

Was sich bis vor kurzem noch als Schlagwort einer Branche präsentierte, setzt heute dazu an, die Wirtschaft insgesamt zu erfassen und damit auch und besonders die Juristen vor völlig neue Aufgaben zu stellen. Die Rede ist von Multimedia und seinem Ableger E-Commerce. Betroffen sind Ge-

Vertrag, ohne die Forderung selbst je zu sehen. Bei diesen Vorgängen haben die Juristen die jeweilige Vergegenständlichung bereist völlig internalisiert.

Dahin müssen wir im Rahmen des neuartigen Phänomens E-Commerce erst noch kommen. Alle nationalen oder regionalen (E-Commerce-Richtlinie, vgl. dazu *Holznagel/Holznagel*, K&R 1999, 103 sowie *Tettenborn*, K&R 1999, 252) Lösungsbemühungen werden durch den Makel der Begrenztheit dem Medium nicht gerecht. Das virtuelle, den Möglichkeiten des Internet angemessene Unternehmen kann nicht eine deutsche Gesellschaft sein und auch nicht eine europäische; für dieses Unternehmen wird vielmehr ein weltweit geltendes Gesellschaftsrecht benötigt.

Unbeschadet solcher Utopien kann man sich auch schon heute mit einem Vertragswerk behelfen: Die Vertragsparteien gründen unter einer „Firma“ (also: domain name) ein virtuelles Kaufhaus, in dem alle Anbieter Geschäfte tätigen dürfen, die sich bereit erklären oder nachweisen, daß sie bestimmte Mindestqualifikationen (nach Vorbild etwa des § 8 GmbHG) erfüllen und die im Vertrag festgelegten Standards des Verbraucherschutzes bei ihren Absatzgeschäften einhalten werden. Damit haben diese Verbraucher die Sicherheit, daß sie – nicht anders als bei einer GmbH oder limited – mit jemandem kontrahieren, der eine gewisse rechtliche Bestands-gewähr aufweist. Da es natürlich auch hier zu Rechtsstreitigkeiten kommen kann, erfährt der vertraglich vorzusehende Verbraucherschutz seine Vervollständigung, wenn der Gründungsvertrag die Anbieter verpflichtet, jedem ihrer Absatzverträge eine Schiedsvereinbarung beizufügen, die auf ein Online-Gericht (zu Fragen der Online-Schiedsgerichtsbarkeit vgl. *Jung*, K&R 1999, 63) verweist. So läßt sich das Utopische schon heute realisieren.

*Professor Dr. Christoph G. Paulus,
Berlin*

Multimedia – Herausforderung an das Wirtschaftsrecht



sellschafts- und Markenrecht, Vertrags-, Arbeits- und Steuerrecht – um nur einige wenige Rechtsgebiete zu nennen. Ihnen allen machen insbesondere die Grenzenlosigkeit (Ubiquität) und die Unfaßbarkeit (Virtualität) des neuen Marktplatzes und seines Mediums Internet zu schaffen.

Dies verdeutlicht der Staatsanwalt, der für die im Netz abrufbare Kinderpornographie einen Schuldigen sucht und dabei gegen den in seinem Zugriffsbereich lebenden Geschäftsführer des Internet-Providers Anklage erhebt (vgl. K&R 1998, 406 mit K&R-Kommentar *Eichler*, 412, sowie auch *Haft*, K&R-Heft 9/1998 – Die erste Seite). Hier läuft offensichtlich etwas schief – etwas, das sich mit dem weltweit einspeisbaren und abrufbaren Medium nicht in Einklang bringen läßt. Mag auch der Staatsanwalt lege artis vorgehen, wenn er versucht, die Virtualität des Internets auf einen bestimmten, vom deutschen Gesetz erfaßten Punkt der realen Welt zu konkretisieren – er nimmt diese Verbindung zwischen virtueller und realer Welt an der falschen Stelle vor.

Genau diese „Vergegenständlichung“, diese Herstellung einer derartigen Verbindung, praktizieren die Juristen seit Jahrtausenden, ohne darüber noch zu reflektieren. Die ganze Rechtswelt des Eigentums, der Forderungen und der sonstigen Rechte ist eine ebenso virtuelle wie ubiquitäre Welt. Wird ein Auto zu Schrott gefahren, wird nicht das Eigentum daran verletzt, sondern der real-gegenständliche Wagen, an dem jemand das Eigentum hat; wird eine Forderung abgetreten, einigt man sich in einem