

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XXVII
-----------------------------	-------

1. Teil: Einleitung.....	1
---------------------------------	----------

A. Einleitung und Problemstellung.....	1
B. Entwicklung des europäischen Verbraucherrechts.....	9
C. Gegenstand der Untersuchung: Die Effektivität des deutschen Verbraucherschutzrechts am Beispiel von Abonnement- bzw. Vertragsfallen im Internet	14
D. Gang der Untersuchung	17

2. Teil: Vertragsabschluss über das Internet.....	21
--	-----------

A. Einleitung.....	21
B. Willenserklärung.....	21
I. Definition der Willenserklärung und ihre Tatbestandsvor- aussetzungen im Falle elektronischer Willenserklärungen.....	22
1. Objektiver Tatbestand	23
a) Kundgabe eines Rechtsfolgewillens.....	24
aa) Ausdrückliche Willenserklärung	26
bb) Konkludente Willenserklärung.....	28
b) Elektronische Willenserklärungen – Auf einem menschlichen Willen beruhende Erklärungen?	31

2. Subjektiver Tatbestand.....	34
a) Handlungswille	35
b) Erklärungsbewusstsein (Rechtsbindungswille)	37
aa) Fehlendes Erklärungsbewusstsein	38
bb) Rechtsfolgen bei fehlendem Erklärungsbewusstsein.....	39
aaa) Meinungsstand	41
bbb) Selbstbestimmung oder Vertrauensschutz – der zugrundeliegende Theorienstreit	45
ccc) Überzeugende Meinung	48
ddd) Zurechnung im Zusammenhang mit Abonnement- bzw. Vertragsfallen.....	52
c) Geschäftswille	55
II. Wirksamwerden elektronischer Willenserklärungen.....	56
1. Abgabe von Willenserklärungen über das Internet	57
a) Abgabe im Text einer E-Mail.....	58
b) Abgabe auf einer bzw. an eine Internetseite	59
2. Zugang von Willenserklärungen über das Internet.....	61
a) Erklärung unter Anwesenden oder unter Abwesenden – Maßgebliche Regelungen für elektronische Willenserklärungen.....	62
b) Voraussetzungen und Zeitpunkt des Zugangs von elektronischen Willenserklärungen unter Abwesenden.....	65
aa) Machtbereich des Empfängers.....	66
aaa) Empfangsvorrichtung	66
bbb) Widmungsakt	67
ccc) Eingang in den Machtbereich des Empfängers	68

bb) Möglichkeit der Kenntnisnahme	71
aaa) Geschäftlicher Empfänger	73
bbb) Privater Empfänger	76
c) Exkurs: Zugangsfiktion des § 312 g BGB	77
d) Kein Widerruf gemäß § 130 Abs. 1 S. 2 BGB	78
C. Abschluss des Vertrages	80
I. Angebot	81
1. Wirksamkeit der Willenserklärung im Rahmen des Angebots	82
2. Bestimmtheit bzw. Bestimmbarkeit des Angebots	83
3. Wille zur rechtlichen Bindung – Abgrenzung zwischen einem verbindlichen Angebot und einer invitatio ad offerendum	85
II. Annahme	95
1. Wirksamkeit der Willenserklärung im Rahmen der Annahme	97
2. Kein Erlöschen nach §§ 146 ff. BGB	97
3. Inhaltliche Deckung	100
III. Zwischenergebnis Vertragsabschluss	100
3. Teil: Verbraucherschutz durch das AGB-Recht	103
A. Einleitung	103
B. Anwendungsbereich der §§ 305 bis 310 BGB	103
I. Persönlicher Anwendungsbereich des AGB-Rechts	105
1. Begriff des Unternehmers	107
2. Begriff des Verbrauchers	108

