

RECHTSFRAGEN RUND UM DAS INTERNET

Verfasser: Rechtsanwalt Bernhard Hannemann
Rechtsreferendar Daniel Sohn
Kanzlei Dr. Waibel & Kollegen, Augsburg

Rechtsanwalt Prof. Dr. Jochen Schneider
und Rechtsanwältin Anja Münz, München
Kanzlei Schneider & Schiffer, München

Herausgeber: Industrie- und Handelskammer für Augsburg und Schwaben
Stettenstraße 1+ 3, 86150 Augsburg

5., aktualisierte und erweiterte Auflage
Stand: August 2001

Rechtsfragen rund um das Internet

Inhalt:	Seite
I. Wie erhalte ich Zutritt zum Internet?	3
1. Providerverträge	
2. Webdesignverträge	
3. Checklisten	
II. Was muss bei der Anmeldung von Domain-Namen beachtet werden?	6
1. Begriff und Beantragung	
2. Schutz im Streitfall	
3. Ist ein Domain-Namen pfändbar?	
4. Checkliste	
III. Was muss bei der Erstellung von Homepages beachtet werden?	11
1. Was darf in der Homepage stehen?	
2. Was darf dem Netz entnommen werden?	
3. Checkliste	
IV. Was muss bei der Kommunikation per E-Mail beachtet werden?	17
1. Wann kann die E-Mail im Rechtsverkehr wirksam eingesetzt werden?	
a) Allgemeines	
b) gesetzliche Schriftform	
c) vertraglich vereinbarte Schriftform	
d) Erklärungen gegenüber öffentlichen Stellen	
2. Wie sicher ist die E-Mail?	
3. Sollte man auch wichtige Nachrichten per E-Mail verschicken?	
4. Kann man mit einer E-Mail eine Frist einhalten?	
5. Was gilt, wenn Unberechtigte den eigenen Internetzugang nutzen?	
6. Wer haftet bei Viren?	
7. Checkliste	
V. Was bedeuten digitale Signaturen und elektronische Archivierung?	23
1. Signaturgesetz 2001	
2. Neue Regelungen für steuerliche Betriebsprüfungen bei EDV-gestützter Buchführung	

- VI. Was muss bei Werbung im Internet beachtet werden? 25
1. Werbung auf der Homepage
 2. Werbung mittels E-Mails
- VII. Was muss beim E-Commerce beachtet werden? 27
1. B2B („business to business“ – Handel zwischen Unternehmen)
 2. B2C („business to consumer“ – Handel zwischen Unternehmen und Verbraucher)
 - a) Wie können Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) bei Verträgen im Internet verwendet werden?
 - b) Fernabsatzgesetz mit Checkliste
 - c) Weitere verbraucherschützende Vorschriften (PAngV, VerbrKrG, andere)
 3. Welche Risiken birgt die Kreditkartenzahlung im Internet?
 4. Datenschutz
 5. Sind sog. Cookies zulässig?
 6. Internetversteigerungen

Anhang: 43

Rechtsprechungsübersicht

- a) Zum Domain-Recht
- b) zum E-Mail-Recht
- c) Zum E-Commerce-Recht
- d) Zur Verantwortung für Links
- e) Sonstiges

Hinweis: Trotz sorgfältiger Recherche kann für die Ausführungen in der Broschüre keine Gewähr für deren Richtigkeit und Vollständigkeit übernommen werden. Gesetzgebung und Rechtsprechung sind bis August 2001 berücksichtigt.

I. Wie erhalte ich Zutritt zum Internet?

1. Providerverträge

Der sog. Providervertrag wird zwischen einem Kunden, der den Zugang zum Internet wünscht und einem Provider geschlossen. Durch diesen Vertrag soll zunächst der Zugang zum Internet ermöglicht werden. Neben dem Zugang zum Internet können aber auch Regelungen über den E-mail Verkehr, die Hinterlegung von sog. Homepages und Zugangskosten (Telefongebühren) geregelt sein. Entsprechend der Regelungen sind diese Verträge als Miet-, Dienstleistungs- oder Werkverträge zu qualifizieren. Wird das Internet lediglich privat genutzt, werden derartige Verträge auch im Zusammenhang mit dem Erwerb von Modems, Telefonanlagen oder bei der erstmaligen Einwahl in das Internet abgeschlossen. Im gewerbliche Bereich sollten jedoch auch derartigen Verträgen, das erforderliche Aufmerksamkeit geschenkt werden. Werden nachfolgende Punkte nicht beachtet, kann es zu unangenehmen Überraschungen kommen.

TIP: Nicht nur der Vertrag selbst sollte geprüft werden, sondern auch der Provider selbst. Günstige Gebühren können teuer bezahlt werden, wenn die erforderliche Kapazität nicht gewährleistet werden kann oder das Unternehmen insolvent wird.

