

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
<b>Auf einen Blick .....</b>	<b>13</b>

## Teil 1

### Grundlagen zum elektronischen / digitalen Geschäftsverkehr

<b>1. Entwicklung des elektronischen Handels .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1. Marktentwicklung .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2. Marktsituation heute .....</b>	<b>17</b>
1.2.1. E-Commerce .....	18
1.2.2. E-Business .....	18
<b>1.3. Begriff des „elektronischen Geschäftsverkehrs“ .....</b>	<b>20</b>
1.3.1. Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr .....	20
1.3.2. Telemedien .....	21
1.3.3. Aktuelle Neuregelungen von 1.10.2021 bis 1.7.2022 .....	21
1.3.4. Konsequenzen für Unternehmen .....	22
1.3.4.1. Bußgeldandrohung .....	22
1.3.4.2. Anpassung der Unternehmens-AGB notwendig .....	22
1.3.4.3. Ausweitung des Verbraucherschutzes .....	23
1.3.4.4. Bezahlung mit Daten .....	23
1.3.4.5. Waren und digitale Produkte .....	23

## Teil 2

### Vorüberlegungen zum elektronischen / digitalen Geschäftsverkehr

<b>2. Das für digitale Geschäftsabschlüsse geltende Recht .....</b>	<b>24</b>
<b>2.1. Digitale Handelsgeschäfte innerhalb Deutschlands .....</b>	<b>24</b>
2.1.1. B2B-Geschäfte .....	24
2.1.2. B2C-Geschäfte .....	24
<b>2.2. Internationale digitale Handelsgeschäfte .....</b>	<b>25</b>
2.2.1. B2B-Geschäfte .....	25
2.2.1.1. CISG .....	26
2.2.1.2. ROM I-VO .....	31
2.2.1.3. Bedeutung des Gerichtsstands .....	31
2.2.1.4. Vorrang von „Eingriffsnormen“ .....	32

2.2.2. B2C-Geschäfte .....	33
2.2.2.1. CISG .....	33
2.2.2.2. ROM I-VO .....	35
<b>2.3. Verwendung von Regelwerken, Mustern, Richtlinien .....</b>	<b>36</b>
2.3.1. ICC .....	36
2.3.1.1. Nutzung des ICC-Musterkaufvertrags im digitalen Unternehmensgeschäft ...	38
2.3.1.2. Nutzung des ICC-Musters Allgemeine Online B2C Lieferbedingungen .....	39
2.3.1.3. Nutzung der Einheitlichen Richtlinien der ICC für digitale Handelstransaktionen .....	40
2.3.2. UNCITRAL-Modellgesetze .....	42
<b>3. Werbeauftritt im Internet .....</b>	<b>42</b>
<b>3.1. Das geltende Recht .....</b>	<b>43</b>
3.1.1. Außervertragliches Schuldverhältnis .....	44
3.1.2. Anwendungsbereich der ROM II-VO .....	44
3.1.3. Freie Rechtswahl .....	44
3.1.4. Ausschluss der Rechtswahl im Wettbewerbsrecht .....	45
<b>3.2. Beachtung wettbewerbsrechtlicher Umstände .....</b>	<b>45</b>
3.2.1. Wesentlicher Inhalt der Neuregelungen .....	47
3.2.1.1. Online-Marktplätze, Ranking und Verbraucherbewertungen .....	47
3.2.1.2. Verbot der Vermarktung wesentlich unterschiedlicher Waren als identisch ...	48
3.2.2. Individuelle Rechtsbehelfe .....	48
3.2.3. Sanktionen .....	49
<b>4. Anforderungen, die an die Website gestellt werden .....</b>	<b>51</b>
4.1. Angaben auf der Homepage .....	52
4.2. Vorabinformationen für den Verbraucher .....	52
4.3. Vorabinformationen zum Kaufvertrag .....	53
4.4. Preisangaben .....	56
4.4.1. Zusatzkosten .....	57
4.4.2. Zahlungsweg .....	58
4.4.3. Gebühren .....	58
4.5. Geoblocking .....	58
4.5.1. Begriff .....	59
4.5.2. Zielsetzung der Verordnung .....	59
4.5.3. Untersagtes Geoblocking .....	60
4.5.4. Ausnahmen .....	61
4.5.5. Versand von Waren .....	62
4.5.6. Grenzüberschreitende Lieferung .....	62
4.5.6.1. Vorvertragliche Informationen .....	62
4.5.6.2. Widerrufsrecht .....	62

