

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abkürzungsverzeichnis	XIX
Literaturverzeichnis	XXIII
Kapitel 1 Grundlagen zum Onlinevertrieb	1
A. Begriff des Onlinevertriebs	2
B. Technische und ökonomische Betrachtung des Onlinevertriebs	2
I. Grundlagen	2
1. Onlinevertrieb als Absatzweg	2
2. Wirtschaftliche Grundlagen des WWW	3
3. Die Bedeutung der Website	4
II. Vor- und Nachteile des Onlinevertriebs für den Kunden	5
III. Vor- und Nachteile des Onlinevertriebs für den Onlinehändler	6
IV. Formen des Onlinevertriebs	7
1. Der Onlineshop	7
2. Vertrieb über elektronische Marktplätze	11
3. Vertrieb über Onlineauktionen	12
4. Vertrieb über soziale Netzwerke (»Facebook«)	14
5. Bewertungssysteme	17
6. Funktionsweise von Suchmaschinen, insbesondere von »Google«	18
C. Fragen des anwendbaren Rechts	20
I. Internationales Vertragsrecht	21
1. UN-Kaufrecht	22
2. Rom I-VO	22
II. Internationales Deliktsrecht	25
1. Urheberrecht	26
2. Markenrecht	26
3. Wettbewerbsrecht	27
III. Internationale Zuständigkeit deutscher Gerichte	27
Kapitel 2 Die Organisation des Onlinehandels	29
A. Einleitung	30
B. Rechtsform	31
I. Einzelunternehmen	31
II. Personengesellschaft	33
1. Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)	33
2. Offene Handelsgesellschaft (OHG)	34
3. Kommanditgesellschaft (KG)	35
III. Kapitalgesellschaft	36

1. GmbH	36
2. Unternehmergesellschaft (UG) (haftungsbeschränkt)	37
IV. Die GmbH & Co KG	38
C. Rechtliche Anforderungen an die Ausgestaltung des Onlinehandels.	40
I. Wahl und Registrierung der Domain	40
1. Einleitung	40
2. Auswahl der Domain	40
3. Registrierung.	41
II. Allgemeine – vertragsunabhängige – Anforderungen nach dem TMG	43
1. Grundsätzliches.	43
2. Anforderungen an die Gestaltung	44
3. Name und Adresse, § 5 I Nr. 1 TMG	46
4. Kontakt- und Kommunikationsdaten, § 5 I Nr. 2 TMG	47
5. Angaben zur Aufsichtsbehörde, § 5 I Nr. 3 TMG	49
6. Erforderliche Registerangaben, § 5 I Nr. 4 TMG	50
7. Berufsspezifische Informationen, § 5 I Nr. 5 TMG	51
8. Umsatzsteueridentifikationsnummer, § 5 I Nr. 6 TMG	52
9. Angaben zum Liquidationsverfahren, § 5 I Nr. 7 TMG	53
10. Angaben nach § 5 II TMG	53
III. Anforderungen an die Gestaltung sowie Informationspflichten nach § 312g BGB.	53
1. Korrektur von Eingabefeldern, § 312g I Nr. 1 BGB.	54
2. Informationen nach § 312g I Nr. 2 BGB i. V.m. Art. 246 § 3 EGBGB	54
3. Bestätigung des Zugangs einer Kundenbestellung, § 312g I Nr. 3 BGB.	57
4. Möglichkeit zum Abruf von Vertragsbestimmungen, § 312g I Nr. 4 BGB	58
5. Information nach § 312g II BGB	58
6. Ausdrückliche Bestätigung der Zahlungsverpflichtung durch den Kunden, § 312g III BGB.	59
7. Rechtsfolgen bei Verstößen gegen § 312g BGB	60
IV. Anforderungen nach § 55 Rundfunkstaatsvertrag (RStV)	61
V. Anforderungen aus dem Datenschutzrecht.	61
VI. Anforderungen an die Ausgestaltung von Geschäftsbriefen, insbesondere an E-Mails	61
D. Versicherungsrechtliche Fragestellungen	62
E. Allgemeine Haftungsfragen	63
I. Haftung des Content-Provider, § 7 TMG.	63
II. Haftung des Access-Providers, §§ 8, 9 TMG.	64
III. Haftung des Host-Providers, § 10 TMG.	64
IV. Sonderfragen	65
1. Haftung für Hyperlinks	65
2. Haftung für user generated content, insbesondere für Inhalte eines Internetforums	66

