

E-Commerce in der Europäischen Union.

Von *Bernd Schauer*, Verlag Manz, Wien 1999, 266 Seiten, br S 688,-

Der Zug der Zeit fährt im Internet - Infobahn, Information-Super-Highway, WWW, E-Commerce und Virtual Trade sind in aller Munde. Der elektronische Geschäftsverkehr ist einer der ganz großen Hoffungsmärkte der Zukunft. Neben Wirtschaftlichkeitsaspekten dominieren auf diesem Feld zunehmend auch rechtliche Überlegungen. Dass der Cyberspace, insbesondere das World Wide Web, kein rechtsfreier Raum ist, dürfte mittlerweile jedem Internetnutzer und insbesondere dem juristisch Gebildeten völlig klar sein.

Das nunmehr in der Schriftenreihe des Ludwig Boltzmann Institutes für Europarecht herausgegebene Buch *Bernd Schauers* setzt dort an, wo der Rechtsschutz des einzelnen Anwenders digitaler Technologien gefordert ist. Nach einer kurzen "Einleitung" stellt der Autor in drei Hauptkapiteln zunächst die "Informationsinfrastrukturen", den „Technischen Schutz der Information“ und schließlich den „Electronic Commerce“ umfassend dar. Das insgesamt durchaus sehr gut gelungene Werk gibt einen guten Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen des elektronischen Geschäftsverkehrs. Das österreichische Signaturgesetz wird ebenso wie - meines Erachtens nach zum ersten Mal in systematischer Form - die Novellierungen des Konsumentenschutzgesetzes durch das Fernabsatzgesetz erörtert. Die Genauigkeit, mit der der Autor vorgeht, zeigt sich vor allem an der Begriffsbestimmung des „*Electronic Commerce*“, der im weiteren Sinn ein Konzept zur Nutzung bestimmten Informations- und Kommunikationstechnologien definiert, die zur elektronischen Integration und Verbindung verschiedenster Wertschöpfungsketten oder unternehmensübergreifender Geschäftsprozesse dient und eine effizientere Organisation von Geschäftsbeziehungen in digitaler Form ermöglicht. Die aus einer Dissertation an der Universität hervorgegangene Publikation kann ihre wissenschaftliche Darstellungsweise nicht verleugnen. Darin mag zwar für manche Leser ein gewisser Nachteil bestehen, doch gleicht dies *Schauer* durch eine stellenweise äußerst praxisorientierte Darstellung aus. Hervorzuheben ist dabei der sehr gelungene Abschnitt über Werbung im Internet. Ausgehend von den europarechtlichen Grundlagen bietet *Schauer* darin einen ausgezeichnet strukturierten Aufriss des digitalen Werberechts, dem vorbehaltlos Lob und Anerkennung gebühren.

Der Anmerkungsapparat befindet sich im Wesentlichen auf dem Stand November 1999, wobei das 16 Seiten umfassende Literaturverzeichnis zT über die behandelten Inhalte hinaus- und weiterführt.

Zusammenfassend ist der vorliegende Band nicht nur dem im Bereich des Internet interessierten Kollegen zu empfehlen, sondern sollte allein wegen der Behandlung des Konsumentenschutzes im Fernabsatz und der Werbung im Internet schon bald in keiner anwaltlichen Bibliothek fehlen.