

E-Commerce und Recht

Ein Leitfaden für Unternehmen

Herausgegeben von

Dr. Christian Hamann

zusammen mit

Dr. Stefan Weidert, LL. M.

mit Beiträgen von

Dr. Wolf H. von Bernuth

Dr. Nicolas Lührig

Dr. Wolfgang Blumers

Dr. Anja Mengel, LL. M.

Peter Steffen Carl

Dr. Robert von Steinau-Steinrück

Christian Fingerhut

Dr. Stefan Völker

Dr. Christian Hamann

Dr. Stefan Weidert, LL. M.

Dr. Matthias Karl, LL. M.

Dr. Fred Wendt

ERICH SCHMIDT VERLAG

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

E-Commerce und Recht : ein Leitfaden für Unternehmen / Hrsg.: Christian Hamann zusammen mit Stefan Weidert. - Berlin : Erich Schmidt, 2002
(Electronic commerce und Recht ; Bd. 2)
ISBN 3-503-06069-3

ISBN 3 503 06069 3

Alle Rechte vorbehalten
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2002
www.erich-schmidt-verlag.de

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen
der Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft für das Buch
bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den
strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992
als auch der ISO Norm 9706.

Satz: multitext, Berlin
Druck: Bitter, Recklinghausen

Vorwort

Der Zeitpunkt für ein Buch zum Thema E-Commerce und Recht scheint denkbar ungünstig gewählt. Nach dem geradezu phantastischen Boom im Jahr 1999 und in der ersten Jahreshälfte 2000 scheint das Internetgeschäft inzwischen am Ende und das Thema damit erledigt zu sein.

Die Aktien vieler Börsenstars von einst sind derzeit nur noch einen Bruchteil ihres Ausgabekurses wert und fast täglich vermelden die Wirtschaftsnachrichten das Aus für Unternehmen, die noch vor kurzem als große Zukunftshoffnungen gehandelt und von den Investoren mit beinah unbegrenzten finanziellen Mitteln ausgestattet wurden.

Trotz alledem sind sich im Grunde die Wirtschaftsfachleute einig, dass der Schein vom Ende des E-Commerce trügt. Das Internet und die von ihm geschaffene Möglichkeit globaler, schneller und kostengünstiger Kommunikation haben Gesellschaft und Wirtschaft auf Dauer verändert. Der Austausch von Daten und Dienstleistungen über das World Wide Web ist für die modernen Volkswirtschaften längst unverzichtbar geworden und nimmt an Umfang immer noch zu. Verflogen sein dürfte allerdings der Traum vom unbegrenzten, an ökonomische Gesetzmäßigkeiten nicht gebundenen Wachstum der Internetwirtschaft. Verwundert stellen viele fest, dass es gerade die noch vor kurzem als Dinosaurier belächelten Unternehmen der so genannten Old Economy sind, die sich anschicken, wirtschaftlich erfolgreiche E-Business-Konzepte zu verwirklichen – ausgestattet mit unternehmerischem Know-how und dem notwendigen langen Atem. Daneben zeigen aber auch immer wieder findige Start-up Unternehmen mit guten Ideen und Geschäftssinn, dass der E-Commerce alles andere als tot ist.

Allerdings wird dem sich zaghaft andeutenden zweiten Aufschwung des E-Business nur dann ein dauerhafterer Erfolg beschie-

den sein als dem ersten, wenn die Akteure bereit und in der Lage sind, aus den Fehlern der Vergangenheit zu lernen. Das setzt nicht zuletzt auch voraus, dass die zwingenden Regeln bekannt sind und beachtet werden, ohne die erfolgreiches wirtschaftliches Handeln nicht möglich ist. Dabei handelt es sich keineswegs nur um betriebs- oder finanzwirtschaftliche, sondern auch und gerade um die rechtlichen Spielregeln. Das Internet ist kein rechtsfreier Raum und Marktwirtschaft kann auch im Cyberspace nur dann funktionieren, wenn ein geeignetes rechtliches Instrumentarium bereitsteht, auf das die Beteiligten vertrauen können und mit dem sie umzugehen wissen.

