

# Der Onlineauftritt in der rechtlichen Praxis

Vertragsgestaltung – Verbraucherschutz –  
Werbeformen – Steuern

Herausgegeben von

**Dr. Astrid Lediger**

Rechtsanwältin

mit Beiträgen von

**Dr. Klaus Bracht**

Rechtsanwalt und Steuerberater

**Sabine Brumme**

Rechtsanwältin

**Carsten Föhlisch**

Rechtsanwalt

**Karina Griese**

Rechtsanwältin

**Torsten Gründer**

Unternehmensberater

**Jan Kaestner**

Rechtsanwalt

**Karl Heinz Landwehr**

Rechtsreferent

**Dr. Astrid Lediger**

Rechtsanwältin

**Dr. Andreas Leßmann**

Rechtsanwalt

**Sebastian Linck**

Betriebswirt

**Katrin May**

Rechtsanwältin

**Marianne Moors**

Rechtsreferentin

**Carsten Nemetz**

Rechtsanwalt

**Dr. Björn Neumeuer**

Rechtsanwalt

**Stephanie Struppler**

Rechtsanwältin

**Marcus Toussaint**

Rechtsreferent und Rechtsanwalt

---

ERICH SCHMIDT VERLAG

## **Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 3 503 07459 7

Alle Rechte vorbehalten  
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2003  
[www.ESV.info](http://www.ESV.info)

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: Ott-Druck, Berlin

## Vorwort

Der Internetboom hat sich ebenso verflüchtigt wie der darauf folgende rasante Absturz der IT Branche – der Start-Ups und des Neuen Marktes. Mittlerweile zeigt sich eine Konsolidierung des Marktes. Aber auch aus juristischer Sicht sind viele Rechtsunsicherheiten beseitigt.

Der *BGH* hat inzwischen zu den verschiedensten domainrechtlichen Fragestellungen Stellung genommen und in seinen Entscheidungen zu mitwohnzentrale.de, ambiente.de und vossius.de das Verhältnis zwischen Gleichnamigen, die Stellung der Denic sowie die rechtliche Bewertung von Gattungsdomeins geklärt. Des Weiteren gibt es eine Vielzahl von obergerichtlicher Rechtsprechung zum Domaingrabbing, zur Markenverletzung durch Metatags etc.

Über erste wichtige Fragen zur Verfügbarkeit von Onlineservices entschied der *BGH* in seinem Urteil über AGB der Postbank, das Auswirkung auf die unterschiedlichsten Providerverträge haben dürfte.

Ungeklärt sind allerdings noch vielfältige Rechtsfragen, die unter anderem durch jüngere Gesetzesänderungen bedingt sind. Die Umsetzung der Fernabsatzrichtlinie und der E-Commerce-Richtlinie, zudem noch in Verbindung mit der Schuldrechtsreform, die zu einem strukturellen Wandel des BGB führte, hat neue und spannende Rechtsfragen erzeugt.

Ziel dieses Buches ist es, dem Praktiker und juristischen Laien einen Überblick über die aktuelle Rechtslage zu vermitteln. Insbesondere möchte dieses Buch denjenigen eine Hilfe bieten, die erst in das E-Business einsteigen wollen oder ihren ersten kommerziellen Internetauftritt planen. Es folgt daher einer thematischen Reihenfolge, die sich in die Komplexe „Was ist vor dem Internetauftritt rechtlich zu beachten?“ und „Was ist bei dem Internetauftritt zu beachten?“, aufteilt.

Der erste Themenkomplex behandelt die Wahl der richtigen Rechtsform für das geplante E-Business, die rechtlichen Aspekte der Domainregistrierung, die wesentlichen Verträge für den Internetauftritt, nämlich Webdesing-, Content-, Provider- und Application-Service-Provider-Verträge sowie Service Level Agreements und schließlich die Versicherbarkeit von Online-Risiken.

Der zweite Themenkomplex beschäftigt sich mit der Durchführung und Abwicklung des E-Business oder E-Commerce: Hier werden die Themenkomplexe Werbung im Internet unter wettbewerbsrechtlichen

Aspekten, Verbraucherschutz sowohl im inländischen als auch grenzüberschreitenden Verkehr, Zahlungsverkehr, Datenschutz und schließlich steuerrechtliche Fragen des E-Business behandelt.

Die Autoren haben ihre Erfahrungen aus der täglichen Praxis in dieses Buch einfließen lassen. Schwerpunkt ist daher weniger die juristische Diskussion als vielmehr das Aufzeigen praxisrelevanter Punkte, um so den Leser für die wichtigen juristischen Fragen und Probleme zu sensibilisieren.

Die Herausgeberin möchte sich an dieser Stelle für das große Engagement der Mitautoren bedanken, das die Umsetzung dieses Projekts erst möglich gemacht hat. Dank schulde ich zudem der Sozietät Simmons & Simmons, deren Partner das Projekt bereitwillig gefördert haben. Des Weiteren geht mein großer Dank an Frau Christina Leßing, die mich wesentlich bei der redaktionellen Arbeit unterstützt hat. Besonderer Dank gebührt auch Herrn Lars Wöhning, der mir eine große Hilfe bei der Recherche und der Erstellung des Literaturverzeichnisses war. Schließlich möchte ich noch dem Verlag und insbesondere Herrn Joachim Diehm danken, der mir mit kompetentem Rat stets zur Seite stand.