2. Webdesignverträge

Zu unterscheiden ist zwischen Webdesign- und Website-Wartungsvertrag. Ersterer umfaßt die Erstellung oder Überarbeitung einer Homepage und der dazugehörigen Websites wohingegen der letztere die regelmäßige Pflege der Websites betrifft.

a) Webdesignvertrag

In der Vorüberlegung des Auftritts eines Unternehmens im Internet muss geklärt werden, welchen Sinn und Zweck ein solcher Auftritt erfüllen soll.

Die meisten Unternehmen präsentieren sich bereits im Internet aus Gründen des Marketings und um mittels E-Mail erreichbar zu sein. Dabei muss unbedingt darauf geachtet werden, dass sich die Website in das einheitliche Erscheinungsbild (corporate design) des Unternehmens einfügt. Neben dem grafischen Gleichlauf von Briefpapier, Visitenkarten und Website ist gegebenenfalls auch zu beachten, dass im Internetauftritt des Unternehmens auch dessen Philosophie zum Ausdruck kommt (corporate identity).

Denken Sie bei Ihren Vorüberlegungen auch daran, dass heute ohne großen technischen Aufwand Einkaufsmöglichkeiten auf Ihrer Homepage eingerichtet werden können, entweder gegenüber Privat- oder Geschäftskunden. Zu den Einzelheiten hierzu werden weiter unten noch Ausführungen gemacht.

TIP: Lassen Sie Ihre Homepage und damit den Internetauftritt Ihres Unternehmens durch einen professionellen Webdesigner oder eine Webdesignagentur erstellen. So wird sicherge-

stellt, dass Ihr Internetauftritt einen guten Eindruck hinterläßt, indem er den mittlerweile gestiegenen Anforderungen der Nutzer entspricht. Außerdem können sie eventuelle Mängel und Schäden gegenüber dem Ersteller der Homepage geltend machen und diese auch von ihm warten und pflegen lassen. Denn nichts ist im schnellebigen Medium des Internets ärgerlicher als veraltete Inhalte oder Darstellungen, die dem technischen Standart nicht entsprechen. Schließlich wird eine Webseite nur gefunden, wenn Sie professionell vermarktet und bei den Suchmaschinen angemeldet wird.

Der Vertrag über die Erstellung einer Homepage mit mehreren Websites wird zumeist drei Phasen beschrieben, für die jeweils klare Zeitziele definiert werden sollten. Zu Beginn eine **Konzeptphase**, während der ein Konzept für die Struktur der Website erstellt wird. Im Anschluß daran die **Entwurfsphase**, während der eine Basisversion der Website auf der Grundlage des freigegebenen Konzepts anfertigt wird, die die wesentlichen gestalterischen Merkmale beinhaltet und die notwendige Grundfunktionalität aufweist. Nach Freigabe der Basisversion durch des Kunden erstellt der Webdesigner zuletzt die **Endversion** der Website.

TIP: Achten Sie darauf, dass im Webdesignvertrag sämtliche urheberrechtlichen Verwertungsrechte an der zu erstellenden Website vom Webdesigner auf Sie übertragen werden. Natürlich kann auf der Homepage auf den Webdesigner hingewiesen werden, was diese aus Gründen des Eigenmarketings wünschen.

b) Website-Wartungsvertrag

Ob zusammen mit dem Webdesignvertrag gleich ein Website-Wartungsvertrag abgeschlossen werden sollte, kann nicht generell beantwortet werden, da dies wesentlich von den Wünschen des Auftraggebers abhängt.

Durch einen Website-Wartungsvertrag wird ein Dritter, eventuell der Webdesigner, beauftragt, eine Homepage und die Websites in einem vereinbarten Zyklus zu warten und zu pflegen. Dabei ist die Überprüfung der Gebrauchstauglichkeit der Website von besonderer Bedeutung.

TIP: Verbinden Sie den Website-Wartungsvertrag nicht mit dem Webdesignvertrag, sondern schließen Sie zwei getrennte Verträge. Zum einen wirken sich Erklärungen und Probleme bezüglich des einen Vertrages nicht auf den anderen aus. Zum anderen haben Sie nach der Erstellung der Homepage die Möglichkeit zu entscheiden, wer die Websites pflegen und warten soll.

Achten Sie bei Anschluß des Webdesignvertrages dann aber darauf, dass Sie dort noch keine Regelungen, insbesondere keine Verpflichtung dahin eingehen, dass der Webdesigner die zu erstellende Homepage später auch pflegt.