II. Sachlicher Anwendungsbereich des AGB-Rechts	109
1. Sachlicher Anwendungsbereich gemäß § 305 Abs. 1 BGB	109
a) Vertragsbestimmungen.....	111
b) Vorformulierung	112
c) Für eine Vielzahl von Verträgen	113
d) Einseitigkeit der Einführung in den Vertrag.....	114
e) Im Einzelnen ausgehandelt – Abgrenzung zwischen Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Individual- vereinbarung (Abs. 1 S. 3).....	115
f) Unerhebliche Umstände (Abs. 1 S. 2).....	116
2. Erweiterung des sachlichen Anwendungsbereichs durch die Sonderregelungen des § 310 Abs. 3 BGB	117
a) Anwendungsbereich des § 310 Abs. 3 BGB	117
b) Auswirkungen: Änderung des sachlichen Anwendungsbereichs	118
aa) Fiktion des „Stellens“ (Nr. 1)	119
bb) Verbraucherschutz bei vorformulierten Individualklauseln (Nr. 2)	120
III. Zwischenergebnis zum Anwendungsbereich der §§ 305 bis 310 BGB.....	121
C. Wirksame Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen.....	122
I. Voraussetzungen des § 305 Abs. 2 BGB	123
1. Hinweisobliegenheit des Verwenders (Abs. 2 Nr. 1)	125
a) Ausdrücklicher Hinweis (Alt. 1) oder Hinweis durch Aushang (Alt. 2).....	127
b) Formulierung, Gestaltung und Platzierung des Hinweises	127
c) Zwischenergebnis zur Hinweisobliegenheit	132

2. Möglichkeit der Kenntnisnahme (Abs. 2 Nr. 2)	133
a) Verschaffen der Möglichkeit zur Kenntnisnahme	133
b) Kenntnisnahme in zumutbarer Weise	134
aa) Verfügbarkeit der Allgemeinen Geschäfts- bedingungen für den Kunden	135
bb) Lesbarkeit und Verständlichkeit – Anforderungen an die Gestaltung	138
aaa) Mühelose Lesbarkeit des AGB-Textes	139
bbb) Umfang des Klauselwerks	141
aaaa) Zumutbarer Umfang beim Abruf mittels Bildschirmtext	143
bbbb) Zumutbarer Umfang beim Abruf über das Internet	144
ccc) Strukturierung bzw. Gliederung des AGB-Textes	151
ddd) Sprachliche und inhaltliche Klarheit	153
eee) Sprache des AGB-Textes	155
cc) Rücksichtnahme auf eine erkennbare körperliche Behinderung	159
3. Maßgeblicher Zeitpunkt	161
4. Einverständnis des Kunden	163
II. Ausschluss überraschender Klauseln gemäß § 305 c Abs. 1 BGB	165
1. Gegenstand und Zweck der Regelung	166
2. § 305 c Abs. 1 BGB im System der AGB-Kontrolle und sein Verhältnis zu anderen Vorschriften des zweiten Abschnitts	167

3. Die tatbestandlichen Voraussetzungen.....	170
a) Ansichten und Abgrenzungsschwierigkeiten	171
b) Kasuistik der Rechtsprechung	173
III. Vorrang der Individualabrede gemäß § 305 b BGB.....	177
IV. Zwischenergebnis zur wirksamen Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen	178
D. Inhaltskontrolle bei Allgemeinen Geschäftsbedingungen.....	179
I. Modifikation der Inhaltskontrolle bei Verbraucherverträgen.....	180
II. Schranken der Inhaltskontrolle, § 307 Abs. 3 BGB	182
1. Ansichten zu Inhalt und Tragweite des § 307 Abs. 3 BGB.....	183
2. Zum Normverständnis des § 307 Abs. 3 BGB	186
a) Amtliche Begründung des Regierungsentwurfs	186
b) Doppelter Normzweck	187
aa) Wahrung marktwirtschaftlicher Prinzipien.....	187
bb) Bindung des Richters an Gesetz und Recht.....	189
c) Rückschlüsse aus der Richtlinie 93/13/EWG	191
d) Zwischenergebnis zum Normverständnis des § 307 Abs. 3 BGB	192
3. Materielle Inhaltskontrolle bei Leistungs- beschreibungen und Preisvereinbarungen	193
a) Leistungsbeschreibungen	194
aa) Begriff und kontrollfreier Kernbereich der vertraglichen Leistungsbeschreibung	194
bb) Kontrollfähige Ausnahmen: Einschränkungen oder Modifikationen des Hauptleistungsversprechens	196