Düsseldorf, im Juli 2003

Astrid Lediger

## Inhaltsübersicht

Vorwort.....	5
Inhaltsverzeichnis .....	9
Abkürzungsverzeichnis.....	29
Einleitung ( <i>Gründer</i> ).....	35
A. Gesellschaftsformen von IT-Unternehmen ( <i>Neumeuer</i> ).....	37
B. Domain-Management – der Schutz eigener und die Beachtung fremder Kennzeichen ( <i>Griese</i> ) .....	59
C. Webdesignverträge ( <i>May</i> ) .....	93
D. Contentverträge ( <i>Struppler</i> ) .....	139
E. Providerverträge und Providerhaftung ( <i>Lediger</i> ).....	173
F. xSP: Einsatzbereite Lösungen auf Abruf ( <i>Leßmann</i> ) .....	197
G. Service Level Agreements bei der geschäftlichen Nutzung von Internetdiensten ( <i>Toussaint</i> ) .....	227
H. Versicherbarkeit von Onlinerisiken ( <i>Linck</i> ).....	251
I. Die Anbahnung des Onlinevertrages – Zulässige Werbe- formen im Internet ( <i>Kaestner</i> ) .....	275
J. Verbraucherschutz im Internet ( <i>Landwehr</i> ).....	321
K. Grenzüberschreitender Onlinehandel mit Endverbrauchern ( <i>Föhlisch</i> ).....	371
L. Zahlungsverkehr im Internet ( <i>Brumme</i> ).....	409
M. Datenschutzrechtliche Fragen ( <i>Moors</i> ) .....	439
N. Steuerrechtliche Fragen ( <i>Bracht/Nemetz</i> ).....	473
Autorenverzeichnis .....	496
Literaturverzeichnis.....	503
Sachverzeichnis .....	515



## Inhaltsverzeichnis

	Seite	Rn.
Vorwort.....	5	
Inhaltsübersicht .....	7	
Abkürzungsverzeichnis.....	29	
Einleitung .....	35	
<b>A. Gesellschaftsformen von IT-Unternehmen .....</b>	<b>37</b>	<b>1</b>
I. Einleitung.....	37	1
II. Die Gründung der Gesellschaft .....	39	4
1. Gründung einer Kapitalgesellschaft.....	39	4
a) Gründung einer GmbH .....	39	5
b) Gründung einer AG .....	42	8
c) Kauf einer Vorratsgesellschaft.....	43	11
2. Gründung einer Personengesellschaft .....	44	13
III. Die Organisation und das Handeln der Gesellschaft.....	47	17
1. Willensbildung und Entscheidungen innerhalb einer Gesellschaft .....	47	17
a) GmbH.....	47	18
aa) Gesellschafterversammlung .....	47	19
bb) Aufsichtsgremien (Aufsichtsrat, Beirat)...	49	21
b) Aktiengesellschaft.....	50	23
aa) Aufsichtsrat .....	50	23
bb) Hauptversammlung.....	50	24
c) Personengesellschaften.....	51	25
2. Die Vertretung der Gesellschaft nach außen.....	52	26
a) GmbH.....	52	26
b) Aktiengesellschaft.....	53	28
c) Personengesellschaften.....	54	29
IV. Die Übertragung von Anteilen .....	54	30
1. GmbH .....	55	31
2. Aktiengesellschaft.....	55	32
3. Personengesellschaften.....	55	33
V. Mitarbeiterbeteiligung .....	55	34
VI. Weitere gesellschaftsrechtliche Aspekte .....	57	38

	Seite	Rn.
<b>B. Domain-Management – der Schutz eigener und die Beachtung fremder Kennzeichen. . . . .</b>	59	1
I. Einleitung. . . . .	59	1
II. Domainstrategie . . . . .	60	2
1. Begriffe. . . . .	60	2
a) Domain . . . . .	60	2
b) Kennzeichen . . . . .	61	3
2. Registrierungsverfahren . . . . .	61	4
a) Die Wunschdomain ist noch frei . . . . .	61	4
b) Die Wunschdomain ist bereits . . . . .	62	5
von Dritten registriert . . . . .	62	5
3. Gerichtszuständigkeit und anwendbares Recht . . . . .	63	6
a) Internationale Gerichtszuständigkeit . . . . .	63	6
b) Örtliche Zuständigkeit. . . . .	65	8
c) Anwendbares materielles Recht . . . . .	65	9
d) Domainrecht schlägt Kennzeichenrecht? . . . . .	66	10
III. Außergerichtliche Abwehrmaßnahmen gegen Kennzeichenverletzungen . . . . .	67	11
1. Abmahnung. . . . .	67	12
2. ICANN-Streitschlichtung bei generischen TLDs . . . . .	68	13
a) Verfahrensvorschriften. . . . .	68	13
b) Fristen . . . . .	70	14
c) Materielles Recht . . . . .	70	15
aa) Identität und Verwechselbarkeit . . . . .	71	16
bb) Legitimes Interesse des Beschwerdegegners . . . . .	71	17
cc) Bösgläubigkeit . . . . .	72	18
3. Pragmatische Lösungsvorschläge . . . . .	72	19
a) Domain-Sharing . . . . .	72	19
b) Erklärender Hinweis auf der Homepage . . . . .	73	20
c) Kauf der Wunschdomain. . . . .	73	21
IV. Deutsche Gerichtsbarkeit und deren Rechtsgrundlagen für Domainstreitigkeiten . . . . .	74	22
1. Kollision zwischen Kennzeichen und Domains. . . . .	74	22
a) Ansprüche aus § 14 MarkenG . . . . .	74	23
aa) Kennzeichenmäßige Benutzung . . . . .	74	23
bb) Handeln im geschäftlichen Verkehr . . . . .	75	24
cc) Die Verwechslungsgefahr im Kennzeichenrecht – Ähnlichkeit von Marke		