3. Checklisten

a) Providervertrag

Im Zusammenhang mit Providerverträgen ist vor allem auf technische Parameter zu achten:

1. Reicht die Größe des zur Verfügung stehenden Speicherplatzes in Megabyte (MB) für den beabsichtigten Internetauftritt und weitere Dienste (wie z. B. E-Mail) aus?
2. Reicht der vereinbarte Traffic (Datenmenge, die von Nutzern durch das Aufrufen der Homepage durch die Leitungsanbindung des Providers fließt) aus?
Welche Regelungen bestehen für den Fall des Überschreitens der vereinbarten Menge (im schlechtesten Fall ist das Internetangebot dann nicht mehr erreichbar)?
3. Wie hoch ist die vertraglich zugesicherte Erreichbarkeit des Servers pro Jahr (z. B. 99%)?
4. Wo ist der Serverstandort und damit der Ort der Speicherung?
5. Wie sind die Server ans Internet angebunden (technische Angaben zu den Leitungen, da hiervon die Ladegeschwindigkeit abhängt)?

b) Webdesignvertrag

1. Vorüberlegung: Welchen Zweck soll ein Internetauftritt erfüllen? Soll ein bestehender Auftritt überarbeitet werden (sog. Relaunch)?
2. Welches Budget steht dafür zur Verfügung?
3. Wer soll unsere Homepage erstellen?
4. Abschluß eines Vertrages mit dem Webdesigner, der Rechte, Pflichten und Haftung, sowie Zeitziele regelt. Bitte prüfen Sie ob nachfolgende Punkte enthalten sind:

Konkrete Kostenregelungen, Regelungen der Kosten bei evtl. Mehrarbeiten.	?
Zusicherungen hinsichtlich Fertigstellungstermine.	?
Regelungen über den Umfang evtl. Mitwirkungspflichten.	?
Kostenregelungen bei etwaigen Änderungswünschen.	?
Freistellungsklauseln bei Verletzung von Urheber-, Markenrechte Dritter.	?
Regelungen hinsichtlich der Übergabe sämtlicher Dateien und Quellcodes, damit auch eine Weiterbetreuung durch Dritte erfolgen kann.	?

c) Website-Wartungsvertrag

1. Wer soll die Homepage regelmäßig warten und pflegen ?
2. Welches Budget steht dafür zur Verfügung ?
3. Welche Inhalte sollen regelmäßig aktualisiert werden ?

II. Was muss bei der Anmeldung von Domain-Namen beachtet werden?

1. Begriff und Beantragung

a) Was ist ein Domain-Name?

Um Rechner, die weltweit mit dem Internet verbunden sind, eindeutig zu identifizieren zu können, ist jedem Rechner bzw. jedem Internetangebot eine Adresse, die sog. IP-Number (Internet-Protokoll-Nummer), zugeordnet. Diese besteht aus einer Folge von 4 Zahlen zwischen 0 und 255. Da diese Nummern schwierig zu merken und umständlich einzugeben sind, wurde ein System von Domain-Namen, sog. URL (uniform resource locator) aufgebaut. Dank diesem kann jeder numerischen Adressierung jeweils eine frei wählbare Bezeichnung in Form eines Domain-Namens zugewiesen werden. Ein sog. Name-Server, der bei Eingabe eines Domain-Namens die dazugehörige numerische IP-Nummer ermittelt, sorgt dafür, dass das gewünschte Angebot erreicht wird.

Ein Domain-Name kann aus Ziffern, Bindestrichen und Buchstaben des lateinischen Alphabets bestehen. Leerstellen sind ebensowenig möglich wie Umlaute und andere Sonderzeichen. Weitere Details ergeben sich aus den Richtlinien der jeweiligen Registrierungsstelle.

Neben dem Domain-Namen enthält eine vollständige Internet-Adresse neben der Bezeichnung des Übertragungsprotokolls (<http://>) und dem gewählten Dienst (beispielsweise www) noch einen sog. Top-Level-Domain. Dieser steht entweder für ein Land (ccTLD, country code TLD) oder für einen inhaltlichen Bereich (gTLD, generic TLD). Beispiele für die beiden letzteren sind de für Deutschland, at für Österreich, ch für Schweiz und com für kommerzielle Angebote, edu für Bildungsträger oder net für Netzbetreiber. Mittlerweile kann allerdings jeder für nahezu jeden TLD einen Domain-Namen beantragen.

Aufgrund der Einzigartigkeit der IP-Nummern kann jeder Domain-Name unter einer sog. Top-Level-Domain nur einmal vergeben werden. Die Zahl der Registrierungen ist im Zuge der zunehmenden Beliebtheit und Verbreitung des Internets stark angestiegen. Trotz der Einführung neuer generischer Top-Level-Domains ist nicht zu erwarten, dass sich die angespannte Lage hinsichtlich der Verfügbarkeit von beliebten Domain-Namen deutlich entspannen wird.

Die Domain-Namen werden unter der jeweiligen Top-Level-Domain durch eine zuständige Registrierungsstelle vergeben. Für die deutschen de-Domains ist das die DENIC, eine eingetragene Genossenschaft in Frankfurt, die von Internet Service Provider, kurz ISP, die ihren Kunden lokale Zugänge zum Internet zur Verfügung stellen, getragen wird. Sämtliche Informationen über die DENIC e. G. sind unter <http://www.denic.de> abrufbar.

Die entsprechende Auskunft für gTLDs besteht bei <http://www.internic.net>.

Die Registrierung von Domain-Namen unter verschiedensten Top-Level-Domains kann auch bei den Internet Service Providern erfolgen, die dann sämtliche Formalitäten übernehmen.

b) Was muss ich bei der Beantragung eines Domain-Namens beachten?

