 Abs. 2 Nr. 2 BGB	27
aa) Online-Darstellung der AGB am Bildschirm	28
bb) Ausdruck- oder Speichermöglichkeit	28
2. Einbeziehung weiterer Klauselwerke – eBay-Grundsätze	31
a) Die eBay-Grundsätze	31
b) AGB-Charakter der eBay-Grundsätze	31
c) Einbeziehung der eBay-Grundsätze in den Nutzungsvertrag	32
II. Nutzungsbedingungen des Auktionshauses im Marktverhältnis	32
1. Relativität der Schuldverhältnisse	32
2. Geltung der Nutzungsbedingungen im Marktverhältnis vor Kaufvertragsschluss	33
a) Vorvertragliche (Rahmen-)Vereinbarung	33
b) Vertrag zugunsten Dritter	35
aa) Nutzungsbedingungen als „Marktordnung“	35
bb) Geltung einzelner Klauseln durch Vertrag zugunsten Dritter	36
c) Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter	37
3. Einbeziehung der Nutzungsbedingungen in den Kaufvertrag	38
a) Vorliegen von AGB - Verwendereigenschaft	38
aa) Grundsatz: Keiner der Nutzer ist Verwender	39
bb) Ausnahme: Fiktion der Verwendereigenschaft gem. § 310 Abs. 3 Nr. 1 BGB	40
b) Einbeziehung der AGB, § 305 Abs. 2 BGB	40
c) Lösung: Ausdrückliche Einbeziehung durch Gestaltung der Angebotsseite?	41
4. Nutzungsbedingungen als Auslegungsgrundlage	42
a) Kritik an der „Auslegungslösung“	42
b) Inhaltskontrolle der Nutzungsbedingungen	43
III. Verhältnis der Nutzungsbedingungen zu AGB der Nutzer	44

§ 4 Praxisfragen der AGB-Kontrolle bei Internet-Auktionen (Jahn)	46
I. Einleitung	46
II. Einbeziehung von AGB in den Kaufvertrag, § 305 Abs. 2 BGB	47
1. Ausdrücklicher Hinweis	47
2. Zumutbare Kenntnisnahmemöglichkeit	48
III. Inhaltskontrolle typischer Klauseln	49
1. Beschränkungen des Widerrufs- bzw. Rückgaberechts	49
2. Regelungen zur Rückabwicklung	51
3. Beschränkung des Gewährleistungsrechtes	54
4. Gefahrtragung	57
IV. Fazit	59
Kapitel 2: Informationspflichten bei Internet-Auktionen	60
§ 5 Informationspflichten nach dem TDG (Winnacker)	61
I. Anwendbarkeit des TDG	61
II. Informationspflichten nach § 6 TDG	61
1. Allgemeine Anforderungen an die Darstellung der Informationen	62
2. Einzelne Pflichten	63
a) Anbieterkennzeichnung	63
b) Kontaktaufnahme	63
c) Aufsichtsbehörde	64
d) Berufspflichten	64
III. Informationspflichten nach § 7 TDG	65
1. Anwendungsbereich	65
2. Die einzelnen Pflichten	66
a) Erkennbarkeit	66
b) Identifizierbarkeit	66
c) Verkaufsförderungen und Preisausschreiben	66
IV. Kennzeichnung der Gewerblichkeit	66
V. Folgen von Verstößen	68
1. Ansprüche nach dem Unterlassungsklagegesetz	68
2. Ansprüche nach dem UWG	68
3. Abmahnung	69
4. Staatliche Ahndung	70
§ 6 Informationspflichten nach Fernabsatzrecht (Simon)	71
I. Anwendungsbereich	71
1. Vertragsschluss zwischen Unternehmer und Verbraucher	71
a) Unternehmer, § 14 BGB	71
aa) Gewerbe	72
	XI

