

Inhaltsverzeichnis

<i>Vorwort</i>	V
<i>Vorwort zur ersten Auflage</i>	VI
<i>Abkürzungsverzeichnis</i>	XV
<i>Literaturhinweise</i>	XX

I. Das Internet – eine Einführung

1

1. Wirtschaftliche Bedeutung des Internet	1
2. Historische Entwicklung, Struktur des Internet	2
3. Grundbegriffe der Online-Kommunikation	3

II. Der Schutz von Domainnames

5

1. Technische Erläuterung, Aufbau einer URL	7
2. Entwicklung der Domainvergabe	8
3. Perspektiven der Domainvergabe	11
a) Legitimation der Registrierungsstellen/ICANN	11
b) Einrichtung einer neuen TLD – „.eu“	12
4. Die Vergabe von Second Level Domains	13
5. Die Domain im Rechtsverkehr	16
a) Die Domain als Eigentumsposition	16
b) Die Pfändbarkeit von Domains	17
6. Überblick über die in Domainstreitigkeiten anwendbaren Rechtsnormen	18
7. IZPR, Fremdenrecht, IPR	18
a) Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte	18
b) Das anwendbare Recht	21
aa) Markenrecht	21
bb) Namensrecht	23
cc) Wettbewerbsrecht	23
8. Kennzeichenrechtliche Ansprüche gegen die Benutzung einer Domain – §§ 14, 15 MarkenG	23
a) Kennzeichenmäßige Benutzung einer Marke durch Nutzung eines Domainnames	23
b) Die Benutzung einer Domain im geschäftlichen Verkehr/marken- mäßige Benutzung	26
c) Verwechslungsgefahr	29

Inhaltsverzeichnis

aa) Waren- und Dienstleistungsnahe	29
bb) Zeichenidentität oder -ähnlichkeit	31
(1) Relevanz der TLD für die Zeichenidentität – Rechtsfolgenbegrenzung?	31
(2) „Recht der Gleichnamigen“ bei Zeichenidentität, § 23 MarkenG	33
(3) Gattungsbezeichnung als Werktitel contra identischer Domainname	34
(4) Zeichenähnlichkeit – eine Neudefinition des Abstandsgebots?	35
cc) Fehlende Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit – Der Schutz bekannter/berühmter Marken gegen Domains	37
9. Namensschutz gegen Domainnames gem. § 12 BGB	37
10. Schutz aus einer geographischen Herkunftsangabe gegen die Domain?	41
11. Wettbewerbsrechtlicher Schutz gegen Domainnames gem. §§ 3, 4 Nr. 10 UWG	42
a) Domain-Grabbing	42
b) Sittenwidriges Umleiten von Kundenströmen durch Gattungsbezeichnungen als Domain	44
c) Gefahr einer Irreführung des Verkehrs	48
12. Der kennzeichenrechtliche Schutz von Domainnames	49
a) Rechtsnatur der Domainnames	50
b) Der Kennzeichenschutz der Domainnames	51
aa) Markenschutz	51
bb) Schutz als geschäftliche Bezeichnung	51
cc) Titelschutz	53
13. Rechtsfolgen	54
a) Passivlegitimation	54
b) Ansprüche	54
aa) Unterlassungsanspruch	54
bb) Beseitigungsanspruch	56
cc) Schadensersatzanspruch	57
dd) Auskunftsanspruch	57
ee) Anspruch auf Übertragung einer Domain?	57
14. Schiedsgerichtliche Streitbeilegung nach der Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy	60
15. Die Verantwortlichkeit der DENIC	64
III. Electronic Commerce	67
1. Arten des Electronic Commerce	68
a) Offline-Geschäfte	68
b) Online-Geschäfte	68
2. Vertragsschluss im Internet	69
a) Die elektronische Willenserklärung	69