Die einzige relevante Regel bei der Vergabe von Domain-Namen ist bisher „first come, first serve“, wer zuerst einen Antrag erstellt, erhält den Namen. Lediglich bei neueren Top-Level-Domains ist zu beobachten, dass Namens- oder Markeninhaber zeitlich zuerst im Rahmen einer sog. Sunrise Period zum Zuge kommen.

Die Freude über die Registrierung eines Domain-Namens wird nicht lange anhalten, wenn dieser gleich lautet mit Marken, Unternehmenskennzeichen, Firmennamen, deren Kurzbezeichnungen oder Städtenamen. Denn dann können Sie sehr schnell eine außergerichtliche Aufforderung mittels einer Abmahnung erhalten, dass sie den Domain-Namen freigeben. Das wäre an sich nicht weiter dramatisch, wenn die Abmahnung und eine zu unterzeichnende Unterlassungserklärung nicht mit der Übernahme von meist erheblichen Kosten verbunden wäre.

TIP: Recherchieren Sie vorab, ob der von Ihnen gewünschte Domain-Name innerhalb der gewünschten Top-Level-Domain überhaupt noch verfügbar ist und ob er eventuell in Rechte Dritter eingreifen könnte. Diese Arbeit übernehmen natürlich auch Webdesign-Agenturen und spezielle Dienstleister.

Unterlassen Sie die Registrierung freier Domain-Namen, die offensichtlich Rechte Dritter verletzen. Das gilt auch für den Fall von Wortkombinationen oder offensichtlichen Tippfehler.

Im Internet existieren Dienste, die die Verfügbarkeit gleich hinsichtlich mehrerer Top-Level-Domains abfragen. Daneben kann in den sog. Whois-Datenbanken der Registrierungsstellen recherchiert werden. Marken und ähnliches können unter <http://www.dpma.de> abgefragt werden, Firmennamen im Handelsregister oder über die Industrie- und Handelskammern.

Eine Überprüfung in Bezug auf die Verletzung von Rechten Dritter wird durch die Registrierungsstellen nicht vorgenommen. Mittlerweile ist höchstrichterlich entschieden dass die DENIC e. G. grundsätzlich keine Verpflichtung trifft, bei der Registrierung zu prüfen, ob an der einzutragenden Bezeichnung Rechts Dritter bestehen. Anders ist dies nur im Fall eines offenkundigen Rechtsverstoßes zu beurteilen, wenn dieser ohne weiteres festzustellen ist.

TIP: Die Registrierung eines oder mehrerer Domain-Namen verbinden Sie am geschicktesten mit einem Providervertrag über Speicherplatz, E-Mail-Accounts und anderen benötigten technischen Dienstleistungen im Zusammenhang mit Ihrem Internet-Auftritt. Denn mittlerweile existieren hier sehr günstige und technisch hochwertige Angebote.

Von einer Registrierung direkt bei der Registrierungsstelle ist vor allem aus Kostengründen abzuraten.

c) Spezialfrage: Kann ich mir auch einen beschreibenden Domain-Namen registrieren?

Interessant kann insbesondere auch die Registrierung von Domain-Namen sein, die beschreibender Natur sind, d. h. Gattungsbegriffen und Branchenbezeichnungen entsprechen.

Bisher herrschte eine große Unsicherheit, ob diese Praxis unter dem Gesichtspunkt der Kanalisierung von Kundenströmen wettbewerbsrechtlich und unter dem Aspekt eines Freihaltebedürfnisses markenrechtlich unzulässig ist.

Der Bundesgerichtshof hat mit Urteil vom Mai 2001 nunmehr entschieden, dass dieses Verhalten in keine der Fallgruppen, die die Rechtsprechung zur Konkretisierung des Verbots des § 1 UWG entwickelt habe, falle (Verbot von Handlungen, die gegen die guten Sitten verstoßen) und es keinen Anlaß gebe, eine neue Fallgruppe zu bilden.

Das aus dem Markenrecht entspringende Freihaltebedürfnis sei daneben nicht berührt, da der Domain-Name anders als die Marke nicht zu einem Ausschließlichkeitsrecht führe. Denn Wettbewerben seien nicht gehindert, den jeweiligen Begriff in ihrer Werbung oder ihrem Namen zu verwenden.

Allerdings hat der Bundesgerichtshof klargestellt, dass die Zulässigkeit der Verwendung von beschreibenden Begriffen als Domain-Namen auch Grenzen habe.

Zum einen könne sie unter dem Aspekt einer Blockade dann mißbräuchlich sein, wenn der Begriff nicht nur unter einer Top-Level-Domain, sondern unter weiteren registriert werde oder eine Registrierung unter einer Top-Level-Domain gleichzeitig in verschiedenen Schreibweisen erfolge.

Zum anderen dürfe die Verwendung von Gattungsbezeichnungen nicht irreführend sein.

