

Rechtliche Grundlagen des E-Commerce

I. Allgemeines

Im E-Commerce sind viele verschiedene und zum Teil komplexe Rechtsvorschriften zu beachten. Die allgemeinen Rechtsgrundlagen (BGB, HGB, AGB-Recht, Urheberrechtsgesetz, Verbraucherkreditrecht, Gewerbeordnung, UWG, Strafgesetzbuch etc.) gelten uneingeschränkt. Daneben sind im Bereich des E-Commerce besonders folgende Rechtsvorschriften zu beachten:

- das Telemediengesetz (TMG)
- das E-Commerce- und Fernabsatzrecht des Bürgerlichen Gesetzbuchs (§§ 312 b ff. BGB)
- ab 11. Juni 2010 Art. 246 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB)
- das Signaturgesetz (SigG)
- die Preisangabenverordnung (PAngV)
- ggf. die Dienstleistungs- Informationspflichten- Verordnung (DL-InfoV).

Mit Inkrafttreten des Gesetzes zur Neuordnung der Vorschriften über das Widerrufs- und Rückgaberecht vom 29. Juli 2009 am 11. Juni 2010 gelten im E-Commerce geänderte Vorschriften und Musterbelehrungen, die in diesem Merkblatt bereits berücksichtigt sind.

II. Vertragsschluss via Internet

Verträge können auch via Internet (per E-Mail) rechtswirksam abgeschlossen werden. Nicht ohne weiteres online abschließbar sind allerdings solche Verträge, die kraft Gesetzes bestimmten Formanforderungen unterliegen (Schriftform, Beglaubigung, notarielle Beurkundung). Allerdings besteht seit Mitte 2001 die Möglichkeit, zumindest die gesetzlich vorgeschriebene Schriftform in der Regel durch Verwendung einer qualifizierten digitalen Signatur nach dem Signaturgesetz einzuhalten (sog. „elektronische Form“). Angesichts der geringen Verbreitung digitaler Signaturen ist ein solches Verfahren derzeit allerdings kaum praktikabel. Das Zustandekommen eines Vertrages setzt Angebot und Annahme voraus. Keine Angebote in diesem juristischen Sinne sind die Kataloge auf der Website sowie das Aufnehmen einzelner Artikel in einen elektronischen „Warenkorb“ durch den Kunden. Ein verbindliches Angebot ist in der Regel erst das Absenden der Bestellung durch den Kunden, z.B. via E-Mail oder Abschicken des Online-Bestellformulars.

III. Pflichten des Online-Anbieters

Wer im Internet eine Website anbietet, muss grundsätzlich bestimmte Informationen an deutlich sichtbarer Stelle auf seiner Website bereithalten (sog. Anbieterkennzeichnung nach dem TMG oder „Impressumpflicht“, vgl. unten Ziff. 1). Dies gilt nicht nur für Online-Shops, sondern sogar für sämtliche geschäftsmäßigen Internetangebote, d.h. auch für Unternehmenspräsentationen oder reine Informationsangebote. Für Anbieter von Waren oder Dienstleistungen in Onlineshops oder Online-Auktionsplattformen (Online-Anbieter) gelten darüber hinaus weitere besondere Vorschriften (vgl. unten Ziff. 2).

1. Anbieterkennzeichnung nach dem TMG (Impressumpflicht):

Der Anbieter einer Internetseite muss in jedem Fall informieren über:

- den vollständigen Vor- und Zunamen des Anbieters (ggf. die Firma)
- die postalische Anschrift des Anbieters (Postfach und E-Mail-Adresse sind nicht ausreichend!)
- bei juristischen Personen (GmbH, UG, AG, Genossenschaft, Verein) die Rechtsform des Unternehmens und den Namen des Vertretungsberechtigten, wenn Angaben zum Kapital gemacht werden, das Stamm- oder Grundkapital und der Gesamtbetrag der ausstehenden Einlagen
- den vollständigen Vor- und Zunamen und die Anschrift des Verantwortlichen für den Inhalt journalistisch-redaktioneller Angebote
- die Umsatzsteuer-Identifikations-Nummer (USt.-ID-Nr.), sofern vorhanden
- Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, sofern die ausgeübte Tätigkeit einer behördlichen Genehmigung bedarf (z.B. im Makler- und Bautränergewerbe)
- seine E-Mail-Adresse, Telefon- und Faxnummer
- das für ihn zuständige Handelsregister, Partnerschaftsregister, Genossenschaftsregister oder Vereinsregister einschließlich seiner Registernummer (sofern er in einem dieser Register eingetragen ist)
- bei AG, KGaA oder GmbH, die sich in Abwicklung oder Liquidation befinden, die Angabe darüber
- bei Dienstleistung, die in Ausübung eines reglementierten Berufes erfolgt, die Angabe der Kammer, der gesetzlichen Berufsbezeichnung und des Staates, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist sowie berufsrechtliche Regelungen und wo diese zugänglich sind
- Angabe der Wirtschaftsidentifikationsnummer, sofern vorhanden.

