

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	IX
Abkürzungsverzeichnis	XVII
Einleitung	1
Teil 1 – Technologie	5
A. Internet	7
I. Hardware	7
II. Software	9
1. TCP/IP-Protokollfamilie	9
a) TCP-Protokoll.....	10
b) IP-Protokoll.....	10
2. Internetanwendungen und Kommunikationsprinzipien.....	11
a) Client-Server-Prinzip.....	11
b) Peer-to-Peer-Prinzip	12
III. Die wichtigsten Internetanwendungen im E-Commerce	12
1. World Wide Web – WWW.....	13
2. E-Mail und SMTP	16
3. IP-Telefonie (Voice over IP) und Videokonferenzen.....	17
4. Chat und Instant-Messaging	18
B. Technische Grundlagen des M-Commerce.....	19
Teil 2 – Angebot und Annahme im Internet	21
A. Deutsches Recht - Rechtsgeschäftslehre.....	21
I. Die Willenserklärung	22
1. Äußerer und innerer Tatbestand	22
a) Innerer Tatbestand	23
aa) Handlungswille/Handlungsbewusstsein.....	23
bb) Erklärungswille/Erklärungsbewusstsein.....	23
cc) Geschäftswille	25
b) Äußerer Tatbestand	25
2. Die Elektronische Willenserklärung.....	26
a) Die elektronisch übermittelte Willenserklärung	27
aa) E-Mailverkehr	28

bb) World Wide Web.....	28
cc) Chat	28
dd) Voice-over-IP und Videokonferenzen.....	28
b) Die Computererklärung.....	29
aa) Automatische Erstellung einer Erklärung.....	29
bb) Computererklärung im engeren Sinne.....	30
cc) Elektronische Agenten	34
II. Angebot und Annahme	35
1. Angebot, § 145 BGB.....	36
2. Das elektronische Angebot	37
a) Angebot im World Wide Web.....	38
b) Angebot durch sonstige Internetanwendungen.....	41
c) Angebot im M-Commerce.....	41
3. Annahme	42
4. Die elektronische Annahmeerklärung	43
B. Spanisches Recht – <i>consentimiento</i>	45
1. <i>Consentimiento</i>	50
a) Mehrzahl der Rechtssubjekte.....	51
b) <i>Declaración de voluntad</i> – Willenserklärung.....	52
c) Konsens/Übereinstimmung	53
2. Objeto.....	53
3. Causa	54
II. Das elektronische <i>consentimiento</i>	56
III. Angebot – oferta	60
1. Das Angebot.....	60
2. Das elektronische Angebot	65
a) Das Angebot mittels einer Webseite	65
aa) Webseite als <i>invitatio ad offerendum</i>	66
bb) Unterteilung nach aktiver und passiver Webseite	67
cc) Die Webseite als Angebot.....	68
dd) Stellungnahme	68
b) Das Angebot per E-Mail	69
c) Sonstige Kommunikationsmittel	70

III. Annahme – aceptación.....	70
1. Annahmeerklärung im spanischen Recht	70
2. Die elektronische Annahmeerklärung	72
C. Rechtsvergleich	74
I. Voraussetzungen des Vertrages	74
II. Die Erklärung im elektronischen Rechtsverkehr.....	74
III. Das elektronische Angebot.....	75
Teil 3 – Zeitpunkt des Vertragsschlusses.....	78
A. Vertragsschlussmodelle	78
I. Äußerungstheorie (<i>teoría de emisión</i>).....	81
II. Vernehmungstheorie (<i>teoría de cognición</i>)	82
III. Übermittlungstheorie (<i>teoría de expedición</i>)	83
IV. Empfangstheorie (<i>teoría de recepción</i>)	84
V. Sonderansätze	86
1. Vorweggenommene (antizipierte) Kenntnisnahme	86
2. Mischform zwischen Übermittlungs- und Empfangstheorie.....	88
3. Mischform zwischen Äußerungs- und Empfangstheorie	89
VI. Abschließende Betrachtung	89
B. Deutsches Recht	90
I. Vertragsschluss – Wirksamwerden der Annahmeerklärung.....	90
1. Abgabe	91
2. Zugang	91
a) Zugang unter Anwesenden.....	92
b) Zugang unter Abwesenden nach § 130 Abs. 1 Satz 1 BGB	93
II. Der elektronische Vertragsschluss.....	94
1. Wirksamwerden der elektronischen Willenserklärung.....	96
a) Abgabe.....	96
aa) Abgabe einer E-Mail.....	97
bb) Abgabe im <i>World Wide Web</i>	97
cc) Abgabe bei Peer-to-Peer-Systemen	97
dd) Abgabe im IR-Chat.....	98
ee) Abgabe bei Voice-over-IP.....	98
ff) Abgabe der Computererklärung.....	98

