

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	V
<i>Vorwort zur 1. Auflage</i>	VII
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XIX
<i>Literaturhinweise</i>	XXV
I. Das Internet – eine Einführung	1
1. Historische Entwicklung, Struktur des Internet	1
2. Grundbegriffe der Online-Kommunikation	2
II. Der Schutz von Domainnames	4
1. Das Domain-Name-System	5
a) Die IP-Adresse	5
b) Die Top-Level-Domain	6
c) Second-Level-Domains und Subdomains	7
d) Entstehung der ICANN	8
e) Legitimation der Registrierungsstellen/ICANN	10
f) Die .eu-Domain	11
2. Die Vergabe von Second-Level-Domains am Beispiel der .de-Domain . . .	13
3. Die Domain im Rechtsverkehr	14
a) Die Domain als Eigentumsposition	14
b) Die Pfändbarkeit von Domains	15
4. Überblick über die in Domainstreitigkeiten anwendbaren Rechtsnormen	16
5. Kennzeichenrechtliche Ansprüche gegen die Benutzung einer Domain – §§ 14, 15 MarkenG	16
a) Kennzeichenmäßige Benutzung einer Marke durch Nutzung eines Domainnames	16
b) Die Benutzung einer Domain im geschäftlichen Verkehr	19
aa) Registrierung als Benutzungshandlung	19
bb) Im geschäftlichen Verkehr	20
c) Verwechslungsgefahr	21
aa) Waren- oder Dienstleistungsnähe	22
bb) Zeichenidentität oder -ähnlichkeit	23
(1) Relevanz der TLD für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr?	23

(2) Zeichenähnlichkeit – eine Neudefinition des Abstandsgebots? ..	24
(3) Gattungsbezeichnungen als Domainname	25
(4) Bedeutung von Umlauten	26
(5) Aufeinandertreffen berechtigter Interessen	26
cc) Fehlende Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit – Der Schutz bekannter/berühmter Marken gegen Domains	28
6. Namensschutz gegen Domainnames gem. § 12 BGB	29
7. Schutz aus einer geographischen Herkunftsangabe gegen die Domain? ..	32
8. Wettbewerbsrechtlicher Schutz gegen Domainnames gem. §§ 3, 4 Nr. 4 UWG	32
a) Domain-Grabbing	32
b) Sittenwidriges Umleiten von Kundenströmen durch Gattungsbezeichnungen als Domain	35
c) Tippfehler-Domains	38
d) Gefahr einer Irreführung des Verkehrs (§ 5 UWG)	39
9. Der kennzeichenrechtliche Schutz von Domainnames	40
a) Rechtsnatur der Domainnames	41
b) Der Kennzeichenschutz der Domainnames	42
aa) Markenschutz	42
bb) Schutz als geschäftliche Bezeichnung	42
cc) Titelschutz	43
10. Rechtsfolgen	44
a) Passivlegitimation	44
b) Ansprüche	45
aa) Unterlassungsanspruch	45
bb) Schadensersatzanspruch	46
cc) Auskunftsanspruch	47
dd) Anspruch auf Übertragung einer Domain?	47
ee) Beseitigungsanspruch (Einwilligung in die Löschung)	48
11. Alternative Streitbeilegung von Domainkonflikten	49
a) ICANN-Schiedsverfahren	50
b) ADR-Verfahren für .eu-Domains	53
c) Trademark Clearinghouse	54
12. Die Verantwortlichkeit der DENIC	54
 III. Electronic Commerce	 57
1. Arten des Electronic Commerce	58
a) Offline-Geschäfte	58
b) Online-Geschäfte	58
2. Vertragsschluss im Internet	59
a) Die elektronische Willenserklärung	59