4.5.6.3. Garantien .....	62
4.5.6.4. Unterschiedliche Konditionen für Kundengruppen .....	63
<b>4.6. Sonderangebote .....</b>	<b>64</b>
<b>4.7. Lieferbeschränkungen .....</b>	<b>64</b>
<b>4.8. AGB .....</b>	<b>64</b>
4.8.1. Kriterien einer wirksamen AGB-Einbeziehung .....	64
4.8.2. Besonderheit einander widersprechender AGB .....	65
<b>4.9. Rücktrittsrecht .....</b>	<b>65</b>
4.9.1. Grundsätzliches .....	65
4.9.2. Umsetzung im BGB .....	66
4.9.3. Keine Nachfristsetzung .....	67
<b>4.10. Widerrufsrecht .....</b>	<b>67</b>
<b>4.11. Bestellvorgang .....</b>	<b>69</b>
<b>4.12. Hinweise zur Streitbeilegung (ODR-ADR) .....</b>	<b>71</b>
<b>4.13. Datenschutzbestimmungen .....</b>	<b>73</b>
4.13.1. Umfang erhobener und verarbeiteter Daten .....	73
4.13.2. Cookies .....	74
4.13.3. Informationspflicht des Onlinehändlers bei Erhebung von personenbezogenen Daten .....	75
4.13.4. Zustimmungserfordernis .....	76
4.13.5. Einwilligung des Kunden .....	76

### Teil 3

## Digitaler Geschäftsabschluss

<b>5. Rechtssicheres Vorgehen im digitalen Unternehmensgeschäft .....</b>	<b>81</b>
<b>5.1. Erklärungen im digitalen Geschäft .....</b>	<b>85</b>
5.1.1. Übermittlung von Willenserklärungen im Internet .....	86
5.1.2. Vorüberlegungen zum Vertragsschluss .....	87
5.1.2.1. E-Mail .....	87
5.1.2.2. Bestellplattform .....	87
5.1.2.3. Die Abgabe einer geschäftlichen Erklärung .....	90
5.1.2.4. Nicht gewollte Erklärung / Bestellkorrektur .....	90
<b>5.2. Digitaler Geschäftsabschluss .....</b>	<b>91</b>
5.2.1. Vorbereitung des Vertragsschlusses .....	92
5.2.1.1. Website .....	92
5.2.1.2. Vorsicht im B2C-Geschäft .....	92
5.2.1.3. Abgabe der Bestellung .....	93

5.2.1.4. Zugang einer geschäftlichen Erklärung .....	93
5.2.1.5. Die Annahme .....	95
5.2.2. Praxisfragen zum Geschäftsabschluss .....	97
5.2.2.1. Automatisierte Bestellsysteme .....	97
5.2.2.2. Internetauktionen .....	98
5.2.2.3. Option „sofort kaufen“ .....	99
5.2.3. Möglichkeiten zur Vertragsauflösung .....	99
5.2.3.1. Inhalts- und Erklärungsirrtum .....	101
5.2.3.2. Irrtum über wesentliche Eigenschaften .....	101
5.2.3.3. Kalkulationsirrtum .....	102
5.2.3.4. Übermittlungsfehler .....	103
5.2.3.5. Anfechtungsfrist und -erklärung .....	103
5.2.4. Formvorschriften .....	104
5.2.4.1. Schriftform .....	105
5.2.4.2. Elektronische Form .....	106
5.2.4.3. Elektronische Signatur .....	106
5.2.4.4. Neue „Button“-Pflicht .....	108
5.2.5. Regelung des Risikoübergangs im elektronischen Geschäftsverkehr .....	110
5.2.5.1. Risikoübergang auf den Käufer (B2B) .....	111
5.2.5.2. Risikoübergang auf den Käufer (B2C) .....	111
5.2.5.3. Prüfung der Ware .....	112
<b>5.3. Anforderungen an Allgemeine Geschäftsbedingungen .....</b>	<b>112</b>
5.3.1. Allgemeine Geschäftsbedingungen .....	112
5.3.2. Wirksame Einbeziehung im digitalen Geschäft .....	114
5.3.2.1. Ausdrücklicher Hinweis .....	114
5.3.2.2. Möglichkeit zur Kenntnisnahme .....	115
5.3.3. Inhalt der AGB .....	115
5.3.4. Prüfung der Gültigkeit einer AGB-Klausel .....	116
5.3.4.1. Gesetzliche Inhaltskontrolle .....	116
5.3.4.2. Inhaltskontrolle nach § 307 BGB (B2B und B2C) .....	117
5.3.4.3. Inhaltskontrolle nach § 308 BGB (B2C) .....	117
5.3.4.4. Inhaltskontrolle nach § 309 BGB (B2C) .....	118
5.3.5. Neue gesetzliche Regelungen .....	118
<b>6. Besondere Unternehmerpflichten im Fernabsatz (B2C) .....</b>	<b>120</b>
<b>6.1. Pflichten des Unternehmers aus dem Fernabsatzrecht .....</b>	<b>121</b>
6.1.1. Anwendung des Fernabsatzrechts .....	121
6.1.2. Unternehmer .....	122
6.1.3. Verbraucher .....	123
6.1.4. Ablehnung des B2C-Geschäfts .....	124
6.1.5. Kommunikation im Fernabsatz .....	125

