

Rechtliche Aspekte im eCommerce und Internet

Vortrag von
RA Helmut Becker
am 29.11.2004
für den
Regionalverband
Schwarzwald-Baar-Heuberg

Gliederung

- Grundbegriffe und Grundstrukturen des eCommerce
- Was ist bei Hyper-Links zu bedenken?
- Wettbewerbsrecht: Erhöhtes Aufgreifrisiko im Internet
- Fernabsatz- und E-Commerce-Recht

Grundbegriffe und Grundstrukturen des eCommerce

❖ **Spezifisch zum eCommerce**

- Elektronischer **Geschäftsverkehr** <-> elektronischer **Rechtsverkehr**
z.B.: Formvorschriften; Beweisregeln bei elektronischen Vertragsschluss
- B2C und B2B: **Business** (Geschäftsmann) - Consumer (**Verbraucher**)
also auch die Frage welche rechtlichen Regelungen Anwendung finden:
Handelsrecht – normales Bürgerliches Recht – Verbraucherschutzrecht
- Kommunikationsrecht: Hinweispflichten, „**Impressum**“ des Internetauftritts
- **Datenschutz**
- **Fernabsatzrecht**

❖ **Allgemeines, „normales“ Recht**

- **Wettbewerbsrecht**
- **Markenrecht** und Kennzeichnungsrecht
- **Urheberrecht**

Informationspflichten

- Allgemeine Informationspflichten (§ 6 TDG)
- Besondere Informationspflichten bei kommerzieller Kommunikation (§ 7 TDG)
- Weitergehende presserechtliche Impressumspflicht (nur wenn ein Presse- bzw. Mediencharakter des Internetauftritts gegeben ist)

Allgemeine Informationspflichten

- Nr. 1: Name und Anschrift
- Nr. 2: Angabe, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme oder unmittelbare Kommunikation ermöglicht, einschließlich der Adresse der elektronischen Post
- Nr. 3: soweit der Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde.
- Nr. 4: Handelsregister bzw. andere Register und die Registernummer
- Nr. 5: bei freien Berufen
- Nr. 6: Angabe der USt-Ident-Nummer, sofern man eine hat

Besondere Informationspflichten bei kommerzieller Kommunikation

- Diverse Klarheitsregelungen:
 - Erkennbarkeit der kommerziellen Kommunikation
 - Erkennbarkeit des Auftraggebers der kommerziellen Kommunikation
 - Angebote zur Verkaufsförderung, z.B Rabatte
 - klar als solche erkennbar
 - Bedingungen (leicht zugänglich; klar und unzweideutig)
 - Preisausschreiben und Gewinnspiele
 - klar als solche erkennbar
 - Bedingungen (leicht zugänglich; klar und unzweideutig)

Was ist bei Hyper-Links zu bedenken?

- Keine verdeckte Übernahme fremder Inhalte, z.B. durch Framing: je nach Ausgestaltung kann das folgende Rechte verletzen:
 - Urheberrechte
 - Wettbewerbsrechtliche Leistungsschutzrechte
 - Markenrechte
- Haftung für Links auf rechtswidrige Inhalte
 - Wettbewerbswidrige Inhalte
 - z.B. diskriminierende oder rassistische Inhalte
 - Formulierung von Disclaimern bringt nicht viel

Wettbewerbsrecht: Erhöhtes Aufgreifrisiko im Internet

- Was ist eine Abmahnung?
- Umgang mit Abmahnungen
- Inhaltliche Aspekte der Abmahnung
- Nicht - rein - wettbewerbsrechtliche Abmahnungen

Umgang mit Abmahnungen

- Welche Reaktionsmöglichkeiten hat man?
- Vorgehensstrategie im konkreten Fall
- Wer mahnt ab?
 - Verein
 - seriös? z.B. Wettbewerbszentrale
 - zweifelhaft? auf jeden Fall einen auf Wettbewerbsrecht spezialisierten Anwalt fragen.
 - Konkurrent
- Warum? - Rechtlicher Hintergrund der Abmahnung
- Wie wichtig ist einem die beanstandete Werbung?
- Welche praktischen Alternativen gibt es?

