

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	V
<i>Vorwort zur 1. Auflage</i>	VI
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XV
<i>Literaturhinweise</i>	XX
 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. Die Vergabe von Top-Level-Domains	6
a) Die IP-Adresse	6
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	12
3. Die Domain im Rechtsverkehr	15
a) Die Domain als Eigentumsposition	16
b) Die Pfändbarkeit von Domains	16
4. Überblick über die in Domainstreitigkeiten anwendbaren Rechtsnormen ..	17
5. Kennzeichenrechtliche Ansprüche gegen die Benutzung einer Domain – §§ 14, 15 MarkenG	18
a) Kennzeichenmäßige Benutzung einer Marke durch Nutzung eines Domainnames	18
b) Die Benutzung einer Domain im geschäftlichen Verkehr	20
aa) Registrierung als Benutzungshandlung	21
bb) Im geschäftlichen Verkehr	21
c) Verwechslungsgefahr	23
aa) Waren- oder Dienstleistungsnahe	23
bb) Zeichenidentität oder -ähnlichkeit	24
(1) Relevanz der TLD für die Beurteilung der Verwechslungs- gefahr?	25
(2) Zeichenähnlichkeit – eine Neudefinition des Abstandsgebots? ..	26

(3) Gattungsbezeichnungen als Domainname	27
(4) Bedeutung von Umlauten	27
(5) Aufeinandertreffen berechtigter Interessen	28
cc) Fehlende Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit – Der Schutz bekannter/berühmter Marken gegen Domains	29
6. Namensschutz gegen Domainnames gem. § 12 BGB	30
7. Schutz aus einer geographischen Herkunftsangabe gegen die Domain?	33
8. Wettbewerbsrechtlicher Schutz gegen Domainnames gem. §§ 3, 4 Nr. 10 UWG	34
a) Domain-Grabbing	34
b) Sittenwidriges Umleiten von Kundenströmen durch Gattungs- bezeichnungen als Domain	36
c) 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	41
aa) Markenschutz	41
bb) Schutz als geschäftliche Bezeichnung	42
cc) Titelschutz	43
10. Rechtsfolgen	44
a) Passivlegitimation	44
b) Ansprüche	44
aa) Unterlassungsanspruch	45
bb) Schadensersatzanspruch	46
cc) Auskunftsanspruch	46
dd) Anspruch auf Übertragung einer Domain?	46
ee) Beseitigungsanspruch (Einwilligung in die Löschung)	47
11. Alternative Streitbeilegung von Domainkonflikten	49
a) ICANN-Schiedsverfahren	49
b) ADR-Verfahren für .eu-Domains	52
12. Die Verantwortlichkeit der DENIC	53
 III. Electronic Commerce	 56
1. Arten des Electronic Commerce	57
a) Offline-Geschäfte	57
b) Online-Geschäfte	57
2. Vertragsschluss im Internet	58
a) Die elektronische Willenserklärung	58
b) Identifikation des Erklärenden	59
c) Das Angebot	59
d) Der Zugang elektronischer Willenserklärungen	60