b) Preisvereinbarungen	197
aa) Begriff und Kontrollfreiheit un- mittelbarer Preisvereinbarungen	197
bb) Keine Kontrolle des Äquivalenz- verhältnisses oder des Preisgrundes	199
cc) Kontrollfähige Ausnahmen: Preisneben- abreden und Abweichungen von gesetz- lichen Gebührenvorschriften	199
4. Einordnung der für das Funktionieren einer Abonnement- bzw. Vertragsfalle im Internet notwendigen AGB-Bestimmungen	201
5. Transparenz als Vorbedingung der Kontrollfreiheit, § 307 Abs. 3 S. 2 BGB	202
III. Inhaltliche Wirksamkeit	204
1. Vorbemerkungen zu den besonderen Verbots- tatbeständen der §§ 308 und 309 BGB	204
2. Klauselverbote ohne Wertungsmöglichkeit: Laufzeit bei Dauerschuldverhältnissen (§ 309 Nr. 9 BGB)	206
a) Anwendungsbereich	207
aa) Als Dauerschuldverhältnis ausgestattete Verträge	208
bb) Tatbestandlich erfasste Verträge	208
aaa) Lieferung von Waren	209
bbb) Erbringung von Dienst- oder Werkleistungen	210
ccc) Regelmäßigkeit der Waren-, Dienst- oder Werkleistung	210
cc) Zwischenergebnis zur Eröffnung des Anwendungsbereichs	211

b)	Inhalt des Klauselverbots – „Höchstgrenzen“ für Laufzeit-, Verlängerungs- und Kündigungsfristklauseln	212
aa)	Vertragslaufzeit von mehr als zwei Jahren (Nr. 9 lit. a)	213
bb)	Stillschweigende Verlängerung des Vertragsverhältnisses um jeweils mehr als ein Jahr (Nr. 9 lit. b)	215
cc)	Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten (Nr. 9 lit. c)	217
c)	Rechtsfolgen einer Überschreitung der Höchstfristen	220
3.	Klauselverbote mit Wertungsmöglichkeit: Fingierte Erklärungen (§ 308 Nr. 5 BGB)	224
a)	Anwendungsbereich und Wirksamkeitsvoraussetzungen	227
aa)	Fingierte Erklärung des Vertragspartners des Verwenders	228
bb)	Anknüpfung an ein Verhalten, das auf die wirksame Einbeziehung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen folgt	229
aaa)	Abgrenzung zu antizipierten Erklärungen im Zusammenhang mit Verlängerungsklauseln	231
bbb)	Abgrenzung zu antizipierten Erklärungen im Zusammenhang mit Änderungsklauseln	233
cc)	Wirksamkeitsvoraussetzungen	234
4.	Generalklausel zur Inhaltskontrolle, § 307 BGB	236
a)	Angemessenheitskontrolle	238
aa)	Unangemessenheit einer Laufzeitklausel	239
bb)	Unangemessenheit einer Verlängerungsklausel	240
cc)	Unangemessenheit einer Kündigungsklausel	241

b) Transparenzkontrolle.....	242
IV. Zwischenergebnis zur Inhaltskontrolle	243
 4. Teil: Schutz des Verbrauchers durch das Fernabsatzrecht	245
A. Einleitung.....	245
I. Einleitung zu den „Besonderen Vertriebsformen“	245
II. Einleitung zu den §§ 312 b bis 312 f BGB (Fernabsatzverträge).....	249
B. Anwendungsbereich der §§ 312 b bis 312 f BGB.....	251
I. Persönlicher Anwendungsbereich	252
II. Sachlicher Anwendungsbereich	253
1. Exkurs: Zustandekommen und Abschluss von Fernabsatzverträgen	254
2. Gegenstand des Fernabsatzvertrages.....	255
a) Verträge über die Lieferung von Waren.....	257
b) Verträge über die Erbringung von (sonstigen) Dienstleistungen	257
c) Einordnung von Verträgen über die Lieferung elektronisch gespeicherter Daten und Software	259
3. Ausschließliche Verwendung von Fernkommunikationsmitteln	261
a) Fernkommunikationsmittel	261
b) Ausschließliche Verwendung.....	262
4. Für den Fernabsatz organisiertes Vertriebs- oder Dienstleistungssystem	263
III. Ausnahmen vom Anwendungsbereich (§ 312 b Abs. 3 BGB).....	266
IV. Zwischenergebnis zum Anwendungsbereich der §§ 312 b bis 312 f BGB	268

