

Inhaltsübersicht

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	XLIX
Literaturverzeichnis	LXI
Übersicht über die auf der CD-ROM abgebildeten Texte	CXI
1. Kapitel:	
Technische und wirtschaftliche Grundlagen des E-Business	1
<i>Ralf Kaminski</i>	
A. Einleitung	3
B. Technische Dienste	4
C. Sicherheit	10
D. E-Business Geschäftsmodelle	17
E. Ausblick	23
2. Kapitel:	
Rechtliche Grundlagen des E-Business	25
A. Gesetzliche Rahmenbedingungen für das E-Business	27
I. Europarechtliche und internationale Rahmenvorschriften für das E-Business	29
<i>Flemming Moos</i>	
II. Anwendbares Recht	62
<i>Dr. Anastasia Papatoma-Baetge/Stefanie Nehrenberg/ Tilman Finke</i>	
B. Vertragsrechtliche Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs	93
I. Vertragsschluss durch digitale Erklärungen	94
<i>Dr. Dietmar Baetge</i>	
II. Elektronische Signatur	115
<i>Kai-Uwe Dannheisser</i>	
III. Verbraucherschutz und Allgemeine Geschäftsbedingungen .	136
<i>Dr. Fritjof Börner/Michael Rath</i>	
C. Verantwortlichkeit im Internet	164
<i>Thomas Henßler</i>	

	Seite
D. Datenschutz und Datensicherheit	199
<i>Wilhelm Marcus Blömer/Flemming Moos</i>	
E. Kennzeichenrecht	246
<i>Dr. Kay Oelschlägel</i>	
F. Urheberrecht	298
<i>Dr. Anastasia Papathoma-Baetge</i>	
G. Wettbewerbsrecht (unlauterer Wettbewerb)	334
<i>Dr. Dietmar Baetge</i>	
H. Presserecht	361
<i>Dr. Frank Eickmeier</i>	
I. Telekommunikationsrechtliche Grundlagen	388
<i>Detlef Klett/Carsten Senze</i>	
J. Kartellrecht	427
<i>Dr. Anastasia Papathoma-Baetge</i>	
K. Reglementierung unternehmerischer Tätigkeiten	444
<i>Helge F. Kolaschnik</i>	
L. Arbeitsrecht	465
<i>Sebastian Fedder</i>	
M. Anwendung der neuen Medien im Gesellschaftsrecht	499
<i>Helge F. Kolaschnik</i>	
N. Handelsbilanzielle und steuerrechtliche Grundlagen	527
I. Grundlegend neue Fragen und die veränderte Bedeutung von bereits bestehenden Problemen	531
<i>Priv.-Doz. Dr. Bert Kaminski</i>	
II. Handels- und steuerbilanzielle Implikationen von E-Business-Aktivitäten	541
<i>Prof. Dr. Günther Strunk</i>	
III. Ertragsteuerliche Probleme und Aspekte	569
<i>Priv.-Doz. Dr. Bert Kaminski</i>	
IV. Umsatzsteuerliche Aspekte und Probleme	619
<i>Sibylle Schilling</i>	
V. Verfahrensrechtliche Aspekte und Probleme	642
<i>Dr. Matthias Geurts</i>	
3. Kapitel:	
Geschäftsfelder im E-Business	657
A. Der Agenturvertrag	659
<i>Dr. Andreas Pense</i>	

	Seite
B. Providerverträge	695
<i>Silke Gottschalk</i>	
C. Web-Hosting	725
<i>Friedrich Wenzel Bulst</i>	
D. Werbung	755
<i>Dr. Kay Oelschlägel</i>	
E. Online-Shopping	785
I. Warenbestellung	786
<i>Dr. Silvia Grundmann</i>	
II. Vertrieb digitalisierter Produkte	819
<i>Dr. Anastasia Papathoma-Baetge/Silke Iliev</i>	
F. Der Mandatsvertrag	853
<i>Dr. Gernot Stenger</i>	
G. Versteigerungen im Internet	875
<i>Dr. Gernot Stenger</i>	
H. Spiel und Wette	908
<i>Maja Kraas</i>	
I. Finanzdienstleistungen: Finanzinformationsdienste und Fondsvertrieb	938
<i>Maja Kraas</i>	
J. Wertpapierhandel	965
<i>Dr. Wiebke Seyffert/Dr. Carsten Witter</i>	
K. Abschluss von Versicherungsverträgen (E-Versicherung)	1005
<i>Dr. Anastasia Papathoma-Baetge</i>	
L. Datenhandel	1024
<i>Wilhelm Marcus Blömer/Flemming Moos</i>	
M. Zahlungssysteme	1048
<i>Dr. Matthias Geurts</i>	
N. E-Business im Gesundheitswesen	1066
<i>Thomas Henßler</i>	
Glossarium	1091
Stichwortverzeichnis	1099

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	XLIV
Literaturverzeichnis	LXI
Übersicht über die auf der CD-ROM abgebildeten Texte	CXI
1. Kapitel:	
Technische und wirtschaftliche Grundlagen des E-Business	1
A. Einleitung	3
B. Technische Dienste	4
I. E-Mail	5
II. Foren	6
III. File-Transfer	6
IV. Remote Login	7
V. World Wide Web	7
C. Sicherheit	10
I. Vertraulichkeit	12
1. Kryptographie mit geheimen Schlüsseln	12
2. Public-Key-Kryptographie	12
3. Steganographie	13
II. Datenintegrität	13
III. Autorisierung	13
IV. Authentifizierung	14
1. Trust Networks	15
2. Reine Hierarchie	15
3. Wald	15
V. Nicht-Abstreitbarkeit	16
VI. Verfügbarkeit	16
D. E-Business Geschäftsmodelle	17
I. Integration von E-Business-Lösungen	17
II. Geschäftsbeziehungen der (Markt-)Teilnehmer	18
1. Business to Consumer (B2C)	18
2. Business to Business (B2B)	19
3. Business to Administration (B2A)	20
4. Consumer to Administration (C2A)	20
5. Business to Employee (B2E)	20

	Seite
III. Postulate und Voraussetzungen für den wirtschaftlich sinnvollen Einsatz von E-Business-Lösungen	21
IV. Pervasive Computing	21
E. Ausblick	23
2. Kapitel: Rechtliche Grundlagen des E-Business	25
A. Gesetzliche Rahmenbedingungen für das E-Business	27
I. Europarechtliche und internationale Rahmen- vorschriften für das E-Business	29
1. Einführung	29
2. Wirkung und Bedeutung der europa- und völkerrecht- lichen Regeln für das E-Business	30
3. Die europa- und völkerrechtlichen Rahmenvorschriften im Einzelnen	33
a) Fernabsatz und E-Commerce	33
aa) EG-Fernabsatzrichtlinie	34
bb) E-Commerce-Richtlinie	36
cc) OECD-Leitlinien für den Verbraucherschutz	39
dd) UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce	40
b) Gerichtliche Zuständigkeit	41
aa) EuGVÜ	41
bb) Vorschlag für eine EG-Zuständigkeitsverordnung ..	42
c) Elektronische Signaturen	44
aa) EG-Signaturrichtlinie	44
bb) OECD-Leitlinien zur Kryptographiepolitik	46
d) Elektronisches Geld	46
aa) EG-Richtlinie über die Tätigkeit von E-Geld-Instituten	47
bb) Weißbuch und Arbeitspapier des Baseler Ausschusses	47
e) Datenschutz	48
aa) EG-Datenschutzrichtlinie	48
bb) ISDN-Datenschutzrichtlinie	50
cc) Vorschlag für eine Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation	50
dd) Europaratskonvention zum Datenschutz	51
f) Domain Names	52
aa) Verwaltung durch ICANN	52