<b>6.2. Informationspflichten im Rahmen des Fernabsatzvertrages</b> .....	125
6.2.1. Inhalte der Informationspflichten des Unternehmers .....	125
6.2.2. Informationspflicht zum Widerrufsrecht .....	126
6.2.3. Ausübung des Widerrufsrechts .....	126
6.2.4. Folgen des Widerrufs .....	129
6.2.5. Verstoß gegen Informationspflichten .....	130
<b>6.3. Verstoß und Abmahnung</b> .....	131
6.3.1. Unlauterer Wettbewerb .....	131
6.3.2. Unterlassungsklage .....	132
6.3.3. Verbandsklage / Sammelklage .....	132
<b>7. Unternehmerpflichten im elektronischen Geschäftsverkehr (B2B und B2C)</b> .....	133
7.1. Übersicht über die Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr .....	133
7.2. Elektronischer Geschäftsverkehr .....	135
7.3. Wichtige Unternehmerpflichten .....	136
7.3.1. Eingabefehler .....	136
7.3.2. Weitere Informationspflichten .....	137
7.3.3. Zusätzliche Pflichten gegenüber Verbrauchern (B2C) .....	139
7.4. Die Bestellung .....	139
7.5. Folgen einer Pflichtverletzung bei § 312i BGB .....	140
7.6. Folgen einer Pflichtverletzung bei § 312j BGB .....	141
<b>8. Neue Gesetzesregeln 2022 mit Auswirkung auf das digitale Geschäft</b> .....	142
8.1. Grundlegende Vorgaben .....	142
8.1.1. Richtlinie (EU) 2019/771 .....	142
8.1.2. Richtlinie (EU) 2019/770 .....	143
8.1.3. Deutsche Gesetzesinitiative .....	143
8.2. Umsetzung der Strategie für einen digitalen Binnenmarkt .....	143
8.2.1. Zielsetzung .....	143
8.2.2. Wesentliche Neuerungen .....	144
8.2.3. Grundlagen für die Neuerungen .....	146
8.3. Neues zum „Sachmangel“ .....	147
8.4. Ausdehnung der Beweislastumkehr .....	148
8.5. Neue Aktualisierungspflicht des Verkäufers .....	148
<b>9. Hilfsmittel für das digitale Unternehmensgeschäft</b> .....	149
9.1. ICC Model Online B2C General Conditions of Sale .....	151
9.2. ICC-Musterkaufvertrag 2020 .....	155

## Anhang

<b>Wichtige Texte zum elektronischen / digitalen Geschäftsverkehr ...</b>	<b>161</b>
Informationspflichten des Unternehmers nach Art. 246a EGBGB, Anhang 1 .....	161
Informationspflichten des Unternehmers nach Art. 246a EGBGB, Anhang 2 .....	163
<b>Pflichten des Onlinehändlers gegenüber einem Verbraucher nach Art. 246a EGBGB (in der ab 28.5.2022 geltenden Fassung) .....</b>	<b>164</b>
<b>Verletzung von Verbraucherinteressen und Sanktionen .....</b>	<b>167</b>
Art. 246e EGBGB Verbotene Verletzung von Verbraucherinteressen und Bußgeldvorschriften .....	167
VERORDNUNG (EU) 2017/2394 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES vom 12. Dezember 2017 über die Zusammenarbeit zwischen den für die Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze zuständigen nationalen Behörden und zur Aufhebung der Verordnung (EG) Nr. 2006/200, gültig seit 17.1.2020 (Auszug) .....	170
<b>Glossar zum elektronischen / digitalen Geschäftsverkehr .....</b>	<b>172</b>
Stichwortverzeichnis .....	181