C.	Informations- und Mitteilungspflichten gemäß § 312 c BGB	269
I.	Informationspflichten gemäß § 312 c Abs. 1 BGB in Verbindung mit Art. 246 § 1 EGBGB.....	271
1.	Zeitpunkt der Informationspflicht	272
a)	Vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers.....	272
b)	Rechtzeitig	273
2.	Inhalt der Informationspflicht	276
a)	Wesentliche Produktmerkmale und Zustandekommen des Vertrages.....	279
b)	Mindestlaufzeit des Vertrages	282
c)	Preisangabe	284
d)	Einzelheiten zur Zahlung und Lieferung oder Erfüllung.....	286
e)	Widerrufs- und Rückgaberecht.....	288
f)	Zwischenergebnis zum Inhalt der Informationspflicht.....	290
3.	Form und Gestaltung der Informationspflicht	291
a)	Klar und verständlich	292
b)	Dem eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechende Weise	297
aa)	Verwendung von Hyperlinks.....	300
bb)	Platzierung und Bezeichnung eines entsprechenden Hyperlinks	305
aaa)	Platzierung.....	306
bbb)	Bezeichnung.....	312
cc)	Verbraucherleitbild im Fernabsatz	316
dd)	Sprache	319

c) Erkennbarkeit des geschäftlichen Zwecks.....	323
d) Integration in Allgemeine Geschäftsbedingungen.....	325
4. Rechtsfolgen der Missachtung vor- vertraglicher Informationspflichten.....	327
II. Erteilung von Informationen gemäß § 312 c Abs. 1 BGB in Verbindung mit Art. 246 § 2 EGBGB.....	329
1. Inhalt der Mitteilungspflicht.....	330
a) Kündigungsbedingungen einschließlich etwaiger Vertragsstrafen	332
b) Kundendienst sowie Gewährleistungs- und Garantiebedingungen.....	333
c) Relevanz der Mitteilungspflichten für den Schutz des Verbrauchers.....	335
2. Form und Gestaltung der Mitteilungspflicht	336
a) Mitteilung in Textform.....	337
b) Hervorgehobene und deutlich gestaltete Form	342
3. Zeitpunkt der Mitteilungspflicht	344
a) Frühester Zeitpunkt	345
b) Spätester Zeitpunkt.....	346
4. Entbehrlichkeit der Mitteilung bei Fernkommunikationsleistungen	349
a) Erbringung der Leistung in einem Mal.....	351
b) Abrechnung über den Betreiber des Fernkommunikationsmittels.....	352
5. Rechtsfolgen der Missachtung nach- vertraglicher Informationspflichten.....	353
III. Zwischenergebnis zu den Informations- und Mitteilungspflichten gemäß § 312 c BGB.....	355

5. Teil: Verbraucherschutz im Internationalen Vertragsrecht	357
A. Einleitung.....	357
B. Anwendungsbereich der Verordnung (EG) Nr. 593/2008.....	359
I. Vertragliches Schuldverhältnis	361
II. Zuordnung zum Gebiet der Zivil- und Handelssachen.....	363
III. Verbindung zum Recht verschiedener Staaten.....	364
IV. Zwischenergebnis zum Anwendungsbereich der Verordnung (EG) Nr. 593/2008.....	365
C. Ermittlung des Vertragsstatuts (Anknüpfungsgrundsätze).....	365
I. Staatsverträge, internationales Einheitsrecht und Gemeinschaftsrecht.....	366
II. Rechtswahl durch die Parteien	368
1. Grundsatz der freien Rechtswahl (Art. 3 Abs. 1 Rom I)	369
a) Ausdrückliche Rechtswahl	373
b) Konkludente Rechtswahl.....	375
c) Zwischenergebnis zum Grundsatz der freien Rechtswahl.....	380
2. Beschränkungen der Rechtswahl bzw. für die Wirkung der Rechtswahl	381
a) Rechtswahl bei fehlendem Auslandsbezug – Zwingendes Inlandsrecht (Art. 3 Abs. 3 Rom I)	385
b) Rechtswahl bei fehlendem Drittstaatenbezug – Zwingendes Gemeinschaftsrecht (Art. 3 Abs. 4 Rom I).....	391
c) Kollisionsrechtlicher Verbraucherschutz (Art. 6 Rom I).....	394
aa) Persönlicher Anwendungsbereich	395
bb) Sachlicher Anwendungsbereich	397

