

Inhaltsübersicht

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	XI
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XIX
§ 1 <i>Einführung</i>	1
A. Fragestellung	3
B. Gang der Darstellung	4
C. Methodik	5
Teil 1: Verträge im Internet der Dinge	7
§ 2 <i>Internet der Dinge</i>	9
A. Entwicklung eines „Internets der Dinge“	9
B. Künstliche Intelligenz	15
C. Anwendungslösungen für Verbraucher	19
§ 3 <i>Vertragsabschlüsse im Internet der Dinge</i>	23
A. Willenserklärung als zentrales Element	23
B. Vertragsabschlüsse mittels Anwendungslösungen im Internet der Dinge ..	25
C. Systematisierung der Anwendungslösungen	59
D. Vertragsschließende Parteien	66
§ 4 <i>Ergebnis und Bewertung</i>	72
Teil 2: Schutzbereich des Verbraucherrechts im Internet der Dinge	75
§ 5 <i>Persönlicher Anwendungsbereich</i>	77
A. Nutzer der Anwendungslösung als Verbraucher gemäß § 13 BGB	77
B. Vertragspartner als Unternehmer gemäß § 14 BGB	94
§ 6 <i>Sachlicher Anwendungsbereich</i>	95
A. Anwendbarkeit fernabsatzrechtlicher Regelungen	95
B. Anwendbarkeit der Vorschriften über den elektronischen Geschäftsverkehr	112
C. Bevorstehende Änderungen durch RL (EU) 2019/2161	126
§ 7 <i>Ergebnis und Bewertung</i>	127

Teil 3: Verbraucherschutzrechtliches Rechte- und Pflichtengefüge im Internet der Dinge	133
§ 8 Informationspflichten	135
A. Umfang und Modalitäten der Informationspflichten	135
B. Adressat der Informationspflichten	173
C. Synthese der Pflichtinformationen und offene Probleme	183
§ 9 Gestaltungspflichten	193
A. Anforderungen nach § 312i BGB	193
B. Ausdrückliche Bestätigung der Zahlungsverpflichtung gemäß § 312j Abs. 3 BGB	196
§ 10 Rechtslage nach Vertragsabschluss	208
A. Widerrufsrecht	208
B. Instrumente zur Absicherung der verbraucherschutzrechtlichen Pflichten	214
§ 11 Ergebnis und Bewertung	222
Teil 4: Reformbedarf und Ansätze	225
§ 12 Perspektiven	227
A. Aktuelle Tendenzen in der Praxis	227
B. Perspektiven in Gesetzgebung und Rechtsprechung	229
§ 13 Lösungskonzepte	231
A. Modifizierung des Pflichteninhalts	231
B. Anpassung des Zeitpunkts und der Erteilungsmodalitäten	250
C. Verbesserung der Technologieneutralität	264
D. Synthese und Fazit	265
Teil 5: Ergebnisse	269
§ 14 Thesenartige Zusammenfassung	271
§ 15 Gesamtergebnis	279
Literaturverzeichnis	281
Sachregister	295

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Inhaltsübersicht	IX
Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	XIX
§1 <i>Einführung</i>	1
A. Fragestellung	3
B. Gang der Darstellung	4
C. Methodik	5
Teil 1: Verträge im Internet der Dinge	7
§2 <i>Internet der Dinge</i>	9
A. Entwicklung eines „Internets der Dinge“	9
I. Begriffseinordnung	10
II. Referenzmodell des Internets der Dinge	10
III. Rechtspolitische Bedeutung in Europa	12
B. Künstliche Intelligenz	15
C. Anwendungslösungen für Verbraucher	19
I. Vertragsabschlüsse mittels Anwendungslösungen	20
II. Verbraucherspezifische Gefahren beim Einsatz der Anwendungslösungen	21
§3 <i>Vertragsabschlüsse im Internet der Dinge</i>	23
A. Willenserklärung als zentrales Element	23
B. Vertragsabschlüsse mittels Anwendungslösungen im Internet der Dinge ..	25
I. Grundfall: Vertragsabschluss über eine Website	26
II. Dash Button	27
1. Funktionsweise	27
2. Rechtliche Einordnung	28
a) Versehentliche oder unbefugte Betätigung des Buttons	28
b) Variable Produktverknüpfung	29
III. Sprachassistenten	31
1. Funktionsweise	31