	Seite
bb) Mitteilung der Kommission zu Internetprotokoll und Cybersquatting	54
cc) Vorschlag für eine EG-Verordnung zur Top Level Domain »EU«	54
g) Urheberrecht	54
aa) Vorschlag für eine »EG-Multimedia-Richtlinie« ..	55
bb) RBÜ	56
cc) TRIPs	56
dd) WIPO-Verträge	57
h) Besteuerung	58
aa) Vorschlag für eine EG-Richtlinie zur Mehrwert- besteuerung des elektronischen Handels	59
bb) OECD-Rahmenbedingungen	60
4. Ausblick	61
II. Anwendbares Recht (IPR)	62
1. Einleitung	62
2. Vertragsstatut	62
a) Internationale Warenkaufverträge	62
aa) Anwendungsbereich des CISG	62
bb) Sonderfall: Softwareüberlassungsverträge	64
b) Allgemeines Vertragsstatut	66
aa) Umfang	67
bb) Rechtswahl	67
cc) Objektive Anknüpfung	69
dd) Verbraucherverträge	70
aaa) Verbraucher	70
bbb) Vertragstypen	71
ccc) Umstände des Vertragsschlusses	73
aaaa) Absatztätigkeit im Land des Verbrauchers	73
bbbb) Entgegennahme der Bestellung im Aufenthaltsstaat des Verbrauchers	76
cccc) Verkaufsreisen	78
ddd) Rechtsfolgen	78
ee) Verbraucherschutz für besondere Gebiete	78
ff) Grenzen des Vertragsstatuts	80
3. Formstatut	81
4. Deliktsstatut	82
a) Unerlaubte Handlung	82
aa) Überblick	82
bb) Die einzelnen Kollisionsnormen	83
b) Sonderfälle: Wettbewerbsrecht und Immaterial- güterrecht	87

	Seite
aa) Wettbewerbsrecht	87
bb) Immaterialgüterrecht	88
5. Kollisionsrechtliche Auswirkungen der E-Commerce-Richtlinie	90
B. Vertragsrechtliche Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs	93
I. Vertragsschluss durch digitale Erklärungen	94
1. Vertragsschluss im Internet	94
a) Grundformen	95
b) Qualifikation von Angeboten auf Webseiten	96
aa) Invitatio ad offerendum oder rechtlich bindendes Angebot	96
bb) Internet-Auktionen	98
2. Wirksamkeit digitaler Willenserklärungen	100
a) Elektronisch übermittelte Willenserklärungen und Computererklärungen	100
b) Abgabe digitaler Willenserklärungen	102
c) Zugang digitaler Willenserklärungen	103
aa) Erklärung unter An- oder Abwesenden	104
bb) Relevanter Empfangsbereich	105
cc) Zeitpunkt des Zugangs	106
dd) Zugangsstörungen	108
d) Widerruf	111
e) Anfechtung fehlerhafter Willenserklärungen	112
II. Elektronische Signatur	115
1. Problemstellung	115
2. Funktionsweise	116
a) Pretty Good Privacy (PGP)	117
b) Public-Key-Verfahren	117
c) Digitale Signatur	118
d) Ausblick	119
3. Wirkungen im materiellen Zivilrecht	120
a) Formfragen	120
b) Vertretung	122
c) Hinweise für die Praxis	123
4. Beweiswert und -recht	125
5. Folgerungen für die anwaltliche Praxis	127
a) Beschluss des Gemeinsamen Senats vom 5.4.2000	129
b) Würdigung	130
6. Das Gesetz zur Anpassung der Formvorschriften des Privatrechts und anderer Vorschriften an den modernen Rechtsverkehr	131

	a) Wesentliche Aspekte und Änderungen BGB/ZPO	131
	b) Würdigung und Ausblick	133
	7. Zusammenfassung	135
III.	Verbraucherschutz und Allgemeine Geschäftsbedingungen	136
	Einleitung	136
	1. Fernabsatzgesetz	137
	a) Persönlicher Anwendungsbereich	137
	b) Sachlicher Anwendungsbereich	138
	c) Ausnahmen vom Anwendungsbereich des Fernabsatz-	
	gesetzes	139
	d) Verhältnis anderer Verbraucherschutzvorschriften zum	
	FernAbsG	140
	e) Informationspflichten des Unternehmers	142
	f) Widerrufsrecht des Verbrauchers	147
	g) Rückgaberecht nach § 361b BGB	151
	2. Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen	
	Geschäftsbedingungen (AGBG)	152
	3. Neue Verbraucherschutzregelungen im BGB	155
	a) § 241a BGB	155
	b) § 661a BGB	156
	4. Wettbewerbsrecht	156
	5. Verbraucherkreditgesetz	158
	6. Gerichtliche Zuständigkeit bei Verbraucherverträgen . . .	159
	7. Anwendbares Recht bei Verbraucherstreitigkeiten	160
C.	Verantwortlichkeit im Internet	164
I.	Einleitung	164
II.	Sonderregelung der Verantwortlichkeit im Internet nach	
	TDG und MDStV	166
	1. Prüfung der Verantwortlichkeit im Internet	166
	2. Tele- und Mediendienste	168
	3. Der Anbieter	170
	4. Inhalte und Informationen	171
	5. Eigene und fremde Informationen	174
	6. Kenntnis	176
	7. Zumutbarkeit der Nutzungsverhinderung?	179
	8. Durchleitung und Zugangsvermittlung	180
	9. Caching	181
	10. Bereithalten und Speicherung von Informationen	
	(Hosting)	182
	11. Störerhaftung	183
III.	Einzelfälle der Verantwortlichkeit	185
	1. Haftung des Netzbetreibers	185

	Seite
2. Haftung des Access-Providers	185
3. Hyperlinks	185
4. Suchmaschinen	188
5. Softwareangebote im Internet/FTP-Server	191
6. Informationsangebote im Internet	193
7. Domain-Vergabe	194
8. Betrieb eines Domain-Name-Servers	194
IV. Haftungsbegrenzung und Haftungsausschluss	196
1. Haftungsausschluss durch Vertrag	196
2. Verwendung einseitiger Warnhinweise	197
D. Datenschutz und Datensicherheit	199
I. Einführung	201
II. Datenschutz	202
1. Geltungsbereich des deutschen Datenschutzrechts	203
a) Anwendbares Datenschutzrecht	203
b) Rechtswahlklauseln	204
2. Die Schichten der datenschutzrechtlichen Regelwerke	204
a) Telekommunikation	205
b) Teledienste und Mediendienste	205
c) Bundesdatenschutzgesetz	206
d) Konkurrenzen	206
3. Datenschutz in Tele- und Mediendiensten	207
a) Personenbezogene Daten	207
b) Anbieter und Nutzer	208
c) Geltung außerhalb eines Anbieter-Nutzerverhältnisses	208
d) Phasen der Datenverarbeitung	209
e) Grundsätzliches Datenverarbeitungsverbot	209
f) Erlaubnisnormen	209
aa) Bestandsdaten	210
bb) Nutzungs- und Abrechnungsdaten	210
aaa) Umgang mit Nutzungsdaten	211
bbb) Umgang mit Abrechnungsdaten	211
ccc) Voraussetzungen für das Erstellen von Nutzerprofilen	212
g) Einwilligung des Nutzers	213
aa) Koppelungsverbot	214
bb) Beachtung der Hinweispflichten	214
cc) Schriftformerfordernis und elektronische Einwilligung	215
III. Datensicherheit	216