2. Weitere Informationspflichten des Online-Anbieters:

Bei Fernabsatzverträgen mit Verbrauchern werden vor Abschluss eines Vertrages eine Reihe weiterer Informationen verlangt (vgl. § 312 c Abs. 1 BGB in Verbindung mit Art. 246 §§ 1 und 2 EGBGB). Fernabsatzverträge sind grundsätzlich Verträge über die Lieferung von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen (weiter Begriff), die zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln (z.B. Briefe, Kataloge, Telefonanrufe, Telefaxe, E-Mails, Internet) abgeschlossen werden. Unternehmer in diesem Sinne ist, wer bei Abschluss des Geschäfts in Ausübung seiner gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit handelt (vgl. § 14 BGB). Als Verbraucher gilt, wer das Rechtsgeschäft zu einem Zweck abschließt, der weder seiner gewerblichen noch seiner selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden kann (vgl. § 13 BGB).

a) Informationspflichten vor Vertragsschluss mit Verbrauchern:

Vor Vertragsschluss ist der Verbraucher bei Fernabsatzverträgen zu informieren (vgl. § 312 c Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246 § 1 EGBGB) über:

- die Identität des Unternehmers
- Registereinträge mit Ort und Registernummer
- die Identität eines Vertreters des Unternehmers in dem Mitgliedstaat, in dem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat, wenn es einen solchen Vertreter gibt, oder die Identität einer anderen gewerblichen Person als dem Anbieter, mit der der Verbraucher geschäft-

lich zu tun hat, und die Eigenschaft, in der diese Person gegenüber dem Verbraucher tätig wird

- die ladungsfähige Anschrift des Unternehmers und weitere für die Geschäftsbeziehung maßgebliche Anschriften z.B. des o.g. Vertreters oder sonstiger Kontaktpersonen
- die wesentlichen Merkmale der angebotenen Ware oder Dienstleistung
- den Zeitpunkt, die Art und Weise des Zustandekommens des Vertrages
- die Mindestlaufzeit des Vertrages (bei sog. Dauerschuldverhältnissen)
- eventuelle Liefervorbehalte oder einen Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung zu erbringen
- den Gesamtpreis einschließlich USt und sonstiger Preisbestandteile
- die Grundlage für die Berechnung des Preises, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht
- weitere Steuern oder Kosten, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden; ein Beispiel wäre die Information über ein nicht vom Unternehmer vertriebenes kostenpflichtiges Programm, das zur Anzeige der abgerufenen Information notwendig ist
- die ggf. anfallenden Liefer- und Versandkosten
- die Einzelheiten hinsichtlich Zahlung und Lieferung oder Erfüllung
- das Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie die Bedingungen und Einzelheiten der Ausübung (insbesondere Name und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist und die Rechtsfolgen des Widerrufs/ der Rückgabe einschließlich Informationen über den Betrag, den der Verbraucher im Fall des Widerrufs oder der Rückgabe für die erbrachte Dienstleistung zu zahlen hat); der Hinweis wie „Ihnen steht ein 14-tägiges Widerrufsrecht nach Lieferung der Ware zu“ reicht auch vorvertraglich nicht mehr aus
- ggf. spezifische zusätzliche Kosten der Nutzung von Fernkommunikationsmitteln im Zusammenhang mit der Vertragsanbahnung und -abwicklung, sofern diese die üblichen Kosten übersteigen
- die Gültigkeitsdauer befristeter Angebote
- acht zusätzliche Informationspflichten für Finanzdienstleistungen (Art. 246 § 1 Abs. 2 EGBGB)

b) Mitteilung in Textform nach Vertragsschluss mit Verbrauchern:

Als bald nach Vertragsschluss, spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrages, ist der Online-Anbieter verpflichtet, dem Verbraucher die Vertragsbestimmungen einschließlich der AGB sowie die oben unter a) genannten Informationen in Textform mitzuteilen (vgl. § 312 c Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246 § 2 EGBGB, Textform gem. § 126 b BGB). Um dem Erfordernis der Textform zu genügen, ist eine E-Mail ausreichend.

Achtung: Textform liegt aber nicht vor, wenn der Text lediglich auf der Website zum Download eingestellt ist. Damit sind die gesetzlichen Informationspflichten noch nicht erfüllt!

3. Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr allgemein:

Zusätzlich muss der Online-Anbieter – unabhängig davon, ob der Kunde Verbraucher oder Unternehmer ist –

- dem Kunden angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Fehlererkennung und -korrektur vor Abgabe einer Bestellung zur Verfügung stellen
- den Kunden darüber informieren, wie er mit diesen Mitteln Eingabefehler erkennen und berichtigen kann
- den Eingang einer Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen

- für den Kunden die Möglichkeit schaffen, den Vertragstext einschließlich der AGB bei Vertragsschluss abzurufen und zu speichern
- über die einzelnen technischen Schritte informieren, die zu einem Vertragsschluss führen
- darüber informieren, ob der Vertragstext nach Vertragsschluss vom Online-Anbieter gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist
- über die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen informieren falls der Online-Anbieter sich Verhaltenskodizes unterwirft, über diese und ihre elektronische Zugänglichkeit informieren.

Diese Pflichten ergeben sich aus § 312 e BGB in Verbindung mit Art. 246 § 3 EGBGB. Sie gelten dann nicht, wenn der Vertrag ausschließlich durch individuelle Kommunikation geschlossen wird oder wenn zwischen Unternehmern etwas anderes vereinbart wird, vgl. § 312 e Abs. 2 BGB.

IV. Widerrufsrecht

1. Widerrufsrecht, Widerrufsbelehrung, Widerrufsfrist:

Beim Fernabsatzvertrag wird dem Verbraucher ein gesetzliches Recht auf Widerruf des Vertrages eingeräumt. Innerhalb einer Frist von 14 Tagen (oder im Ausnahmefall einem Monat, s.u.) kann der Verbraucher den Vertrag ohne Angabe von Gründen widerrufen. Der Verbraucher muss den Widerruf nicht begründen. Diese Regelung dient dem Schutz des Verbrauchers, der die online bestellte Ware – im Gegensatz zu einem Einkauf im Laden – nicht in die Hand nehmen und prüfen oder die online beauftragte Dienstleistung nicht testen konnte. Er soll sich deshalb ohne Begründung vom Vertrag lösen können. Die Widerrufsfrist beginnt erst dann, wenn der Unternehmer dem Verbraucher spätestens bei Vertragsschluss oder (nach der neuen Rechtslage ab 11. Juni 2010) unverzüglich nach Vertragsschluss

- eine § 360 Abs. 1 BGB entsprechende, korrekte Belehrung über sein Widerrufsrecht sowie
- die in Art. 246 § 2 i.V.m. § 1 Abs. 1 und 2 EGBGB vorgesehenen Pflichtinformationen (vgl. oben Punkt III 2 a und b),
- in Textform (z.B. auf einer Auftragsbestätigung, Rechnung, in einer E-Mail oder auf CD)

zur Verfügung gestellt hat, vgl. § 355 BGB. Durch die Möglichkeit, die Belehrung auch noch unverzüglich nach Vertragsschluss erteilen zu können, soll bei Vertragsschlüssen in Internetauktionen dem Umstand Rechnung getragen werden, dass der Unternehmer erst nach Vertragsschluss weiß, wer sein Vertragspartner ist. Unverzüglich ist die nachträgliche Belehrung allerdings nur dann, wenn sie spätestens am Tag nach dem Vertragsschluss in Textform auf den Weg gebracht wird. Fehlt es an einer dieser Voraussetzungen, so endet die Widerrufsfrist grundsätzlich erst 6 Monate nach Vertragsschluss, bei der Lieferung von Waren jedoch nicht vor Eingang beim Kunden. Keinerlei Frist läuft dagegen, wenn die Widerrufsbelehrung fehlt, unvollständig oder unrichtig ist.

2. Hinsendekosten und 40-Euro-Klausel:

Aufgrund eines EuGH-Urteils vom 15.04.2010 (C-511/08) können dem Verbraucher nun nicht mehr die Kosten für die Hinsendung auferlegt werden. Dem Verbraucher können aber im Falle eines Widerrufs die regelmäßigen Rücksendekosten auferlegt werden, wenn der Preis der zurück zu sendenden Sache nicht mehr als 40 EUR beträgt. Voraussetzung ist aber nach aktueller Rechtslage, dass diese Kostenauflegung nicht nur in der Widerrufsbelehrung enthalten ist, sondern auch in den AGB geregelt ist (doppelt). Bei einem Preis von über 40 EUR können dem

Verbraucher die Rücksendekosten nur dann vertraglich auferlegt werden, wenn der Verbraucher weder die Gegenleistung noch eine Teilzahlung erbracht hat, es sei denn, dass die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht. Bei teuren Produkten muss der Händler also grundsätzlich sowohl die Hin- als auch die Rücksendekosten tragen.