Dabei sieht sich der elektronische Geschäftsverkehr zwar nicht durchgängig, aber auch mit spezifischen rechtlichen Anforderungen und Problemen konfrontiert. Die Besonderheiten des Internet, seine weltumspannende, prinzipiell offene Struktur und die Geschwindigkeit digitaler Datenübertragung spiegeln sich im Bereich des Rechts ebenso wieder wie die anders- und neuartige Kultur der New Economy. In einigen Bereichen sind neue Gesetze für den elektronischen Geschäftsverkehr geschaffen oder alte verändert worden. In anderen Bereichen stellen sich auf der Grundlage bestehender Gesetze neue Probleme, die von der Rechtsprechung bewältigt werden müssen.

Das Anliegen des vorliegenden Buches ist es, den Akteuren im E-Business, gleich ob in jungen oder in etablierten Unternehmen, einen breit angelegten Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen zu geben. Die einzelnen Beiträge sind aus der Praxis und für die Praxis geschrieben. Im Vordergrund stehen nicht theoretische (wenngleich interessante) Rechtsfragen, sondern die Probleme, die den Autoren in ihrer täglichen Beratungspraxis begegnen. Dabei kann das Ziel eines solchen Werkes nicht die Vollständigkeit oder die wissenschaftliche Durchdringung der aufgeworfenen Themen sein. Der Zweck dieses Buches ist erreicht, wenn es gelingt, beim Leser Problembewusstsein zu wecken.

Die folgenden Kapitel befassen sich jeweils mit einem speziellen rechtlichen Aspekt des E-Commerce. Sie können ohne Weiteres auch jeweils für sich oder in anderer Reihenfolge gelesen werden, als in der hier angebotenen. Die Auswahl an zitierter Literatur wurde bewusst knapp gehalten, um die Lesbarkeit der Texte nicht unnötig zu erschweren.

Die Herausgeber möchten es nicht versäumen, all denen zu danken, die das Entstehen dieses Buches ermöglicht haben. Zunächst sind das natürlich die Autoren, die den Herausgebern als Partner und Kollegen in der Sozietät Gleiss Lutz Hootz Hirsch verbunden sind. Besonderen Dank schulden wir Frau Cornelia Masuhr, die ihr spezielles Erfahrungswissen in den Beitrag zum Thema Venture Capital eingebracht hat. Frau Tanja Zimmermann sowie die Herren Referendare Frederik Brenner und Oliver Fleischmann haben mit Sorgfalt und Geduld die einzelnen Kapitel zusammengefügt und Literatur- und Stichwortverzeichnisse erstellt. Dafür gebührt ihnen ebenso Dank wie dem Verlag und insbesondere Herrn Joachim Diehm, der das Projekt kompetent betreut hat.

Berlin, im August 2001

Die Herausgeber

Inhaltsübersicht

	Seite
Kapitel 1 Die öffentlich-rechtlichen Rahmenbedingungen des elektronischen Geschäftsverkehrs (<i>Hamann</i>)	25
Kapitel 2 Rechtsformen von Unternehmen der New Economy (<i>Wendt/Carl</i>)	47
Kapitel 3 Venture Capital (<i>Wendt/Carl</i>)	81
Kapitel 4 Arbeitsverträge in der New Economy (<i>von Steinau-Steinrück/Mengel</i>)	109
Kapitel 5 Die Ausgestaltung von Arbeitsverhältnissen (<i>von Steinau-Steinrück/Mengel</i>)	129
Kapitel 6 Providerverträge (<i>Lührig</i>)	151
Kapitel 7 Abschluss und Gestaltung von Online-Verträgen (<i>von Bernuth</i>)	173
Kapitel 8 Intellectual Property (<i>Völker</i>)	195
Kapitel 9 Wettbewerbsrecht und E-Commerce (<i>Weidert</i>)	211
Kapitel 10 Steuerrechtliche Fragen und Gestaltungsmöglichkeiten (<i>Blumers/Fingerhut</i>)	239
Kapitel 11 Kartellrecht (<i>Karl</i>)	257

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	5
KAPITEL 1	
Die öffentlich-rechtlichen Rahmenbedingungen des elektronischen Geschäftsverkehrs	
I. Überblick: Die Multimedia-Gesetze	25
1. Ziel und Gegenstand der Multimedia-Gesetze	25
2. Teledienste und Mediendienste	26
3. Nationale und europäische Entwicklung	27
II. Konkurrierende regulatorische Vorschriften: TKG und RStV	28
1. Telekommunikationsgesetz (TKG)	28
a) Lizenzpflichten (§ 6 TKG)	29
b) Anzeigepflicht (§ 4 TKG)	30
c) Kundenschutz	30
d) Überwachung	31
2. Rundfunkstaatsvertrag (RStV)	32
III. Zugangsfreiheit und Informationspflichten	34
IV. Datenschutz	36
1. Grundsatz: Verbot der Datenverarbeitung mit Erlaubnisvorbehalt	37
2. Gesetzliche Erlaubnistratbestände	38
a) Bestandsdaten (Vertragsdaten)	38
b) Nutzungsdaten	39
3. Einwilligung des Nutzers	39
4. Pflichten des Diensteanbieters	40
a) Informationspflichten	41
b) Technische und organisatorische Vorkehrungen	41