	Seite
1. Gefährdungen der Datensicherheit bei der Abwicklung elektronischer Geschäftsprozesse	217
2. Bundesdatenschutzgesetz	218
3. Teledienstedatenschutzgesetz, Mediendienstestaatsvertrag	219
4. Technologieunabhängige Kontrollanforderungen	220
a) Transparenz	221
b) Vertraulichkeit	221
c) Integrität	222
d) Verfügbarkeit	222
e) Authentizität	222
f) Revisionsfähigkeit	223
5. Umsetzung	223
IV. Weitere Pflichten des Anbieters und Gestaltungsvorschläge	223
1. Anbieterkennzeichnung/Impressum	224
a) Namen und Anschrift	225
b) Telefonnummer und E-Mail-Adresse	225
c) Zuständige Aufsichtsbehörde	225
d) Register und Registernummer	225
e) Berufsspezifische Angaben	225
f) Umsatzsteueridentifikationsnummer	226
2. Betrieblicher Beauftragter für den Datenschutz	226
a) Befreiung von der Verpflichtung zur Bestellung	227
b) Vorabkontrolle	227
c) Verpflichtungen bei und nach der Bestellung des betrieblichen Datenschutzbeauftragten	228
3. Meldeverpflichtung	228
a) Bestehen einer Meldepflicht	229
b) Inhalt der Meldepflicht	230
4. Anonymisierung und Pseudonymisierung	230
a) Anonymisieren	231
b) Pseudonymisieren	231
aa) Eigenpseudonyme	232
bb) Referenz-Pseudonyme	232
cc) Einweg-Pseudonyme	233
5. Weitervermittlung zu einem anderen Anbieter	233
6. Grenzüberschreitende Datenübermittlungen	234
a) Unterrichtungspflicht	234
b) Angemessenes Schutzniveau in Drittstaaten	234
aa) Beachtung der Safe Harbour-Grundsätze beim Datenexport in die USA	236
bb) Ausnahmen vom angemessenen Schutzniveau	237
aaa) Einwilligung des Betroffenen	237
bbb) Vertragsklauseln	238

	Seite
ccc) Verbindliche Unternehmensregelungen	239
7. Einwilligung	240
a) Inhaltliche Anforderungen an die Einwilligungs- erklärung	240
b) Elektronische Einwilligung	241
c) Einwilligung durch vorformulierte Vertragsklausel ...	242
d) Erteilung der Einwilligung zusammen mit anderen Erklärungen	243
8. Benachrichtigung	243
9. Auskunftsverpflichtung gegenüber dem Nutzer	244
V. Kontrolle	244
VI. Datenschutz-Audit	245
E. Kennzeichenrecht	246
I. Einleitung	247
II. Grundlagen	248
1. Funktion und Einordnung von Domainnamen	248
a) Funktion von Domainnamen	248
b) Einordnung von Domainnamen	250
aa) Domainname als Marke	250
bb) Domainname als geschäftliche Bezeichnung	251
aaa) Domainname als Firma oder Name	251
bbb) Domainname als besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebes oder Unternehmens	251
ccc) Domainname als Geschäftsabzeichen oder sonstiges betriebliches Unterscheidungszeichen	252
ddd) Domainname als Werktitel	252
2. Vergabe von Domainnamen	253
a) Zuständigkeit für die Vergabe von Domainnamen ...	253
b) Vergabeverfahren	255
c) Online-Schiedsgerichte für Domainnamens- streitigkeiten	256
d) Verantwortlichkeit von Domainvergabestellen	257
III. Konflikte um Domainnamen	259
1. Allgemeines	259
2. Unlautere Registrierung und Benutzung von Domain- namen	260
a) Unlautere Registrierung innerhalb des geschäftlichen Verkehrs	260
b) Unlautere Registrierung und Benutzung von Domain- namen außerhalb des geschäftlichen Verkehrs	262
3. Kennzeichenkollisionen durch die Benutzung von Domainnamen	264

	Seite
a) Kollision zwischen Marken und Domainnamen	264
b) Kollision zwischen geschäftlichen Bezeichnungen und Domainnamen	266
c) Kollision zwischen Werktiteln und Domainnamen	267
d) Kollision zwischen Namen und Domainnamen	269
e) Kollision von Rechten Gleichnamiger	270
aa) Gleichnamigkeit zwischen Namen natürlicher Personen	270
bb) Gleichnamigkeit zwischen Namen natürlicher Personen und Namen juristischer Personen	271
cc) Gleichnamigkeit zwischen Namen juristischer Personen	272
IV. Sonderbereiche	274
1. Domainnamen von Gebietskörperschaften	274
a) Namensrecht der Gebietskörperschaften	274
b) Namensrecht und generische Top Level Domains	275
c) Rechte Gleichnamiger	276
2. Generische Begriffe und beschreibende Angaben als Domainnamen	277
3. Sub-Domains und Dateinamen	281
4. Kombinationen von Domainnamen-Elementen	282
V. Domainnamen im Rechtsverkehr	283
1. Übertragung von Domainnamen	283
a) Übertragung von Länderdomains	284
aa) Übertragungsvertrag	284
bb) Procedere des Inhaberwechsels von Domainnamen	285
b) Übertragung von generischen Domains	286
aa) Domain-Übertragung von einem ausländischen Registranten	287
bb) Domain-Übertragung von einem inländischen Registranten	289
2. Domain-Name-Sharing	289
a) Erscheinungsformen	289
b) Haftung und Verantwortlichkeit des Domaininhabers	290
c) Vertragliche Vereinbarung	290
d) Ansprüche des Interessenten	291
VI. Rechtsschutz im Domain-Recht	292
1. Die Folge von Rechtsverletzungen	292
a) Einführung	292
b) Ansprüche im Hauptsacheverfahren	293
c) Ansprüche im einstweiligen Verfügungsverfahren	294
2. Verantwortlichkeit	295
3. Gerichtszuständigkeit/Anwendbares Recht	296

	Seite
a) Gerichtszuständigkeit	296
b) Anwendbares Recht	296
4. Zwangsvollstreckung	296
F. Urheberrecht	298
I. Das geistige Eigentum im Zeitalter des Internet	299
II. Urberschutz digitaler Werke	299
1. Allgemeine Voraussetzungen	299
a) Persönliche geistige Schöpfung	300
b) Form und Individualität	301
2. Einzelne Werkarten	303
III. Urheberrechtlicher Schutz von Websites	304
1. Schutzfähigkeit einzelner Elemente	304
a) Sprachwerke	304
b) Computerprogramme	306
c) Musikwerke	309
d) Werke der bildenden Künste und Darstellungen wissenschaftlicher oder technischer Art	311
e) Lichtbildwerke	313
f) Filmwerke	314
2. Schutzfähigkeit von Websites als Ganzes	315
a) Die Website als Sammelwerk (Datenbankwerk)	315
b) Die Website als Multimediawerk	318
IV. Reichweite des digitalen Urheberrechts	320
1. Gegenstand der Urheberrechte	320
a) Urheberpersönlichkeitsrechte	320
b) Verwertungsrechte im Internet	321
2. Urheberrechtliche Verletzungen durch Links	325
V. Schranken des Urheberrechts	328
1. Interessen der Allgemeinheit	328
2. Elektronische Pressespiegel	329
VI. Nutzungsrechte	330
1. Bedeutung	330
2. Gestaltung von Verträgen für die Verwertung von Werken im Internet	332
G. Wettbewerbsrecht (unlauterer Wettbewerb)	334
I. Lauterkeitsrecht und elektronischer Geschäftsverkehr	335
II. Allgemeine Merkmale	336
1. Handeln im geschäftlichen Verkehr	337
2. Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs	338
III. Einzelne Problembereiche	339
1. Hyperlinks	339

	Seite
a) Einfache Links	339
b) Deep Links	340
aa) Ergänzender Leistungsschutz	341
bb) Werbebehinderung	343
c) Frames	344
d) Metatags	346
aa) Begriff und Problematik	346
bb) Fallgruppen	346
e) Gestaltungstipps	348
2. Domain-Grabbing	349
a) Benutzung fremder Marken, Unternehmenskenn- zeichen und Namen	349
b) Verwendung von Gattungsbezeichnungen	350
aa) Irreführungsverbot	351
bb) Behinderungsverbot	351
3. Community-Shopping	352
a) Idee	352
b) Rechtliche Würdigung	354
4. Unaufgeforderte E-Mail-Werbung (Spamming)	355
a) Auffassung von Rechtsprechung und Literatur	355
b) Eigener Standpunkt	357
5. Gerichtsstand	358
H. Presserecht	361
I. Einführung	362
II. Allgemeine Anbieterpflichten im Internet	362
1. Rechtsgrundlagen für die Anbieterpflichten im Internet ..	362
2. Abgrenzung von Tele- und Mediendiensten	363
3. Anbieterkennzeichnung	365
a) Anbieterkennzeichnung für Tele- und Mediendienste ..	365
b) Spezielle Impressumpflichten für Anbieter journalistisch-redaktionell gestalteter Angebote	366
aa) Journalistisch-redaktionell gestalteter Inhalt	366
bb) Periodizität	367
cc) Folge	368
c) Adressat der Anbieterkennzeichnung	369
d) Ort der Anbieterkennzeichnung	369
4. Journalistische Sorgfaltspflichten	370
5. Jugendschutz	371
a) Absolute Verbreitungsverbote	371
b) Andere Maßnahmen zum Schutz der Jugend	373
6. Werbung	373
a) Trennungsgebot	374