3. Mögliche Folgen einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung:

Neben der Konsequenz, dass die kurze Widerrufsfrist nicht in Gang gesetzt wird, kann das Versäumnis, rechtzeitig die o.g. Pflichtinformationen in Textform zu geben, auch wettbewerbsrechtliche Abmahnungen sowie im schlimmsten Fall die Erhebung einer Klage und die Verhängung von Bußgeldern zur Folge haben.

4. Achtung: Neues Muster ab 11. Juni 2010

Mit Inkrafttreten des Gesetzes „zur Neuordnung der Vorschriften über das Widerrufs- und Rückgaberecht“ am 11. Juni 2010 gelten neue Musterbelehrungen. Die dem bislang gültigen amtlichen Muster der BGB-Informationspflichten-Verordnung entsprechende Widerrufsbelehrung ist entsprechend anzupassen! Das neue Muster für die Widerrufsbelehrung ist in Anlage 1 zu Art. 246 § 2 Abs. 3 S. 1 EGBGB enthalten. Änderungen oder Zusätze, die nicht in den Gestaltungshinweisen vorgesehen sind, sind zu vermeiden, da sonst eine Abmahnung drohen kann. Das Muster hat nun Gesetzesrang (im Gegensatz zum Muster in der früheren BGB-Informationspflichten-Verordnung). Es ist deshalb gerichtlich nicht mehr angreifbar, sodass die Händler mehr Rechtssicherheit haben.

Das Muster finden Sie im Anhang zum Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie, des zivilrechtlichen Teils der Zahlungsdiensterichtlinie sowie zur Neuordnung der Vorschriften über das Widerrufs- und Rückgaberecht auf der Website des Bundesjustizministeriums unter http://www.bmj.bund.de/enid/Verbraucherschutz/Umsetzung_Verbraucherkredit_und_Zahlungsdiensterichtlinie_1hd.html

5. Ausnahmen vom Widerrufsrecht:

Das Widerrufsrecht gilt nicht für alle Fälle. Kein Widerrufsrecht hat der Verbraucher insbesondere bei Bestellung

- von Waren, die nach seinen Spezifikationen speziell angefertigt wurden
- von schnell verderblichen Gegenständen oder Gegenständen, die nicht für eine Rücksendung geeignet sind
- von Audio- und Videoaufzeichnungen sowie Software, sofern die gelieferten Datenträger versiegelt waren und vom Kunden entsiegelt worden sind
- von Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten, es sei denn, der Verbraucher hat diese telefonisch bestellt (neue Ausnahme!)
- von Wett- und Lotteriedienstleistungen, es sei denn, der Verbraucher hat diese telefonisch in Auftrag gegeben (neue Ausnahme!)
- von telekommunikationsgestützten Diensten, die auf Veranlassung des Verbrauchers unmittelbar per Telefon oder Telefax in einem Mal erbracht werden (sog. Mehrwertdienste; gilt nicht für Finanzdienstleistungen; neue Regelung!)
- von Lebensmitteln, Getränken oder Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die im Rahmen eines Lieferservices geliefert wurden. Weitere Ausnahmen sind unter §§ 312 b Abs. 3 und 312 d Abs. 4 BGB zu finden.

V. Rückgaberecht

Anstelle des Widerrufsrechts kann der Unternehmer dem Verbraucher bei Verträgen über die Lieferung von Waren ein Rückgaberecht einräumen, vgl. § 356 BGB. Dies hat den Vorteil für den Unternehmer, dass das Rückgaberecht in der Regel nur durch Rücksendung der Sache ausgeübt werden kann und er somit schnell wieder in den Besitz der Sache kommt. Allerdings trägt der Unternehmer im Falle eines Rückgaberechts in jedem Fall die Kosten und Gefahr der Rücksendung (vgl. § 357 BGB). Eine Auferlegung der Rücksendekosten ist unter keinen Umständen möglich.

Im Übrigen gelten die Ausführungen zum Widerrufsrecht (s.o. Ziff. IV) entsprechend.