	Seite	Rn.
und Verletzerdomain nach § 14 II Nr. 2 MarkenG .....	76	25
dd) Die kennzeichenrechtliche Verwechslungs- gefahr ist nicht feststellbar.....	77	26
ee) Verwechslungsgefahr, Rufausbeutung und Verwässerungsgefahr nach § 14 II Nr. 3 MarkenG .....	78	27
b) Ansprüche aus § 15 MarkenG – die geschäft- lichen Bezeichnungen .....	79	28
c) Einwendungen des Domaininhabers nach § 23 MarkenG.....	79	29
2. Kollision zwischen dem Namensrecht von Unternehmer und Domains .....	80	30
a) Anspruch auf Unterlassung der Nutzung der Domain nach § 12 BGB .....	80	30
b) Das Recht der Gleichnamigen .....	81	31
c) Anspruch auf Unterlassung der Nutzung der Domain nach § 37 II HGB .....	82	32
3. Kollision zwischen Wettbewerbsrecht und Domain .....	82	33
a) Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Schutz ..	83	34
b) Gattungsbegriffe als Domain .....	83	35
4. Deliktsrechtliche Ansprüche nach §§ 823 I, 826 BGB.....	84	37
a) Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch nach § 823 I BGB.....	84	37
b) Schadensersatzanspruch nach § 826 BGB.....	85	38
5. Unterlassungsanspruch nach § 1004 BGB analog	85	39
6. Berechnung des materiellen Schadenersatzes ....	85	40
7. Passivlegitimation .....	86	41
8. Sonderfälle von Rechtsverletzungen in Verbindung mit Domains .....	87	42
a) Metatags.....	87	43
b) Links .....	87	44
V. Der einstweilige Rechtsschutz.....	88	45
VI. Der rechtliche Schutz der eigenen Domains.....	89	46
1. Die Domain als Kennzeichen .....	89	47
a) Schutz als Marke nach § 4 MarkenG .....	90	48

	Seite	Rn.
b) Schutz als besondere Geschäftsbezeichnung nach § 5 II S. 1 MarkenG oder als besonderes Geschäftsabzeichen nach § 5 II S. 2 MarkenG.	90	49
c) Schutz als Werktitel nach § 5 III MarkenG . . .	90	50
2. Die Domain als Name im Sinne von § 12 BGB..	91	51
VII. Die Domain als Wirtschaftsgut – Domain-Pfändung	91	52
VIII. Ausblick . . . . .	92	53
<b>C. Webdesignverträge . . . . .</b>	<b>93</b>	<b>1</b>
I. Einleitung . . . . .	93	1
II. Rechtliche Vorgaben für die Gestaltung einer Internetpräsenz . . . . .	95	7
III. Rechtliche Einordnung des Webdesignvertrages. . . . .	98	12
IV. Mögliche Inhalte von Webdesignverträgen . . . . .	103	19
1. Konkretisierung des Leistungsgegenstandes . . . . .	103	20
a) Allgemeines . . . . .	103	20
b) Erstellung des Pflichtenheftes . . . . .	104	23
c) Erstellung der Internetpräsenz . . . . .	105	25
d) Beratungspflichten . . . . .	106	26
e) Sonstiges . . . . .	106	27
2. Mitwirkungspflichten des Auftraggebers. . . . .	107	30
a) Allgemeines . . . . .	107	30
b) Einzelne vertraglich zu regelnde Mitwirkungspflichten. . . . .	108	31
3. Abnahme . . . . .	109	36
a) Wirkungen der Abnahme . . . . .	109	37
b) Mitwirkungspflichten des Auftraggebers . . . . .	110	38
c) Gesetzliche Abnahmefiktion. . . . .	110	39
d) Vertragliche Vereinbarung zur Abnahme . . . . .	110	40
e) Abnahmeprozedur . . . . .	110	41
4. Vergütung . . . . .	114	47
a) Allgemeines . . . . .	114	47
b) Nebenkosten . . . . .	115	49
c) Zusätzliche Leistungen . . . . .	115	51
d) Zahlungszeitpunkt . . . . .	115	52
e) Gewährleistungseinbehalt . . . . .	116	55
5. Nutzungs- und Bearbeitungsrechte . . . . .	117	56
a) Allgemeines . . . . .	117	56
b) Zweckübertragungslehre . . . . .	118	58
c) Umfang der Nutzungsrechte . . . . .	119	59

	Seite	Rn.
d) Aufschiebend bedingte Übertragung der Nutzungsrechte . . . . .	120	60
e) Individuell für Auftragnehmer erstellte Internetpräsenz . . . . .	120	61
f) Für eine Vielzahl von Auftraggebern erstellte, Standardteile einer Internetpräsenz . . . . .	123	74
6. Urheberrechtsvermerke und Referenznachweise .	125	81
a) Urhebervermerk . . . . .	125	81
b) Referenznachweis . . . . .	125	83
7. Termine, Fristen, Leistungshindernisse . . . . .	125	84
a) Meilensteine . . . . .	125	84
b) Terminverschiebung . . . . .	126	86
c) Informationspflicht . . . . .	126	87
8. Projektmanagement . . . . .	126	88
9. Change Request . . . . .	127	89
a) Allgemeines . . . . .	127	89
b) Gesetzliche Behandlung von Change Requests . . . . .	127	90
c) Vertragliche Vereinbarung zur Behandlung von Change Requests . . . . .	128	91
d) Konkreter Vorschlag zur vertraglich verein- barten Behandlung von Change Requests. . . . .	129	93
10. Gewährleistung . . . . .	130	94
11. Freistellung von Ansprüchen Dritter . . . . .	132	98
12. Subunternehmer . . . . .	133	102
a) Gesetzliche Regelung . . . . .	133	102
b) Mögliche vertragliche Regelung . . . . .	133	103
13. Datenschutz und Geheimhaltung . . . . .	134	105
14. Recht des Auftraggebers auf Verzicht der Fertigstellung . . . . .	134	106
15. Sicherung des Vertragsziels . . . . .	135	107
a) Überblick . . . . .	135	107
b) Einrede des nichterfüllten Vertrages . . . . .	135	108
16. Weitere Vertragsteile . . . . .	136	109
<b>D. Contentverträge . . . . .</b>	<b>139</b>	<b>1</b>
<b>I. Einleitung/Begriffsbestimmung . . . . .</b>	<b>139</b>	<b>1</b>
1. Nähere begriffliche Erfassung von Content . . . . .	139	3
2. Formen der Zusammenarbeit im Bereich . . . . . der Contenterstellung und -verbreitung . . . . .	140	4