	Seite
b) Werbung gegenüber Kindern und Jugendlichen	376
7. Folgen des Verstoßes gegen eine Anbieterpflicht	376
III. Schutz von Persönlichkeit, Ehre und wirtschaftlichem Ruf	377
1. Zivilrechtlicher Schutz	377
a) Voraussetzungen	377
b) Die einzelnen Schutzgüter	378
2. Wettbewerbsrechtlicher Schutz	379
3. Recht am eigenen Bild	379
4. Gegendarstellung	380
a) Anspruchsverpflichteter	381
b) Ort der Gegendarstellung	382
c) Fristen	383
IV. Urheberrechtliche Besonderheiten bei Online-	
Publikationen	384
1. Urheberrechtlicher Schutz von Printmedien	384
2. Elektronische Pressespiegel	386
I. Telekommunikationsrechtliche Grundlagen	388
I. Einführung	389
1. Die Entwicklung des Telekommunikationsrechts in	
Deutschland	391
2. Wettbewerbssituation	393
3. Übersicht über die Rechtsgrundlagen	394
a) Das Telekommunikationsgesetz als Rahmengesetz	
(TKG)	394
b) Rechtsverordnungen	394
aa) Telekommunikationskundenschutzverordnung	
(TKV)	394
bb) Netzzugangsverordnung (NZV)	395
cc) Telekommunikations-Universaldienstleistungs-	
verordnung (TUDLV)	395
dd) Telekommunikations-Entgeltregulierungsver-	
ordnung (TEntgV)	395
ee) Telekommunikations-Datenschutzverordnung	
(TDSV)	396
ff) Fernmeldeverkehrs-Überwachungs-Verordnung	
(FÜV)	396
II. Regulierung	396
1. Aufgaben der Regulierungsbehörde für	
Telekommunikation und Post (RegTP)	396
2. Anzeigepflicht, Lizenzpflicht, Lizenzverfahren und	
Lizenzgebühren	397
a) Anzeigepflicht	398

	Seite
b) Lizenzpflicht	399
aa) Betrieb von Übertragungswegen	399
bb) Betrieb von Sprachtelefondienst	400
cc) Lizenzklassen	401
dd) Internet-Telefonie	401
c) Lizenzvergabe Voraussetzungen	402
aa) Persönliche Voraussetzungen	403
bb) Sachliche Voraussetzungen	404
d) Zuteilung von Frequenzen	404
e) Wechsel und Ende der Lizenz	404
f) Lizenzgebühren	406
3. Entgeltregulierung	407
a) Regulierungsadressat	408
b) Regulierungsobjekt	409
c) Regulierungsverfahren	410
aa) Genehmigungsmaßstäbe	410
aaa) Prinzip der effizienten Leistungsbereit- stellung	410
bbb) Verbot von Auf- und Abschlägen sowie von Sondervorteilen	411
bb) Ex-Ante-Regulierung	411
aaa) Einzelgenehmigung	411
bbb) Price-Cap-Verfahren	412
cc) Ex-Post-Regulierung	412
4. Nummernverwaltung	413
5. Frequenzvergabe und -verwaltung	414
6. Allgemeiner und besonderer Netzzugang	416
a) Allgemeiner Netzzugang	417
b) Besonderer Netzzugang	417
c) Zugang zur Teilnehmeranschlussleitung	418
d) Besondere Missbrauchsaufsicht	419
7. Inkasso	419
8. Universaldienst	421
III. Überwachung	422
1. Kundenschutz	422
2. Datenschutz	423
3. Straftaten und Ordnungswidrigkeiten	426
J. Kartellrecht	427
I. Einleitung	427
II. Horizontale Wettbewerbsbeschränkungen und elektronische Marktplätze	428
1. Bedeutung	428

	Seite
2. Anwendbares Kartellrecht	429
3. Kartellrechtliche Aspekte der Gründung eines Internet-Marktplatzes	431
a) Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	431
b) Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	433
4. Kartellrechtliche Aspekte der Nutzung eines Internet-Marktplatzes	434
a) Zugangsverweigerung für Mitbewerber	435
b) Verkaufs- und Einkaufsgemeinschaften	436
III. Vertikale Wettbewerbsbeschränkungen beim Vertrieb über das Internet	439
1. Gruppenfreistellungsverordnung und Leitlinien der Kommission	439
2. Ausschließlicher Vertrieb	440
3. Selektiver Vertrieb	442
4. Totalverbot des Internetvertriebs	442
K. Reglementierung unternehmerischer Tätigkeiten	444
I. Überblick	445
II. Auf das Medium Internet bezogene Reglementierung	445
1. Einleitung	445
2. Recht der Bundesrepublik Deutschland	446
a) Rundfunkdienste	446
aa) Begriffsbestimmung	446
aaa) Begriffsbestimmung auf gesetzlicher Grundlage	446
bbb) Begriffsbestimmung durch »Negativliste« in der Praxis	448
bb) Marktzugang: Zulassungspflicht für Rundfunkveranstalter	449
cc) Laufende Verpflichtungen des Rundfunkveranstalters	449
dd) Aufsicht	450
b) Mediendienste	450
aa) Begriffsbestimmung	450
bb) Abgrenzung zum Rundfunkstaatsvertrag	452
cc) Marktzugang	453
dd) Laufende Verpflichtungen des Mediendienstbetreibers	453
ee) Aufsicht	454
c) Teledienste	454
aa) Begriffsbestimmung	454
bb) Abgrenzung zum MDStV	456

	Seite
cc) Marktzugang	457
dd) Laufende Verpflichtungen des Teledienstbetreibers	457
ee) Aufsicht	458
d) Telekommunikationsdienstleistungen	458
3. Europarechtliche Regelungen	459
4. Selbstregulierung des Internets	461
a) Einleitung	461
b) Setzung technischer Standards im Internet	461
III. Allgemeine aufsichtsrechtliche Reglementierung	463
L. Arbeitsrecht	465
I. Allgemeines	466
II. Scheinselbstständigkeit	466
III. Telearbeit	470
1. Allgemeines	470
2. Status des Telearbeiters	471
a) Alternierende Telearbeit	471
b) Externe Telearbeit/mobile Telearbeit	472
c) Satellitenbüro/Nachbarschaftsbüro	473
d) Tätigkeit auf Dienst- oder Werkvertragsbasis	473
aa) Arbeitnehmerähnliche Personen	474
bb) Heimarbeit	474
3. Inhalt des Telearbeitsvertrages	476
a) Befristung	476
b) Gestaltung des Telearbeitsvertrages	477
4. Umsetzung von Telearbeit	481
5. Haftungsaspekte der Telearbeit	484
6. Arbeitsschutz	485
7. Betriebsverfassungsrecht	486
a) Betriebsverfassungsrechtliche Zuordnung des Telearbeiters	486
b) Mitwirkungs- und Mitbestimmungsrechte des Betriebsrats	489
aa) Allgemeine Aufgaben, § 80 BetrVG	489
bb) Arbeitsschutz, § 89 BetrVG	489
cc) Unterrichts- und Beratungsrechte, § 90 BetrVG	490
dd) Personalplanung, § 92 BetrVG	491
ee) Ausschreibung von Arbeitsplätzen, § 93 BetrVG ..	491
ff) Förderung der Berufsbildung, §§ 96, 97 BetrVG ..	491
gg) Wirtschaftsausschuss, § 106 BetrVG	492
hh) Betriebsänderung, Interessenausgleich, §§ 111, 112 BetrVG	492