b)	Identifikation des Erklärenden	60
c)	Das Angebot	61
d)	Der Zugang elektronischer Willenserklärungen	62
e)	Der Vertragsschluss unter Abwesenden	66
f)	Der Widerruf elektronischer Willenserklärungen	67
g)	Die Anfechtung elektronischer Willenserklärungen	68
aa)	Fehlendes Erklärungsbewusstsein	68
bb)	Fehler bei der Willensbildung	69
cc)	Fehler bei der Abgabe der Willenserklärung	70
dd)	Fortwirkung eines Irrtums auf die Willenserklärung	70
3.	Die Form der Rechtsgeschäfte im Internet – Einsatz der elektronischen Signatur	71
a)	Die elektronische Form gem. §§ 126 Abs. 3, 126a BGB	71
aa)	Funktionsweise der elektronischen Signatur	71
bb)	Die Zertifizierungsstellen	73
cc)	Anwendungsbereich der elektronischen Signatur	75
dd)	Zurechnung bei Missbrauch der Signatur	76
(1)	Wissentliche Überlassung der Signaturdaten an Dritte	76
(2)	Unfreiwilliger Verlust der Signaturdaten	77
b)	Die Textform gem. § 126b BGB	78
4.	Elektronische Kommunikation mit Gerichten und der öffentlichen Verwaltung	79
a)	Kommunikation mit der öffentlichen Verwaltung	79
b)	Elektronische Kommunikation mit der Justiz ab dem 1.1.2018	81
5.	Die Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen	81
a)	Ausdrücklicher Hinweis	82
b)	Zumutbare Möglichkeit zur Kenntnisnahme	83
6.	Verbraucherschutz im Internet	85
a)	Verträge zwischen Unternehmern und Verbrauchern	86
b)	Sachlicher Anwendungsbereich der §§ 312c ff. BGB	87
c)	Informationspflichten	88
d)	Informationspflichten über Kosten	90
e)	Besondere Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr	92
f)	Widerrufsrecht	93
g)	Folgen des Widerrufs	94
7.	Beweiswert digitaler Dokumente	96
8.	Das Herkunftslandprinzip	97
9.	b2c: Internet-Auktionen, eBay	102
a)	Versteigerung im Sinne von § 34b GewO?	102
b)	Vertragsschluss bei Online-Auktionen	104
c)	Identität des Bieters, Vertretung	105
d)	Missverhältnis von Wert der Ware und Versteigerungspreis	107
e)	Sniper-Software	109

f) Anfechtung von Geboten	109
g) Widerrufsrecht	110
h) Gefahrübergang, Lieferung	113
i) Anbieter-Bewertungen	114
j) Exkurs: Marken- und Wettbewerbsrechtsverletzungen durch eBay-Angebote	116
10. Mobile Commerce, Apps	118
a) Vertragspartner	118
b) Widerrufsrecht	119
c) Vertragsinhalt	119
d) Gratis Apps	119
e) In-App-Käufe	120
11. Außergerichtliche Streitbeilegung	120
IV. Steuerrechtliche Fragen des Electronic Commerce	122
1. Einleitung	122
a) Phase der Nichtzurkenntnisnahme in Deutschland	122
b) Phase hektischer Betriebsamkeit	123
c) Status quo	124
2. Steuerrechtliche Problemfelder	125
3. Einkommensteuer	127
a) Einkunftsartermittlung	127
b) Abgabenrechtliche Beurteilung grenzüberschreitender Online-Geschäfte – Betriebsstättenbegründung im Internet i.S.d. § 12 AO	132
c) Abkommensrechtliche Beurteilung grenzüberschreitender Online-Geschäfte	135
aa) Betriebsstättenbegründung im Internet i.S.d. Art. 5 OECD-MA	136
bb) Ständiger Vertreter i.S.d. Art. 5 Abs. 5 OECD-MA	141
d) Gewinnabgrenzung zwischen Unternehmen und Betriebsstätte	142
e) Bilanzierung von Internet-Domain und Website	143
aa) Internet-Domain	144
bb) Website	144
f) Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten	145
4. Umsatzsteuer	147
a) Die Steuerbarkeit von Umsätzen im Electronic Commerce	148
b) Abgrenzung Lieferung – sonstige Leistung	149
c) Art der sonstigen Leistung	151
aa) Dienstleistungen an Nichtunternehmer im Drittlandsgebiet, § 3a Abs. 4 UStG	152
(1) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 1 UStG „Übertragung von Urheberrechten“	152