bb) Selbständige berufliche Tätigkeit	72
cc) Beurteilungsmaßstäbe	73
dd) Sachliche Komponente	74
b) Verbraucher, § 13 BGB	74
2. Fernkommunikationsmittel	75
3. Vertriebssystem	75
II. Die nach Fernabsatzrecht zu erteilenden Informationen	75
1. Vorvertragliche Informationspflichten, § 312c Abs. 1 BGB i.V.m.	
§ 1 Abs. 1 BGB-InfoV	75
a) Die vorvertraglichen Informationspflichten im einzelnen, § 312c	
Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. § 1 Abs. 1 Nr. 1–Nr. 12 BGB-InfoV	76
aa) Ladungsfähige Anschrift, § 1 Abs. 1 Nr. 3 BGB-InfoV	76
bb) Informationen über das Zustandekommen des Vertrages,	
§ 1 Abs. 1 Nr. 4 BGB-InfoV	77
cc) Gesamtpreis der Ware, § 1 Abs. 1 Nr. 7 BGB-InfoV	77
(1) Weite Auslegung des Begriffs „Berechnungsgrundlage“	78
(2) Ausnahmeregelung der PAngV	78
dd) Widerrufs- oder Rückgaberecht,	
§ 1 Abs. 1 Nr. 10 BGB-InfoV	79
b) Art und Weise der Informationserteilung	80
aa) Mediengerechte Darstellung	80
bb) Transparenzgebot	82
cc) Erfüllung der Informationspflichten durch den Betreiber der	
Auktionsplattform	83
2. Die Informationspflichten nach Vertragsabschluss	83
a) Textform	84
b) Muster nach BGB-InfoV, § 14 BGB-InfoV	85
III. Rechtsfolgen bei Nichterfüllung der Informationspflichten	85
1. Verletzung der vorvertraglichen Informationspflichten	85
2. Verletzung der nach Vertragsabschluss bestehenden	
Informationspflichten	86
§ 7 Informationspflichten nach § 312e BGB (Dohmgoergen)	88
I. Anwendungsbereich	88
1. Die Internet-Auktion als Teledienst	88
2. Ausnahmetatbestände	89
II. Die einzelnen Handlungs- und Informationspflichten	90
1. Technische Mittel zur Erkennung und Korrektur von Eingabefehlern	90
2. Informationspflichten	90
a) Informationen über den Vertragsschluss	91
b) Zugänglichkeit des Vertragstextes	92
c) Hinweis auf Korrekturmöglichkeit	93
d) Zur Verfügung stehende Vertragssprachen	93
e) Informationen über Verhaltenskodizes	93

3. Bestellbestätigung	94
III. Folgen der Nichterfüllung von Handlungs- und Informationspflichten	95
Kapitel 3: Unternehmerbegriff und Widerrufsrecht	97
§ 8 Unternehmerbegriff und Internet-Auktion (Borges)	97
I. Relevanz des Unternehmerbegriffs	97
II. Die Kriterien des § 14 BGB	98
1. Der Unternehmerbegriff des § 14 BGB	98
2. Maßgeblichkeit des Verbraucherhorizonts	99
III. Die Kriterien der Unternehmereigenschaft	101
1. Umfang des Handels über das Auktionshaus	101
2. Weitere Indizien	104
IV. Ergebnisse und Fallgruppen	105
§ 9 Das Widerrufsrecht des Verbrauchers (Borges)	107
I. Einführung und Meinungsstand	107
II. Das Urteil des BGH vom 3.11.2004	108
III. Der Zweck der Ausnahme für Auktionen	110
1. Der Meinungsstand	110
2. Anreize des Widerrufsrechts im Versandhandel	112
3. Auktionsspezifische Anreize des Widerrufsrechts	112
a) Die Problematik des sog. winner's curse	113
b) Widerrufsrecht und winner's curse	114
c) Nichtrationale Bietvorgänge	115
d) Ergebnis	116
4. Schutzmechanismen	117
5. Zur Differenzierung zwischen „echten“ und „unechten“ Auktionen	118
6. Ergebnis	119
IV. Das Widerrufsrecht in der Praxis	120
1. Die Reaktion der Praxis auf das BGH-Urteil	120
2. Die Widerrufsbelehrung	121
a) Gegenstand der Belehrung	121
b) Deutlichkeitsgebot, Form, Zeitpunkt	122
c) Das Belehrungsmuster der BGB-InfoV	123
3. Die Widerrufserklärung	124
4. Die Widerrufsfrist	124
5. Das Rückgaberecht	125
V. Zusammenfassung der Ergebnisse	126

§ 10 Fernabsatzrecht in der Praxis der Internet-Auktion (<i>Klein</i>)	128
I. Problemaufriss	128
II. Praktische Konsequenzen des Urteils für Unternehmer	129
1. Bestandsaufnahme	129
2. Typische Übertretungen und ihre Auswirkung	130
a) Unterlassene oder fehlerhafte Belehrung	130
b) Wettbewerbsrechtliche Konsequenzen	133
III. Konsequenzen des Urteils für Verbraucher	133
IV. Ausblick	136
Kapitel 4: Schutzrechtsverletzungen bei Internet-Auktionen	137
§ 11 Schutzrechtsverletzungen durch die Anbieter (<i>Weidert</i>)	137
I. Einleitung	137
II. Zuständigkeit deutscher Gerichte und Anwendbarkeit des deutschen Rechts	138
III. Handeln im geschäftlichen Verkehr	139
IV. Fallgruppen	142
1. Verwendung identischer Marken, Verwendung ähnlicher Marken	142
2. Hinweis auf „Imitat“ o.ä.	143
3. Vergleiche („riecht wie“, „ähnlich wie“, „im X Stil“)	144
a) „Riecht wie“; „ähnlich wie“; „wie das Original“	145
b) „im X Stil“	146
4. Substitute („Ersetzt“)	148
5. „passt zu“	150
6. Erwähnung der fremden Marke in der Artikelbezeichnung	153
7. Formulierung von Unterlassungsanträgen	155
V. Das Verhältnis von MarkenG und UWG	156
1. Praktische Relevanz	156
2. Grundsätze zur Unterscheidung	157
§ 12 Die Verantwortlichkeit des Plattformbetreibers (<i>Lee</i>)	162
I. Einleitung	162
II. Die Privilegierung nach dem Teledienstgesetz	163
1. Anwendbarkeit der Haftungsprivilegierung	163
2. Das Internet-Auktionshaus als Host-Provider	164
3. Dogmatische Einordnung	165
4. Beweis- und Darlegungslast	166
5. Privilegierung nach § 11 S. 1 TDG – Kenntnis	167
6. Ausschluss der Privilegierung	169
III. Die Haftung auf Unterlassung	169