	Seite
ii) Zustimmung-, Anhörungs- und Widerspruchsrechte	495
jj) Mitbestimmungsrechte mit Initiativrecht	496
M. Anwendung der neuen Medien im Gesellschaftsrecht	499
I. Anwendungsbereiche von E-Mail und Internet im Rahmen von Gesellschaften	500
II. Besonderheiten des Aktienrechts	502
1. Elektronisches Aktienregister	503
a) Aktienregister als automatisch gespeiste Datenbanken	504
b) Registerdaten und Datenschutz	506
2. Papierlose Bekanntmachungen und Mitteilungen der Gesellschaft	508
a) Bekanntmachungen auf der Gesellschafts-Homepage	508
b) Mitteilungen an Aktionäre und Aufsichtsrat per E-mail oder Internet	509
3. Virtuelle Abhaltung und Übertragung von Hauptversammlungen	510
a) Aktienrechtliche Bedenken	511
b) Übertragungsmodelle	513
4. Elektronische Vollmacht zur Stimmrechtsausübung	514
a) Einfache Vollmacht	514
b) Kreditinstitute und Aktionärsvereinigungen	516
c) Weisungserteilung durch Bildschirmformulare	518
5. Elektronische Teilnehmerverzeichnisse	518
6. Virtuelle Aufsichtsratssitzungen	519
III. Kapitalmarktrechtliche Publizität per Internet	520
1. Ad-hoc-Publizität	520
2. Mitteilungspflicht gem. § 21 WpHG	521
IV. Regelungsmöglichkeiten nach GmbH-Recht	521
1. Einberufung von Gesellschafterversammlungen und Mitteilungen der Gesellschaft per E-Mail	522
2. Elektronische Stimmrechtsvollmachten	522
3. Beschlussfassung im Umlaufverfahren per E-Mail	523
4. Gesellschafterversammlung im Internet	524
5. Aufsichtsratssitzungen im Internet	525
V. Informationen über Gesellschaften – Elektronische Handelsregisterführung und -abruf	525
N. Handelsbilanzielle und steuerrechtliche Grundlagen	527
I. Grundlegend neue Fragen und die veränderte Bedeutung von bereits bestehenden Problemen	531

	Seite
1. Einleitung	531
2. Grundlegende Veränderungen infolge des Einsatzes von E-Business-Geschäftsmodellen und daraus resultierende steuerliche Probleme	532
a) Digitalisierung und ihre Auswirkungen	532
b) Veränderte Bedeutung des Faktors »Zeit« und die hieraus entstehenden Auswirkungen	538
3. Ausblick	539
II. Handels- und steuerbilanzielle Implikationen von E-Business-Aktivitäten	541
Einleitung	541
1. Bilanzielle Behandlung des Internet-Auftritts	542
a) Bilanzierung und Bewertung einer Homepage	542
aa) Bilanzierung der Homepage dem Grunde nach ...	545
aaa) Analogien und sonstige Anhaltspunkte	545
bbb) Webpage oder Website/Homepage als Wirtschaftsgut	548
ccc) Materielles vs. immaterielles Wirtschaftsgut .	549
ddd) Zuordnung zum Umlauf- oder Anlage- vermögen	551
eee) Abgrenzung zwischen Herstellung und Anschaffung einer Homepage	552
bb) Bewertung des Wirtschaftsgutes »Homepage«	553
aaa) Bewertung mit den Anschaffungs- oder Herstellungskosten	553
bbb) Planmäßige Abschreibung/Absetzung für Abnutzung	554
ccc) Außerplanmäßige Wertminderungen/ Teilwertabschreibungen	556
ddd) Abgrenzung zwischen Herstellungs- und Erhaltungsaufwand	558
b) Bilanzielle Behandlung der Ausgaben für die Erlangung einer Domain	560
2. Bilanzielle Behandlung der den Internet-Geschäften zu Grunde liegenden technischen Infrastruktur	562
3. Bilanzielle Fragen im Zusammenhang mit neuartigen Geschäftsmodellen im Internet	563
a) Ausloben und Verschenken von Sachen und anderen Wirtschaftsgütern an Kunden	563
b) Bartering-Geschäfte	566
c) Virtuelle Shopping-Mall	567
4. Bilanzielle Fragen im Zusammenhang mit Unternehmens- umstrukturierungen und -käufen	568

	Seite
III. Ertragsteuerliche Aspekte und Probleme	569
1. Einleitung	569
2. Anknüpfungspunkte für die Besteuerung	570
a) Inländischer Anbieter mit ausländischem Kunden	571
b) Ausländischer Anbieter mit inländischem Kunden ...	572
aa) mit Errichtung einer rechtlich selbstständigen Gesellschaft im Inland	572
bb) ohne Errichtung einer rechtlich selbstständigen Gesellschaft im Inland	573
aaa) Einkünfte aus Gewerbebetrieb	574
aaaa) Unilaterale Behandlung gem. § 49 Abs. 1 Nr. 2 EStG	574
aaaaa) Betriebsstätte	574
bbbbbb) Ständiger Vertreter	577
cccc) Sonstige gewerbliche Veräuße- rungseinkünfte (§ 49 Abs. 1 Nr. 2f EStG)	578
bbbb) Einschränkung durch Doppelbesteue- rungsabkommen?	579
bbb) Einkünfte aus selbstständiger Arbeit	582
aaaa) Unilaterale Behandlung gem. § 49 Abs. 1 Nr. 3 EStG	582
bbbb) Einschränkung durch Doppel- besteuerungsabkommen?	583
ccc) Einkünfte aus nichtselbstständiger Arbeit ...	584
aaaa) Unilaterale Behandlung gem. § 49 Abs. 1 Nr. 4 EStG	584
bbbb) Einschränkung durch Doppelbesteue- rungsabkommen?	584
ddd) Einkünfte aus der Lizenzüberlassung und sonstiger geschützter Rechte	585
aaaa) Unilaterale Behandlung gem. § 49 Abs. 1 Nr. 6 EStG	585
bbbb) Einschränkung durch Doppelbesteue- rungsabkommen?	586
eee) Einkünfte aus der Überlassung von nicht geschütztem Know-how	587
aaaa) Unilaterale Behandlung gem. § 49 Abs. 1 Nr. 9 EStG	587
bbbb) Einschränkung durch Doppelbesteue- rungsabkommen?	588
fff) Verhältnis der Einkunftsarten zueinander ...	588
aaaa) nach nationalem Recht	588

	Seite
bbbb) nach Abkommensrecht	589
3. Zuordnung von Vermögen und Einkommen	590
a) bei Vornahme des Internet-Engagements in Form einer Kapitalgesellschaft	590
aa) Problemstellung	590
bb) Die Standardmethoden	590
aaa) Charakterisierung	590
bbb) Einsetzbarkeit für Geschäfte im Rahmen des E-Business	591
cc) Die »anderen Methoden« als Lösungsmöglichkeit für die Verrechnungspreisprobleme?	596
aaa) Charakterisierung der »anderen Methoden« ..	596
aaaa) Der Profit Split	596
bbb) Die transaktionsbezogene Netto- Margen-Methode	597
bbb) Anwendbarkeit auf Geschäfte im Rahmen des E-Business	597
dd) Alternative Lösungsansätze	599
ee) Ausgewählte Spezialprobleme	600
aaa) Vorüberlegungen	600
bbb) Das Problem der »Entnahme« immaterieller Wirtschaftsgüter	601
ccc) Global Trading als neue Form des Handels ..	602
ddd) Das Global Development	604
b) bei Vornahme der Geschäfte mit Hilfe einer Betriebsstätte	606
aa) Zuordnung von E-Business-Geschäften zu Betriebs- stätten?	606
aaa) Abgrenzung der Funktionen zwischen Stammhaus und Betriebsstätte »Internet- Server«	606
bbb) Zur »Zentralfunktion« des Stammhauses ...	608
bb) Überführung von Wirtschaftsgütern	611
cc) Bestimmung des Dotationskapitals	612
dd) Ermittlung des laufenden Gewinns der Betriebsstätte	614
aaa) Indirekte Methode	614
bbb) Direkte Methode	615
4. Ertragsteuerliche Konsequenzen von Barter-Geschäften ..	617
IV. Umsatzsteuerliche Aspekte und Probleme	619
1. Einleitung	619
2. Umsatzsteuerliche Besonderheiten des E-Commerce in Abgrenzung zum herkömmlichen Handel	620