(2) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 4 UStG „Datenverarbeitung“	153
(3) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 5 UStG „Informationsüberlassung“	153
bb) Telekommunikations-, Rundfunk- und Fernsehdienstleistungen sowie elektronisch erbrachte Dienstleistungen, § 3a Abs. 5 UStG	153
(1) § 3a Abs. 5 Satz 2 Nr. 1 UStG „Telekommunikations- leistungen“	154
(2) § 3a Abs. 5 Satz 2 Nr. 2 UStG „Rundfunk- und Fernsehdienstleistungen“	155
(3) § 3a Abs. 5 Satz 2 Nr. 3 UStG „auf elektronischem Weg erbrachte sonstige Leistungen“	155
d) Leistungsort bei unternehmerischen Empfängern	156
e) Leistungsort bei nichtunternehmerischen Empfängern	157
f) Anwendbarkeit des ermäßigten Steuersatzes nach § 12 Abs. 2 UStG	158
aa) Buchverkauf	158
bb) Softwareverkauf	160
g) Besteuerungsverfahren	160
aa) Leistungen eines Drittlandsunternehmers an Nichtunternehmer	161
bb) Leistungen eines EU-Unternehmers an Nichtunternehmer	162
cc) Unternehmerischer Leistungsempfänger	162
h) Vorsteuerabzug nach § 15 UStG	163
i) Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten	164
5. Steuerrechtliche Implikationen von virtuellen Marktplätzen und Online-Auktionen	164
a) Umsatzsteuerpflicht von Marktbetreibern	165
b) Umsatzsteuerpflicht von Nutzern	165
c) Einkommensteuerpflicht von Marktbetreibern	166
d) Einkommensteuerpflicht von Nutzern	166
6. Verfahrensrechtliche Probleme	167
a) Probleme der steuerlichen Kontrolle	167
b) Internetspezifische Lösungsansätze	168
c) Erweiterung der allgemeinen Kontrollbefugnisse der AO	169
d) Einsatz von Xpider	170
e) Ausblick	171
V. Internet-Angebote und Urheberrecht	172
1. Patentrechtlicher Schutz für Websites und ihre Komponenten?	173
2. Die Website als Werk i.S.d. § 2 UrhG	174
a) Kein Ideenschutz	174
b) Werkbegriff und Internet	174
c) Websites als Datenbankwerke – § 4 Abs. 2 UrhG	178
d) Die Website als Sammelwerk – § 4 Abs. 1 UrhG	179
e) Die Website als Multimediawerk – § 2 Abs. 1 UrhG	180

3. Leistungsschutzrechte und Internet	180
a) Schutz des Herstellers einer Datenbank	180
aa) Schutz von Webpages und Websites	181
bb) Schutz von Schlagzeilen- und Hyperlinksammlungen	184
cc) Der Datenbankhersteller	185
b) Schutz des Lichtbildners	185
c) Schutz des ausübenden Künstlers	186
d) Schutz des Herstellers eines Tonträgers – §§ 85 ff. UrhG	186
4. Die Rechte des Urhebers	186
a) Urheberpersönlichkeitsrechte	188
b) Vervielfältigungsrecht	189
c) Recht der öffentlichen Zugänglichmachung	190
d) Bearbeitungsrecht	190
e) Urheber in Arbeits- und Dienstverhältnissen	191
5. Urheberrechtsrelevante Verletzungshandlungen im Internet	191
a) Uploading	191
b) Downloading	192
c) Bereithalten zum Abruf	192
d) Browsing	192
e) Sichtbarmachen auf dem Bildschirm	193
f) Hyperlinks	193
aa) Surface Links	195
bb) Deep Links	195
cc) Embedded content/Framing/Inline Links	195
g) Parodie und Internet	197
6. Die Einräumung von Lizenzen – §§ 31 ff. UrhG	197
7. Einschränkungen des Urheberrechts	199
a) Zitatrecht – § 51 UrhG	199
b) Vervielfältigung zum privaten Gebrauch – § 53 UrhG	200
c) Elektronische Werkarchive	203
8. Filesharing, Internet-Tauschbörsen	204
a) Die mp3-Tauschbörsen Napster und Gnutella	204
b) Urheberrechtliche Beurteilung des Filesharing nach deutschem Recht	206
aa) Komprimierung der Dateien	206
bb) Ins Netz stellen	207
cc) Haftung von p2p-Tauschbörsenbetreibern	208
dd) Haftung des downloadenden Users	210
ee) Anspruch auf Besichtigung der Filesharing-Software gem. § 101a UrhG	210
c) Auskunftspflicht von Internet Service Providern	212
d) Sperrung von Inhalten durch Internet Service Provider	214
9. Screen Scraping	215

10. Streaming	218
a) Technik	218
b) Bereitstellen des Inhalts	219
c) Streamen des Inhalts	219
d) Vorübergehende Vervielfältigung (§ 44a UrhG)	219
e) Rechtmäßige Quelle	220
f) Drei-Stufen-Test	221
11. Cloud Computing	222
VI. Internet-Angebote und Wettbewerbsrecht	223
1. Anwendbarkeit des UWG	223
a) Geschäftliche Handlung	223
b) Aktivlegitimation	225
c) Passivlegitimation	227
d) Wettbewerbsrechtliche Sanktion des Verstoßes gegen außerwettbewerbsrechtliche Vorschriften	229
2. Impressumspflicht für Websites gem. § 5 TMG, § 55 RStV	230
a) § 5 TMG	230
b) § 55 Abs. 1 RStV	231
c) § 55 Abs. 2 RStV	232
d) Gestaltung des Impressums	232
e) Verstoß gegen § 3a UWG	232
3. Unverlangte Werbung per E-Mail (Spaming)	233
4. Standesrecht im Internet	237
5. Heil- und Arzneimittel im Internet	240
a) Zulässigkeit von Internet-Apotheken	240
b) Heilmittel im Internet	242
6. Arztwerbung im Internet	244
7. Metatags und Adwords	245
a) Metatags	245
b) Adwords	247
8. Allgemeines Wettbewerbsrecht im Internet	251
a) Internetwerbung gegenüber Kindern und Jugendlichen	251
b) Unangemessen unsachlicher Einfluss	253
VII. Internetrechtliche Haftungsbeschränkungen	255
1. §§ 7 ff. TMG	255
2. Verantwortlichkeitsbegrenzende Zielsetzung	257
3. Schadensersatzhaftung nach dem TMG	257