c) Grundsatz der Datensparsamkeit	41
d) Auskunftspflichten	41
5. Einzelfragen	42
a) Data-Warehouse/Data-Mining	42
b) Cookies	42
c) Datentransfer ins Ausland	43
V. Verantwortlichkeit für rechtswidrige Inhalte	44
1. Verantwortlichkeit für eigene Inhalte	45
2. Bereithalten von fremden Inhalten	45
3. Verschaffen von Zugang zu fremden Informationen.	45
4. Zwischenspeicherung zur beschleunigten Übermittlung von Informationen.	46
5. Keine Kontrollpflichten	46

KAPITEL 2

Rechtsformen von Unternehmen der New Economy

I. Überblick	47
1. Kapitalgesellschaften	47
2. Personengesellschaften	48
3. Mischformen	49
II. Kriterien für die Wahl der Rechtsform	50
III. Die Gesellschaftsformen im einzelnen	50
1. Kapitalgesellschaften	50
a) GmbH	50
aa) Gründung	51
(1) Gründungsakt.	51
(2) Eintragung im Handelsregister	52
(3) Vorratsgesellschaften.	52
bb) Haftung	53
cc) Willensbildung in der Gesellschaft.	54
(1) Geschäftsführung.	54
(2) Willensbildung auf der Ebene der Gesellschafter	55
(3) Aufsichtsrat, Beirat	56

dd) Buchführung und Bilanzierung.....	57
ee) Fungibilität der Anteile, Börsenfähigkeit.....	57
ff) Publizitätsvorschriften.....	58
gg) Steuerliche Aspekte	58
b) Aktiengesellschaft	58
aa) Gründung.....	59
bb) Haftung der Aktionäre	61
cc) Willensbildung in der Gesellschaft	61
(1) Vorstand.....	62
(2) Aufsichtsrat	62
(3) Hauptversammlung	62
dd) Buchführung und Bilanzierung.....	63
ee) Fungibilität der Anteile, Börsenfähigkeit.....	63
ff) Publizitätsvorschriften.....	64
gg) Steuerliche Aspekte	64
c) Die Kommanditgesellschaft auf Aktien (KGaA)	64
aa) Gründung.....	65
bb) Haftung	65
cc) Willensbildung in der KGaA	66
dd) Fungibilität der Anteile.....	67
ee) Steuerliche Aspekte	67
2. Personengesellschaften	68
a) Offene Handelsgesellschaft (OHG).....	68
b) Kommanditgesellschaft (KG).....	68
aa) Gründung.....	69
bb) Haftung	70
cc) Willensbildung in der Gesellschaft	71
(1) Das Innenrecht der KG	71
(2) Die Vertretung der KG	73
dd) Fungibilität der Anteile.....	74
ee) Publizitätsvorschriften.....	74
ff) Steuerliche Aspekte	74
IV. Börsengang.....	75
1. Allgemeines	75
2. Börsenzulassung	76
a) Zulassungsvoraussetzungen	77

b) Emissionsprospekt	78
3. Folgeverpflichtungen	79
 KAPITEL 3	
Venture Capital	
I. Einleitung	81
1. Überblick	81
2. Venture Capital als Beteiligung auf Zeit	82
II. Erste Finanzierungsrunde: Von der Idee zum Beteiligungsvertrag	83
1. Businessplan und Unternehmensbewertung	83
2. Entscheidung über Investment und Höhe der Beteiligung	85
3. Letter of Intent	86
4. Due Diligence	89
III. Verträge im Zusammenhang mit der Beteiligung eines VC	90
1. Übersicht	90
2. Beteiligungsvertrag	91
a) Beteiligungserwerb und Finanzierungsleistungen des VC	91
b) Verpflichtungen der Gründer zur Einbringung von Rechten	93
c) Ergänzende Finanzierungsmodelle bei der Beteiligung von VC	93
aa) Stille Gesellschaft	93
bb) Gesellschafterdarlehen	94
cc) Genussrechte	95
d) Sonderrechte des VC als Gesellschafter	95
aa) Vorzug beim Liquidationserlös („Liquidation Preference“)	95
bb) Vorzug beim Veräußerungserlös	96
cc) Verwässerungsschutz	97
dd) Zusicherung und Garantien	97
3. Anpassung von Gesellschaftsvertrag/Satzung	99