	Seite
3. Umsatzsteuerliche Grundlagen	622
a) System des Vorsteuerabzuges	622
b) Ortsbestimmung	622
c) Erhebung der Umsatzsteuer	623
4. Umsatzsteuerliche Problemfelder im E-Commerce	623
a) Überblick	623
b) Wie sind die geplanten zu erbringenden Ausgangs-	
leistungen umsatzsteuerlich zu beurteilen?	624
aa) Lieferung versus sonstige Leistung	624
bb) Ort der sonstigen Leistung	625
cc) Leistungsbündel	627
dd) Gefahr der internationalen Doppelbesteuerung ...	628
c) Wie kann ein Kunde als unternehmerisch oder privat	
identifiziert werden und wie kann seine Ansässigkeit	
überprüft werden?	628
aa) Privatkunden	629
bb) Unternehmerische Kunden	629
cc) Nachweispflicht	630
d) Wie kann der Vorsteuerabzug sichergestellt werden? ..	630
e) Was für Auswirkungen kann der Leistungseinkauf aus	
dem bzw. der Leistungsverkauf in das Ausland haben?	
aa) Leistungserbringung in das Ausland – Reverse	
Charge	632
bb) Leistungsbezug aus dem Ausland – Abzugs-	
verfahren/Nullregelung	633
f) Wie wirken sich verschiedene Geschäftsmodelle auf	
die Umsatzsteuer aus?	634
aa) Virtuelle Marktplätze	635
bb) Was ist bei Tausch- bzw. Barter-Transaktionen zu	
berücksichtigen?	636
5. Ausblick	637
a) Richtlinienvorschlag vom 7. Juni 2000 zur mehrwert-	
steuerlichen Behandlung bestimmter elektronisch	
erbrachter Dienstleistungen	638
b) Vorschlag für eine Richtlinie des Rates der EU mit	
dem Ziel der Vereinfachung, Modernisierung und	
Harmonisierung der mehrwertsteuerlichen	
Anforderungen an die Rechnungstellung	639
c) Entwurf eines Berichts der Working Party Nr. 9 zu	
Verbrauchssteuern und Bericht der Consumption Tax	
Technical Advisory Group der OECD, Februar 2001 ..	640
V. Verfahrensrechtliche Aspekte und Probleme	642
1. Sicherstellung der Besteuerung	643

	Seite
a) Umsatzsteuer	643
aa) Business to Business	644
bb) Business to Consumer	647
aaa) Identifizierung	647
bbb) Steuerabführung	649
aaaa) Abzugsteuer	650
bbbb) Abführung durch den leistenden Unternehmer	651
cc) Rechnung	651
b) Ertragsteuer	652
2. Kontrolle der Besteuerung	653
3. Outsourcing der Buchführung	654

3. Kapitel : Geschäftsfelder im E-Business

A. Der Agenturvertrag	659
I. Einleitung	660
II. Vertragsarten und Vertragsgestaltung	661
1. Allgemeines	661
2. Vertragsarten	661
a) Werkvertrag	662
b) Dienstleistungsvertrag	663
c) Geschäftsbesorgungsvertrag	664
3. Der Agenturvertrag in der Onlinebranche	664
a) Werkvertragliche Regelungen	665
aa) Erfüllungsansprüche	666
bb) Leistungsstörungen	667
aaa) Verzug	667
bbb) Nichterfüllung/Unmöglichkeit	669
ccc) Verletzung von Herstellerpflichten	669
ddd) Verletzung von Bestellerpflichten	674
cc) Abnahme	675
dd) Nachbesserung	676
ee) Minderung/Wandlung	677
ff) Schadensersatz	677
gg) Verjährung	678
hh) Kündigung	679
b) Dienstleistungsvertragliche Regelungen	680
aa) Hauptpflichten	681
bb) Nebenpflichten	681
cc) Vertragsverletzungen	682

	Seite
dd) Leistungserbringung	682
ee) Beendigung von Dienstleistungsverträgen	683
c) Sonderfall: Wartungsvertrag	683
4. Zentrale Fragen der Vertragsgestaltung	684
a) Vertragsgegenstand	684
b) Rechteübertragung/Lizenzierung	685
c) Abnahme/Ablieferung	687
d) Vergütung	687
e) Änderungsverlangen	688
f) Haftung	689
g) Leistungsstörungen	690
h) Geheimhaltung, Wettbewerbsverbot	691
i) Kontaktpersonen	692
j) Kündigung	692
III. Zusammenfassung	693
B. Providerverträge	695
I. Einleitung	695
II. Rechtsnatur des Providervertrages	696
1. Abschluss des Providervertrages	698
2. Zugangsgewährung	699
3. Vergütung	704
4. Datenschutz	706
5. Haftung	708
6. E-Mail	714
7. Domainvergabe	716
III. Web-Design	718
IV. Application Service Providing	722
1. Definition	722
2. Rechtsnatur	722
3. Gewährleistung	723
V. Zusammenfassung	723
C. Web-Hosting	725
I. Einleitung	726
II. Begriff des Web-Hosting	726
III. Gegenstand des Web-Hosting-Vertrags	727
IV. Rechtsnatur des Web-Hosting-Vertrags	730
1. Meinungsstand	731
2. Eigene Rechtsnaturbestimmung	732
a) Rahmenvertrag	732
b) Zweiteilung der Providerleistung	732

	Seite
c) Miet- bzw. Pachtvertrag	734
d) Verwahrung	736
e) Werk- vs. Dienstvertrag	736
f) Ergebnis	739
V. Der erweiterte Web-Hosting-Vertrag	739
VI. Verfügbarkeit	741
VII. Nebenpflichten des Providers	742
VIII. Pflichten des Kunden	743
1. Vergütungspflicht	744
2. Rechtmäßigkeit der Inhalte	745
a) Freistellung	745
b) Sperrung bzw. Löschung	747
IX. Leistungsstörungenrecht	749
X. Ende des Vertragsverhältnisses	752
XI. Schlussbemerkung	754
D. Werbung	755
I. Einführung	756
II. Grundlagen	757
1. Wirtschaftliche Bedeutung von Online-Werbung	757
2. Einordnung von Online-Werbung	758
3. Online-Vermarktungsformen	758
a) Bannerwerbung	759
b) Interstitials	760
c) Web-Sponsoring	761
d) Associate Partnerships	761
e) Links	762
f) Weitere Vermarktungsformen	763
III. Werberechtlicher Rechtsrahmen	764
1. Anwendbares Recht	764
a) Ausgangslage	764
b) Die Regelung im deutschen IPR	764
c) Besonderheiten im Online-Bereich	765
2. Anwendbare Regelungen	767
a) Überblick	767
b) Allgemeines Werberecht	767
aa) EU-Gemeinschaftsrecht	767
bb) Nationales Recht	769
c) Besonderes Werberecht	770
aa) Teledienstegesetz	770
bb) MediendiensteStaatsvertrag	770
cc) Rundfunkstaatsvertrag und Landespressegesetze ..	771