b) Zugang.....	99
aa) Eingeschränkte Vernehmungstheorie	99
bb) Empfangstheorie	100
cc) Differenzierung – Einweg- oder Dialogkommunikation	100
dd) Gegenstimmen	102
ee) Stellungnahme	104
ff) Kommunikation von Computern untereinander	107
III. Zusammenfassung	108
C. Spanisches Recht.....	110
I. Perfección del contrato – vor der Modifikation durch das LSSI	110
1. Bürgerliches Recht.....	110
2. Handelsrecht.....	112
II. Perfección del contrato – nach der Modifikation durch das LSSI	114
1. Das LSSI	114
2. Im Besonderen Anhang 4 LSSI	116
a) Absatz 2 – Vertragsschluss unter Abwesenden	117
aa) Korrigierte Vernehmungslehre	119
(1) Vernehmungstheorie	120
(2) <i>Teoría de recepción</i> – Empfangstheorie.....	121
bb) Stellungnahme	123
b) Absatz 3 – Vertragsschluss durch <i>dispositivos automaticos</i>	125
aa) Zwei- oder Dreifachlösung im elektronischen Vertragsschluss....	125
bb) Das Vertragsschlussmodell.....	126
cc) <i>Dispositivo automatico</i>	127
(1) <i>Dispositivos automaticos</i> – Anwendung auf alle Verträge	128
(2) <i>Dispositivos automaticos</i> – Verkaufsautomaten.....	129
(3) <i>Dispositivos automaticos</i> – Warenautomaten, Webseiten.....	130
(4) <i>Dispositivos automaticos</i> – <i>contratos clic</i>	131
(5) Anwendung auf Diensteanbieter.....	133
(6) <i>Dispositivos automaticos</i> – Agentenerklärungen	134
(7) <i>Dispositivos automaticos</i> – <i>teoría de conocimiento</i>	135
(8) Stellungnahme.....	135
(a) E-Mail-Verkehr.....	137

(b) Passive Webseite	137
(c) Aktive Webseiten.....	138
(d) Chat.....	139
(e) Telefon- und Videokommunikation	140
C. Rechtsvergleich	141
Teil 4 – EG-Richtlinien im E-Commerce	147
A. <i>E-Commerce-Richtlinie</i>	149
I. Umsetzung in Deutschland	149
1. Anwendungsbereich.....	150
2. Informationspflichten.....	151
3. Allgemeine Geschäftsbedingungen	152
4. Empfangsbestätigung.....	152
5. Zugangsregel des Art. 11 Abs. 1 2. Spiegelstrich ECRiL	154
6. Rechtsfolgen einer Pflichtverletzung aus § 312e BGB	154
II. Umsetzung in Spanien	155
1. Art. 27 LSSI – Vorvertragliche Informationspflichten.....	156
2. Weitere Informationspflichten neben dem Art. 27 Abs. 1 LSSI	158
a) Art. 40 LOCM iVm. Art. 47 LOCM	158
b) Real-Decreto 1906/1999 de 17 de diciembre 1999.....	158
c) Circular 3/2001, de 24 de septiembre.....	159
3. Befreiung von den Informationspflichten.....	159
4. Gültigkeit von elektronischen Angeboten	160
5. Allgemeine Geschäftsbedingungen	161
6. Art. 28 LSSI – <i>acuse de Recibo</i> – Empfangsbestätigung	164
III. Rechtsvergleich	167
B. Fernabsatzrichtlinie	171
I. Umsetzung in Deutschland	173
1. Der Fernabsatzvertrag - Anwendungsbereich	174
a) <i>Business to consumer</i>	174
b) Vertragsschluss betreffend Waren oder Dienstleistungen.....	174
c) Ausschließliche Verwendung von Fernkommunikationsmitteln....	175
d) Vertriebs- und Organisationssystem	176
2. Ausnahmen vom Anwendungsbereich	177