2. Rechtliche Einordnung	32
IV. Selbst nachbestellende Systeme	34
1. Funktionsweise	35
2. Rechtliche Einordnung	35
V. Autonome Assistenzsysteme	37
1. Funktionsweise	38
2. Rechtliche Einordnung	39
a) Herkömmlicher Ansatz: Zurechnung an Nutzer	
durch Inbetriebnahme	39
aa) Keine offerte ad incertis personas	39
bb) Grundsätze der Blanketterklärung	40
cc) Zurechnung nach allgemeinen Grundsätzen	43
dd) Kritik	45
b) Einordnung als Bote	46
c) Einordnung als Stellvertreter	47
d) Erwägungen zur Rechtsfähigkeit	48
e) Stellungnahme	51
aa) Erforderlichkeit einer gesetzlichen Regelung	
für Zuerkennung rechtlich eigenständiger Bedeutung	51
bb) Vergleichbarkeit des Nutzers des autonomen Systems	
mit einem Blankettgeber	53
cc) Verbraucherschutzrechtliche Erwägungen	55
VI. Smart Contracts	55
C. Systematisierung der Anwendungslösungen	59
I. Kriterien für eine Systematisierung	59
1. Grad der Autonomie	60
2. Künstliche Intelligenz	62
3. Determination, Vorhersehbarkeit und Nachvollziehbarkeit	63
4. Weitere Kriterien	64
5. Zwischenfazit	64
II. Systematisierung nach Art der Vertragsinitiierung	65
D. Vertragsschließende Parteien	66
I. Systeme mit Vertragsinitiierung durch den Nutzer	67
1. Mitverpflichtung gemäß § 1357 BGB	67
2. Vertragsinitiierung durch einen Dritten	68
II. Systeme ohne Vertragsinitiierung durch den Nutzer	70
§ 4 Ergebnis und Bewertung	72
Teil 2: Schutzbereich des Verbraucherrechts im Internet der Dinge	75
§ 5 Persönlicher Anwendungsbereich	77
A. Nutzer der Anwendungslösung als Verbraucher gemäß § 13 BGB	77