a) Geschäftsführung	99
aa) Vier-Augen-Prinzip	99
bb) Zustimmungspflichtige Geschäfte	99
b) Berichte an die Gesellschafter, Informationsrechte...	100
c) Beirat/Aufsichtsrat der Gesellschaft	101
d) Veräußerungsbeschränkungen für Geschäftsanteile/Aktien	102
aa) GmbH	102
bb) Aktiengesellschaft	102
e) Regelungen für Veräußerungen von Beteiligungen ..	103
aa) Vorkaufsrechte und Andienungspflichten	103
bb) Mitveräußerungsrecht („tag-along“)	103
cc) Mitveräußerungspflicht („drag-along“)	104
f) Regelungen für die Beendigung der Mitarbeit einzelner Gründer	104
g) Wettbewerbsverbote	105
4. Kosten der Vertragsverhandlungen	105
5. Verträge über Venture Capital-Beteiligungen und AGB-Gesetz	106
 KAPITEL 4	
Arbeitsverträge in der New Economy	
I. Überblick	109
II. Arbeitsvertrag	110
1. Anbahnung und Abschluss	110
a) Anbahnung	111
b) Abschluss	112
2. Inhalt	113
a) Typische Inhalte	114
b) Gleichbehandlungsgrundsatz und betriebliche Übung	115
c) Befristung	116
III. Beendigung von Arbeitsverhältnissen	118
	15

1. Verhaltensbedingte Kündigung	119
2. Personenbedingte Kündigung	120
a) Negative Gesundheitsprognose	120
b) Erhebliche Beeinträchtigungen betrieblicher Interessen	122
c) Interessenabwägung	122
3. Betriebsbedingte Kündigung	122
a) Wegfall des Arbeitsplatzes	123
b) Anderweitige Beschäftigungsmöglichkeit	124
c) Sozialauswahl	124
4. Änderungskündigung	126
5. Außerordentliche Kündigung	126
6. Aufhebungsvertrag	127

KAPITEL 5
Die Ausgestaltung von Arbeitsverhältnissen

I. Vergütung	129
1. Vertragliche Vergütungsinstrumente	129
2. Vergütungsinstrumente außerhalb des Arbeitsvertrages	132
3. Mitarbeiterbeteiligung bei Aktiengesellschaften	132
4. Mitarbeiterbeteiligung bei Gesellschaften mit beschränkter Haftung und anderen Gesellschaften	134
II. Betriebliche Altersversorgung	135
1. Durchführungswege	135
2. Leistungs- oder Beitragszusage	136
3. Anspruch auf Entgeltumwandlung	137
4. Unverfallbarkeit	137
III. Nutzung von E-Mail und Internet für private Zwecke	138
1. Gestattung privater Nutzung	138
2. Überwachung	139
IV. Freie Mitarbeiter	141
1. Allgemeines	141

2. Gestaltungshinweise zur Behandlung freier Mitarbeiter	142
a) Weisungsabhängigkeit des Auftragnehmers	142
b) Eingliederung in die Arbeitsorganisation des Auftraggebers	142
c) Weitere beschäftigungsindizierende Merkmale	143
d) Vertragsklauseln	144
V. Arbeitsverhältnisse bei Mergers und Acquisitions	145
VI. Kurzüberblick: Betriebsverfassungsrecht	146
VII. Übersicht über wichtige arbeitsrechtliche Schwellenwerte bis 2000 Arbeitnehmer	148

KAPITEL 6 **Providerverträge**

I. Der Begriff Providing	151
1. „Lieferanten“- und „Kunden“-Verträge	151
2. Vertragsarten	152
a) Access-Providing	153
b) Hosting einer Web-Site/Plattform	153
c) Content-Providing	153
d) Web-Design-Providing	154
e) Providing von Support und Wartung	154
f) Providing von Werbebanner	154
g) Providing von Domains	154
h) Providing von Plattformen	155
i) Sonstige Arten von Providing	155
II. Rechtsgrundlagen für Provider-Verträge	155
1. Regelungsbereich des bürgerlichen Gesetzbuches	155
2. Vertragstypen	156
a) Miet-/Pachtvertrag	157
b) Dienstvertrag	157
c) Werkvertrag	158
d) Kaufvertrag	158