Dieser Gesichtspunkte kann insbesondere dann berührt werden, wenn der Eindruck entsteht, dass das Internetangebot unter dem entsprechenden Domain-Namen das einzige auf diesem Gebiet ist und sich gewissermaßen als Portal für sämtliche Anbieter darstellt.

Es bleibt abzuwarten, wie sich diese Entscheidung in der Rechtsprechung der Instanzgerichte auswirken wird.

TIP: Sofern überhaupt noch ein Domain-Name in Form eines Gattungsbegriffes oder einer Branchenbezeichnung verfügbar ist (evtl. noch unter neuen Top-Level-Domains), können Sie diesen für sich reservieren. Allerdings ist nach der Freischaltung darauf zu achten, dass die beschriebenen Anforderungen eingehalten werden. Mit einer weiteren Konkretisierung derselben durch die Rechtsprechung ist zu rechnen.

2. Schutz im Streitfall

Im Zusammenhang mit Domain-Namen können verschiedenste Streitigkeit entstehen. Mittlerweile existiert eine sehr differenzierte Rechtsprechung, die allerdings häufig noch nicht durch Obergerichte untermauert ist.

Meistens besteht der Ausgangspunkt für Streitigkeiten darin, dass jemand einen Domain-Namen für sich registrieren lassen will und feststellt, dass dieser bereits durch einen anderen registriert worden ist. Dabei kann der andere überhaupt kein rechtlich geschütztes Interesse an diesem Domain-Namen haben, genau diesen Namen als natürlichen Familiennamen führen oder im Rahmen seiner Geschäfts- oder Firmenbezeichnung für sich beanspruchen. Denkbar ist auch, dass er Inhaber einer eingetragenen Marke mit dieser Bezeichnung ist.

Damit soll angedeutet werden, dass eine Vielzahl von Ausgangskonstellationen bestehen kann und eine generelle Beurteilung deshalb nicht möglich ist. Vielmehr wird eine gerichtliche Entscheidung vom Einzelfall abhängig sein, wobei festzustellen ist, dass die Instanzgerichte zunehmend mit diesbezüglichen technischen und rechtlichen Fragen vertraut oder sich zumindest aufgeschlossen gegenüber diesen zeigen.

Zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang, dass in gerichtlichen Entscheidungen die verwendete Top-Level-Domain bei der Beurteilung der Verwechslungsfähigkeit außer Betracht bleibt.

3. Ist ein Domain-Namen pfändbar?

Die Instanzgerichte beurteilen diese Frage bisher nicht einheitlich.

Aus dem Domainvertrag erwirbt der Inhaber einer Domain gegen die DENIC e. G einen Konnektierungsanspruch und einen Registrierungsanspruch. Der Konnektierungsanspruch betrifft die Übersetzung des Domain-Namens in eine IP-Adresse durch den Domain-Name-Server, der Registrierungsanspruch die Eintragung des Domaininhabers auf dem Whois-Server.

Die Parteistellung des Domaininhabers selbst kann nicht gepfändet werden. Möglich ist jedoch die zeitweise Pfändung des Konnektierungs- und des Registrierungsanspruches des Domaininhabers gegen die DENIC e. G. Diese Ansprüche stellen einen wirtschaftlichen Wert und damit ein anderes Vermögensrecht i. S. d. § 857 ZPO dar.

Etwas anderes gilt dann, wenn der Domainname von einer Privatperson genutzt wird und sich mit deren Namen deckt. Dann würde eine Pfändung deren Namensrecht verletzen. Ebenso wird eine Pfändbarkeit verneint, wenn der Domainname als untrennbar von dem die Rechte innehabenden Unternehmen anzusehen ist.

Bei der Pfändung dieser Ansprüche ist zu beachten, dass deren Übertragung auf einen Dritten während einer festen Pfändungslaufzeit zu einem festen Überlassungsentgelt erfolgt. Der Dritte kann in dieser Zeit dann beispielsweise eine Weiterleitung auf sein bereits bestehendes Angebot im Internet zur Erhöhung der Zugriffszahlen schalten. Demnach wird der Marktwert der zu erwartenden Zugriffszahlen während des Pfändungszeitraumes maßgeblich für das Überlassungsentgelt sein.

Daneben kommt die Überweisung an Zahlungsstatt oder die freihändige Veräußerung in Betracht.

Die Pfändung unter der auflösenden Bedingung der vollständigen Befriedigung des Vollstreckungsgläubigers ist sinnlos, da der Dritte dann jederzeit damit rechnen muss, dass der Vollstreckungsschuldner seine Schulden gegenüber dem Vollstreckungsgläubiger tilgt oder tilgen

lässt und der Konnektierungs- und Registrierungsanspruch dann an den Vollstreckungsschuldner zurückfällt.

