

Online-Shops und Startups

Plattformen rechtssicher gründen und betreiben

Bearbeitet von
Von Niko Härtig

2. Auflage 2019. Buch. 269 S. Softcover
ISBN 978 3 406 73460 1
Format (B x L): 14,1 x 22,4 cm
Gewicht: 395 g

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Telekommunikationsrecht, Postrecht, IT-Recht > IT-Recht, Internetrecht, Informationsrecht](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Sachverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Härting
Online-Shops und Startups

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Online-Shops und Startups

Plattformen rechtssicher gründen und betreiben

von

Niko Härtung

2. Auflage, 2019

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG



Zum Autor:

Prof. Niko Härtig befasst sich seit zwanzig Jahren mit dem Internetrecht und der anwaltlichen Beratung von Start-Ups. Er ist Gründungspartner von HÄRTING Rechtsanwälte in Berlin und Honorarprofessor an der Hochschule für Wirtschaft und Recht sowie Autor zahlreicher Publikationen zu Rechtsfragen des Internets, des E-Commerce und des Datenschutzes.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

www.beck.de

ISBN Print: 978-3-406-73460-1
ISBN E-Book: 978-3-406-73858-6

© 2019 Verlag C.H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9, 80801 München

Satz: Fotosatz Buck, Zweikirchener Str. 7, 84036 Kumhausen
Druck: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, In den Lissen 12, 76547 Sinzheim
Umschlaggestaltung: Ralph Zimmermann – Bureau Parapluie
Bildnachweis: © momius – fotolia.com

Gedruckt auf säurefreiem, alterungsbeständigem Papier
(hergestellt aus chlorfrei gebleichtem Zellstoff)

So nutzen Sie dieses Buch

Um Ihnen das Lesen und Arbeiten mit diesem Buch zu erleichtern, hat der Autor verschiedene Stilelemente verwendet, die Ihnen das schnellere Auffinden bestimmter Texte ermöglichen. So finden Sie die Tipps und Musterformulare sofort.



Hier finden Sie Tipps, Aufzählungen und Checklisten.



So sind „Merksätze“ gekennzeichnet.



Hier finden Sie Beispiele, die das Beschriebene plastisch erläutern und verständlich machen.



Hier finden Sie Definitionen, Rechtsnachweise oder Gesetzestexte.



Die Zielscheibe kennzeichnet Zusammenfassungen und ein Fazit zum Kapitelende.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Vorwort

In den letzten zwanzig Jahren habe ich als Anwalt, Lehrbeauftragter und Professor sowie in manchem Ehrenamt unzählige Start-Ups betreut. Aus manchen von ihnen sind später sehr erfolgreiche Unternehmen geworden.

Gründer stellen Rechtsfragen, die sich über die Jahre stetig ändern. Im Kern jedoch geht es meist um Fragen des Gesellschaftsrechts und um den Online-Vertrieb mit zahlreichen Facetten. Auch Marken und Domains spielen eine wichtige Rolle. Hinzu kommt der Datenschutz. Die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die in dieser Aufgabe breiten Raum einnimmt, stellt manches Start-Up vor große Herausforderungen.

Der digitale Wandel und die Start-Up-Landschaft sind Zwillinge. Die Digitalisierung und die Plattformisierung erleichtern die Unternehmensgründung. Und der technische Wandel befähigt die Kreativität der Gründer und ebnet den Weg zu immer neuen Geschäftsmodellen und Geschäftsideen.

Dieses Buch beantwortet die wichtigsten Rechtsfragen der Unternehmensgründer. Dies in einer Sprache, die man auch hoffentlich ohne ein Jurastudium versteht.

Das Recht ist für junge Gründer oft ein Dickicht, die Sorge vor rechtlichen Fallstricken und Haftungsfällen groß. Wer dieses Buch zur Hand nimmt, kann sich im Dschungel der Paragraphen orientieren, ruhiger schlafen und am nächsten Tag mit ruhigem Kopf die Arbeit an Ideen, Konzepten und Strategien fortsetzen.