	Seite	Rn.
a) Verlinken auf Website . . . . .	140	4
b) Einstellung des Content auf der eigenen Website . . . . .	141	5
II. Anwendbarkeit deutschen Rechts und Vertragstypologie . . . . .	141	6
1. Anwendbarkeit von deutschem Recht. . . . .	141	6
2. Vertragsgegenstand. . . . .	141	7
III. Leistungsbeschreibung und technische Standards . . .	143	9
1. Leistungsbeschreibung. . . . .	143	9
a) Leistungen des Contentproviders . . . . .	143	9
b) Designvorgaben des Kunden und Änderungen während der Zusammenarbeit . . . . .	144	10
aa) Designvorgaben des Kunden. . . . .	144	10
bb) Änderungen der Designvorgaben . . . . . während der Zusammenarbeit. . . . .	144	11
cc) Einbindung von Marken und Kennzeichen des Contentproviders . . . . .	145	13
c) Liefertermine und Fristen . . . . .	145	14
2. Regelungen zur Technik . . . . .	146	16
a) Technische Plattform und technische Standards	146	16
b) Software, Hardware und Support . . . . .	146	17
IV. Gewährleistung . . . . .	147	18
1. Gewährleistung nach Kaufrecht . . . . .	147	19
a) Anwendbarkeit der §§ 433 ff. BGB auf den Contentkauf . . . . .	147	19
b) Sachmangel . . . . .	147	20
c) Gewährleistungsausschluss bei Sachmängeln ..	148	21
d) Rechtsmangel . . . . .	149	23
e) Rechtsfolge § 437 BGB . . . . .	149	24
2. Gewährleistung nach Werkvertragsrecht . . . . .	150	25
3. Gewährleistung nach Pacht- bzw. Mietvertragsrecht . . . . .	150	27
V. Haftung und Freistellung gegenüber Dritten . . . . .	151	28
1. Haftung . . . . .	151	28
a) § 8 I TDG/§ 6 I MDStV. . . . .	152	29
b) Haftung des Kunden gegenüber Dritten nach allgemeinen Gesetzen . . . . .	153	31
aa) Haftung gegenüber dem Nutzer der Website . . . . .	153	31

	Seite	Rn.
bb) Besondere Haftung für Informations-		
dienste . . . . .	154	34
cc) Haftung gegenüber Dritten . . . . .	154	35
c) Produkthaftung . . . . .	155	36
d) Haftungsausschlussklauseln im Verhältnis		
Contentprovider zu Kunden . . . . .	155	37
e) Haftung für fehlgeschlagenen Rechteerwerb ..	155	38
2. Freistellung . . . . .	157	41
VI. Preismodelle/Vergütung . . . . .	157	42
VII. Übertragung der Nutzungsrechte . . . . .	158	44
1. Vertragsgegenstand und Rechteeinräumung . . . . .	158	44
2. Urheberpersönlichkeitsrecht und Nutzungsrechte		
a) Urheberpersönlichkeitsrecht . . . . .	158	46
b) Urheberrecht und Nutzungsrechte . . . . .	159	47
c) Leistungsschutzrechte . . . . .	159	48
3. Klärung der Rechtsinhaberschaft . . . . .	160	49
4. Für das Internet erforderliche Nutzungsrechte		
und der Zweckübertragungsschutz . . . . .	161	50
a) Zweckübertragungsschutz . . . . .	161	50
b) Einräumung der erforderlichen		
Nutzungsrechte . . . . .	161	51
c) Formulierungsbeispiel für eine Rechte-		
einräumungsklausel . . . . .	162	55
5. Zeitlich und räumlicher Umfang der Übertragung		
der Nutzungsrechte . . . . .	164	56
a) Zeitliche Befristung . . . . .	164	56
b) Räumliche Beschränkung . . . . .	164	57
6. Einfaches oder ausschließliches Nutzungsrecht ..	165	58
7. Schriftformerfordernis bei der Einräumung von		
Rechten an künftigen Werken und keine Über-		
tragung von unbekanntem Nutzungsrechten. . . . .	166	61
8. Keine Verpflichtung zur Verwertung der		
ingeräumten Rechte . . . . .	166	62
VIII. Neufassung der §§ 32 und 32a UrhG und		
Auswirkung auf Contentverträge . . . . .	167	63
1. Änderung durch § 32 UrhG . . . . .	167	63
2. Änderung durch § 32 a UrhG . . . . .	168	68
a) Rechtslage bis 30. 6. 2002 . . . . .	168	68
b) Rechtslage ab 1. 7. 2002 . . . . .	169	69
3. Auswirkungen auf Contentverträge . . . . .	169	70

	Seite	Rn.
XI. Vertragsdauer und Kündigungsfristen . . . . .	170	72
X. Wettbewerbsverbot . . . . .	171	73
<b>E. Providerverträge und Providerhaftung . . . . .</b>	<b>173</b>	<b>1</b>
I. Einleitung . . . . .	173	1
II. Vertragstypologische Einordnung . . . . .	174	2
1. Access- und Internet-Service-Providing . . . . .	174	2
a) Werkvertrag . . . . .	175	3
b) Kaufvertrag . . . . .	177	3
c) Dienstvertrag . . . . .	178	4
d) Geschäftsbesorgungsvertrag . . . . .	178	5
e) Mietvertrag . . . . .	178	6
f) Sonderfall: Unentgeltliche und vergütungsfreie Dienste . . . . .	180	7
2. Werbebanner- und Linkingverträge . . . . .	181	8
3. Zwischenergebnis . . . . .	181	9
III. Wesentliche Vertragsinhalte . . . . .	182	10
1. Access- und Internet-Service-Provider-Verträge . . . . .	182	10
a) Verfügbarkeit . . . . .	182	10
b) Sperrklauseln . . . . .	184	14
c) Löschungsklauseln . . . . .	185	17
d) Vergütungsklauseln . . . . .	185	18
aa) Verfallklauseln . . . . .	186	19
bb) Preisänderungsklauseln . . . . .	186	20
cc) Unberechtigte Nutzung Dritter . . . . .	187	23
2. Werbebanner- und Linkingverträge . . . . .	188	24
a) Leistungsbeschreibung . . . . .	188	24
b) Vergütung . . . . .	189	25
c) Wettbewerbsklausel . . . . .	189	26
IV. Providerhaftung . . . . .	190	27
1. Fallgruppen der Haftungsprivilegierung nach §§ 9, 10 und 11 TDG bzw. §§ 7, 8 und 9 MDStV . . . . .	191	29
2. Einschränkungen der Haftungsprivilegierungen gemäß § 8 II 2 TDG bzw. § 6 II 2 MDStV . . . . .	192	30
3. Sperrungsverfügungen nach Vorschriften des öffentlichen Rechts . . . . .	193	32
V. Ausblick . . . . .	194	34