TIPP: Sind bei einem Vollstreckungsschuldner weder Grundstücke noch bewegliche Sachen noch Zahlungs- und Herausgabeansprüche als Vollstreckungsgegenstände vorhanden, denn denken Sie an die Möglichkeit der Pfändung der Ansprüche aus einem Domainvertrag. Denn mittlerweile haben viele Schuldner Domain-Namen eintragen lassen, die teilweise durchaus attraktiv für Dritte sind.

4. Checkliste

1. Kollidiert der gewählte Domain-Name mit Marken- oder Namensrechten Dritter? ?
2. Wer soll Inhaber der zu betreibenden Domain werden? ?
3. Sind Domain-Namen, die aus möglichen versehentlichen Tippfehler des Domain-Namens entstehen, auch reserviert worden? ?
4. Gibt es weitere Domain-Namen, die reserviert und mit einer Weiterleitung auf mein Internetangebot versehen werden sollten? ?

(zu Fragen des Provider- und Webdesignvertrages siehe oben Kapitel I)

III. Was muss bei der Erstellung von Homepages beachtet werden?

Als Homepage wird die Start- oder Eingangsseite einer Internetpräsenz bezeichnet. Diese enthält je nach Umfang des Angebotes mehrere oder sehr viele Websites oder Webpages, die verschiedenste Inhalte haben können.

1. Was darf in der Homepage stehen?

a) Allgemeines

Aufgrund der mittlerweile einfachen Möglichkeit, eine eigene Homepage mit Websites zu gestalten, hat die Anzahl privater und gewerblicher Homepages sprunghaft zugenommen. Mittlerweile sind für die Erstellung einer einfachen Website nicht einmal Kenntnisse in der gängigen Programmiersprache HTML erforderlich, da Programme am Markt sind, die die Eingabe von Texten und Grafiken für den Benutzer in HTML umrechnen.

Ermöglicht wurde diese Entwicklung daneben durch die günstigen Angebote der großen Internetprovider hinsichtlich der Reservierung von Domain-Namen und der Bereitstellung von Speicherplatz auf ihren Servern, wo die Daten für die Homepages zum Abruf bereitgehalten werden.

Viele Ersteller einer Homepage sind sich jedoch nicht bewusst, dass aufgrund der Inhalte der Homepage durchaus Gefahren für sie schlummern können. Denn die vor allem die Verletzung von Urheberrechten, Wettbewerbsrecht und allgemeiner Gesetze kann im schlimmsten Fall zu Schadensersatzansprüchen oder einer Strafbarkeit führen.

Ausgangspunkt für die Verantwortlichkeit des Betreibers einer Homepage sind die Vorschriften des § 5 Teledienstegesetz (TDG) und des § 5 Mediendienstestaatsvertrag (MDStV). Die Existenz zweier Regelungswerke ist dadurch zu erklären, dass der Bund die Gesetzgebungskompetenz für die Telekommunikation und die Länder die für Fernsehen und Rundfunk haben. Deshalb ist bei der Einordnung eines Angebotes im Internet danach zu fragen, ob die Individualkommunikation mit Interaktivität oder die Massenkommunikation, die durch ein Meinungselement geprägt wird. Im ersten Fall liegt dann ein Teledienst i. S. d. § 2 Abs. 1 TDG, im letzten Fall ein Mediendienst nach § 2 Abs. 1 MDStV vor.

Die Unterscheidung ist deshalb von Relevanz, weil der MDStV Regelungen enthält, die aus dem Presserecht bekannt sind und vor allem Anbieter journalistisch-redaktioneller Inhalte richten. Allerdings sind viele Vorschriften beider Regelungswerke inhaltsgleich. Ob diese Differenzierung in der Zukunft aber noch Bestand haben kann, ist fraglich, da bereits jetzt absehbar ist, dass mit der Konvergenz der Medien eine Konvergenz der Geräte einher geht. Dadurch entstehen daneben auch weitere Probleme, wie die Frage, ob internetfähige Endgeräte, die auch als Fernseher oder Radio genutzt werden können, rundfunkgebührenpflichtig sind.

Der Betrieb einer Homepage mit Informationsangeboten wie Wetter- oder Börseninformationen oder das Angebot eines Online-Shops wird in aller Regel als Teledienst zu qualifizieren sein.

Wichtig für den Betreiber einer Homepage ist zunächst die Notwendigkeit einer Anbieter nach § 6 TDG und § 6 MDStV. Danach ist erforderlich, dass auf der Homepage mit geschäftsmäßigen Angeboten ein Hinweis angebracht ist, der den Namen und die Anschrift, sowie bei Personenvereinigungen und -gruppen auch Namen und Anschrift des Vertretungsberechtigten enthält.