	Seite
d) Selbstregulierungen	772
aa) Selbstregulierungen auf internationaler Ebene	772
bb) Selbstregulierungen auf nationaler Ebene	774
IV. Medien- und lauterkeitsrechtliche Beurteilung von Online- Werbung (Vermarktungsformen)	774
1. Trennungsgebot und Kennzeichnungspflicht	775
a) Bedeutung und Geltung des Trennungsgebots	775
b) Trennungsgebot und selbstdarstellende Unternehmens-Website	776
aa) Kennzeichnungspflicht der selbstdarstellenden Unternehmens-Website als Ganzes?	776
bb) Kennzeichnungspflicht von Teilen einer selbstdar- stellenden Unternehmens-Website?	777
c) Trennungsgebot und vermarktungsorientierte Unternehmens-Websites	778
aa) Bannerwerbung	778
bb) Interstitials und Pop-ups	778
cc) Web-Sponsoring	779
dd) Associate Partnerships	779
ee) Links	779
ff) Weitere Vermarktungsformen	780
d) Trennungsgebot und medienorientierte Websites (E-Zines)	780
e) Trennungsgebot und Pushdienste	782
f) Rechtsfolgen	783
2. Produkt- und berufsbezogene Werbebeschränkungen ...	783
a) Produktbezogene Werbebeschränkungen	783
b) Berufsbezogene Werbebeschränkungen	784
E. Online-Shopping	785
I. Warenbestellung	786
1. Einleitung	786
2. Probleme bei der Warenbestellung im Internet	787
a) Allgemeines	787
b) Verkäuferperspektive	788
aa) Fernabsatzgesetz	788
aaa) Informationspflichten beim Warenkauf im Internet	793
bbb) Widerrufs- und Rückgaberecht	796
ccc) Kosten der Rücksendung	797
ddd) Besondere Anforderungen bei ausschließ- licher Einräumung eines Rückgaberechtes ...	798
eee) Ausnahmen vom Widerrufs-/Rückgaberecht .	800

	Seite
bb) Verbrauchercreditsgesetz	802
aaa) Finanzierter Warenkauf	802
bbb) Teilleistungen, gleichartige Sachen und wiederkehrender Bezug	803
cc) HaustürwiderrufsG	806
dd) UN-Kaufrecht	807
ee) Anspruchsdurchsetzung	807
aaa) Rechtsweg und Verfahren	807
bbb) Anwendbares materielles Recht	810
c) Käuferperspektive	810
aa) Rechte und Pflichten	810
aaa) Widerruf und Rücksendung der Ware	810
bbb) Beschädigung oder Untergang der Ware vor Ablauf der Widerrufsfrist	812
bb) Durchsetzung	816
3. Probleme bei der Lieferung unbestellter Waren	816
4. Ausblick: E-Commerce-Richtlinie, Schuldrechts- modernisierung	818
II. Vertrieb digitalisierter Produkte	819
1. Einleitung	819
2. Softwarevertrieb	821
a) Urheberrechtliche Vorbereitungshandlungen	821
b) Arten des Software-Erwerbs	822
c) Vertragliche Einordnung des Softwareerwerbs durch den BGH	823
d) Konsequenzen für den Download-Vertrieb	823
aa) Übereignung und Übergabe	824
bb) Gewährleistung	825
cc) Positive Forderungsverletzung bei Virenbefall	827
e) Die Alternative der präzisen Vertragsgestaltung	830
3. Music on Demand	834
a) Rechtmäßige Vertriebsmodelle	836
b) Funktionsweise von Napster, Gnutella & Co.	837
c) Urheberrechtliche Einordnung	838
aa) Upload, Abrufbarmachen und Download	839
bb) Verwertungsrechte	842
d) Haftung	845
e) Schutzmechanismen gegen die Musikpiraterie	848
f) Neueste Entwicklung	850
4. Video on Demand	851
5. E-Book, Book on Demand	851
F. Der Mandatsvertrag	853
I. Einleitung	854

	Seite
II. Von der elektronischen Unterstützung der Kommunikation zur Telekanzlei	854
III. Das Schriftformerfordernis	856
IV. Die Sicherung der Verschwiegenheitspflicht des Anwalts ...	858
V. Die verschiedenen Kommunikationsanbindungen	861
VI. Verantwortlichkeiten	862
1. Einleitung	862
2. Verantwortlichkeit nach dem Teledienstegesetz	862
3. Das Teledienstedatenschutzgesetz	863
4. Verwendung eines Signaturschlüssels	864
5. Sicherstellung der Kenntnisnahme	864
VII. Beweisqualität von elektronischen Dokumenten?	865
VIII. Vergütungsfragen	866
IX. Marketing im Internet	866
1. Übersicht	866
2. Einrichtung eines Gästebuches	868
3. Diskussionsforen	869
4. E-Mails	869
5. Online-Anwaltsverzeichnisse	870
6. Internet-Adressen	870
X. Internationale Zuständigkeitskonflikte bei Wettbewerbsverstößen im Internet	871
XI. Was bringt die E-Commerce-Richtlinie für das Mandatsverhältnis?	873
G. Versteigerungen im Internet	875
I. Einleitung	876
II. Funktionsweise und Verlaufsformen der Online-Auktionen	876
1. Funktionsweise	876
2. Typische Verlaufsformen der Online-Auktionen	878
a) Live-Auktionen	878
b) Langzeit-Auktionen	878
c) Aufwärtsversteigerungen	878
d) Abwärtsversteigerungen	879
III. Zivilrechtliche Einordnung der Vertragsbeziehungen zwischen Einlieferer, Bieter und Auktionshaus	879
1. Die traditionelle Versteigerung	879
a) Die Vertragspartner	879
b) Leistungsstörungen	881
2. Die Online-Auktion	882
a) Die Willenserklärungen	882

	Seite
b) Formerfordernisse	885
c) Leistungsstörungen und Unwirksamkeitsgründe	886
IV. Die Bedeutung der Gewerbeordnung und der Versteigerungsverordnung für Versteigerungen im Internet	887
1. Die Gewerbeordnung	887
a) Die traditionelle Versteigerung	887
b) Die Online-Auktion	888
c) Entscheidungskriterien für die Bewertung von Online-Auktionen als Versteigerung im Rechtssinne ..	890
2. Die Versteigerungsverordnung	892
3. Stellungnahme	893
V. Wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit der Online-Auktion ...	894
1. Vorsprung durch Rechtsbruch gemäß § 1 UWG	894
2. Irreführung durch Verwendung traditioneller Begriffe gemäß § 3 UWG	895
3. Verletzung des § 3 UWG durch Verstoß gegen die Preisangabenverordnung	896
4. Sonstige Irreführungen im Sinne des § 3 UWG	897
VI. Verbraucherschützende Vorschriften	897
1. Die Verwendung von Geschäftsbedingungen	898
2. Das Fernabsatzgesetz	900
3. Das Teledienstschutzgesetz	901
4. Die EU-Richtlinie zum Electronic Commerce	902
VII. Treuhandmodell zur Vertragsabwicklung	904
VIII. Haftung für die auf dem Marktplatz des Auktionators bereitgestellten Inhalte	905
IX. Grenzüberschreitende Vertragsschlüsse	905
X. Ausblick	906
H. Spiel und Wette	908
I. Einleitung	909
II. Definitionen und Abgrenzungen	912
III. Öffentliches Recht: Genehmigungen	916
1. Rechtsgrundlagen	916
2. Genehmigungsvoraussetzungen	918
a) Lotterien und Ausspielungen	918
b) Spielbanken	920
3. Anspruch auf Genehmigungserteilung?	921
4. Teledienstgesetz	924
5. Hinweise für die Praxis	924
IV. Zivilrecht	925
1. Unvollkommene Verbindlichkeiten	925