I.	Natürliche Personen als Verbraucher	78
1.	Erkenntnisse aus der Normherkunft des § 13 BGB	78
2.	Zweck des Abstellens auf den Rechtsstatus der natürlichen Person	80
3.	Systematik von § 13 und § 14 BGB	81
4.	Mögliche Erweiterungen des Anwendungsbereichs	82
5.	Schlussfolgerung für Anwendungslösungen im Internet der Dinge	84
II.	Rechtsgeschäftsabschließende Person als Verbraucher	85
1.	Vorüberlegung: Beginn des Abschlusses eines Rechtsgeschäfts	85
2.	Systemnutzer als rechtsgeschäftsabschließende Person	86
III.	Private Zweckbestimmung	87
1.	Bedeutung des Einrichtungsprozesses für die Zweckbestimmung	88
2.	Gemischte Zweckbestimmung	89
IV.	Zeitpunkt der Bestimmung der Verbrauchereigenschaft	92
1.	Gleichlauf bei Vertragsinitiierung durch den Verbraucher	92
2.	Kein Gleichlauf bei Vertragsinitiierung durch das System	92
B.	Vertragspartner als Unternehmer gemäß § 14 BGB	94
§ 6	<i>Sachlicher Anwendungsbereich</i>	95
A.	Anwendbarkeit fernabsatzrechtlicher Regelungen	95
I.	Entgeltlichkeit gemäß § 312 Abs. 1 BGB	96
II.	Bereichsausnahmen und beschränkter Anwendungsbereich gemäß § 312 BGB	98
1.	Bereichsausnahmen gemäß § 312 Abs. 2 BGB	98
a)	Lieferungsverträge über Haushaltsgegenstände des täglichen Bedarfs gemäß § 312 Abs. 2 Nr. 8 BGB	98
aa)	Lebensmittel, Getränke und sonstige Bedarfsgegenstände	99
bb)	Häufigkeit und Regelmäßigkeit	100
cc)	Sonstige Modalitäten der Lieferung	101
dd)	Bedeutung der Ausnahme für Anwendungslösungen im Internet der Dinge	102
b)	Automatenverträge und automatisierte Geschäftsräume gemäß § 312 Abs. 2 Nr. 9 BGB	104
c)	Weitere mittels Anwendungslösungen potenziell abschließbare Vertragsarten	105
2.	Beschränkter Anwendungsbereich bei bestimmten Verträgen	106
3.	Zwischenfazit	106
III.	Fernabsatzvertrag gemäß § 312c BGB	107
1.	Fernkommunikationsmittel	107
a)	Auslegung des Merkmals „Fernkommunikationsmittel“	107
b)	Einordnung von Anwendungslösungen als Fernkommunikationsmittel	108
aa)	Problematik am Beispiel des Dash Buttons	108
bb)	Stellungnahme	109

2. Ausschließliche Verwendung von Fernkommunikationsmitteln in einem für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystem	110
3. Gefahren des Distanzgeschäfts auch bei Vertragsabschluss mittels autonomer und künstlich intelligenter Systeme	111
B. Anwendbarkeit der Vorschriften über den elektronischen Geschäftsverkehr	112
I. Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 312i Abs. 1 S. 1 BGB	113
1. Vertragsgegenstand	113
2. Nutzung von Telemedien	113
a) Auslegung des Begriffs Telemedium	114
b) Sich-Bedienen zum Zwecke des Vertragsschlusses	115
c) Konsequenzen für Anwendungslösungen im Internet der Dinge	116
3. Individuelle Kommunikation gemäß § 312i Abs. 2 S. 1 BGB	118
II. Verbrauchervertrag im elektronischen Geschäftsverkehr gemäß § 312j Abs. 2 BGB	118
1. Einordnung von Anwendungslösungen als Telemedien zum Abschluss eines Verbrauchervertrags im elektronischen Geschäftsverkehr	119
a) Dash Button-Urteil des LG München	119
b) Dash Button-Urteil des OLG München	120
c) Verwerfungsbeschluss des BGH	120
d) Stellungnahme	121
aa) Unionsrechtlicher Hintergrund	121
bb) Einstufung als Telemedium	122
2. Individuelle Kommunikation gemäß § 312j Abs. 5 S. 1 BGB	123
C. Bevorstehende Änderungen durch RL (EU) 2019/2161	126
§ 7 <i>Ergebnis und Bewertung</i>	127

Teil 3: Verbraucherschutzrechtliches Rechte- und Pflichtengefüge im Internet der Dinge

§ 8 <i>Informationspflichten</i>	135
A. Umfang und Modalitäten der Informationspflichten	135
I. Fernabsatzrechtliche Informationspflichten	135
1. Vorvertragliche Informationspflichten gemäß § 312d Abs. 1 S. 1 BGB	136
a) Informationspflichten gemäß Art. 246a § 1 EGBGB	136
b) Erleichterte Informationspflichten gemäß Art. 246a § 3 EGBGB	138
aa) Anwendungsbereich	138
(1) Wahl des Vertriebskanals als unternehmerische Freiheit	140