Das Buch ist ein Gemeinschaftswerk von HÄRTING Rechtsanwälte. Mein Sozius Stefan Kaske hat gemeinsam mit dem Kollegen Lars Thiess maßgeblich an dem Kapitel zum Gesellschaftsrecht mitgewirkt. Bei dem Abschnitt zum Marken- und Domainrecht hat mich mein Kollege Lasse Konrad unterstützt. Und für das lange Kapitel zum Onlinevertrieb hatte ich bei der Erstauflage das Glück, mit Patrick Goessling und Felix Recke zwei außerordentlich befähigte Mitarbeiter an meiner Seite zu haben. Patrick Goessling, Seda Dag und Vitorio Dimov haben mich bei der Überarbeitung des Buchs für die zweite Auflage tatkräftig unterstützt. Ich bin ihnen zu ganz besonderem Dank verpflichtet.

Berlin, im Januar 2019

Niko Härtling

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhalt

Vorwort	7
Abkürzungsverzeichnis	17
1. Kapitel: Ein Start-Up gründen	19
I. Die Gründung einer Gesellschaft	19
1. Die Wahl der richtigen Rechtsform	19
a) Entscheidungskriterien	19
b) Gesellschaftsformen im Überblick	20
aa) Personengesellschaften	20
bb) Kapitalgesellschaften	23
c) Kapitalgesellschaft vs Personengesellschaft (Vor- und Nachteile)	26
d) Unterschiede zwischen den verschiedenen Kapitalgesellschaften	26
2. Step by Step: Schritte zur Gründung einer GmbH bzw. UG (haftungsbeschränkt)	27
a) Phasen der Gründung und Gesellschafterhaftung im Gründungsstadium	27
aa) Die Vorgründungsgesellschaft	28
bb) Die Vor-GmbH	29
cc) Die Entstehung der GmbH durch Handelsregistereintragung	30
b) Der Ablauf der Gründung	31
c) Der Gesellschaftsvertrag	32
aa) Regelungen zu Firma und Sitz der Gesellschaft	32

bb)	Regelungen zum Unternehmensgegenstand	33
cc)	Regelungen zu Stammkapital und Gesellschaftsanteilen	34
dd)	Regelungen zum Zeitpunkt der Kapitalaufbringung	36
ee)	Regelungen zur Geschäftsführung und Vertretung	36
ff)	Gesellschafterversammlung und Gesellschafterbeschlüsse	38
gg)	Ladungsfristen und -formalien	39
hh)	Beschlussfähigkeit der Versammlung; Stimmabgabe durch Vertreter	40
ii)	Gesellschafterbeschlüsse	40
jj)	Gewinnverwendung und -verteilung	41
kk)	Verfügung über Gesellschaftsanteile	42
ll)	Kündigung/Austritt eines Gesellschafters	42
mm)	Einziehung/Zwangsaufgabe von Gesellschaftsanteilen	43
nn)	Abfindungsregelungen	43
oo)	Wettbewerbsverbote	44
3.	Die Beteiligung von Investoren	44
a)	Gängige Finanzierungsformen	45
aa)	Die stille Gesellschaft	45
bb)	Partiarisches Darlehen	45
cc)	Wandeldarlehen	46
dd)	Die direkte Beteiligung am Stammkapital der Gesellschaft	46
b)	Der Ablauf des Beteiligungsprozesses	47
c)	Der Beteiligungsvertrag und seine (üblichen) Regelungen	48
aa)	Konditionen des Einstiegs	49
bb)	Verwässerungsschutz	50
cc)	Garantien der Gründer	51
dd)	Stimmrechte (Mehrheitserfordernisse und Veto-Rechte)	51
ee)	Berichtspflichten Gründer/Informationsrechte Investoren	51
ff)	Beteiligungen der Gründer/Vesting	52
gg)	Veräußerungsregelungen im Exit-Fall	52
hh)	Exit-/Liquidationspräferenzen	53
d)	Tipps für die Vertragsverhandlungen	54

