

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	V
<i>Vorwort zur 1. Auflage</i>	VII
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XVIII
<i>Literaturhinweise</i>	XXIV
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	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 ..	12
3. Die Domain im Rechtsverkehr	15
a) Die Domain als Eigentumsposition	15
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	17
a) Kennzeichenmäßige Benutzung einer Marke durch Nutzung eines Domainnames	17
b) Die Benutzung einer Domain im geschäftlichen Verkehr	20
aa) Registrierung als Benutzungshandlung	20
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 Verwechslungsgefahr?	25

(2) Zeichenähnlichkeit – eine Neudefinition des Abstandsgebots? .	25
(3) Gattungsbezeichnungen als Domainname	27
(4) Bedeutung von Umlauten	27
(5) Aufeinandertreffen berechtigter Interessen	27
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 Gattungsbezeichnungen als Domain	36
c) Gefahr einer Irreführung des Verkehrs (§ 5 UWG)	40
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	44
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 Domäinkonflikten	50
a) ICANN-Schiedsverfahren	50
b) ADR-Verfahren für .eu-Domains	53
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	60

d) Der Zugang elektronischer Willenserklärungen	61
e) Der Vertragsschluss unter Abwesenden	66
f) Der Widerruf elektronischer Willenserklärungen	67
g) Die Anfechtung elektronischer Willenserklärungen	67
aa) Fehlendes Erklärungsbewusstsein	68
bb) Fehler bei der Willensbildung	69
cc) Fehler bei der Abgabe der Willenserklärung	69
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 Erklärungen und öffentliche Verwaltung	79
5. Die Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen	81
a) Ausdrücklicher Hinweis	82
b) Zumutbare Möglichkeit zur Kenntnisnahme	83
6. Verbraucherschutz im Internet	85
a) Anwendungsbereich, Entwicklung der Gesetzgebung	88
b) Informationspflichten	90
c) Musterwiderrufsbelehrung	92
d) Wertersatz	92
e) Versandkosten	93
f) Verbraucherkreditverträge	95
g) Informationspflichten nach der DL-InfoV	97
h) Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr	97
aa) Anwendungsbereich des § 312e BGB	98
bb) Der Pflichtenkatalog des § 312e Abs. 1 Nr. 1–4 BGB	98
cc) Zugangsfiktion des § 312e Abs. 1 Satz 2 BGB	99
dd) Rechtsfolgen einer Nichtbeachtung des Pflichtenkatalogs	100
7. Beweiswert digitaler Dokumente	100
8. Das Herkunftslandprinzip	101
9. b2c: Internet-Auktionen, eBay	106
a) Versteigerung im Sinne von § 34b GewO?	106
b) Vertragsschluss bei Online-Auktionen	108
c) Identität des Bieters, Vertretung	109
d) Sniper-Software	111
e) Anfechtung von Geboten	112

f) Widerrufsrecht	112
g) Gefahrübergang, Lieferung	117
h) eBay-Bewertungen	118
i) Exkurs: Marken- und Wettbewerbsrechtsverletzungen durch eBay-Angebote	119
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-Domains	144
bb) Website	145
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) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 1 UStG „Übertragung von Urheberrechten“ ..	152
bb) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 4 UStG „Datenverarbeitung“	153
cc) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 5 UStG „Informationsüberlassung“	153
dd) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 11 UStG „Telekommunikationsleistungen“ ..	153
ee) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 12 UStG „Rundfunk- und Fernsehdienst- leistungen“	154
ff) § 3a Abs. 4 Satz 2 Nr. 13 UStG „auf elektronischem Weg erbrachte sonstige Leistungen“	154
d) Leistungsort bei unternehmerischen Empfängern	155
e) Leistungsort bei nichtunternehmerischen Empfängern	156
f) Anwendbarkeit des ermäßigten Steuersatzes nach § 12 Abs. 2 UStG ...	157
aa) Buchverkauf	158
bb) Softwareverkauf	159