Kapitel 3 Vertragsrecht	68
A. Einleitung	73
B. Vertrags- und produktbezogene Gestaltungs- und Informationspflichten	74
I. § 312c BGB i. V. m. Art. 246 §§ 1 und 2 EGBGB	74
1. Vorfragen	74
2. Art. 246 § 1 EGBGB	77
3. § 312c I BGB i. V. m. Art. 246 § 2 EGBGB	86
II. Informationen nach der Preisangabenverordnung (PAngV)	90
1. Allgemeines	90
2. Unanwendbarkeit der PAngV, insbesondere für Angebote über eBay?	92
3. Formale Anforderungen, § 1 VI PAngV	94
4. Erweiterte Pflicht zur Endpreisangabe, § 1 II Nr. 1 PAngV	96
5. Liefer- und Versandkosten, § 1 II Nr. 2 PAngV	100
6. Preisauszeichnung für im Versandhandel angebotene Waren, § 4 IV PAngV	100
III. Besondere Informationspflichten aus dem öffentlichen Recht	100
1. Batterien	101
2. Elektrogeräte/Haushaltsgeräte	101
3. Lebensmittel	102
IV. Textilkennzeichnungsverordnung	103
1. Allgemeines	103
2. Praktische Umsetzung	104
V. Besonderheiten beim Vertrieb über Onlinehandelsplattformen	105
1. Anbieterkennzeichnung	105
2. Sonstige Vorabinformationen des Art. 246 § 1 I EGBGB	105
3. Information zum Vertragsschluss, Art. 246 § 1 I Nr. 4, § 3 Nr. 1- 3 EGBGB	106
C. Vertragsschluss	106
I. Geschäftsfähigkeit – Willensmängel – Vertretung – Zugang	106
1. Probleme der Geschäftsfähigkeit	107
2. Willensmängel	109
3. Vertretung	112
II. Onlineshop	113
1. Das Warenangebot im Onlineshop	114
2. Warenkorb und Bestellübersicht	115
3. Das Vertragsangebot	115
4. Die Annahme des Vertragsangebots	116
5. Zugangsfragen	118
III. Onlinehandelsplattformen	120
1. Amazon	120
2. eBay	120
D. Widerrufs- und Rückgaberecht	123
I. Einleitung	123
II. Anwendungsbereich	123
1. Vertrag zwischen Unternehmer und Verbraucher	123

2. Ausnahmen nach § 312b III und IV BGB	124
3. Fernabsatzverträge, auf welche die Regelungen des Widerrufs- und Rückgaberechts keine Anwendung finden, § 312d IV und V BGB	125
4. Erlöschen des Widerrufsrechts bei vorzeitiger Erfüllung der Dienstleistung, § 312d III BGB	130
5. Widerrufsrecht bei unwirksamen Fernabsatzvertrag	130
III. Nebeneinander von Widerrufsrecht und Rückgaberecht im Onlinevertrieb	131
IV. Unabdingbarkeit	132
V. Die Belehrung über das Widerrufs- oder Rückgaberecht	132
1. Rechtsanspruch des Verbrauchers auf eine Belehrung	132
2. Zeitliche Abläufe bei der Belehrung über das Widerrufs- oder Rückgaberecht	133
3. Formerfordernisse an die Belehrung über das Widerrufs- oder Rückgaberecht	135
4. Inhaltliche Anforderungen und Musterbelehrungen	138
VI. Fristbeginn, Dauer der Widerrufs- bzw. Rückgabefrist, Widerrufserklärung und Erlöschen des Widerrufs- und Rückgaberechts	149
1. Fristbeginn	149
2. Dauer des Widerrufs-/Rückgaberechts	150
3. Erlöschen des Widerrufs- bzw. Rückgaberechts	151
4. Widerrufserklärung	152
5. Rückgabeerklärung	155
VII. Rechtsfolgen des Widerrufs und der Rückgabe	156
1. Rückgewähr der empfangenen Leistungen	156
2. Hin- und Rücksendekosten	157
3. Wertersatz	160
4. Finanzierte Geschäfte	164
VIII. Beweisfragen	164
IX. Künftige Besonderheiten durch Umsetzung der Verbraucherrechtlinie.	165
1. Anwendungsbereich des Fernabsatzrechts	166
2. Änderungen im Bereich der Informationspflichten	167
3. Materielle Änderungen im Bereich des Widerrufsrechts	172
4. Neue EU-weite Musterwiderrufsbelehrung nebst Musterwiderrufserklärung	175
E. Das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen	178
I. Vorüberlegungen	178
II. Begriff der AGB	179
III. Einbeziehung	180
1. Ausdrücklicher Hinweis	181
2. Zumutbare Möglichkeit der Kenntnisnahme	182
3. Einverständnis	183
IV. Hinweis- und Informationspflichten beim Einsatz von AGB im Onlineshop	183
V. Rechtsverkehr mit Unternehmern	184
VI. Allgemeine inhaltliche Anforderungen	184
VII. Rechtsfolgen bei Verstößen	185