b)	Identifikation des Erklärenden	70
c)	Das Angebot	70
d)	Der Zugang elektronischer Willenserklärungen	71
e)	Der Vertragsschluss unter Abwesenden	76
f)	Der Widerruf elektronischer Willenserklärungen	77
g)	Die Anfechtung elektronischer Willenserklärungen	77
aa)	Fehlendes Erklärungsbewusstsein	78
bb)	Fehler bei der Willensbildung	79
cc)	Fehler bei der Abgabe der Willenserklärung	79
dd)	Fortwirkung eines Irrtums auf die Willenserklärung	80
3.	Die Form der Rechtsgeschäfte im Internet – Einsatz der elektronischen Signatur	80
a)	Die elektronische Form gem. §§ 126 Abs. 3, 126a BGB	81
aa)	Funktionsweise der elektronischen Signatur	81
bb)	Die Zertifizierungsstellen	83
cc)	Anwendungsbereich der elektronischen Signatur	85
dd)	Zurechnung bei Missbrauch der Signatur	86
	(1) Wissensliche Überlassung der Signaturdaten	87
	(2) Unfreiwilliger Verlust von Signaturdaten	88
b)	Die Textform gem. § 126b BGB	89
4.	Die Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen	89
a)	Ausdrücklicher Hinweis	90
b)	Zumutbare Möglichkeit zur Kenntnisnahme	92
5.	Verbraucherschutz im Internet	93
a)	Haustürgeschäfte	93
b)	Fernabsatzrecht, §§ 312b ff. BGB	94
c)	Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr	104
aa)	Anwendungsbereich des § 312e BGB	104
bb)	Der Pflichtenkatalog des § 312e Abs. 1 Nr. 1 bis 4 BGB	105
cc)	Zugangsfiktion des § 312e Abs. 1 Satz 2 BGB	105
dd)	Rechtsfolgen einer Nichtbeachtung des Pflichtenkatalogs	106
d)	Verbraucherkreditverträge	106
6.	Beweiswert digitaler Dokumente	108
7.	Das Herkunftslandprinzip	109
8.	b2c – Internet-Auktionen, ebay	113
a)	Versteigerung im Sinne von § 34b GewO?	113
b)	Vertragsschluss bei Online-Auktionen	115
c)	Identität des Bieters, Vertretung	117
d)	Sniper-Software	118
e)	Anfechtung von Geboten	119
f)	Widerrufsrecht	119
g)	Gefahrübergang, Lieferung	121
h)	ebay-Bewertungen	122
i)	Exkurs: Marken- und Wettbewerbsrechtsverletzungen durch ebay-Angebote	123

9. Powershopping	125
10. b2b: Internet-Marktplätze	126
IV. Steuerrechtliche Fragen des Electronic Commerce	129
1. Einleitung – die Reaktion der Finanzverwaltung	129
a) Phase der Nichtzurkenntnisnahme	129
b) Phase hektischer Betriebsamkeit	129
c) Status quo	131
2. Steuerrechtliche Problemfelder	132
3. Einkommensteuer	133
a) Einkunftsartermittlung	134
b) Abgabenrechtliche Beurteilung grenzüberschreitender Online- Geschäfte – Betriebsstättenbegründung im Internet i.S.d. § 12 AO . .	139
c) Abkommensrechtliche Beurteilung grenzüberschreitender Online-Geschäfte	142
aa) Betriebsstättenbegründung im Internet i.S.d. Art. 5 OECD-MA	143
bb) Ständiger Vertreter i.S.d. Art. 5 Abs. 5 OECD-MA	148
d) Gewinnabgrenzung zwischen Unternehmen und Betriebsstätte	149
e) Bilanzierung von Websites und Internet-Domains	150
aa) Internet-Domain	151
bb) Websites	151
f) Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten	152
4. Umsatzsteuer	154
a) Die Steuerbarkeit von Umsätzen im Electronic Commerce	155
b) Abgrenzung Lieferung – sonstige Leistung	155
c) Art der sonstigen Leistung	158
aa) § 3a Abs. 4 Nr. 1 UStG „Übertragung von Urheberrechten“	159
bb) § 3a Abs. 4 Nr. 4 UStG „Datenverarbeitung“	159
cc) § 3a Abs. 4 Nr. 5 UStG „Informationsüberlassung“	160
dd) § 3a Abs. 4 Nr. 12 UStG „Telekommunikationsleistungen“	160
ee) § 3a Abs. 4 Nr. 13 UStG „Rundfunk- und Fernsehdienst- leistungen“	161
ff) § 3a Abs. 4 Nr. 14 UStG „auf elektronischem Weg erbrachte sonstigeLeistungen“	161
d) Leistungsort bei unternehmerischen Empfängern	162
e) Leistungsort bei nichtunternehmerischen Empfängern	163
f) Anwendbarkeit des ermäßigten Steuersatzes nach § 12 Abs. 2 UStG	164
aa) Buchverkauf	164
bb) Softwareverkauf	166
g) Besteuerungsverfahren	166
h) Vorsteuerabzug nach § 15 UStG	167
i) Steuerliche Gestaltungsmöglichkeiten	168
5. Steuerrechtliche Implikationen von virtuellen Marktplätzen und Online-Auktionen	169