g) Besteuerungsverfahren	159
h) Vorsteuerabzug nach § 15 UStG	160
i) Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten	162
5. Steuerrechtliche Implikationen von virtuellen Marktplätzen und Online-Auktionen	162
a) Umsatzsteuerpflicht von Marktbetreibern	163
b) Umsatzsteuerpflicht von Nutzern	163
c) Einkommensteuerpflicht von Marktbetreibern	164
d) Einkommensteuerpflicht von Nutzern	164
6. Verfahrensrechtliche Probleme	165
a) Probleme der steuerlichen Kontrolle	165
b) Internetspezifische Lösungsansätze	166
c) Erweiterung der allgemeinen Kontrollbefugnisse der AO	167
d) Einsatz von Xpider	168
e) Ausblick	169
 V. Internet-Angebote und Urheberrecht	 170
1. Patentrechtlicher Schutz für Websites und ihre Komponenten?	171
2. Die Website als Werk i.S.d. § 2 UrhG	172
a) Kein Ideenschutz	172
b) Werkbegriff und Internet	172
c) Websites als Datenbankwerke – § 4 Abs. 2 UrhG	175
d) Die Website als Sammelwerk – § 4 Abs. 1 UrhG	177
e) Die Website als Multimediawerk – § 2 Abs. 1 UrhG	177
3. Leistungsschutzrechte und Internet	177
a) Schutz des Herstellers einer Datenbank	177
aa) Schutz von Webpages und Websites	178
bb) Schutz von Schlagzeilen- und Hyperlinksammlungen	182
cc) Der Datenbankhersteller	182
b) Schutz des Lichtbildners	183
c) Schutz des ausübenden Künstlers	183
d) Schutz des Herstellers eines Tonträgers – §§ 85 ff. UrhG	183
4. Die Rechte des Urhebers	184
a) Urheberpersönlichkeitsrechte	185
b) Vervielfältigungsrecht	186
c) Recht der öffentlichen Zugänglichmachung	187
d) Bearbeitungsrecht	188
5. Urheberrechtsrelevante Verletzungshandlungen im Internet	189
a) Uploading	189
b) Downloading	189
c) Bereithalten zum Abruf	189

d) Browsing	189
e) Sichtbarmachen auf dem Bildschirm	190
f) Sonderproblem: Hyperlink	190
aa) Surface Links	192
bb) Deep Links	192
cc) Inline Links	193
dd) Frames	193
ee) Extended Links und Smart Tags	194
6. Die Einräumung von Lizenzen – §§ 31 ff. UrhG	194
7. Einschränkungen des Urheberrechts	195
a) Zitatrecht – § 51 UrhG	195
b) Vervielfältigung zum privaten Gebrauch – § 53 UrhG	197
c) Sonderproblem: Elektronische Werkarchive	199
d) Cloud-Computing	201
8. Filesharing, Internet-Tauschbörsen	202
a) Die mp3-Tauschbörsen Napster und Gnutella	202
b) Urheberrechtliche Beurteilung des Filesharing nach deutschem Recht ..	204
aa) Komprimierung der Dateien	204
bb) Ins Netz stellen	205
cc) Haftung von p2p-Tauschbörsenbetreibern	205
dd) Haftung des downloadenden Users	207
ee) Anspruch auf Besichtigung der Filesharing-Software gem. § 101a UrhG	208
c) Auskunftspflicht von Internet Service Providern	209
d) Urheber in Arbeits- und Dienstverhältnissen	212
9. Screen Scraping	212
 VI. Internet-Angebote und Wettbewerbsrecht	 214
1. Anwendbarkeit des UWG	214
a) Geschäftliches Handeln	214
b) Wettbewerbshandlung	215
c) Aktivlegitimation	217
d) Passivlegitimation	219
e) Wettbewerbsrechtliche Sanktion des Verstoßes gegen außerwett- bewerbsrechtliche Vorschriften	220
2. Impressumspflicht für Websites gem. § 5 TMG, § 55 RStV	221
a) § 5 TMG	221
b) § 55 Abs. 1 RStV	222
c) § 55 Abs. 2 RStV	222
d) Gestaltung des Impressums	223
e) Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG	223
3. Unverlangte Werbung per E-Mail (Spaming)	224

4. Standesrecht im Internet	228
5. Heil- und Arzneimittel im Internet	230
a) Internetauftritte von Apotheken	230
b) Zulässigkeit von Internet-Apotheken	231
c) Heilmittel im Internet	233
6. Arztwerbung im Internet	235
7. Immaterialgüterrechtliche und wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Links	236
a) Hyperlinks	236
b) Deep Links	238
c) Inline-Linking; Frames	239
d) Metatags	239
e) Adwords	241
8. Allgemeines Wettbewerbsrecht im Internet	244
a) Internetwerbung gegenüber Kindern und Jugendlichen	244
b) Unangemessen unsachlicher Einfluss	245
c) Online-Werbung mit Gewinnspiel	246
 VII. Internetrechtliche Haftungsbeschränkungen	 248
1. §§ 7 ff. TMG	248
2. Verantwortlichkeitsbegrenzende Zielsetzung	250
3. Schadensersatzhaftung nach dem TMG	250
a) § 7 Abs. 1 TMG – Haftung für eigene Inhalte	250
b) § 8 TMG – Zugangsvermittlung	252
c) § 9 TMG – Caching	254
d) § 10 TMG – Hosting	256
4. Störerhaftung – Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche nach dem TMG	259
5. Gegendarstellungs- und Widerrufsanspruch gegenüber Telemedienanbietern	263
a) Der Gegendarstellungsanspruch	263
b) Der Widerrufsanspruch	264
6. Sonderprobleme	265
a) Haftung für Hyperlinks	265
b) Haftung der Suchmaschinenbetreiber	268
c) Haftung der E-Mail-Diensteanbieter	269
d) Haftung der Pushdiensteanbieter	270
e) Haftung des admin-c	270
7. Haftung für user generated content	272
8. Ausschluss von Usern aus Internetforen	275

VIII. Rechtsfragen der Internationalität des Internet	277
1. Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte, Fremdenrecht	278
a) Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte	278
b) Fremdenrecht	280
c) Folge: Forum Shopping	280
d) Zuständigkeit der US-amerikanischen Gerichte	281
2. Die Grundsätze des IPR	282
a) Die Funktion des IPR	282
b) Vertragsrechtliches IPR	283
c) Außervertragliches IPR	283
3. Internationales Deliktsrecht im Internet	284
a) Urheberrecht	284
b) Markenrecht	286
c) Wettbewerbsrecht	287
d) Der Spill-over-Gedanke und seine Übertragung auf das Internet	288
4. Internationales Vertragsrecht	290
a) Rechtswahl	290
b) Das mangels Rechtswahl auf E-Commerce-Vereinbarungen anwendbare Recht	292
c) Verbraucherverträge	293
d) Eingriffsnormen, ordre public	294
IX. Internet-Angebote und Datenschutzrecht	296
1. Datenschutzrechtliche Problemfelder	296
2. Anwendbare Rechtsvorschriften	299
a) Abgrenzung von Telekommunikation und Telemedien	301
b) Abgrenzung von Rundfunk und Telemedien	303
c) Anwendungsbeispiele	303
3. Grundsätzliche Vorgaben für den Umgang mit personenbezogenen Daten bei Internetangeboten	304
a) Der Begriff der personenbezogenen Daten	304
b) Verpflichtete	305
c) Grundregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten im Internet	306
d) Zulässigkeit der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten	308
4. Gesetzliche Erlaubnistatbestände im TKG	309
5. Gesetzliche Erlaubnistatbestände im TMG	310
6. Einwilligung	311

7. Allgemeine Anbieterpflichten	313
8. Nutzerrechte	314
9. Sanktionen	315
10. Kontrolle	316
11. Datenübermittlung ins Ausland	316
12. Checkliste für Diensteanbieter	319
13. Stellungnahme	320
14. Neue Ansätze im Datenschutzrecht – insbesondere Datenschutz-Audits	320
15. Perspektiven des Datenschutzes	322
a) Geodatendienste	323
b) Cloud Computing	323
<i>Stichwortverzeichnis</i>	329