3. Informationspflichten.....	178
a) Vorvertragliche Informationspflichten.....	178
b) Nachvertragliche Informationspflichten	181
c) Rechtsfolgen aus der Verletzung der Informationspflichten	185
4. Umsetzung von Art. 6 FernabsatzRiL – Widerrufsrecht	186
a) Verbraucherschützendes Widerrufsrecht	187
b) Form des Widerrufs.....	188
c) Erlöschen des Widerrufsrechts.....	189
d) Ausnahmen vom Widerrufsrecht	190
e) Verhältnis zu §§ 305 ff. BGB.....	192
4. Zusammenfassung.....	192
II. Umsetzung der Fernabsatzrichtlinie in Spanien	193
1. Abgrenzung LSSI und LOCM.....	195
2. Der Fernabsatzvertrag - Anwendungsbereich	198
a) <i>Business to Consumer</i>	198
b) Vertragsschluss betreffend Waren oder Dienstleistungen	202
c) Ausschließliche Verwendung von Fernkommunikationsmitteln	205
3. Ausnahmen vom Anwendungsbereich	205
4. Informationspflichten.....	206
a) Umsetzung von Art. 4 FernabsatzRiL.....	207
aa) Informationen zur Person des Verkäufers.....	209
bb) Informationen zum Verkaufsobjekt.....	211
cc) Informationen zu Erfüllungsweise: Zahlung und Erfüllung	211
dd) Informationen bzgl. des gewählten Kommunikationsmittels....	212
ee) Informationen zu den Vertragsumständen	212
ff) Darstellungsweise	213
b) Umsetzung von Art. 5 Abs. 1, 1. Spiegelstrich FernabsatzRiL	214
c) Art und Weise der Information	216
d) Rechtsfolgen aus der Verletzung der Informationspflichten	217
5. Umsetzung von Art. 6 FernabsatzRiL – Widerrufsrecht.....	218
a) Der Widerruf im spanischen Zivilrecht.....	218
b) <i>Derecho de desistimiento unilateral</i>	219
c) Erlöschen des Widerrufsrechts.....	224

d) Ausnahmen vom Widerrufsrecht	224
6. Zusammenfassung.....	225
III. Rechtsvergleich	225
Teil 5 – Internationale Regelwerke	229
A. UN-Kaufrecht.....	229
I. Anwendungsbereich.....	230
1. Sachlicher Anwendungsbereich.....	231
2. Waren	232
3. Niederlassung.....	233
a) Begriff Niederlassung.....	233
b) Internationalität Art. 1 Abs. 2 CISG	234
4. Ausschluss von Verträgen nach Art. 2 CISG	236
a) Konsumentenkäufe nach Art. 2 lit. a CISG.....	237
b) Versteigerungen	239
c) Wertpapier/Zahlungsmittel.....	242
III. Vertragsschluss.....	242
1. Angebot.....	244
2. Annahme	247
3. Vertragsschluss	249
4. Formvorschriften.....	250
5. Ergebnis	251
B. UNCITRAL – Convention	252
I. Anwendungsbereich.....	253
II. Einzelfragen des Abkommens	256
1. Anerkennung der elektronischen Form.....	256
2. Das Angebot im Internet.....	257
3. Computererklärungen	257
4. Abgabe und Zugang von elektronischen Erklärungen.....	257
C. UNCITRAL – Modellgesetz	258
I. Anwendungsbereich.....	258
II. Spezielle Kernpunkte des Modellgesetzes	259
1. E-Commerce-Begriff	259
2. Rechtswirkungen der data message	260

3. Funktionsäquivalenz	260
4. Vertragsschluss	261
D. Ergebnis	262
Teil 6 – Schlussbetrachtungen.....	266
A. Das Angebot im Cyberspace.....	266
B. Die Annahme im Cyberspace	267
C. Der Zeitpunkt des Vertragsschlusses im Cyberspace	268
D. Europäische und Internationale Vorgaben.....	269
Literaturverzeichnis.....	XXIII