

Die entstehenden Vertrauensschäden erreichen je nach Fallkonstellation schnell drei- bis vierstellige Beträge oder mehr. Demgegenüber stehen der mögliche Vermeidungsaufwand des Account-Inhabers, der diese Beträge nicht übersteigen wird, sowie der Informationsbeschaffungsaufwand des Geschäftsgegners, der mit den Kosten eines Anrufes, eines Briefes oder des Abwartens erheblich geringer ist. Die Informationsbeschaffung bei Missbrauch von Zugangsdaten ist somit produktiv, sodass die zweite wirtschaftliche Voraussetzung gegeben ist. 648

### (3) Existenz einer Vertrauensprämie

Dritte ökonomische Voraussetzung der Vertrauenshaftung ist die Existenz einer Vertrauensprämie.<sup>665</sup> Eine Vertrauenshaftung ist demnach nur gerechtfertigt, wenn der Markt den Haftenden für die Haftung mit einer Vertrauensprämie, also einem höheren Entgelt für die angebotene Leistung, belohnen kann.<sup>666</sup> Diese Vertrauensprämie muss höher sein als die Informationskosten.<sup>667</sup> Diese Voraussetzung ergibt sich ebenfalls aus der Suche nach alloka-tionseffizienten Regelungen. Erhielte ein mit einer Vertrauenshaftung Belas-teter hierfür keine Vertrauensprämie, gäbe er die zur Haftung führende Akti-vität auf. Eine gesamtwirtschaftlich nützliche Aktivität, wie beispielsweise eine Gefälligkeitsauskunft,<sup>668</sup> könnte dadurch eventuell verhindert werden. 649

Fraglich ist, ob bei online abgeschlossenen Rechtsgeschäften dem Ver-tragspartner eine Vertrauensprämie gewährt wird. Die Bedeutung der wahr-genommenen Zuverlässigkeit eines Vertragspartners ist bei Online-Geschäf-ten vermutlich höher als bei offline abgeschlossenen Rechtsgeschäften. We-gen des fehlenden persönlichen Kontakts können gewöhnliche vertrauens-bildende Maßnahmen nicht stattfinden. Geschäftspartner sind daher bereit einen höheren Preis zu zahlen, wenn sie den anderen Vertragspartner ken-nengelernt haben oder ihn durch Bewertungen anderer Vertrauen schenken können.<sup>669</sup> Aus diesen Grund bieten viele Internet-Auktionsplattformen ein Reputationssystem an.<sup>670</sup> Ein Bieter mag vor einem Kauf bei einem Verkäu- 650

665 Schäfer/C. Ott<sup>5</sup>, S. 559.

666 Ebd., S. 575 f.

667 Ebd., S. 575 f.

668 Ebd., S. 560.

669 Dazu ausführlich Jehle, S. 51.

670 Dazu oben Rn. 66.