VIII. Rechtliche Zulässigkeit einzelner Klauseln	186
1. Ausschluss oder Beschränkung der Gewährleistungsrechte	186
2. Haftungsausschlüsse	187
3. Vertragsschluss	188
4. Lieferung und Lieferzeit	189
5. Kaufpreis und Zahlung	190
6. Widerrufsrecht	191
7. Sonstige Klauseln	192
F. Zahlungsbedingungen im Onlineverkehr	193
I. Informationspflicht	193
II. Praxisrelevante Zahlungsmöglichkeiten im Onlinevertrieb	194
1. Überweisung	194
2. Sofortüberweisung oder Giropay	195
3. Nachnahme	195
4. Zahlung nach Rechnung	195
5. Lastschriftverfahren	196
6. Zahlung durch Kreditkarte	196
7. Sonderfall Paypal	197
G. Kaufrechtliche Besonderheiten, insbesondere Gewährleistungsrecht	201
I. Vertragliche Pflichten aus dem Kaufvertrag	202
II. Kaufrechtliches Gewährleistungsregime	202
1. Abgrenzung des allgemeinen Leistungsstörungenrecht zu den besonderen Rechtsfolgen bei Mängeln nach §§ 437 ff. BGB	202
2. Mangelbegriff	203
3. Einzelne Rechtsfolgen	204
4. Sonderregelungen des Verbrauchsgüterkaufs, §§ 474 ff. BGB	216
5. Exkurs: Einheitliches europäisches Kaufrecht	219
H. Produkthaftung	220
I. Haftung nach dem ProdHaftG	220
1. Herstellerbegriff	220
2. Fehler	221
3. Haftungsbegrenzungen	222
4. Beweislasten und Verjährung	223
II. Produkthaftung nach § 823 I BGB	223
1. Allgemeines	223
2. Haftung des Händlers	223
3. Haftung des Importeurs	224
4. Unterschiede zum ProdHaftG	225
I. Jugendschutz	225
I. Vertrieb jugendgefährdender Medien	226
1. Abgabebeschränkungen	226
2. Werbeverbote und -beschränkungen	230
II. Alkohol- und Tabakvertrieb	230
1. Abgabebeschränkung	230
2. Werbebeschränkungen	231

III.	Jugendschutzbeauftragter	232
J.	Besondere Rücknahmepflichten	233
I.	Verpackungen	233
II.	Altbatterien	234
 Kapitel 4 Bewertungssysteme und Sanktionen der Onlinehandelsplattformen.		236
A.	Bewertungsprofil und negative Bewertungen	237
I.	AGB-rechtliche Bedenken gegen die Einbeziehung von eBay-Grundsätzen und Amazon-Richtlinien und –bedingungen auf Hilfeseiten	237
1.	Bestandsaufnahme	237
2.	Keine Einbeziehung nach § 305 II Nr. 2 BGB	238
3.	Intransparenz nach § 307 I 2 BGB	239
4.	Rechtsfolgen nach § 306 BGB	239
II.	Rechtsgrundlagen und Bedeutung der Profile für Auktions- und Handelsplattformen	239
1.	eBay	239
2.	Amazon	241
III.	Rechtsschutzmöglichkeiten gegen Bewertungen	243
1.	Deliktsrechtliche Ansprüche	243
2.	Vertragliche Ansprüche	245
IV.	Zulässigkeit von Maßnahmen des Verkäufers zur Erzielung positiver Bewertungen	246
V.	Vorgehen im Rahmen einstweiligen Rechtsschutzes	247
B.	Sanktionen durch die Auktions- und Handelsplattformen	248
I.	Sanktionskatalog	248
1.	eBay	248
2.	Amazon	249
II.	Rechtliche Zulässigkeit der Sanktionen	250
1.	Sonderproblem Amazon	250
2.	Ordentliche Kündigung	251
3.	Sofortige, endgültige Sperrung als fristlose Kündigung	251
4.	Sonstige Sanktionen	252
5.	Kontrahierungs- bzw. Abschlusszwang?	253
III.	Regressansprüche gegen Dritte	255
1.	Haftung der Onlinehandelsplattform	256
2.	Haftung Dritter	256
 Kapitel 5 Besonderheiten des Wareneinkaufs.		257
A.	Vertragsrechtliches	259
I.	Grundsätzliches	259
II.	Mögliche Vertragstypen des Hauptvertrages	259
1.	Echter Sukzessivlieferungsvertrag	259
2.	Unechter Sukzessiv- oder Dauerlieferungsvertrag	260