Die E-Commerce-Richtlinie enthält in Art. 5 zudem eine weitreichende Regelung, wonach der Anbieter im Rahmen allgemeiner Informationspflichten eine Angabe anbringt, die es ermöglicht, schnell mit dem Diensteanbieter Kontakt aufzunehmen und unmittelbar und effizient mit ihm zu kommunizieren. Darunter wird Telefon, Fax und insbesondere eine E-Mail-Adresse, die auch abgerufen wird, zu verstehen sein. Zudem ist ggf. die Handelsregisternummer oder eine vergleichbare in einem Register verwendete Kennung anzugeben. Daneben ist im Falle einer Tätigkeit, für die eine Zulassung erforderlich ist, die Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde erforderlich, bei reglementierten Berufen, der Berufsverband, Kammer oder ähnliches, die Berufsbezeichnung und der Mitgliedsstaat, in der sie verliehen worden ist und eine Verweisung auf die anwendbaren berufsrechtlichen Regeln. Im Falle einer Mehrwertsteuerpflicht ist auch noch die Identifikationsnummer anzugeben.

Die Verantwortlichkeit des Betreibers einer Homepage richtet sich nach § 5 TDG und § 5 MDStV, die bestimmen, dass der Anbieter für eigene Inhalte, die er zur Nutzung bereithält, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Das bedeutet, dass sich diesbezüglich keine Besonderheiten für das Internet ergeben, sondern insbesondere die allgemeinen Regelungen des Urheberrechts, des Wettbewerbsrechts und des Zivilrechts Anwendung finden. TDG und MDStV begründen daher keine eigenen Haftungsnormen, sondern knüpfen an die bereits vorhandenen an.

TIP: Achten Sie darauf, dass sich auf Ihrer Homepage ein Hinweis befindet, der erkennen lässt, wer die Homepage betreibt. Dieser Hinweis kann beispielsweise mit der Angabe eines Kontaktes oder der daneben bestehenden Hinweispflichten nach dem Fernabsatzgesetz verbunden werden.

Zukünftig ist zu erwarten, dass auf alle Informationen hinzuweisen sein wird, die bereits jetzt auf Briefbögen im geschäftlichen Verkehr angebracht werden müssen.

Es bleibt allerdings abzuwarten, inwieweit die Rechtsprechung die Fülle von Informations- und Hinweispflichten beurteilen wird, die sich vor allem bei E-Commerce-Angeboten ergeben werden. Denn ein Verlaufen des Kunden im Informationsdschungel kann durch die den Geschäftsverkehr und den Verbraucher schützenden Normen nicht gewollt sein.

Nachfolgend wird auf einige einzelne Gesichtspunkte eingegangen, die bei der Erstellung und dem Betrieb einer Homepage mit Websites häufig in Erscheinung treten.

b) Meta-Tags

Sog. Meta-Tags sind Worte oder Begriffe, die in den HTML-Code der eigenen Website eingefügt werden und sich an Suchmaschinen richten, die diese dann im Rahmen von Suchvor-

gängen auffinden soll. Vom Nutzer werden sie beim bloßen Betrachten der Website nicht erkannt.

Um die Besucherzahlen ihrer Websites zu steigern, verwenden immer mehr Anbieter Meta-Tags, die mit dem Inhalt überhaupt nicht in Zusammenhang stehen. Dies ist zwar unseriös aber grundsätzlich unbedenklich. Problematisch wird hingegen die Verwendung von Markennamen bekannter Produkte oder Unternehmen ohne hierzu berechtigt zu sein. In diesem Fall riskieren sie Abmahnungen durch den Markeninhaber.

TIP: Tragen Sie in den HTML-Code Ihrer Homepage und Websites nur Worte und Begriffe ein, die in Zusammenhang mit Ihrem Angebot stehen. Zu Unterlassen ist vor allem der Eintrag von Markennamen und Begriffen, die die Rechte Dritter verletzen. Dazu zählen auch die Namen von Konkurrenten.

Viel effektiver ist die Anmeldung Ihrer Homepage mittels einer Software bei den gängigen Suchmaschinen in Deutschland oder sämtlichen Ländern. Gleiches gilt für die Verzeichnisse von Portalen.

Gleiches gilt für sog. Word-Stuffing bei dem besonders beliebte Suchworte nicht im HTML-Code, sondern versteckt im Text der eigenen Website plziert, damit sie von Suchmaschinen gefunden werden, die die Inhalte durchforsten. Für den Normalleser sind sie unsichtbar.

Denkbar ist aber auch die sichtbare Nennung von Begriffen, wie beispielsweise des Namens eines Konkurrenten. Damit soll ebenfalls erreicht werden, dass die eigene Homepage stets dann angezeigt wird, wenn ein Suchender den Namen in eine Suchmaschine eingegeben hat. Diese Praktik wird auch als Key-Word Advertising bezeichnet.

c) Link-Techniken, Framing/Frame-Linking

Link-Techniken

Die meisten Websites sind einfach zu bedienen, da von der eigenen Homepage als Eingangsseite Hyperlinks oder kurz Links auf eigene, tiefer liegende Websites gesetzt werden. So kann der Nutzer einfach die Inhalte des gesamten Angebotes abrufen. Ebenso können Links auf fremde Seiten hinweisen, die dann beim Anklicken im gleichen Fenster des Internetbrowsers oder in einem neuen aufgerufen werden. Durch die Hyperlinks entsteht die für das Internet so typische Vernetzung verschiedenster Inhalte. Zu unterscheiden sind zwei verschiedene Techniken des Verweisens auf fremde Seiten. Entweder kann auf die Eingangsseite, die Homepage, eines fremden Anbieters hingewiesen werden oder auf eine hinter der Homepage tiefer liegende Website. Der letzte Fall wird als sog. Deeplinking bezeichnet. Dort wird der Nutzer an der Homepage (Startseite) eines Anbieters vorbei geleitet, was mit Blick auf Werbebanner oder das Navigationssystem von diesem nicht gewünscht sein kann.