	Seite	Rn.
<b>F. xSP: Einsatzbereite Lösungen auf Abruf</b> . . . . .	197	1
I. Einleitung. . . . .	197	1
II. Das Geschäftsmodell hinter xSP. . . . .	199	3
III. Abgrenzung zu anderen Erscheinungsformen . . . . .	200	5
1. Outsourcing . . . . .	200	5
2. Applications on demand . . . . .	202	6
3. Mainframes . . . . .	202	7
4. Electronic Software Licensing. . . . .	202	8
IV. Die Beteiligten in einem xSP-Projekt. . . . .	203	9
V. Urhebervertragsrechtliche Aspekte bei xSP . . . . .	204	10
1. Die Rechtsbeziehung zwischen ASP und Urheber . . . . .	204	11
a) Das Recht zur Weiterlizenzierung des Vervielfältigungsrechts . . . . .	205	12
b) Bearbeitungsrecht. . . . .	206	13
c) Vermietrecht . . . . .	206	14
d) Öffentliche Wiedergabe. . . . .	207	15
e) Zwischenergebnis bezüglich der einzelnen Nutzungsrechte . . . . .	208	16
2. ASP als eigenständige und unbekannte Nutzungsart . . . . .	208	17
a) Eigenständige Nutzungsart. . . . .	208	18
b) Unbekannte Nutzungsart . . . . .	209	19
3. Die Rechtsbeziehung zwischen ASP und Kunde. . . . .	210	20
4. Die Sonderproblematik mit Open Source Software. . . . .	210	21
a) General Public License . . . . .	211	22
b) Infizierung der neuen ASP-Komponenten . . . . .	212	23
VI. Einordnung der xSP-Verträge . . . . .	212	24
1. Typologische Einordnung der Verträge. . . . .	212	25
2. Denkbare Vertragsformen . . . . .	213	26
a) Mietvertrag . . . . .	214	27
b) Pachtvertrag . . . . .	215	28
c) Leasing. . . . .	216	29
d) Dienstleistung . . . . .	216	30
e) Zusatzleistungen. . . . .	217	31
VII. Problemmanagement in xSP-Projekten . . . . .	218	32
1. Haupt- und Nebenpflichten der Vertragsparteien	218	33
2. Haftung des ASP . . . . .	219	34

	Seite	Rn.
a) Mängel nach dem Mietrecht . . . . .	219	35
b) Gewährleistungsrechte . . . . .	219	36
c) Vertragliche Gestaltungsmöglichkeiten hinsichtlich Gewährleistung und Haftung . . . . .	220	37
3. Service Level Agreements . . . . .	221	38
a) Regelungsinhalt des SLA . . . . .	222	39
b) Abgrenzung zur Gewährleistung . . . . .	223	40
4. Konfliktlösungsverfahren für die Beteiligten des ASP-Projektes . . . . .	223	41
a) Schlichtungsverfahren . . . . .	223	42
b) Vertragliche Regelungen des Projekt- managements . . . . .	224	43
VIII. Zusammenfassung . . . . .	225	44
<b>G. Service Level Agreements bei der geschäftlichen Nutzung von Internetdiensten . . . . .</b>	<b>227</b>	<b>1</b>
I. Einleitung . . . . .	227	1
II. Begriffsbestimmung . . . . .	228	5
III. Anwendungsbereich . . . . .	229	8
IV. Juristische Einordnung . . . . .	230	9
V. Vertragliche Bedeutung/Einordnung . . . . .	232	13
1. Ausschreibungsphase . . . . .	233	15
2. Verhandlungsphase . . . . .	234	17
3. Abschlussphase . . . . .	234	19
VI. Wichtigste Regelungsgebiete für SLAs . . . . .	235	20
1. Inhalte von SLAs . . . . .	235	20
a) Servicezeiten . . . . .	235	21
b) Servicequalität . . . . .	235	22
c) Erfüllungsgrad . . . . .	236	24
2. Leistungsbereiche . . . . .	237	25
a) Systemmanagement . . . . .	238	27
aa) Verfügbarkeit . . . . .	238	27
bb) Antwortzeiten . . . . .	239	30
cc) Fehlerhäufigkeit . . . . .	240	32
dd) Schnittstellenüberwachung . . . . .	241	35
ee) Mailservices . . . . .	241	36
b) Problemmanagement . . . . .	242	37
aa) Reaktionszeit . . . . .	242	38
bb) Problemlösungszeit . . . . .	243	39
cc) Recoveryzeiträume . . . . .	243	40



	Seite	Rn.
c) Changemanagement . . . . .	244	42
aa) Releaseaktualität . . . . .	244	42
bb) Umsetzungszeitraum von Änderung . . . . .	244	43
d) Reporting . . . . .	245	45
VII. Service Level Management . . . . .	246	48
1. Messmethoden der SLAs . . . . .	246	49
2. Controlling der SLAs . . . . .	247	51
3. Bonus/Malusregelung . . . . .	248	52
4. Vertragliches Changemanagement . . . . .	248	53
VIII. Schlussbemerkung . . . . .	249	54
<b>H. Versicherbarkeit von Onlineriesiken . . . . .</b>	<b>251</b>	<b>1</b>
I. Einleitung . . . . .	251	1
II. E-Business Evolutionsstufen . . . . .	252	4
III. Katastrophenrisiken des Internets . . . . .	254	7
1. Sicherheitsrisiko . . . . .	255	8
2. Störungsrisiko . . . . .	256	9
3. Medienrisiko . . . . .	257	11
4. Schadensfälle . . . . .	258	12
IV. Versicherungslösungen . . . . .	259	13
1. Eigenschadenversicherung . . . . .	260	15
2. Betriebsunterbrechung . . . . .	264	22
3. Vertrauensschadenversicherung . . . . .	265	26
4. Drittschäden . . . . .	266	27
V. Risiko Management . . . . .	270	36
1. Erfassung der Risiken . . . . .	271	38
2. Implementierung eines permanenten Prozesses . . . . .	271	39
3. Bewertung der Risiken . . . . .	271	40
VI. Ausblick . . . . .	273	44
<b>I. Die Anbahnung des Onlinevertrages – Zulässige Werbeformen im Internet . . . . .</b>	<b>275</b>	<b>1</b>
I. Einleitung . . . . .	275	1
1. Vorteile der Onlinewerbung . . . . .	276	2
2. Nachteile der Onlinewerbung . . . . .	278	6
3. Onlinewerbung in Deutschland . . . . .	279	7
4. Gang der Darstellung . . . . .	280	8
II. Wettbewerbsrechtliche Grundüberlegungen . . . . .	281	9
1. Grenzüberschreitende Internetwerbung . . . . .	282	10
2. Sittenwidrige Wettbewerbshandlungen § 1 UWG . . . . .	283	13

	Seite	Rn.
a) Sittenwidrige Belästigung . . . . .	285	15
b) Behinderung . . . . .	285	16
c) Ausbeutung fremder Leistung . . . . .	286	17
d) Tarnung von Werbemaßnahmen . . . . .	287	18
3. Irreführung § 3 UWG . . . . .	288	19
III. Werbeformen im Internet . . . . .	290	20
1. E-Mail-Werbung . . . . .	290	20
a) Arten der E-Mail-Werbung und Adress- beschaffung . . . . .	290	21
b) Rechtliche Bewertung . . . . .	291	22
aa) Konkludentes Einverständnis von Privatpersonen . . . . .	291	23
bb) Konkludentes Einverständnis Gewerbetreibender . . . . .	292	24
cc) Einholung des Einverständnisses . . . . .	292	25
dd) Kennzeichnungspflicht . . . . .	294	28
2. Werbung auf oder mit Webseiten . . . . .	295	29
a) Grundlegende Techniken . . . . .	295	30
aa) Grafiken . . . . .	295	30
bb) HTML und DHTML . . . . .	296	31
cc) Java und JavaScript . . . . .	297	32
dd) Flash und Shockware . . . . .	297	33
ee) Rich Media . . . . .	298	34
b) Rechtliche Bewertung einzelner Werbeformen	299	35
aa) Bannerwerbung . . . . .	299	36
(1) Bannerarten . . . . .	300	37
(2) Rechtliche Bewertung . . . . .	301	38
(3) Schutz vor Bannerwerbung . . . . .	302	40
bb) Pop-Up-Werbung und Pop-Under- Werbung . . . . .	304	41
(1) Technische Umsetzung . . . . .	304	42
(2) Rechtliche Bewertung . . . . .	304	43
(3) Schutz vor Pop-Ups . . . . .	306	46
cc) Vorspann und Interstitials . . . . .	306	47
dd) Superstitials . . . . .	309	51
ee) Cursorwerbung . . . . .	310	55
ff) Werbung in Suchmaschinen . . . . .	311	57
(1) Bindung von Werbung an eingegebene Suchworte (Keyword-Advertising) . . . . .	313	58

	Seite	Rn.
(2) Automatisierte Trefferlisten und Sponsored Links .....	314	59
(3) Einwirkungen auf die Platzierung in Suchmaschinen .....	316	62
(a) Meta-Tagging .....	316	63
(b) Spamdexing .....	318	66
(c) Word-Stuffing .....	318	67
(d) Font-Matching .....	319	68
<b>J. Verbraucherschutz im Internet .....</b>	<b>321</b>	<b>1</b>
I. Einleitung .....	321	1
II. Vertragsschluss im Internet .....	323	5
1. Einleitung .....	323	5
2. Angebot .....	323	6
3. Annahme .....	324	7
4. Zugang .....	325	8
5. Vertragsschluss bei Onlineauktionen .....	325	9
6. Formerfordernisse .....	326	10
a) Schriftform .....	327	11
b) Elektronische Form .....	327	12
c) Textform .....	328	13
7. Besondere Informationspflichten .....	329	15
a) Elektronischer Geschäftsverkehr .....	330	16
b) Sonstige Informationspflichten .....	331	17
8. Sonderfall: Zusendung unbestellter Ware .....	332	18
9. AGB bei Onlinegeschäften .....	333	19
a) Voraussetzungen .....	333	19
aa) Ausdrücklicher Hinweis .....	334	20
bb) Möglichkeit der zumutbaren Kenntnisnahme .....	334	21
cc) Einverständnis .....	335	22
b) Auslegung und Inhaltskontrolle von AGB. ....	335	23
10. Zusammenfassung .....	336	24
III. Fernabsatzverträge .....	336	25
1. Einleitung .....	336	25
2. Gegenstand des Fernabsatzvertrages .....	336	26
a) Persönlicher Anwendungsbereich .....	337	27
b) Einsatz von Fernkommunikationsmitteln. ....	338	28
aa) Fernkommunikationsmittel .....	338	28
bb) Ausschließliche Anwendung .....	338	28

	Seite	Rn.
c) Systemeigenschaft . . . . .	339	29
d) Ausnahmen . . . . .	340	30
aa) Bau-, Kauf- und Immobilienverträge . . . . .	340	30
bb) Hauslieferungsverträge . . . . .	341	30
cc) Dienstleistungen in speziellen Bereichen sowie Freizeitgestaltung . . . . .	341	30
dd) Automatenverträge . . . . .	341	30
3. Informationspflichten . . . . .	341	31
a) Klarheit und Verständlichkeit . . . . .	342	32
b) Vorvertragliche Informationspflichten . . . . .	342	33
aa) Zeitpunkt der Information . . . . .	343	34
bb) Informationspflichten bei telefonischer Kontaktaufnahme . . . . .	343	35
cc) Inhalt der vorvertraglichen Informationspflicht . . . . .	344	36
(1) Identität und Anschrift . . . . .	344	37
(2) Wesentliche Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung . . . . .	345	38
(3) Mindestlaufzeit . . . . .	345	39
(4) Leistungsvorbehalte . . . . .	345	40
(5) Angaben zu Preisen, Steuern, Liefer- und Versandkosten . . . . .	346	41
(6) Einzelheiten Zahlung, Lieferung oder Erfüllung . . . . .	346	42
(7) Ordnungsgemäße Belehrung über Widerrufs- oder Rückgaberecht . . . . .	346	43
(8) Kosten der Fernkommunikation . . . . .	346	44
(9) Gültigkeitsdauer des Angebots oder des Preises . . . . .	347	45
c) Nachvertragliche Informationspflichten . . . . .	347	46
aa) Informationen über das Widerrufs- oder Rückgaberecht . . . . .	347	47
bb) Informationen zur Identität des Unternehmers . . . . .	348	48
cc) Informationen über Kundendienst und Gewährleistung . . . . .	348	49
dd) Kündigungsbedingungen . . . . .	349	50
d) Form . . . . .	349	51
e) Ausnahmen . . . . .	349	52
f) Rechtsfolge/Beweislast . . . . .	349	53

	Seite	Rn.
4. Widerrufsrecht . . . . .	350	54
a) Fristen . . . . .	351	55
b) Fristbeginn . . . . .	352	56
c) Fristwahrung/Beweislast . . . . .	352	57
d) Ausnahmen . . . . .	353	58
e) Rechtsfolgen bei Widerruf . . . . .	354	59
aa) Rücksendepflicht und Kostentragung . . . . .	354	60
bb) Wertminderung bei Ingebrauchnahme . . . . .	354	61
cc) Weitergehende Ansprüche . . . . .	356	62
5. Widerruf bei verbundenen Verträgen . . . . .	356	63
6. Rückgaberecht statt Widerruf . . . . .	357	64
a) Überblick . . . . .	357	64
b) Rechtsfolgen . . . . .	357	65
c) Form und Frist . . . . .	358	66
7. Abweichende Vereinbarungen . . . . .	358	67
a) Nachträglicher Verzicht auf Pflichtangaben . . . . .	359	67
b) Nachträglicher Verzicht auf Widerruf oder Rückgabe . . . . .	359	67
IV. Weitere Verbraucherschutzvorschriften . . . . .	359	68
1. Überblick . . . . .	359	68
2. Verbrauchsgüterkauf . . . . .	359	69
a) Allgemeines . . . . .	359	69
b) Persönlicher und sachlicher Anwendungsbereich . . . . .	360	70
c) Sondervorschriften . . . . .	360	71
aa) Gefahrtragung . . . . .	360	72
bb) Ausgestaltung als zwingendes Recht . . . . .	361	73
cc) Beweislastumkehr . . . . .	361	74
dd) Garantien . . . . .	362	75
3. Fernunterrichtsverträge . . . . .	363	76
4. Teilzeit-Wohnrechteverträge . . . . .	363	77
5. Verbraucher kreditgeschäfte . . . . .	364	78
a) Verbraucherdarlehen . . . . .	364	79
b) Ratenlieferungsvertrag . . . . .	364	80
V. Anwendbares Recht und Gerichtsstand . . . . .	365	81
1. Einleitung . . . . .	365	81
2. Anwendbares Recht . . . . .	365	82
a) Rechtswahl . . . . .	365	83
b) Mangels Rechtswahl anzuwendendes Recht . . . . .	366	84
c) Verbraucherverträge . . . . .	366	85

	Seite	Rn.
d) Verbraucherschutz für besondere Gebiete . . . .	368	86
3. Gerichtsstand . . . . .	368	87
<b>K. Grenzüberschreitender Onlinehandel</b>		
<b>mit Endverbrauchern . . . . .</b>	<b>371</b>	<b>1</b>
I. Einleitung . . . . .	371	1
II. Anwendbares Recht . . . . .	373	2
1. Internationales Privatrecht und Internet . . . . .	373	2
a) Das UN-Kaufrecht . . . . .	374	3
b) Das deutsche EGBGB . . . . .	374	4
c) Das Herkunftslandprinzip des TDG . . . . .	375	5
aa) Die Kritik am Regierungsentwurf . . . . .	376	6
bb) Die gegenwärtige Auslegung . . . . .	377	7
2. Besonderheiten des B2C-Handels . . . . .	378	8
a) Der Anwendungsbereich des Art. 29 EGBGB	378	9
aa) Ausdrückliches Angebot oder Werbung		
im Verbraucherstaat . . . . .	379	10
(1) Annahme eines weltweiten Angebots .	380	12
(2) Annahme eines länderspezifischen		
Angebots . . . . .	381	13
(3) Beurteilung anhand des Bestell-		
prozesses . . . . .	381	14
bb) Vornahme der erforderlichen Rechts-		
handlung im Verbraucherstaat . . . . .	383	15
cc) Praktische Bedeutung des Günstigkeits-		
vergleich . . . . .	384	16
b) Verbraucherschutz über Art. 34 EGBGB . . . . .	385	17
III. Wichtige Einzelfragen des materiellen Verbraucher-		
rechts . . . . .	386	18
1. Informationspflichten . . . . .	387	19
2. Rücktrittsrechte . . . . .	389	21
a) Regelmäßige Fristen . . . . .	390	22
b) Ausnahmen vom Rücktrittsrecht . . . . .	391	24
aa) Abweichende nationale Gesetze . . . . .	391	24
(1) Spekulationsgeschäfte . . . . .	391	24
(2) Versteigerungen . . . . .	393	26
bb) Die Bedeutung nationaler Rechtsprechung	394	30
c) Rücksendepflicht und -kosten . . . . .	396	32
aa) Pflicht zur Rücksendung nach Widerruf . .	396	32
bb) Pflicht zur Tragung der Rücksendekosten.	397	34