3. Vorvertrag	261
4. Rahmen- oder Mantelvertrag	262
5. Exkurs: Einbindung des Onlinehändlers in die Absatzstruktur des Lieferanten als Handelsvertreter, Vertragshändler oder im Rahmen eines Franchisevertrages	263
III. Wichtige vertragliche Regelungsbereiche	266
1. Anwendbares Recht	266
2. Gewährleistungsfragen	266
3. Schutzrechte Dritter	267
4. Lizenzrechte an und Haftung für Produktlichtbilder, Beschreibungen, Werbetexte und sonstige vom Lieferanten zur Verfügung gestellte Inhalte	268
5. Lieferbedingungen, Lieferabläufe und Haftungsfreistellung	269
6. Kündigungsrechte	270
7. Produktspezifikationen, siehe auch Ausführungen unter III.	271
8. AGB-Kontrolle (des Rahmenvertrages)	271
B. Die Rügeobliegenheit nach § 377 HGB	272
C. Der Unternehmerregress gem. §§ 478, 479 BGB	275
I. Anwendungsbereich	275
II. Entbehrlichkeit der Fristsetzung nach § 478 I BGB	276
III. Aufwendungsersatzanspruch für die Nacherfüllung, § 478 II BGB	277
IV. Anwendung der Beweislastumkehr in der Lieferkette, §§ 476, 478 III BGB	278
V. Abweichende Vereinbarungen	279
VI. Anwendbarkeit des § 377 HGB	279
VII. Verjährung der Rückgriffsansprüche, § 479 BGB	280
D. Produkthaftungsfragen	281
E. Produktbezogene Rechtsfragen des Wareneinkaufs	281
I. EG-Konformitätskennzeichen (CE)	281
1. Kennzeichnungspflicht	282
2. Art und Weise der Kennzeichnung	282
3. Kennzeichnungspflichtiger	283
4. Verstöße gegen die Kennzeichnungspflicht	283
II. Geprüfte Sicherheit (GS-Zeichen)	284
1. Allgemeines	284
2. Herstellerunabhängige Verpflichtung des Einführers	285
III. Kontaktdaten des Herstellers	285
IV. Gesonderte Kennzeichnungen zur Produktidentifizierung	285
V. Pflichten nach dem ElektroG	286
1. Grundsätzliches	286
2. Registrierungspflicht als Voraussetzung für das Inverkehrbringen	286
3. Kennzeichnungspflicht nach § 7 ElektroG	287
4. Pflichten des Vertreibers, insbesondere des Onlinehändlers	288
5. Rechtsfolgen bei Verstößen gegen das ElektroG	289
VI. Die Global Trade Item Number (GTIN)	289
1. Funktion	289

2. Sonderproblem: Anhängen an fremde GTIN bei Amazon	290
VII. Anforderungen nach der Textilkennzeichnungsverordnung	294
1. Kennzeichnungspflicht	295
2. Art und Weise der Kennzeichnung	296
3. Rechtsfolgen bei Verstößen gegen die TextilKennVO.	298
VIII. Anforderungen nach dem Batteriegesetz (BattG)	298
1. Allgemeines zum BattG	298
2. Kennzeichenpflicht des Herstellers	298
3. Hinweispflicht des Vertreibers	299
4. Rücknahmepflicht des Vertreibers	300
IX. Anforderungen nach der Verpackungsverordnung (VerpackV)	300
X. Anforderungen nach der Verordnung über die Sicherheit von Spielzeug (GPSGV)	300
1. Allgemeines	300
2. Pflichten, insbesondere Kennzeichnungspflichten des Herstellers	301
3. Eigene Prüfpflichten des Händlers	302
4. Rechtsfolgen bei Verstößen	303
XI. Arzneimittel und Kosmetika	303
Kapitel 6 Urheberrecht	307
A. Allgemeines	308
I. Anwendbares Recht	308
II. Schutzvoraussetzungen	308
III. Inhalt des Urheberrechts	310
B. Wichtige urheberrechtliche Brennpunkte des Onlinevertriebs	311
I. Schutz der Gesamtdarstellung des Onlineshops	311
II. Schutz der Texte des Onlineshops	312
III. Schutz von Werbefotografien	313
IV. Schutz von Computergrafiken	314
V. Recht am eigenen Bild	316
VI. Auf dem Produktlichtbild abgebildete fremde Schutzrechte, insbesondere Marken	316
VII. Schutz des HTML-Codes der Website	316
VIII. Filmsequenzen	317
IX. Musikeinspielungen	318
X. Stadtplanausschnitte	319
XI. Verlinkung auf sonstige fremde Inhalte	320
XII. Abdruck von Zeitungsartikeln	321
XIII. Vertrieb von Einzelbestandteilen aus Softwareboxen, insbesondere Seriennummern	322
C. Ansprüche des Rechteinhabers bei Verletzungen eines Urheberrechts	322
I. Strafrechtliche Sanktionen	322
II. Zivilrechtliche Ansprüche	323
1. Der Unterlassungsanspruch	324