II. Marken und Domains	54
1. Die Markenanmeldung	54
a) Was versteht man unter einer Marke?	55
b) Markenschutz nur in Deutschland?	58
c) Die verschiedenen Klassen im Markenrecht	59
d) Die Unterscheidungskraft des Kennzeichens	60
e) Recherche nach älteren Kennzeichenrechten	61
f) Kosten der Markenanmeldung	63
g) Der Markenschutz	63
2. Domains	64
a) Vergabeverfahren	64
b) Registrierung	66
c) Domainrecht	67
aa) Prioritätsprinzip	67
bb) Domain-Grabbing	67
cc) Marke./. Domain	68
dd) Name ./. Domain	70
ee) Streit unter Gleichnamigen	73
2. Kapitel: Online-Vertrieb	75
I. Die Gestaltung eines Online-Shops	75
1. Impressum	75
a) Impressumspflicht und Auffindbarkeit	75
b) Inhalt des Impressums	77
aa) Name und Anschrift	79
bb) Kontaktinformationen	79
cc) Angabe der Aufsichtsbehörde	80
dd) Angabe des Registers	80
ee) Berufsrechtliche Angaben	81
ff) Umsatzsteuer- und Wirtschafts-Identifikationsnummer	81
gg) Liquidationsvermerk	81
c) Nichtbeachtung der Impressumspflicht	82
d) Disclaimer und andere Zusatzangaben	82
2. AGB	83
a) Was sind AGB?	83
b) Erforderlichkeit von AGB	83
c) Einbeziehung von AGB	84
d) Inhalt von AGB	87
e) Beispiele für unwirksame AGB-Klauseln	88
3. Nutzungsbedingungen und Registrierung	92

a) Was sind Nutzungsbedingungen?	92
b) Warum Registrierung?	93
4. Datenschutz	96
a) Was sind personenbezogene Daten?	97
b) Was ist Datenverarbeitung?	97
c) Gesetzliche Erlaubnistanstbestände	98
aa) Einwilligung des Betroffenen	98
bb) Erfüllung des Vertrags	99
cc) Rechtliche Verpflichtung	99
dd) Lebenswichtige Interessen	100
ee) Öffentliches Interesse	100
ff) Berechtigte Interessen	100
d) Informationspflichten	100
e) Datenverarbeitung beim Website-Besuch	102
aa) IP-Adresse	102
bb) Cookies	103
cc) Analyse- und Trackingtools	103
f) Abfrage von Kundendaten	106
g) Speicherfristen	108
aa) Gesetzliche Aufbewahrungspflichten	108
bb) Regelmäßige Verjährungsfristen	110
cc) Sonderfälle	110
h) Benennung eines Datenschutzbeauftragten	111
i) Verarbeitungsverzeichnis	112
j) Technische und Organisatorische Maßnahmen	113
k) Betroffenenrechte	114
l) Verträge mit Dienstleistern	116
5. Internationalisierung des Shops	117
a) Erweiterung des Kundenkreises	117
b) Rechtswahlklauseln	118
c) Gerichtsstandsklauseln	120
II. Die Gestaltung einer Plattform	121
1. Die Plattform als Geschäftsmodell	121
a) Pflichten des Plattformbetreibers	122
b) Nutzungsbedingungen	122
c) Vergütung	125
d) Sanktionen	125
e) Haftung des Plattformbetreibers	127
2. Die Plattform als Vertriebskanal	127
3. Die Kündigung	129
III. Die Gestaltung einer App	130
1. Der App-Vertrag	130

2. Informations- und Gestaltungspflichten	131
3. Allgemeine Geschäftsbedingungen	137
4. Datenschutzbestimmungen	138
5. Einwilligung bei Minderjährigen	139
IV. Der Vertrag mit dem Kunden	140
1. Übersicht über die Informationspflichten	140
2. Vorvertragliche Pflichtangaben	142
a) Produktbeschreibung (Spezialgesetze und die wichtigsten Beispiele)	143
aa) Lebensmittel	143
bb) Elektronik	146
cc) Verpackungsverordnung	149
dd) Arzneimittel	149
ee) Bücher	151
ff) Textilien	152
gg) Kosmetik	154
hh) Jugendschutz	156
b) Preisangaben	158
c) Mindestlaufzeit von Verträgen/Kündigung	162
d) Lieferbeschränkungen und -vorbehalte	162
e) Lieferzeitangabe	163
f) Angabe der Zahlungsmittel und -bedingungen	166
g) Information über AGB	167
h) Kosten für die Verwendung von Kommunikationsmitteln	167
i) Belehrung über gesetzliche Gewährleistungsrechte	167
j) Information über Kundendienst und Garantien	167
k) Informationen über das Widerrufsrecht	168
3. Nachvertragliche Information	169
4. Rechtliche Vorgaben beim Bestellprozess	170
a) Gestaltung des Bestellprozesses	170
b) Warenkorb	171
c) Entgeltliche Zusatzleistungen und Nebenleistungen	172
d) Eingabe der Versandadresse	172
e) Rechnungsadresse und Zahlungsmittel	173
f) Bestellübersicht/Kontrollseite	174
g) Bestellbutton	174
h) Empfangsbestätigung	176
i) Annahme des Angebots durch den Händler	177
V. Die Abwicklung des Vertrages mit dem Kunden	178