a)	Umsatzsteuerpflicht von Marktbetreibern	169
b)	Umsatzsteuerpflicht von Nutzern	170
c)	Einkommensteuerpflicht von Marktbetreibern	171
d)	Einkommensteuerpflicht von Nutzern	171
6.	Verfahrensrechtliche Probleme	171
a)	Probleme der steuerlichen Kontrolle	171
b)	Internetspezifische Lösungsansätze	173
c)	Erweiterung der allgemeinen Kontrollbefugnisse der AO	174
d)	Einsatz von Xpider	175
e)	Ausblick	175
V.	Internet-Angebote und Urheberrecht	176
1.	Vorab: Kein patentrechtlicher Schutz für Websites	177
2.	Die Website als Werk i.S.d. § 2 UrhG	177
a)	Kein Ideenschutz	177
b)	Werkbegriff und Internet	178
c)	Websites als Datenbankwerke – § 4 Abs. 2 UrhG	181
d)	Die Website als Sammelwerk – § 4 Abs. 1 UrhG	183
e)	Die Website als Multimediawerk – § 2 Abs. 1 UrhG	183
3.	Leistungsschutzrechte und Internet	183
a)	Schutz des Herstellers einer Datenbank	183
aa)	Schutz von Webpages und Websites	184
bb)	Schutz von Schlagzeilen- und Hyperlinksammlungen	187
cc)	Der Datenbankhersteller	188
b)	Schutz des Lichtbildners	188
c)	Schutz des ausübenden Künstlers	188
d)	Schutz des Herstellers eines Tonträgers – §§ 85 ff. UrhG	189
4.	Die Rechte des Urhebers	189
a)	Urheberpersönlichkeitsrechte	190
b)	Vervielfältigungsrecht	190
c)	Recht der öffentlichen Zugänglichmachung	192
d)	Bearbeitungsrecht	194
5.	Urheberrechtsrelevante Verletzungshandlungen im Internet	194
a)	Uploading	194
b)	Downloading	194
c)	Bereithalten zum Abruf	195
d)	Browsing	195
e)	Sichtbarmachen auf dem Bildschirm	195
f)	Sonderproblem: Hyperlink	195
aa)	Surface Links	197
bb)	Deep Links	197
cc)	Inline Links	198
dd)	Frames	198
ee)	Extended Links und Smart Tags	199
6.	Die Einräumung von Lizenzen – §§ 31 ff. UrhG	200

7. Einschränkungen des Urheberrechts	201
a) Zitatrecht – § 51 UrhG	201
b) Vervielfältigung zum privaten Gebrauch – § 53 UrhG	202
c) Sonderproblem: Elektronische Werkarchive	204
d) Sonderproblem: Webwasher	205
8. Filesharing, Internet-Tauschbörsen	207
a) Die mp3-Tauschbörsen Napster und Gnutella	207
b) Urheberrechtliche Beurteilung des Filesharing	211
aa) Haftung von Betreibern zentraler p2p-Börsen – am Beispiel Napster, Inc.	212
bb) Haftung von Betreibern dezentraler p2p-Börsen – am Beispiel Gnutella	214
c) Die Berufung auf Schranken nach §§ 52, 53 UrhG	215
d) Auskunftspflicht von Internet Service Providern	216
e) Urheber in Arbeits- und Dienstverhältnissen	218
VI. Internet-Angebote und Wettbewerbsrecht	220
1. Anwendbarkeit des UWG	220
a) Geschäftliches Handeln	220
b) Wettbewerbshandlung	221
c) Aktivlegitimation	222
d) Passivlegitimation	224
e) Wettbewerbsrechtliche Sanktion des Verstoßes gegen außerwett- bewerbsrechtliche Vorschriften	227
2. Regeln des TDG und des MDStV	228
3. Unverlangte Werbung per E-mail (Spaming)	228
4. Standesrecht im Internet	232
5. Heil- und Arzneimittel im Internet	236
a) Internetauftritte von Apotheken	236
b) Zulässigkeit von Internet-Apotheken	236
c) Heilmittel im Internet	239
6. Arztwerbung im Internet	241
7. Immaterialgüterrechtliche und wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Links	242
a) Hyperlinks	243
b) Deep Links	244
c) Inline-Linking; Frames	245
d) Metatags	246
8. Allgemeines Wettbewerbsrecht im Internet	248
a) Internetwerbung für Kinder und Jugendliche	248
b) Unangemessen unsachlicher Einfluss	249
9. Jugendschutz im Internet	250