e) Der Vertragsschluss unter Abwesenden	65
f) Der Widerruf elektronischer Willenserklärungen	66
g) Die Anfechtung elektronischer Willenserklärungen	66
aa) Fehlendes Erklärungsbewusstsein	67
bb) Fehler bei der Willensbildung	68
cc) Fehler bei der Abgabe der Willenserklärung	68
dd) Fortwirkung eines Irrtums auf die Willenserklärung	69
3. Die Form der Rechtsgeschäfte im Internet – Einsatz der elektronischen Signatur	70
a) Die elektronische Form gem. §§ 126 Abs. 3, 126a BGB	70
aa) Funktionsweise der elektronischen Signatur	70
bb) Die Zertifizierungsstellen	72
cc) Anwendungsbereich der elektronischen Signatur	74
dd) Zurechnung bei Missbrauch der Signatur	75
(1) Wissentliche Überlassung der Signaturdaten an Dritte	75
(2) Unfreiwilliger Verlust der Signaturdaten	77
b) Die Textform gem. § 126b BGB	77
4. Elektronische Erklärungen und öffentliche Verwaltung	78
5. Die Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen	80
a) Ausdrücklicher Hinweis	81
b) Zumutbare Möglichkeit zur Kenntnisnahme	82
6. Verbraucherschutz im Internet	84
a) Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr	93
aa) Anwendungsbereich des § 312e BGB	93
bb) Der Pflichtenkatalog des § 312e Abs. 1 Nr. 1 bis 4 BGB	94
cc) Zugangsfiktion des § 312e Abs. 1 Satz 2 BGB	95
dd) Rechtsfolgen einer Nichtbeachtung des Pflichtenkatalogs	95
b) Verbraucherkreditverträge	96
7. Beweiswert digitaler Dokumente	97
8. Das Herkunftslandprinzip	98
9. b2c: Internet-Auktionen, eBay	102
a) Versteigerung im Sinne von § 34b GewO?	102
b) Vertragsschluss bei Online-Auktionen	105
c) Identität des Bieters, Vertretung	106
d) Sniper-Software	108
e) Anfechtung von Geboten	108
f) Widerrufsrecht	109
g) Gefahrübergang, Lieferung	112
h) eBay-Bewertungen	113
i) Exkurs: Marken- und Wettbewerbsrechtsverletzungen durch eBay-Angebote	114
10. b2b: Internet-Marktplätze	116

IV. Steuerrechtliche Fragen des Electronic Commerce	119
1. Einleitung	119
a) Phase der Nichtzurkenntnisnahme in Deutschland	119
b) Phase hektischer Betriebsamkeit	120
c) Status quo	121
2. Steuerrechtliche Problemfelder	122
3. Einkommensteuer	124
a) Einkunftsartermittlung	124
b) Abgabenrechtliche Beurteilung grenzüberschreitender Online-Geschäfte – Betriebsstättenbegründung im Internet i.S.d. § 12 AO	129
c) Abkommensrechtliche Beurteilung grenzüberschreitender Online-Geschäfte	133
aa) Betriebsstättenbegründung im Internet i.S.d. Art. 5 OECD-MA	133
bb) Ständiger Vertreter i.S.d. Art. 5 Abs. 5 OECD-MA	139
d) Gewinnabgrenzung zwischen Unternehmen und Betriebsstätte	140
e) Bilanzierung von Websites und Internet-Domains	141
aa) Internet-Domain	141
bb) Websites	142
f) Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten	143
4. Umsatzsteuer	145
a) Die Steuerbarkeit von Umsätzen im Electronic Commerce	146
b) Abgrenzung Lieferung – sonstige Leistung	146
c) Art der sonstigen Leistung	149
aa) § 3a Abs. 4 Nr. 1 UStG „Übertragung von Urheberrechten“	150
bb) § 3a Abs. 4 Nr. 4 UStG „Datenverarbeitung“	150
cc) § 3a Abs. 4 Nr. 5 UStG „Informationsüberlassung“	151
dd) § 3a Abs. 4 Nr. 12 UStG „Telekommunikationsleistungen“	151
ee) § 3a Abs. 4 Nr. 13 UStG „Rundfunk- und Fernsehdienstleistungen“	152
ff) § 3a Abs. 4 Nr. 14 UStG „auf elektronischem Weg erbrachte sonstige Leistungen“	152
d) Leistungsort bei unternehmerischen Empfängern	153
e) Leistungsort bei nichtunternehmerischen Empfängern	154
f) Anwendbarkeit des ermäßigten Steuersatzes nach § 12 Abs. 2 UStG	156
aa) Buchverkauf	156
bb) Softwareverkauf	157
g) Besteuerungsverfahren	158
h) Vorsteuerabzug nach § 15 UStG	159
i) Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten	160
5. Steuerrechtliche Implikationen von virtuellen Marktplätzen und Online-Auktionen	161
a) Umsatzsteuerpflicht von Marktbetreibern	161
b) Umsatzsteuerpflicht von Nutzern	162
c) Einkommensteuerpflicht von Marktbetreibern	162

d) Einkommensteuerpflicht von Nutzern	163
6. Verfahrensrechtliche Probleme	163
a) Probleme der steuerlichen Kontrolle	163
b) Internetspezifische Lösungsansätze	165
c) Erweiterung der allgemeinen Kontrollbefugnisse der AO	166
d) Einsatz von Xpider	167
e) Ausblick	167