e) Kombinationsverträge.....	159
f) Tendenzen in der Rechtssprechung	159
g) Empfehlung für die Praxis	160
2. Wichtige gesetzliche Grundlagen außerhalb des BGB...	160
a) Gesetz zur Regelung der allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB-Gesetz)	160
b) Handelsgesetzbuch (HGB).....	161
c) Urheberrecht	162
d) Teledienstegesetz (TDG) und Medien- dienste-Staatsvertrag (MDStV)	162
e) Datenschutzrecht.....	163
f) Telekommunikationsgesetz (TKG)	163
g) Sonstige Regelungen	164
III. Leistungsbeschreibungen	164
1. Pflichten des Providers	165
2. Pflichten des Kunden.....	165
IV. Typische Problemklauseln	165
1. Gewährleistung	165
2. Haftungsbegrenzung/-ausschluss.....	166
3. Urheberrechtliche Nutzungsbefugnisse	167
4. Änderungsklauseln.....	167
5. Preisanpassung.....	167
6. Fingierte Erklärungen/Zugangsfiktionen.....	168
7. Laufzeit/Kündigung	168
8. Rechtswahl- und Gerichtsstandsklauseln	169
9. Schriftform und Schlussbestimmungen.....	170
V. Konsequenzen für die Praxis	170
1. Auswahl des Vertragspartners.....	171
2. Leistungskatalog	171
3. Klare und verständliche Vertragsgestaltung	171
4. Richtiges Verhandeln.....	171
5. Scheineinigung vermeiden.....	171
6. Juristischer Rat.....	172

KAPITEL 7

Abschluss und Gestaltung von Online-Verträgen

I. Einführung	173
II. Der Vertragsschluss via Internet	173
1. Geltung der allgemeinen Regeln des BGB	173
2. Besonderheiten	174
a) E-Mail	174
b) Computererklärung	175
c) Präsentation von Waren oder Dienstleistungen auf einer Internetseite	175
d) Auktionen	176
e) Bieterwettbewerb	177
3. Vertragsschluss	177
a) Zugang	177
b) Rechtzeitigkeit des Zugangs	178
c) Entbehrlichkeit des Zugangs	179
4. Formfragen	179
a) Schriftform	179
b) Qualifizierte elektronische Signatur	179
III. Die Verwendung Allgemeiner Geschäftsbedingungen	180
1. Vorliegen Allgemeiner Geschäftsbedingungen	181
2. Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen in den Vertrag	181
a) Verträge mit Unternehmern	181
b) Verträge mit Verbrauchern	182
3. Auslegung und Inhaltskontrolle Allgemeiner Geschäftsbedingungen	183
IV. Sonstiger Verbraucherschutz	183
1. Fernabsatzgesetz	183
a) Anwendungsbereich	183
b) Widerrufs- bzw. Rückgaberecht	184
c) Informationspflichten	185
aa) Inhalt und Form der Informationspflichten	185

bb) Verletzung der Informationspflichten	186
2. Verbraucherkreditgesetz	187
a) Anwendungsbereich	187
b) Schriftformerfordernis	187
c) Widerrufsrecht	189
3. Haustürwiderrufsgesetz	189
V. Verträge mit Vertragspartnern im Ausland	190
1. Anwendbares Recht	190
2. Verbraucherverträge	191
a) Art. 29 EGBGB	191
b) Art. 29 a EGBGB	192
VI. Die E-Commerce-Richtlinie	192

KAPITEL 8
Intellectual Property

I. Einführung	195
II. Schutz der Websites	195
1. Einführung	195
2. Prinzipielle Schutzworaussetzung: „Persönliche geistige Schöpfung“	196
3. Kategorien des urheberrechtlichen Schutzes von Websites	196
a) Allgemeines	196
b) Schutz der Texte	196
c) Schutz der Bilder	197
d) Schutz von Filmen und Videos	197
e) Schutz der Musik	198
f) Schutz als Werk der angewandten Kunst	198
g) Schutz als Darstellung wissenschaftlicher oder technischer Art	199
h) Schutz als Datenbankwerk oder als Datenbank	199
i) Schutz als „Multimediarwerk“	200
4. Inhaber und Inhalt der urheberrechtlichen Rechte und Ansprüche	200