1. Die Lieferung	178
2. Der Widerruf	179
a) Wer ist eigentlich Verbraucher?	179
b) Die Widerrufsbelehrung	181
c) Die Erklärung des Widerrufs	183
d) Widerrufsfrist	184
e) Ausnahmen vom Widerrufsrecht	185
f) Folgen des Widerrufs	190
aa) Rücksendung	190
bb) Rückzahlung	190
cc) Wertersatz	191
3. Die Gewährleistung	192
a) Der Mangel	192
b) Folgen eines Mangels	194
aa) Nacherfüllung	194
bb) Rücktritt	194
cc) Minderung	195
dd) Schadensersatz	195
c) Verjährung der Gewährleistungsrechte	196
d) Freiwillige Garantieerklärung	196
VI. Einbinden von Inhalten	197
1. Urheberrecht	197
a) Was ist denn eigentlich Urheberrecht?	197
b) Was ist durch das Urheberrecht geschützt?	198
aa) Texte	198
bb) Bilder und Fotografien	200
cc) Video	200
dd) Zeichnungen, Karten, Stadtpläne	200
ee) Musik	200
ff) Design	201
gg) Datenbanken	202
c) Wer ist Urheber?	202
aa) Urhebernennung	202
bb) Öffentliche Zugänglichmachung	203
cc) Vervielfältigungsrecht	204
dd) Entstellung, Verfremdung	204
ee) Bearbeitung	205
d) Was heißt Zustimmung?	205
aa) Nutzungsrecht	205
bb) Einwilligung	206
e) Verwendung von Fotos	207
2. Links, Framing, Embedded Content	208

a) Links	208
b) Framing und Embedded Content	208
c) Gibt es eine Haftung für Links?	209
3. Blogs, Foren und User Generated Content	210
a) Zu Eigen machen von fremden Inhalten	211
b) Kenntnis vom Rechtsverstoß	212
c) Was bedeutet Haftung?	212
VII. Den Online-Shop bewerben	215
1. E-Mail-Werbung	215
a) Einholen des Einverständnisses	216
b) Werbung bei bestehenden Kundenbeziehungen ..	221
c) Empfehlungsmarketing	221
d) Weitere Formen von E-Mail-Werbung	222
2. Suchmaschinen-Werbung und Suchmaschinen-Optimierung	224
a) Anzeige in einer Suchmaschine	224
b) Suchmaschinen-Optimierung	227
3. Andere Formen von Werbung	228
4. Bewertungsportale	229
a) Aufforderung zu einer Bewertung	230
b) Beeinflussung von Bewertungen	230
c) Reaktion auf negative Bewertungen	231
VIII. Abmahnungen verhindern	234
1. Was sind Abmahnungen?	234
2. Übliche Abmahnfälle	236
a) Anbieterkennzeichnung (Impressum)	236
b) Widerrufsrecht	236
c) Preisangabe-, Kennzeichnungs- und sonstige Informationspflichten	237
d) Fehlerhafte AGB-Klauseln	237
e) Sonstige Abmahngründe	238
3. Was tun bei Abmahnungen?	238
a) Reaktionsmöglichkeiten	238
b) Abmahnfrist	239
c) Rechtmäßigkeit der Abmahnung	239
d) Die Unterlassungserklärung	240
e) Muss ich die Kosten des Abmahnenden begleichen?	242
f) Die Folgen einer Unterlassungserklärung	243
g) Gerichtlicher Rechtsschutz	243
IX. Muster-Verträge und Erklärungen	245
1. Allgemeine Geschäftsbedingungen (Online-Shop) ..	245

2. Datenschutzerklärung	253
3. Plattform – Nutzungsbedingungen (Beispiel: Social Network)	259
Sachverzeichnis	267

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG