

Allgemeine Geschäftsbedingungen von Internetplattformen

Esad Dalkiz

Allgemeine Geschäftsbedingungen von Internetplattformen

*Aus der Sicht des deutschen, türkischen und
US-amerikanischen Rechts, am Beispiel von Amazon*

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar

ISBN 978-3-96138-317-7

© 2022 Wissenschaftlicher Verlag Berlin

Olaf Gaudig & Peter Veit GbR

www.wvberlin.de / www.wvberlin.com

Alle Rechte vorbehalten.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung, auch einzelner Teile, ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig. Dies gilt insbesondere für fotomechanische Vervielfältigung sowie Übernahme und Verarbeitung in EDV-Systemen.

Druck und Bindung: SDL – Digitaler Buchdruck, Berlin

Printed in Germany

€ 30,00

INHALTSVERZEICHNIS

ABSTRACT (ENGLISCH)	VIII
ABSTRACT (DEUTSCH)	X
QUELLENVERZEICHNIS	XII
EINLEITUNG	1
1. TEIL	5
A- GESCHICHTE UND GRUNDZÜGE DES E-HANDELS	5
B- KONZEPTE DES ELEKTRONISCHEN GESCHÄFTSVERKEHRS	8
C- RECHTSGRUNDLAGE DES ELEKTRONISCHEN HANDELS	10
I- Fernabsatzverträge	11
II- Pflichten des Unternehmens im elektronischen Geschäftsverkehr	16
D- ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN	18
I- Deutschland	18
1. Voraussetzungen	19
a) Vorformulierung	19
b) Vielzahl an Verträgen	20
c) Stellung der Verwender-Seite	21
2. AGB-Prüfung	22
a) Geltung der AGB	22
b) Auslegung der AGB	25
α) Vorrang der individuellen Abrede	25
β) Unklarheitsregel	25
c) Inhaltskontrolle	26
α) Besondere Klauselverbote nach §§ 308 und 309 BGB	26
β) Allgemeine Inhaltskontrolle nach § 307 BGB	27
d) Umgehungsverbot	28
3. Rechtsfolgen	28
4. Besonderheiten in Verbraucherverträgen	30
II- Türkei	31
1. Voraussetzungen	33
a) Vorbereitung einer Vertragspartei	33
b) Vorausgehende Vorbereitung	34
c) Verwendung in ähnlichen Verträgen	34
d) Kein Anspruch der anderen Partei auf Änderung der Bedingungen	35
2. AGB-Kontrolle und Ergebnisse	37
a) Geltungskontrolle	37
b) Inhaltskontrolle	40
c) Auslegung der AGB	40
d) Veränderungsverbot	40
III- USA	41

1. AGB-Kontrolle und Ergebnisse	54
a) Geltungskontrolle.....	54
b) Inhaltskontrolle.....	56
2. TEIL.....	57
A- AMAZON UND ONLINE-PLATTFORMEN	59
I- Amazon als Eigenhändler (Retailer) und Sold-by-Amazon.....	59
II- Amazon als Marktanbieter.....	60
III- Amazon als Logistikdienstleister und Lageranbieter (fulfilled by Amazon).....	63
1. Vendor-Modell.....	63
2. Seller-Modell	64
IV- Gültigkeit der Bestimmungen innerhalb der AGB zum rechtlichen Status der Plattformen.....	66
V- Was wäre auf diese Weise passiert, wenn es in den AGB keine Bestimmung gegeben hätte, die die Plattform selbst definiert?.....	68
B- AGB DER PLATTFORM ALS BESTANDTEIL DES VERTRAGS?.....	70
I- Vertrag zugunsten Dritter.....	72
II- Rahmenvereinbarung	72
III- Auslegung nach Grundsatz von Treu und Glauben.....	74
C- AUSWIRKUNGEN DER AGB DER PLATTFORMEN JE NACH RECHTSBEZIEHUNGEN	76
I- Rechtsverhältnis zwischen Schuldner und Gläubiger	76
II- Rechtsverhältnis zwischen Plattform und Verkäufer oder Käufer	79
III- Dreiseitiges Rechtsverhältnis zwischen Plattform, Käufer und Verkäufer.....	80
IV- Dreiseitiges Rechtsverhältnis zwischen Plattform und Verkäufern	87
D- IM TÜRKISCHEN RECHT	98
I- Allgemeines.....	98
a) E-Commerce.....	98
b) Die Begriffe "Dienstleister" und "Intermediäre Dienstleister"	99
II- Rechtlichen Status der Plattformen.....	100
III- AGB der Plattform als Bestandteil des Vertrags?	104
IV- Auswirkungen der AGB der Plattformen je nach Rechtsbeziehungen	106
a) Rechtsverhältnis zwischen Schuldner und Gläubiger	106
b) Rechtsverhältnis zwischen Plattform und Plattform-Nutzern (Schuldner oder Gläubiger).....	106
c) Dreiseitiges Rechtsverhältnisse.....	111
α) Rechtsverhältnis zwischen der intermediären Dienstleister, dem Dienstleister und dem Nutznießer des Dienstes.....	111
β) Rechtsverhältnis zwischen der intermediären Dienstleister und den Dienstleistern	113
E- IM US-AMERIKANISCHEN RECHT	127

I-Allgemeines.....	127
a) Der Begriff „E-Commerce“	127
b) E-Commerce-Bestimmungen.....	128
III-Rechtlichen Status der Plattformen	129
IV- AGB der Plattform als Bestandteil des Vertrags.....	136
V- Auswirkungen der AGB der Plattformen je nach Rechtsbeziehung	139
a) Dreiseitige Rechtsverhältnisse	139
α) Dreifache Beziehung zwischen Plattform, Dienstanbieter bzw. Verkäufer und Dienstnutzer bzw. Käufer und Drittverantwortung	139
β) Dreifache Beziehung zwischen Plattform und Dienstanbietern	153
FAZIT	161