VII. Internetrechtliche Haftungsbeschränkungen	251
1. §§ 8 ff. TDG, § 6 ff. MDStV	251
2. Verantwortlichkeitsbegrenzende Zielsetzung	252
3. Schadensersatzhaftung nach dem TDG	254
a) § 8 Abs. 1 TDG – Haftung für eigene Inhalte	254
b) § 9 TDG – Zugangsvermittlung	256
c) § 10 TDG – Caching	258
d) § 11 TDG – Hosting	260
4. Störerhaftung – Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche nach dem TDG	263
5. Gegendarstellungs- und Widerrufsanspruch gegenüber Teledienste- anbietern	265
a) Der Gegendarstellungsanspruch	265
b) Der Widerrufsanspruch	266
6. Sonderprobleme	267
a) Haftung für Hyperlinks	267
b) Haftung der Suchmaschinenbetreiber	271
c) Haftung der E-Mail-Diensteanbieter	272
d) Haftung der Pushdiensteanbieter	272
VIII. Rechtsfragen der Internationalität des Internet	274
1. Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte, Fremdenrecht	275
a) Internationale Zuständigkeit der deutschen Gerichte	275
b) Fremdenrecht	276
c) Folge: Forum Shopping	277
d) Zuständigkeit der US-amerikanischen Gerichte	277
2. Die Grundsätze des IPR	279
a) Die Funktion des IPR	279
b) Vertragsrechtliches IPR	279
c) Außervertragliches IPR	280
3. Internationales Deliktsrecht im Internet	280
a) Urheberrecht	280
b) Markenrecht	282
c) Wettbewerbsrecht	283
d) Der Spill-over-Gedanke und seine Übertragung auf das Internet	285
4. Internationales Vertragsrecht	287
a) Rechtswahl	287
b) Das mangels Rechtswahl auf E-Commerce-Vereinbarungen anwendbare Recht	289
c) Verbraucherverträge	290
d) Eingriffsnormen, ordre public	291

IX. Internet-Angebote und Datenschutzrecht	293
1. Datenschutzrechtliche Problemfelder	293
2. Anwendbare Rechtsvorschriften	296
3. Vorgaben für den Umgang mit personenbezogenen Daten	297
a) Der Begriff der personenbezogenen Daten	297
b) Grundregeln für den Umgang mit personenbezogenen Daten im Internet	298
c) Zulässigkeit der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten	299
d) Gesetzliche Erlaubnistatbestände	299
aa) Datenschutz im TKG	300
bb) Datenschutz in TDDSG und MDStV	301
(1) Abgrenzung von TDDSG und MDStV	301
(2) Datenschutz bei Telediensten	304
(3) Datenschutz bei Mediendiensten	305
e) Einwilligung	306
f) Weitere Anbieterpflichten	308
g) Nutzerrechte	309
h) Systemdatenschutz	310
i) Sanktionen	310
j) Kontrolle	311
4. Datenübermittlung ins Ausland	311
5. Checkliste für Diensteanbieter	313
6. Stellungnahme	314
7. Neue Ansätze im Datenschutzrecht – insbesondere Datenschutz-Audits ..	314
8. Perspektiven des Datenschutzes	316
 <i>Stichwortregister</i>	 319