VI. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

AGB können auch bei Online-Verträgen wirksam einbezogen werden. Sie unterliegen bei wirksamer Einbeziehung uneingeschränkt der sog. Inhaltskontrolle nach den §§ 307–309 BGB. Folgende Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit die AGB bei einer Internetbestellung überhaupt Vertragsbestandteil werden:

- Der Unternehmer muss vor Vertragsschluss an deutlich sichtbarer Stelle auf der Website oder – was noch besser ist – durch ausdrücklichen sofort sichtbaren Hinweis im Bestellformular auf die Geltung der AGB hinweisen.
- Der Inhalt der AGB muss vollständig über die Website einsehbar sein.
- Die AGB müssen auf dem Bildschirm lesbar sein (keinen Mini-Schriftgrad verwenden!).
- Der Text der AGB muss so kurz gehalten sein, dass er auch vom Bildschirm aus in zumutbarer Weise zur Kenntnis genommen werden kann (möglichst keine 20-seitigen AGB-Klauselwerke ins Netz stellen!).

VII. Namens- und Markenrecht

Eine registrierte Internet-Domain kann namens- und markenrechtlich geschützt sein. Die Verwendung einer solchen Domain in identischer oder leicht abgewandelter Form ist in der Regel unzulässig und kann namens- und markenrechtliche Ansprüche auf Unterlassung und Schadensersatz des Rechteinhabers begründen. Die Nutzung fremder Namen oder Marken als Domain-Adresse ist unabhängig davon, ob diese schon als Domain benutzt wird oder nicht, in aller Regel unzulässig und kann vom Rechteinhaber gerichtlich unterbunden werden. Zur Vermeidung solcher Streitigkeiten sind Namens- und Markenrecherchen vor Anmeldung einer Domain oder sonstigen Nutzung von Namen und Marken zu empfehlen.

VIII. Urheberrecht und Geschmacksmusterrecht

Unternehmenspräsentationen auf einer Website können (wie die Website insgesamt) urheberrechtlich oder auch als Geschmacksmuster geschützt sein. Eine Verbreitung, Kopie oder Änderung kann ohne Zustimmung des Rechteinhabers unzulässig sein. Urheber der Präsentation ist derjenige, der sie selbst erstellt hat (nicht unbedingt der Unternehmer, für den sie erstellt wurde). Bei Erstellung einer Website durch ein hierauf spezialisiertes Unternehmen sollte der Besteller darauf achten, dass ihm vertraglich die urheberrechtlichen Nutzungsrechte an der Website übertragen werden. Anderenfalls läuft der Besteller Gefahr, die Website ohne Zustimmung des Urhebers nicht veräußern oder wesentlich verändern zu dürfen. Urheberrechtlich geschützte Werke (z.B. Bücher, Musikstücke, Computerprogramme, Datenbanken, häufig auch Landkarten

etc.) dürfen auch im Internet nur mit Zustimmung des Urhebers z.B. verbreitet werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Verbreitung entgeltlich oder kostenlos erfolgt.

VIII. Wettbewerbsrecht

Im Internet-Geschäft sind natürlich auch die Vorschriften des Wettbewerbsrechts zu beachten, insbesondere das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (UWG) und andere für Werbeaus-sagen maßgebliche Vorschriften wie die Preisangabenverordnung.

Werbung per E-Mail ist wettbewerbsrechtlich grundsätzlich verboten. Sie kann ausnahmsweise erlaubt sein, wenn eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt oder wenn der Werbende schriftlich nachweisen kann, dass

- der die elektronische Postadresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware der Dienstleistung von dem Kunden erhalten hat und
- der die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet und
- der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
- der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Achtung: Alle Voraussetzungen müssen zugleich vorliegen.

Achtung: Soweit die Übersendung unverlangter elektronischer Werbung überhaupt zulässig ist, muss schon aus der Betreffzeile hervorgehen, dass es sich eben um Werbung handelt. Wird die Werbung dagegen als normale Post getarnt, ist sie ebenfalls wettbewerbswidrig.

Die Setzung von Links ist sowohl namens-, marken-, urheber- als auch wettbewerbsrechtlich relevant. Links müssen in jedem Fall deutlich erkennen lassen, dass hier nicht auf eigene, sondern auf fremde Inhalte verwiesen wird. Außerdem sollte das Einverständnis des Inhabers der verlinkten Website eingeholt werden.

(Abdruck mit freundlicher Genehmigung der IHK für München und Oberbayern)

Stand: Juli 2010

Ansprechpartner bei der IHK Niederbayern

Ass. Sven Kranixfeld

- Recht + Fair Play -

Industrie- und Handelskammer für Niederbayern in Passau

Nibelungenstraße 15, 94032 Passau

Telefon: 0851/507-213

Telefax: 0851/507-284

kranixfeld@passau.ihk.de

www.passau.ihk.de

Hinweis:

Dieses Merkblatt soll nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Richtigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden, es sei denn, der IHK wird vorsätzliche oder grob fahrlässige Pflichtverletzung nachgewiesen.