(2) Objektiv mögliche Nutzung von Raum und Zeit des Fernkommunikationsmittels	140
(3) Technisch unmögliche Informationsdarstellung auf benutztem Fernkommunikationsmittel	142
bb) Informationsumfang	142
(1) Walbusch Walter Busch-Verfahren	143
(2) Konsequenzen für das nationale Recht	144
(3) Stellungnahme	144
c) Zulässige Informationskanäle	145
aa) Wortlautauslegung	147
bb) Normgenese	147
cc) Systematische Auslegung	148
dd) Teleologische Auslegung	151
ee) Bewertung im Hinblick auf einen Medienwechsel im Internet der Dinge	152
(1) Medienwechsel unter engen Voraussetzungen möglich	152
(2) Zulässigkeitsvoraussetzungen eines Medienwechsels . .	153
(3) Medienwechsel im Internet der Dinge	154
d) Zeitpunkt	156
e) Weitere Modalitäten der Informationspflicht	157
f) Änderungen durch den „New Deal for Consumers“	158
aa) Anpassungen der Informationspflichten gemäß Art. 6 Abs. 1 VRRL	159
bb) Neue Informationspflichten bei auf Online-Marktplätzen geschlossenen Verträgen	160
cc) Stellungnahme	163
2. Nachvertragliche Informationspflichten gemäß § 312f Abs. 2 BGB	163
II. Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr	164
1. Allgemeine Informationspflichten gemäß § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 2 BGB	164
a) Inhalt der Informationspflichten	164
b) Zeitpunkt	166
c) Kommunikationskanäle und Modalitäten	167
2. Informationspflichten bei Verbraucherverträgen gemäß § 312j Abs. 2 BGB	169
a) Unmittelbarkeit	169
b) Hervorgehobene Weise und Transparenzgebot	172
3. Pflichtangaben gemäß § 312j Abs. 1 BGB	172
B. Adressat der Informationspflichten	173
I. Vertragsinitiierung durch Verbraucher	174
1. Keine Dispositionsfreiheit bezüglich der Erteilung der Pflichtinformationen	174
2. Schaffung einer Kenntnisnahmemöglichkeit	176

3. Beteiligung Dritter	177
II. Vertragsinitiierung ohne Verbraucherbeteiligung	179
1. Behandlung der Problematik bei Einsatz eines Softwareagenten ..	179
2. Stellungnahme	180
C. Synthese der Pflichtinformationen und offene Probleme	183
I. Chronologische Synthese der zu erteilenden Informationen	184
1. Vorvertragliche Informationspflichten	184
a) Vor Abgabe der Vertragserklärung bzw. Bestellung	184
b) Unmittelbar vor Abgabe der Bestellung	186
c) Zwischenergebnis	186
2. Nachvertragliche Informationspflichten	187
II. Bestehende Problematiken	187
1. Fokus auf visuelle Informationserteilung	187
2. Bezugspunkt bei Vertragsschluss: verwendetes Fernkommunikationsmittel	190
3. Vollständige Neuinformation auch bei gleichgelagerten Vertragsschlüssen	191
4. Informationserteilung bei Vertragsschlüssen ohne Verbraucherbeteiligung	191
5. Informationsinhalt hinsichtlich neuer Technologien	191
§ 9 Gestaltungspflichten	193
A. Anforderungen nach § 312i BGB	193
I. Korrekturmöglichkeit gemäß § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 1 BGB	193
II. Abruf- und Speicherungsmöglichkeit gemäß § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 4 BGB	195
III. Zugangsbestätigung	196
B. Ausdrückliche Bestätigung der Zahlungsverpflichtung gemäß § 312j Abs. 3 BGB	196
I. Hintergrund der Regelung	196
II. Anwendung im Internet der Dinge	198
1. Bestellung über Schaltfläche gemäß § 312j Abs. 3 S. 2 BGB	198
2. Ausdrückliche Bestätigung gemäß § 312j Abs. 3 S. 1 BGB	200
a) Vertragsinitiierung durch Verbraucher	200
b) Vertragsinitiierung ohne Verbraucherbeteiligung	202
3. Teleologische Reduktion der Vorgaben für einzelne Anwendungslösungen	203
4. Rechtsfolge bei Nichteinhaltung	205
§ 10 Rechtslage nach Vertragsabschluss	208
A. Widerrufsrecht	208
I. Ausschluss des Widerrufsrechts	208
1. Ausnahmen gemäß § 312g Abs. 2 S. 1 BGB	208

2. Erlöschen des Widerrufsrechts gemäß § 356 Abs. 5 BGB	210
3. Keine teleologische Reduktion bei Gewohnheitseffekt	211
II. Ausübung des Widerrufsrechts	212
1. Widerrufsfrist	212
2. Widerrufsrecht bei fahrlässig ausgelösten Bestellungen	213
B. Instrumente zur Absicherung der verbraucherschutzrechtlichen Pflichten	214
I. Verbraucherschutzrechtsspezifische Instrumente	215
II. Ansprüche des Verbrauchers	216
III. Ansprüche nach § 2 UKlaG und § 8 UWG	218
IV. Weitere Sanktionen und Ansprüche	219
V. Zusammenfassung	220
 § 11 Ergebnis und Bewertung	 222
 Teil 4: Reformbedarf und Ansätze	 225
 § 12 Perspektiven	 227
A. Aktuelle Tendenzen in der Praxis	227
B. Perspektiven in Gesetzgebung und Rechtsprechung	229
 § 13 Lösungskonzepte	 231
A. Modifizierung des Pflichteninhalts	231
I. Umfang der Informationspflichten	232
1. Reduktionsmöglichkeiten	232
a) Reduktion der Kerninformationen gemäß Art. 246a § 3 EGBGB	233
b) Reduktion der Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr	236
c) Positive Nebeneffekte einer Reduktion	238
2. Zusätzlicher Informationsbedarf	240
a) Personalisierte Preise	240
b) Informationen bei Erwerb der Anwendungslösung	242
c) Neuer Schutzbedarf durch künstliche Intelligenz	244
aa) Widerrufsrecht für mittels künstlicher Intelligenz abgeschlossene Verbraucherverträge?	244
bb) Information über den Einsatz von künstlicher Intelligenz	245
II. Umfang der Gestaltungspflichten	248
1. Deaktivierung der Korrekturmöglichkeit gemäß § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 1 BGB	248
2. Definition eines finanziellen Handlungsrahmens bei autonomen Systemen	248
B. Anpassung des Zeitpunkts und der Erteilungsmodalitäten	250
I. Bisherige Vorschläge	250
1. „Zweistufiger“ Vertragsschluss	250

2. Globalbelehrung	252
3. Rahmenvertrag	253
a) Keine Abbedingung der verbraucherrechtlichen Pflichten	253
b) Vorabumsetzung der verbraucherrechtlichen Pflichten	254
c) Im Voraus vereinbarte Medienwechsel	256
4. Regelung de lege ferenda nach dem Vorbild von § 312 Abs. 5 BGB	258
II. Eigener Ansatz	259
1. Grundsatz: Erteilung der Pflichtinformationen auf dem bei Vertragsschluss verwendeten Fernkommunikationsmittel	259
2. Ausnahme für Vertragsschlüsse mittels Anwendungslösungen ohne Verbraucherbeteiligung	260
a) Wahl des Kommunikationskanals für Pflichtinformationen bei Einrichtung	261
b) Gestaltungspflichten bei Einrichtung	262
c) Unternehmer als Adressat der Pflichten	263
C. Verbesserung der Technologieneutralität	264
D. Synthese und Fazit	265
 Teil 5: Ergebnisse	 269
§ 14 Thesenartige Zusammenfassung	271
§ 15 Gesamtergebnis	279
 Literaturverzeichnis	 281
Sachregister	295