cc)	Umstände des Vertragsabschlusses	399
aaa)	Ausübung einer beruflichen oder gewerblichen Tätigkeit (lit. a)	400
bbb)	Ausrichtung einer solchen Tätigkeit (lit. b)	401
ccc)	Vertrag im Bereich der unternehmerischen Tätigkeit sowie Kausalität zwischen dem Abschluss des Vertrages und dieser Tätigkeit	404
dd)	Zwischenergebnis zur Eröffnung des Anwendungsbereichs	406
ee)	Beschränkung für die Wirkung der freien Rechtswahl (Abs. 2 S. 2)	406
d)	Besonderer kollisionsrechtlicher Verbraucherschutz (Art. 46 b EGBGB)	410
aa)	Persönlicher Anwendungsbereich	412
bb)	Sachlicher Anwendungsbereich	414
cc)	Erfasste Anknüpfung	415
dd)	Räumlicher Anwendungsbereich – Enger Zusammenhang	416
ee)	Zwischenergebnis zur Eröffnung des Anwendungsbereichs	418
ff)	Verweisungsziel	418
gg)	Verhältnis zu Art. 3 Abs. 3 und 4 sowie Art. 6 Rom I	420
e)	International zwingende Bestimmungen (Art. 9 Rom I)	421
f)	Zwischenergebnis zu den Beschränkungen der Rechtswahl bzw. für die Wirkung der Rechtswahl	426

3. Zwischenergebnis zur Rechtswahl durch die Parteien	427
III. Anknüpfung bei fehlender Rechtswahl	
(Objektive Anknüpfung)	427
1. Grundsatz der objektiven Anknüpfung	
(Art. 4 Rom I).....	428
a) Anknüpfungsregeln für spezifizierte Vertragstypen	
(Abs. 1) und Anknüpfung anhand der vertrags-	
charakteristischen Leistungen (Abs. 2)	428
b) Ausweichklausel (Abs. 3).....	431
c) Anknüpfung nach der engsten Verbindung (Abs. 4)	432
d) Zwischenergebnis zum Grundsatz	
der objektiven Anknüpfung.....	433
2. Vorrangige Sonderregelungen – hier: Objektive	
Anknüpfung bei Verbraucherverträgen	
(Art. 6 Abs. 1 Rom I)	435
3. Zwischenergebnis zur Anknüpfung	
bei fehlender Rechtswahl	436
D. Zwischenergebnis zum Internationalen Vertragsrecht	436
 6. Teil: Ergebnisse der Untersuchung	439
A. Unzulänglichkeiten der bestehenden Schutzinstrumente	
im Hinblick auf den Schutz des Verbrauchers vor	
Abonnement- bzw. Vertragsfällen	439
B. Ansätze für die Verbesserung des Schutzes des Verbrauchers	441
I. Ansatzpunkte im AGB-Recht.....	443
II. Ansatzpunkte im Fernabsatzrecht	446
C. Empfehlungen für eine effektive Gestaltung des Schutzes	453

7. Teil: Schutz des Verbrauchers durch die Buttonlösung	455
A. Einleitung.....	455
B. Neuregelung zum besseren Schutz des Verbrauchers vor Kostenfällen im elektronischen Geschäftsverkehr	455
I. Vorgaben der Richtlinie und ihre Umsetzung in § 312 g BGB	456
II. Einzelheiten der Neuregelungen des § 312 g Abs. 2 bis 4 BGB	458
1. Anwendungsbereich	458
2. Inhalt der Neuregelung: Dreistufiger Schutzmechanismus	459
a) Verschärfte Informationsanforderungen (Abs. 2).....	459
aa) Zeitliche Vorgaben	460
bb) Gestalterische Vorgaben.....	461
b) Formalisierung des Bestellvorgangs (Abs. 3).....	462
c) Unwirksamkeit des Vertrages (Abs. 4).....	463
C. Begutachtung und Bewertung der Neuregelung.....	464
I. Verschärfte Informationsanforderungen (Abs. 2)	464
II. Formalisierung des Bestellvorgangs (Abs. 3)	466
III. Unwirksamkeit des Vertrages (Abs. 4)	467
IV. Schlussbemerkung zur Buttonlösung	468
 Literaturverzeichnis	 469

Kostenfallen im Internet

Schutzmechanismen des Verbraucherrechts auf dem
Prüfstand

Zander, T.

2014, XXXIV, 491 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-07632-0