	Seite	Rn.
bb) Rechtsverhältnis zwischen kartenausgebenden Institut und Karteninhaber . . . .	420	18
b) Risikobewertung. . . . .	420	19
V. Internetbezahlverfahren . . . . .	420	20
1. Kreditkartenverfahren . . . . .	421	21
a) SET. . . . .	421	21
b) Verified by Visa . . . . .	421	23
c) SPA/UCAF. . . . .	422	24
2. Onlineüberweisung . . . . .	423	25
a) Grundlagen des Onlinebanking . . . . .	423	26
aa) PIN/TAN-Verfahren . . . . .	423	27
bb) HBCI-Verfahren . . . . .	424	28
b) Garantierte Onlineüberweisung . . . . .	424	29
c) Risikoverteilung im Missbrauchsfall . . . . .	425	30
d) Sonstige Risikobewertung . . . . .	426	31
3. GeldKarte . . . . .	426	32
a) Rechtliche Grundlagen . . . . .	427	33
b) Rechtliche Einzelprobleme . . . . .	427	34
c) Risikobewertung. . . . .	428	35
4. Paybox . . . . .	428	36
a) Rechtliche Grundlagen . . . . .	428	37
b) Risikobewertung. . . . .	429	38
5. Firstgate click & buy . . . . .	429	39
a) Rechtliche Grundlage . . . . .	430	40
b) Risikobewertung. . . . .	430	41
6. Paypal. . . . .	431	42
a) Rechtliche Grundlagen . . . . .	431	43
b) Risikobewertung. . . . .	432	44
7. Dialer-Verfahren . . . . .	432	45
a) Rechtliche Einordnung . . . . .	433	46
b) Net900 . . . . .	434	47
c) Missbräuchliche Verwendung von Dialern . . . . .	435	48
aa) Unkenntnis von der Installation des Dialer . . . . .	435	49
bb) Ungewollte Einwahl . . . . .	436	50
cc) Verbindung wird nicht beendet . . . . .	436	51
d) Risikobewertung. . . . .	437	52
VI. Zusammenfassung . . . . .	437	53



	Seite	Rn.
<b>M. Datenschutzrechtliche Fragen</b> .....	439	1
I. Datenschutz als „harter“ Wettbewerbsfaktor .....	439	1
II. Ebenen der Kommunikation .....	440	2
III. Anwendbarkeit des deutschen Datenschutzrechts ...	442	4
IV. Anbieterkennzeichnung .....	442	5
V. Privacy Policy .....	445	7
VI. Kundendatenverarbeitung .....	447	9
VII. Customer Relationship Management unter Einsatz von Data Warehouse- und Data Mining-Verfahren ..	455	24
VIII. Unverlangte Werbe-E-Mail .....	458	28
IX. Direktwerbung Offline .....	459	30
X. Datenübermittlung ins Ausland .....	460	31
XI. Datenschutzorganisation im Unternehmen .....	462	34
XII. Nutzung von E-Mail und anderen Internetdiensten durch die Anbieter .....	463	37
XIII. Datensicherheit/Vertraulichkeit und Integrität der Daten .....	466	40
XIV. Zahlungsverfahren im Internet .....	468	46
XV. Datenschutzaudit .....	470	49
 <b>N. Steuerrechtliche Fragen</b> .....	 473	 1
I. Einleitung .....	473	1
II. Ertragsbesteuerung .....	474	2
1. Grundlagen der Ertragsbesteuerung in Deutschland .....	474	2
2. Qualifizierung von Einkünften nach deutschem Ertragssteuerrecht .....	474	3
a) Einkünfte aus Gewerbebetrieb .....	475	5
b) Einkünfte aus selbstständiger Tätigkeit .....	475	6
c) Einkünfte aus Urheberrechten (insbesondere Softwarevergütungen) .....	476	7
3. Qualifizierungen von Einkünften nach DBA ...	477	9
4. Besteuerungsrecht im grenzüberschreitenden Geschäftsverkehr .....	477	10
a) Betriebsstätten .....	478	11
aa) Feste Geschäftseinrichtung, die der Tätigkeit des Unternehmens dient .....	478	12
bb) Ausschluss von Hilfs- oder Vorbereitungs- tätigkeiten .....	479	14

	Seite	Rn.
c) Auffassung der deutschen Finanz- verwaltung und Finanzrechtsprechung ...	480	16
b) Gestaltungsmissbrauch nach § 42 AO durch die Begründung eines Servers im Ausland ....	481	18
c) Ergebniszurechnung zur Server-Betriebsstätte.	482	20
aa) Ansatz der deutschen Finanzverwaltung..	483	21
bb) Ansatz der OECD .....	484	24
5. Gestaltungsmöglichkeiten .....	487	30
III. Umsatzsteuer.....	488	31
1. Online-/Offlinegeschäfte.....	488	31
2. Onlinelieferungen.....	488	33
3. Onlinedienstleistungen.....	489	34
4. Bestimmung des Leistungsortes .....	489	35
a) Leistungsort beim Download von Software und Files .....	492	41
b) Leistungsort bei Bereitstellung und Einrichtung des Internetauftritts (Webdesign und Webhosting) .....	493	44
5. Platzierung von Werbebannern auf einer Website	493	45
6. Vorsteuerabzug und elektronische Rechnung....	494	46
7. Besteuerungsverfahren.....	494	47
IV. Zusammenfassung.....	495	48
Autorenverzeichnis .....	496	
Literaturverzeichnis.....	503	
Sachverzeichnis .....	515	