V. Internet-Angebote und Urheberrecht 169

1. Patentrechtlicher Schutz für Websites und ihre Komponenten?	170
2. Die Website als Werk i.S.d. § 2 UrhG	171
a) Kein Ideenschutz	171
b) Werkbegriff und Internet	171
c) Websites als Datenbankwerke – § 4 Abs. 2 UrhG	174
d) Die Website als Sammelwerk – § 4 Abs. 1 UrhG	176
e) Die Website als Multimediawerk – § 2 Abs. 1 UrhG	176
3. Leistungsschutzrechte und Internet	176
a) Schutz des Herstellers einer Datenbank	176
aa) Schutz von Webpages und Websites	177
bb) Schutz von Schlagzeilen- und Hyperlinksammlungen	180
cc) Der Datenbankhersteller	180
b) Schutz des Lichtbildners	181
c) Schutz des ausübenden Künstlers	181
d) Schutz des Herstellers eines Tonträgers – §§ 85 ff. UrhG	182
4. Die Rechte des Urhebers	182
a) Urheberpersönlichkeitsrechte	183
b) Vervielfältigungsrecht	184
c) Recht der öffentlichen Zugänglichmachung	186
d) Bearbeitungsrecht	187
5. Urheberrechtsrelevante Verletzungshandlungen im Internet	187
a) Uploading	187
b) Downloading	187
c) Bereithalten zum Abruf	188
d) Browsing	188
e) Sichtbarmachen auf dem Bildschirm	188
f) Sonderproblem: Hyperlink	188
aa) Surface Links	190
bb) Deep Links	190
cc) Inline Links	191
dd) Frames	191
ee) Extended Links und Smart Tags	192
6. Die Einräumung von Lizenzen – §§ 31 ff. UrhG	193
7. Einschränkungen des Urheberrechts	194

a) Zitatrecht – § 51 UrhG	194
b) Vervielfältigung zum privaten Gebrauch – § 53 UrhG	195
c) Sonderproblem: Elektronische Werkarchive	198
d) Sonderproblem: Webwasher	199
8. Filesharing, Internet-Tauschbörsen	201
a) Die mp3-Tauschbörsen Napster und Gnutella	201
b) Urheberrechtliche Beurteilung des Filesharing nach deutschem Recht ..	203
aa) Komprimierung der Dateien	203
bb) Ins Netz stellen	204
cc) Haftung von p2p-Tauschbörsenbetreibern	205
dd) Haftung des downloadenden Users	207
c) Auskunftspflicht von Internet Service Providern	207
d) Urheber in Arbeits- und Dienstverhältnissen	209
 VI. Internet-Angebote und Wettbewerbsrecht	210
1. Anwendbarkeit des UWG	210
a) Geschäftliches Handeln	210
b) Wettbewerbshandlung	211
c) Aktivlegitimation	212
d) Passivlegitimation	214
e) Wettbewerbsrechtliche Sanktion des Verstoßes gegen außerwett- bewerbsrechtliche Vorschriften	215
2. Impressumspflicht für Websites gem. § 5 TMG, § 55 RStV	217
a) § 5 TMG	217
b) § 55 Abs. 1 RStV	217
c) § 55 Abs. 2 RStV	218
d) Gestaltung des Impressums	218
e) Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG	218
3. Unverlangte Werbung per E-Mail (Spaming)	219
4. Standesrecht im Internet	224
5. Heil- und Arzneimittel im Internet	226
a) Internetauftritte von Apotheken	226
b) Zulässigkeit von Internet-Apotheken	227
c) Heilmittel im Internet	229
6. Arztwerbung im Internet	231
7. Immaterialgüterrechtliche und wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Links	232
a) Hyperlinks	232
b) Deep Links	234
c) Inline-Linking; Frames	235
d) Metatags	236
e) Adwords	238