a) Urheber und Verträge mit diesen	200
b) Urheberpersönlichkeitsrechte	201
aa) Recht zur Erstveröffentlichung	201
bb) Recht auf Namensnennung	201
cc) Entstellungsschutz	202
dd) Vereinbarungen mit Urhebern	202
c) Wirtschaftliche Verwertungsrechte	202
aa) Allgemeines	202
bb) Recht zur Bearbeitung oder Umgestaltung	203
5. Schranken des Urheberrechts im Internet	203
a) Einwilligung des Rechtsinhabers	203
b) Gesetzliche Schranken	203
III. Domains	204
1. Einführung	204
2. Schutz der Domain	205
a) Schutz als Marke	205
b) Schutz als Unternehmenskennzeichen	206
c) Schutz als Werktitel	206
d) Schutz als Name	206
3. Mögliche Rechtsverletzungen durch die Benutzung von Domains	206
a) Verletzungen des Namensrechts	206
b) Verletzung sonstiger Kennzeichenrechte	208
4. ICANN-Schiedsverfahren	209

KAPITEL 9

Wettbewerbsrecht und E-Commerce

I. Einführung	211
II. Die wichtigsten deutschen Gesetze im Überblick	212
III. Die Anwendbarkeit des deutschen Rechts	214
IV. § 1 UWG	216
1. Unerbetene E-Mail Werbung	217
2. Gattungs- oder Branchenbegriffe als Domainnamen	219

3. Übertriebenes Anlocken/Rabatte/Zugaben/Gewinnspiele	222
4. Links/Frames	224
a) Haftung für den Inhalt fremder Websites	225
b) Abwehr fremder Links	228
5. Vergleichende Werbung	229
V. § 3 UWG	230
VI. Folgen rechtswidriger Werbung	232
VII. Konsequenzen	237

KAPITEL 10

Steuerrechtliche Fragen und Gestaltungsmöglichkeiten

I. Einführung	239
II. Umsatzsteuerliche Behandlung von (elektronischen) Geschäftsvorfällen	240
1. Allgemeines	240
2. Lieferung/sonstige Leistung	241
3. Ort der Besteuerung	242
a) Offline-Geschäfte	242
b) Online-Geschäfte	243
4. EU-Richtlinievorschlag	244
5. Papierlose Rechnung und Vorsteuerabzug	245
6. Gestaltungsmöglichkeiten	245
III. Ertragssteuerliche Aspekte	246
1. Inländische Sachverhalte	246
a) Website	246
b) Abspaltung eines Internet-Vertriebskanals	247
2. Behandlung grenzüberschreitender Online-Geschäfte am Beispiel des Vertriebs von Software über Internet-Server	247
a) Einleitung	247
b) Deutsches Recht	248
c) Doppelbesteuerungsabkommen	250
d) Betriebsstätte	251

e) Gestaltungsmöglichkeiten	252
3. Ausblick	253
IV. Verfahrensrechtliche Probleme der Finanzverwaltung bei Online-Geschäften	254
1. Überblick	254
2. Lösungsansätze	254
V. Ausblick	256

KAPITEL 11

Kartellrecht

I. Einleitung	257
II. Europäisches Kartellrecht	257
1. Grundlagen	257
2. Anwendungsfälle	264
a) Organisation des Internets	264
b) Internetanwendungen	265
c) Zugang zur Netzinfrastruktur	274
aa) Mietleitungspreise der marktbeherrschenden Betreiber	275
bb) Verwaltung der Domain-Names	275
cc) Erbringung von Internetdiensten durch Tochtergesellschaften marktbeherrschender Unternehmen	275
dd) Quersubventionierung	276
ee) Essential facilities - Doktrin	277
d) Gemeinschaftsunternehmen und Unternehmenszusammenschlüsse	279
aa) Zusammenschluss von gemeinschaftsweiter Bedeutung	280
bb) Marktbeherrschende Stellung	281
cc) Gemeinschaftsunternehmen zur Entwicklung, Erprobung und Vermarktung spezieller Internet-Anwendungen	282

dd) Zusammenschlüsse zur Ermöglichung eines Zugangs zu breitgefächerten Internetanwendungen und -informationen	283
III. Deutsches Kartellrecht	283
1. Informationsfluss	284
2. Bedenken gegen Nachfragebündelung	285
3. Bestimmung der Marktmacht	285
4. Anmeldepflichtige Zusammenschlussvorhaben	286
Autorenverzeichnis	289
Literaturverzeichnis	292
Stichwortverzeichnis	298