1. Unterlassungshaftung und TDG	169
2. Störerhaftung von Internet-Auktionshäusern	170
a) Prüfungspflichten im Internet	171
b) Die Internet-Versteigerung-Entscheidung des BGH	171
3. Die Prüfungspflicht der Internet-Auktionshäuser	172
IV. Haftung auf Schadensersatz	176
1. Teilnehmerhaftung nach § 830 Abs. 2 BGB	176
2. Verkehrspflichten nach § 823 Abs. 1 BGB	177
V. Zusammenfassung der Ergebnisse	179

Kapitel 5: Phishing und Internet-Auktionen 180

§ 13 Technische Probleme und Risiken der Internet-Auktion *(Schwenk/Gajek)* 180

I. Einleitung	180
II. Allgemeine Aspekte der Internetsicherheit	181
1. Netzwerk- und Applikations-basierte Angriffe	181
2. Aktive und Passive Angriffe	181
3. Programm- oder Spezifikationsfehler	182
III. Angriffsmethoden bei Internet-Auktionen	182
1. ARP-Spoofing	182
2. IP-Spoofing	182
3. DNS Spoofing und DNS Cache Poisoning (Pharming)	183
4. Malware	183
5. Cross-Site-Scripting	184
6. E-Mail Spoofing	184
IV. Phishing	184
1. Das klassische Phishing	186
2. Pharming	187
V. Ausblick	188

§ 14 Strafbarkeit des Phishing *(Werner)* 190

I. Einleitung	190
II. Differenzierung nach Vorgehen und Zeitpunkt	190
III. Strafbarkeit nach dem StGB	191
1. Strafbarkeit nach § 202a StGB	191
a) Mail-Variante	191
aa) Die Eingabe der Daten auf der Website	191
(1) Datenbegriff	191
(2) Nicht unmittelbar wahrnehmbar gespeichert oder übermittelt	192
(3) Nicht für den Täter bestimmt	193

(4) Überwindung einer besonderen Zugangssicherung	194
bb) Das Verwenden der Zugangsdaten zum Login	195
b) Trojaner-Variante	196
c) Gesamtergebnis zu § 202a StGB	198
2. Strafbarkeit nach § 269 StGB	198
a) Das Verschicken der Mail	198
aa) Objektiver Tatbestand	198
bb) Subjektiver Tatbestand	199
cc) Ergebnis	200
b) Das Bereitstellen der gefälschten Website	200
3. Strafbarkeit nach § 263 StGB, § 263a StGB	201
IV. Problem der Grenzüberschreitung	202
1. Handlungsort	202
2. Erfolgsort	203

§ 15 Strafbarkeit des Phishing de lege ferenda (*Osthaus*) 204

I. Das Problem: Unklarheit der Strafbarkeit von Phishing de lege lata	204
II. Internationale Strafverfolgung	208
III. Wirkungen ins Zivilrecht	209
IV. Gesetzesinitiativen im Ausland	209
V. Gesetzesinitiativen in Deutschland	211
VI. Ausgestaltung eines Phishing-Tatbestands	211
1. als abstraktes Gefährungsdelikt	212
2. als Erfolgsdelikt mit Versuchsstrafbarkeit	213

§ 16 Zivilrechtliche Aspekte des Phishing (*Borges*) 214

I. Risikoordnung und Haftung	214
1. Fallgruppen und Rechtsverhältnisse	214
2. Verhältnis Ersteigerer – Accountinhaber	215
a) Rechtsscheinhafung	215
b) Schadensersatzanspruch	216
3. Verhältnis Accountinhaber – Auktionshaus	218
a) Ansprüche des Accountinhabers gegen das Auktionshaus	218
b) Ansprüche des Auktionshauses gegen den Accountinhaber	220
4. Verhältnis Ersteigerer – Auktionshaus	221
II. Der Anscheinsbeweis für die Echtheit einer Erklärung	221
1. Fallgruppen	221
2. Der Anscheinsbeweis bei einfachem Passwortschutz	223
III. Zusammenfassung der Ergebnisse	224

Sachverzeichnis 225