Inhaltliche Aspekte der Abmahnung

- Preisangaben
- Sonderangebote und -aktionen
- Rabatte und Zugaben
- Qualitäts- und Beschaffenheitsangaben, z.B. "Bio"
- Geografische Herkunftsangaben, z.B. Bodensee-Obst
- Vergleichende Werbung

Markenrecht

- insbesondere
 - Metatags
 - Marken als Icons

Fernabsatz- und eCommerce-Recht des BGB

- Fernabsatzrecht: § 312b ff. BGB
- eCommerce-Recht: § 312e BGB
- Das A und O: Ablaufstrukturen und Funktionalitäten von Shopsystemen
- Das Hauptproblem: Widerrufsrecht des Verbrauchers

Fernabsatzrecht des BGB

- § 312b BGB: Definition und Anwendungsbereich
- § 312c BGB: Unterrichtung des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen
- § 312d BGB: Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen

eCommerce-Recht: § 312e BGB

- Nr. 1: angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Fehlerkontrolle und –berichtigung
- Nr. 2: Information nach Informationspflichtenverordnung
- Nr. 3: Unverzögliche elektronische Bestellzugangsbestätigung
- Nr. 4: Abruf und Speicherung der Vertragsbestimmungen

§ 312b BGB

- (1) Fernabsatzverträge sind Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen werden, es sei denn, dass der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt.
- (2) Fernkommunikationsmittel sind Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer ohne gleichzeitige körperliche Anwesenheit der Vertragsparteien eingesetzt werden können, insbesondere Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telekopien, E-Mails sowie Rundfunk, Tele- und Mediendienste.
- (3) Die Vorschriften über Fernabsatzverträge finden keine Anwendung auf Verträge
 1. über Fernunterricht (§ 1 des Fernunterrichtsschutzgesetzes),
 2. über die Teilzeitnutzung von Wohngebäuden (§ 481),
 3. über Finanzgeschäfte, insbesondere Bankgeschäfte, Finanz- und Wertpapierdienstleistungen und Versicherungen sowie deren Vermittlung, ausgenommen Darlehensvermittlungsverträge,
 4. über die Veräußerung von Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten, die Begründung, Veräußerung und Aufhebung von dinglichen Rechten an Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten sowie über die Errichtung von Bauwerken,
 5. über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von Unternehmern im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden,
 6. über die Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie Freizeitgestaltung, wenn sich der Unternehmer bei Vertragsschluss verpflichtet, die Dienstleistungen zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines genau angegebenen Zeitraums zu erbringen,
 7. die geschlossen werden
 - a) unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen oder
 - b) mit Betreibern von Telekommunikationsmitteln auf Grund der Benutzung von öffentlichen Fernsprechern, soweit sie deren Benutzung zum Gegenstand haben.

§ 312c BGB

- (1) Der Unternehmer hat den Verbraucher rechtzeitig vor Abschluss eines Fernabsatzvertrags in einer dem eingesetzten Fernkommunikationsmittel entsprechenden Weise klar und verständlich zu informieren über
 1. die Einzelheiten des Vertrags, für die dies in der Rechtsverordnung nach Artikel 240 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche bestimmt ist, und
 2. den geschäftlichen Zweck des Vertrags. Bei Telefongesprächen muss der Unternehmer seine Identität und den geschäftlichen Zweck des Vertrags bereits zu Beginn des Gesprächs ausdrücklich offen legen.
- (2) Der Unternehmer hat dem Verbraucher die in der Rechtsverordnung nach Artikel 240 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche bestimmten Informationen in dem dort bestimmten Umfang und der dort bestimmten Art und Weise alsbald, spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrags, bei Waren spätestens bei Lieferung an den Verbraucher, in Textform mitzuteilen.
- (3) Absatz 2 gilt nicht für Dienstleistungen, die unmittelbar durch Einsatz von Fernkommunikationsmitteln erbracht werden, sofern diese Leistungen in einem Mal erfolgen und über den Betreiber der Fernkommunikationsmittel abgerechnet werden. Der Verbraucher muss sich in diesem Fall aber über die Anschrift der Niederlassung des Unternehmers informieren können, bei der er Beanstandungen vorbringen kann.
- (4) Weitergehende Einschränkungen bei der Verwendung von Fernkommunikationsmitteln und weitergehende Informationspflichten auf Grund anderer Vorschriften bleiben unberührt.

§ 312d BGB

- (1) Dem Verbraucher steht bei einem Fernabsatzvertrag ein Widerrufsrecht nach § 355 zu. Anstelle des Widerrufsrechts kann dem Verbraucher bei Verträgen über die Lieferung von Waren ein Rückgaberecht nach § 356 eingeräumt werden.
 - (2) Die Widerrufsfrist beginnt abweichend von § 355 Abs. 2 Satz 1 nicht vor Erfüllung der Informationspflichten gemäß § 312c Abs. 2, bei der Lieferung von Waren nicht vor dem Tage ihres Eingangs beim Empfänger, bei der wiederkehrenden Lieferung gleichartiger Waren nicht vor dem Tage des Eingangs der ersten Teillieferung und bei Dienstleistungen nicht vor dem Tage des Vertragsschlusses.
 - (3) Das Widerrufsrecht erlischt bei einer Dienstleistung auch, wenn der Unternehmer mit der Ausführung der Dienstleistung mit ausdrücklicher Zustimmung des Verbrauchers vor Ende der Widerrufsfrist begonnen hat oder der Verbraucher diese selbst veranlasst hat.
 - (4) Das Widerrufsrecht besteht, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht bei Fernabsatzverträgen
 1. zur Lieferung von Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind oder die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind oder schnell verderben können oder deren Verfalldatum überschritten würde,
 2. zur Lieferung von Audio- oder Videoaufzeichnungen oder von Software, sofern die gelieferten Datenträger vom Verbraucher entsiegelt worden sind,
 3. zur Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten,
 4. zur Erbringung von Wett- und Lotterie-Dienstleistungen oder
 5. die in der Form von Versteigerungen (§ 156) geschlossen werden.
- (5) Das Widerrufsrecht besteht ferner nicht bei Fernabsatzverträgen, bei denen dem Verbraucher bereits auf Grund der §§ 499 bis 507 ein Widerrufs- oder Rückgaberecht nach § 355 oder § 356 zusteht. Bei solchen Verträgen gilt Absatz 2 entsprechend.