	Seite
2. Staatlich genehmigte Anbieter	925
3. Internationales Privatrecht	926
V. Strafrecht	926
1. Strafbarkeit	926
2. Gesetzeszweck	927
3. Tatbestandsvoraussetzungen	927
a) Tathandlung: Veranstalten	927
b) Tathandlung: Werben	929
c) Weitere Tatbestandsmerkmale	930
4. Teledienstgesetz	931
5. Hinweise für die Praxis	932
VI. Wettbewerbsrecht	933
1. Wertbezogene Glücksspielnormen?	933
2. Anlocken	935
3. Koppelungsverbot	935
4. Wettbewerbsverhältnis gem. § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG	936
VII. Gemeinschaftsrecht	936
I. Finanzdienstleistungen: Finanzinformationsdienste und Fondsvertrieb	938
I. Finanzdienstleistungen	938
1. Einleitung	938
2. Definitionen	941
II. Informationsdienste im Internet	943
1. Aufsichtsrechtliche Fragen	944
2. Informations- und Beratungspflichten	945
3. Vertragliche Einordnung	946
4. Haftung	948
5. Besonderheiten bei Analysen und Empfehlungen	950
a) Insiderproblematik	950
b) Presserechtliche Anforderungen	953
6. Hinweise für die Praxis	954
III. Fondsvertrieb	955
1. Begriffsbestimmungen	956
2. Aufsichtsrecht	957
3. Prospektpflicht und Vertragsbedingungen	959
4. Werbung für (ausländische) Fonds	961
5. Widerrufsrecht und Beendigung der Beteiligung	962
6. Kapitalanlagen am »Grauen Kapitalmarkt«	963

	Seite
J. Wertpapierhandel	965
I. Einleitung	966
II. Wertpapierhandel durch Discount-Broker	967
1. Begriff	967
2. Vertragliche Grundlagen beim Discount-Brokerage-Geschäft	969
a) Geschäftsgegenstand	969
b) Vertragsarten	969
aa) Kommissionsvertrag	969
bb) Weitere Vertragsverhältnisse	970
cc) Vertragsschluss	971
3. Verhaltensregeln des Wertpapierhandelsgesetzes	972
a) Offenlegung der Beratungslosigkeit	974
b) Erkundigungspflichten/Informationspflichten	975
c) Aufklärungspflicht	976
aa) Umfang der Aufklärungspflicht	976
bb) Vertraglicher Ausschluss der Aufklärungspflicht ..	980
d) Aufzeichnungspflichten	980
e) Auskunftspflicht	981
4. Überwachung der Verhaltensregeln	982
5. Weitere Pflichten des Discount-Brokers vor und bei der Order-Ausführung	982
6. Ausländische Wertpapierdienstleister	984
III. IPO's im Internet	984
1. Begriff	984
2. Vor- und Nachteile von Internet-IPO's	986
a) Chancen und Risiken aus Sicht des Emittenten	986
b) Chancen und Risiken für den Anleger	989
3. Anwendbares Kapitalmarktrecht	990
4. Prospektpflicht nach dem Verkaufsprospektgesetz	992
a) Erstmaliges öffentliches Angebot nicht börsenzugelassener Wertpapiere im Inland	992
aa) Wertpapiere i.S.d. VerkProspG	992
bb) Erstmaliges Angebot	993
cc) Öffentliches Angebot	994
dd) Inländisches Angebot	996
ee) Disclaimer	997
ff) Ausnahmen von der Prospektpflicht	998
b) Prospektpflichtiger	999
c) Rechtsfolgen der Prospektpflicht	999
aa) Inhalt des Verkaufsprospekts und Prospekthaftung	1000
bb) Hinterlegung	1000

	Seite
cc) Veröffentlichung	1001
dd) Verstoß gegen die Prospektpflicht	1002
5. Erlaubnispflicht nach dem KWG	1003
K. Abschluss von Versicherungsverträgen (E-Versicherung)	1005
I. Vertrieb von Versicherungen im Internet	1005
1. Zustandekommen von Versicherungsverträgen im Internet	1006
a) Elektronischer Vertragsabschluss nach dem Antragsmodell	1007
b) Elektronischer Vertragsabschluss nach dem Policenmodell	1012
c) Ergebnis	1013
2. Einbeziehung Allgemeiner Versicherungsbedingungen ..	1014
3. Fernabsatzgesetz, Fernabsatzrichtlinie über Finanzdienstleistungen und E-Commerce-Richtlinie	1015
II. Internationales Versicherungsvertragsrecht	1017
1. Anwendbares IPR-Regime	1017
2. Objektive Bestimmung des anwendbaren Rechts	1018
3. Rechtswahl	1019
a) Auslandsschäden	1019
b) Korrespondenzversicherungen	1020
4. Ergebnis	1022
III. Hinweise zur Versicherung der speziellen Risiken von IT-Unternehmen	1022
L. Datenhandel	1024
I. Einführung	1024
II. Die Erstellung von Nutzerprofilen	1026
1. Counter	1026
2. Server-Logs	1026
a) Funktionsweise	1027
b) Datenschutzrechtliche Beurteilung	1028
c) Empfehlung	1030
3. Cookies, Session ID's und Web-Bugs	1030
a) Cookies	1030
b) Session-ID's	1032
c) Web-Bugs	1032
4. Softwareprodukte	1034
a) Active Content	1034
b) Spyware und Automatische Update-Funktionen	1034
c) Globally Unique Identifier (GUID)	1036

	Seite
III. Datenhandel durch die speichernde Stelle	1037
1. Handel mit Kundendaten durch die speichernde Stelle ..	1037
2. Geschäftsmäßiger Datenhandel	1038
3. Datenweitergabe im Konzern	1039
4. Datenweitergabe bei Auftragsdatenverarbeitung	1040
5. Erwerb der Daten durch Rechtsnachfolger	1042
6. Datenverkauf in der Insolvenz	1043
IV. Der Handel mit personenbezogenen Daten durch den Nutzer	1044
V. Fazit	1046
M. Zahlungssysteme	1048
I. Elektronische Zahlungssysteme	1048
1. Systematik der elektronischen Zahlungsverkehrs-Systeme	1048
2. Beschreibung einzelner elektronischer Zahlungssysteme .	1050
a) Smart Cards – Geldkarte	1051
b) E-Cash	1051
c) CyberCoin	1052
d) Electronic direct debit	1054
e) Paybox – Durchführung von Zahlungen via Mobiltelefon	1054
II. Mangel der Einhaltung der Schriftform	1055
III. Widerruf einer elektronischen Überweisung	1056
IV. Erfüllungswirkung elektronischen Geldes	1057
V. Haftungsfragen und Beweislastverteilung	1059
1. Verlustrisiko bei Smart Cards	1059
2. Haftung infolge technischer Störungen bei Smart Cards .	1061
3. Haftung für den Verlust von Netzgeld	1062
VI. Elektronisches Geld im Bankaufsichtsrecht	1063
VII. Geldwäsche	1064
1. Strafbarkeit gem. § 261 StGB	1064
2. Geldwäschegesetz	1065
N. E-Business im Gesundheitswesen	1066
Einführung	1066
I. Online-Auftritt im Gesundheitswesen	1067
1. Präsentation von Heilmitteln im Internet	1067
a) Domains	1068
b) Unterscheidung von Image- und Produktwerbung ...	1068
c) Publikums- und Fachkreiswerbung	1069
d) Produktbezogene Werbebeschränkungen	1070
e) Vertriebsbezogene Werbebeschränkungen	1070

	Seite
2. Die Ärzthomepage	1071
a) Praxisinformationen	1072
b) Weiterführende Informationen	1073
c) Informationen in geschlossenen Kommunikations- netzen	1074
d) Berufsrecht und Wettbewerbsverstoß	1075
3. Apothekerhomepage	1075
II. Arzneimittelvertrieb im Internet	1076
1. Verbot des Versandhandels nach § 43 Abs. 1 AMG	1077
a) Europarechtliche Zulässigkeit des Versandhandels- verbots	1078
b) Versandhandelsverbot und Herkunftslandprinzip	1079
2. Ausnahmeregelung für die Einzeleinfuhr von Arznei- mitteln	1080
3. Ausblick zum Arzneimittelvertrieb im Internet	1081
III. Rechtliche Aspekte der Telemedizin	1082
1. Medizinische Kommunikation im Internet	1084
2. Elektronische Erfassung medizinischer Daten	1085
3. Virtuelle Praxis und Telekonsil	1088
Glossarium	1091
Stichwortverzeichnis	1099