2. Der Anspruch auf Vernichtung, Rückruf und Überlassung	326
3. Der Auskunftsanspruch	326
4. Der Schadensersatzanspruch	327
5. Anspruch auf Erstattung der Anwaltskosten	333
D. Schutzdauer	334
E. Der Grundsatz der Erschöpfung	334
F. Rechteeinräumung/Lizenzierung	338
I. Grundsätzliches	338
II. Lizenzvertrag mit dem Endkunden	341
G. Verfahrensrechtliches	341
I. Anspruchsberechtigter	341
II. Passivlegitimation	342
III. Abmahnung	342
1. Formales und Inhalt	342
2. Reaktion des Abgemahnten	344
IV. Gerichtsverfahren	346
Kapitel 7 Wettbewerbs- und Kennzeichenrecht des Onlinevertriebs	349
A. Wettbewerbsrecht	352
I. Grundlagen	352
1. Schutzzweck des UWG	352
2. Geschäftliche Handlung als zentraler Begriff	352
3. Systematik des UWG	353
4. Spürbarkeit	354
II. Wettbewerbsrechtliche Anforderungen im Onlineverkehr	355
1. Verbot irreführender Werbung	355
2. Verbotene Belästigung	371
3. Verstoß gegen Marktverhaltensregeln	380
4. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	386
III. Rechtsdurchsetzung	388
1. Ansprüche des Verletzten	388
2. Verfahrensrechtliches	389
B. Kennzeichenrecht	390
I. Grundlagen	390
1. Nach dem MarkenG geschützte Kennzeichen	390
2. Schutzentstehung und Schutzdauer	391
3. Schutzzumfang	395
4. Rechtsfolgen bei Verletzung von Kennzeichenrechten	402
II. Praxisrelevante Konfliktfälle	403
1. Domainstreitigkeiten	403
2. Schutz von Werbeslogans	405
3. Nutzung fremder Marken zum Warenvertrieb	406

Kapitel 8 Datenschutzrecht	413
A. Grundsätzliches	414
I. Anwendbares Recht	414
II. Abgrenzung des TMG zu BDSG	415
III. Allgemeine Grundsätze	416
IV. Personenbezogene Daten	417
B. Onlinehandelsspezifische datenschutzrechtliche Problembereiche	419
I. Grundsätzliches	419
II. Nutzung personenbezogener Daten zur Vertragsabwicklung	419
III. Übermittlung an Auskunftseien, § 28a BDSG	421
IV. Scoringverfahren, § 28b BDSG	422
V. Nutzung zu Marketingzwecken	423
1. Gesonderte Einwilligung erforderlich	423
2. Erstellung von anonymisierten Nutzungsprofilen durch Einsatz von Webtrackingtools, insbesondere Google-Analytics	435
3. Erstellung von pseudonymisierten Nutzungsprofilen, insbesondere durch Einsatz von Cookies	436
4. Social Plugins, insbesondere der Facebook-Like-Button	437
C. Datenschutzrechtliche Hinweispflichten des Onlinehändlers	439
I. Inhalt und Umfang	439
II. Zeitpunkt	440
III. Formerfordernisse	440
IV. Integration in den Webshop, insbesondere jederzeitige Abrufbarkeit	440
D. Ergänztender Datenschutz über das Lauterkeitsrecht	441
E. Ausblick	442
Entscheidungsregister	443
Stichwortverzeichnis	455