§ 312e BGB

- (1) Bedient sich ein Unternehmer zum Zwecke des Abschlusses eines Vertrags über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen eines Tele- oder Mediendienstes (Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr), hat er dem Kunden
1. angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann,
 2. die in der Rechtsverordnung nach Artikel 241 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuche bestimmten Informationen rechtzeitig vor Abgabe von dessen Bestellung klar und verständlich mitzuteilen,
 3. den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen und
 4. die Möglichkeit zu verschaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern.
- Bestellung und Empfangsbestätigung im Sinne von Satz 1 Nr. 3 gelten als zugegangen, wenn die Parteien, für die sie bestimmt sind, sie unter gewöhnlichen Umständen abrufen können.
- (2) Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 bis 3 findet keine Anwendung, wenn der Vertrag ausschließlich durch individuelle Kommunikation geschlossen wird. Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 bis 3 und Satz 2 findet keine Anwendung, wenn zwischen Vertragsparteien, die nicht Verbraucher sind, etwas anderes vereinbart wird.
- (3) Weitergehende Informationspflichten auf Grund anderer Vorschriften bleiben unberührt. Steht dem Kunden ein Widerrufsrecht gemäß § 355 zu, beginnt die Widerrufsfrist abweichend von § 355 Abs. 2 Satz 1 nicht vor Erfüllung der in Absatz 1 Satz 1 geregelten Pflichten.

§ 6 TDG

Diensteanbieter haben für geschäftsmäßige Teledienste mindestens folgende Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten:

1. den Namen und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen zusätzlich den Vertretungsberechtigten,
2. Angaben, die eine schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation mit ihnen ermöglichen, einschließlich der Adresse der elektronischen Post,
3. soweit der Teledienst im Rahmen einer Tätigkeit angeboten oder erbracht wird, die der behördlichen Zulassung bedarf, Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde,
4. das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,
5. soweit der Teledienst in Ausübung eines Berufs im Sinne von Artikel 1 Buchstabe d der [Richtlinie 89/48/EWG](#) des Rates vom 21. Dezember 1988 über eine allgemeine Regelung zur Anerkennung der Hochschuldiplome, die eine mindestens 3-jährige Berufsausbildung abschließen (ABl. EG Nr. L 19 S. 16), oder im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der [Richtlinie 92/51/EWG](#) des Rates vom 18. Juni 1992 über eine zweite allgemeine Regelung zur Anerkennung beruflicher Befähigungsnachweise in Ergänzung zur Richtlinie 89/48/EWG (ABl. EG Nr. L 209 S. 25), die zuletzt durch die Richtlinie 97/38/EG der Kommission vom 20. Juni 1997 (ABl. EG Nr. L 184 S. 31) geändert worden ist, angeboten oder erbracht wird, Angaben über
 - a) die Kammer, welcher die Diensteanbieter angehören,
 - b) die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
 - c) die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und dazu, wie diese zugänglich sind,
6. in Fällen, in denen sie eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, die Angabe dieser Nummer.

Weitergehende Informationspflichten insbesondere nach dem Fernabsatzgesetz, dem Fernunterrichtsschutzgesetz, dem Teilzeit-Wohnrechtgesetz oder dem Preisangaben- und Preisklauselgesetz und der Preisangabenverordnung, dem Versicherungsaufsichtsgesetz sowie nach handelsrechtlichen Bestimmungen bleiben unberührt.

§ 7 TDG

Diensteanbieter haben bei kommerziellen Kommunikationen, die Bestandteil eines Teledienstes sind oder die einen solchen Dienst darstellen, mindestens die nachfolgenden Voraussetzungen zu beachten.

1. Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.
2. Die natürliche oder juristische Person in deren Auftrag kommerzielle Kommunikationen erfolgen, muss klar identifizierbar sein.
3. Angebote zur Verkaufsförderung wie Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke müssen klar als solche erkennbar sein, und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.
4. Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar und die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.

Die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb bleiben unberührt.