8. Allgemeines Wettbewerbsrecht im Internet	239
a) Internetwerbung gegenüber Kindern und Jugendlichen	239
b) Unangemessen unsachlicher Einfluss	240
c) Online-Werbung mit Gewinnspiel	241
VII. Internetrechtliche Haftungsbeschränkungen	242
1. §§ 7 ff. TMG	242
2. Verantwortlichkeitsbegrenzende Zielsetzung	244
3. Schadensersatzhaftung nach dem TMG	244
a) § 7 Abs. 1 TMG – Haftung für eigene Inhalte	244
b) § 8 TMG – Zugangsvermittlung	246
c) § 9 TMG – Caching	248
d) § 10 TMG – Hosting	250
4. Störerhaftung – Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche nach dem TMG	253
5. Gegendarstellungs- und Widerrufsanspruch gegenüber Telemedienanbietern	256
a) Der Gegendarstellungsanspruch	256
b) Der Widerrufsanspruch	257
6. Sonderprobleme	258
a) Haftung für Hyperlinks	258
b) Haftung der Suchmaschinenbetreiber	261
c) Haftung der E-Mail-Diensteanbieter	263
d) Haftung der Pushdiensteanbieter	263
e) Haftung des admin-c	263
7. Haftung für user generated content	265
8. Ausschluss von Usern aus Internetforen	267
VIII. Rechtsfragen der Internationalität des Internet	269
1. Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte, Fremdenrecht	270
a) Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte	270
b) Fremdenrecht	272
c) Folge: Forum Shopping	272
d) Zuständigkeit der US-amerikanischen Gerichte	273
2. Die Grundsätze des IPR	274
a) Die Funktion des IPR	274
b) Vertragsrechtliches IPR	275
c) Außervertragliches IPR	275
3. Internationales Deliktsrecht im Internet	276
a) Urheberrecht	276

b) Markenrecht	277
c) Wettbewerbsrecht	279
d) Der Spill-over-Gedanke und seine Übertragung auf das Internet	280
4. Internationales Vertragsrecht	282
a) Rechtswahl	282
b) Das mangels Rechtswahl auf E-Commerce-Vereinbarungen anwendbare Recht	285
c) Verbraucherverträge	285
d) Eingriffsnormen, ordre public	286
 IX. Internet-Angebote und Datenschutzrecht	288
1. Datenschutzrechtliche Problemfelder	288
2. Anwendbare Rechtsvorschriften	291
a) Abgrenzung von Telekommunikation und Telemedien	293
b) Abgrenzung von Rundfunk und Telemedien	294
c) Anwendungsbeispiele	295
3. Grundsätzliche Vorgaben für den Umgang mit personenbezogenen Daten bei Internetangeboten	295
a) Der Begriff der personenbezogenen Daten	296
b) Verpflichtete	296
c) Grundregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten im Internet	297
d) Zulässigkeit der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personen- bezogener Daten	299
4. Gesetzliche Erlaubnistatbestände im TKG	300
5. Gesetzliche Erlaubnistatbestände im TMG	301
6. Einwilligung	303
7. Allgemeine Anbieterpflichten	304
8. Nutzerrechte	306
9. Sanktionen	306
10. Kontrolle	307
11. Datenübermittlung ins Ausland	307
12. Checkliste für Diensteanbieter	310
13. Stellungnahme	311
14. Neue Ansätze im Datenschutzrecht – insbesondere Datenschutz-Audits ...	311
15. Perspektiven des Datenschutzes	313
 <i>Stichwortverzeichnis</i>	<i>315</i>