a) § 7 Abs. 1 TMG – Haftung für eigene Inhalte	257
b) § 8 TMG – Zugangsvermittlung	260
c) § 9 TMG – Caching	261
d) § 10 TMG – Hosting	263
4. Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche	266
5. Haftung des Inhabers eines Internetanschlusses	269
a) Vermutung für eine Verantwortlichkeit des Anschlussbetreibers	269
b) Haftung für Minderjährige	270
c) Haftung für volljährige Familienangehörige	270
d) Ungesicherter privater WLAN-Router	271
e) Haftung des gewerblichen WLAN-Betreibers	272
f) WLAN an öffentlichen Plätzen	272
6. Gegendarstellungs- und Widerrufsanspruch gegenüber Telemedienanbietern	273
a) Der Gegendarstellungsanspruch	273
b) Der Widerrufsanspruch	274
7. Haftung für Hyperlinks	275
8. Haftung der Suchmaschinenbetreiber	279
a) Grundsätze	279
b) Autocomplete	280
c) Recht auf Vergessenwerden?	281
d) Haftung der E-Mail-Diensteanbieter	282
e) Haftung der Pushdiensteanbieter	283
f) Haftung des admin-c	283
9. Haftung für user generated content/social media	284
a) Haftung des Postenden	285
b) Haftung des Forenbetreibers	286
c) Wettbewerbsrechtliche Verbreiterhaftung nach § 4 Nr. 2 UWG	288
10. Ausschluss von Usern aus Internetforen	289
VIII. Rechtsfragen der Internationalität des Internet	290
1. Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte, Fremdenrecht	291
a) Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte	291
b) Der „fliegende Gerichtsstand“ im Internet	292
c) Fremdenrecht	294
d) Zuständigkeit der US-amerikanischen Gerichte	295
2. Die Grundsätze des IPR	297
a) Die Funktion des IPR	297
b) Vertragsrechtliches IPR	297
c) Außervertragliches IPR	298

3. Internationales Deliktsrecht im Internet	299
a) Urheberrecht	299
b) Markenrecht	300
c) Wettbewerbsrecht	301
d) Der Spill-over-Gedanke und seine Übertragung auf das Internet	303
4. Internationales Vertragsrecht	305
a) Rechtswahl	305
b) Das mangels Rechtswahl auf E-Commerce-Vereinbarungen anwendbare Recht	307
c) Verbraucherverträge	307
d) Eingriffsnormen, ordre public	308
IX. Internet-Angebote und Datenschutzrecht	310
1. Datenschutzrechtliche Problemfelder	310
2. Anwendbare Rechtsvorschriften	314
a) Abgrenzung von Telekommunikation und Telemedien	316
b) Abgrenzung von Rundfunk und Telemedien	318
c) Anwendungsbeispiele	318
3. Grundsätzliche Vorgaben für den Umgang mit personenbezogenen Daten bei Internetangeboten	319
a) Der Begriff der personenbezogenen Daten	319
b) Verpflichtete	320
c) Grundregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten im Internet	321
d) Zulässigkeit der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten	323
4. Gesetzliche Erlaubnistatbestände im TKG	324
5. Gesetzliche Erlaubnistatbestände im TMG	326
6. Einwilligung	327
7. Allgemeine Anbieterpflichten	329
8. Nutzerrechte	330
9. Sanktionen	331
10. Kontrolle	331
11. Datenübermittlung ins Ausland	332
12. Checkliste für Diensteanbieter	335
13. Stellungnahme	336
14. Neue Ansätze im Datenschutzrecht – insbesondere Datenschutz-Audits	336

15. Perspektiven des Datenschutzes	338
a) Datenschutz-Grundverordnung	339
b) Geodatendienste	341
c) Cloud Computing	342
<i>Stichwortverzeichnis</i>	349