TIP: Zwar wird dem durchschnittlichen Nutzer des Internets klar sein, dass die mit einem Link aufgerufene Website aus einer anderen Domain oder Homepage eines anderen Anbieters stammt. Im Fall von Links auf fremde Seiten ist dennoch darauf zu achten, dass auf der eigenen Website ein Hinweis angebracht wird, dass für die Inhalte der fremden Seiten, auf die

mittels Links hingewiesen wird, keine Verantwortlichkeit übernommen wird. Am sichersten ist es, sich die Inhalte der Seiten, auf die verlinkt wird, zuvor vollständig anzusehen. Links auf die Homepages von Konkurrenten sollten wegen eines möglichen Wettbewerbsverstößes unterbleiben. Ebenso wegen einer möglichen Haftung Links auf Seiten mit beleidigenden oder offensichtlich rechtswidrigen Inhalten.

Framing

Die meisten Websites werden mittels verschiedener Rahmen, sog. „Frames“, eingeteilt. Dadurch eröffnet sich die Möglichkeit, in mehreren Frames verschiedene Inhalte darzustellen. Diese können grafisch unterschiedlich gestaltet und verschiedenen Internet-Adressen, sog. Domain oder URL, zugeordnet sein. Diese sog. Frame-Technik eröffnet auch die Möglichkeit, fremde Websites innerhalb eigener Frames darzustellen und damit komplette fremde Angebote in die eigene Homepage zu integrieren.

Unter dem Begriff des „Framing“ oder „Inline-Linking“ ist das Importieren von Seiten eines Dritten mittel Links zu verstehen, die dann auf der eigenen Homepage in einem Frame erscheinen. Dabei wird der Inhalt der Seite des Dritten meistens vollständig und unverändert abgebildet, ohne dass sich die Internet-Adresse in der Adreßleiste des Internetbrowsers ändert. Werbung oder andere Elemente, die für den Frame Verwendenden nicht von Interesse sind, werden in der Regel nicht übernommen. Sofern kein Hinweis angebracht wird, dass es sich um ein Angebot eines Dritten handelt, ist für den Nutzer nur schwer erkennbar, dass die Inhalte von einem Dritten stammen.

TIP: Diese Verfahren hat den Vorteil, dass fremde Inhalte in die eigene Seite ohne großen Aufwand integriert werden können. Allerdings raten wir von einem solchen Vorgehen dann ab, wenn ein Einverständnis des Dritten, auf dessen Seiten verwiesen wird, hierzu nicht vorab eingeholt worden ist. Denn der Dritte kann in seinen Urheberrechten verletzt sein und einen Anspruch auf Unterlassung oder sogar Schadensersatz haben. Voraussetzung ist allerdings, dass die übernommene Seite ein vom Urheberrechtsgesetz geschütztes Werk darstellt.

Ebenso ist die Übernahme der Inhalte eines Wettbewerbers auf die eigene Homepage als wettbewerbswidriges Verhalten zu werten, wenn kein Hinweis auf die fremde Urheberschaft angebracht wird und daher zu unterlassen.

Besonders heikel ist das Framing, wenn auf der eigenen Homepage Werbeanzeigen geschaltet sind und die Attraktivität der Homepage mittels Frame-Linkings gesteigert werden soll. Dann wird dadurch nämlich zugleich verhindert, dass die Nutzer auf die Seite des Dritten gehen, wodurch dort geschaltete Werbung, beispielsweise in Form von Werbebannern, nicht gesehen wird. Der Dritte muss nicht hinnehmen, dass die von ihm bereitgehaltenen Daten durch das Framing mit einer fremden Werbung in Verbindung gebracht werden.

Klarzustellen ist, dass einfache Links auf fremde Homepages urheberrechtlich unproblematisch sind, wenn völlig klar erkennbar ist, dass auf eine fremde Website verwiesen wird.

Um zu verhindern, dass die eigenen Seiten durch andere mittels Framings verwendet werden, kann ein sog. „Frame-Killer“ installiert werden, der mit geringem Aufwand vor einer Frame-Verlinkung schützt. Dieser besteht beispielsweise in einem einfachen Java Script, das verhindert, dass ie eigenen Inhalte innerhalb des Frames eines anderen Anbieters erscheinen. Das Skript lässt nur die volle Bildschirmanzeige zu. Im Browser öffnet sich hierzu ein neues Fenster. Weiterführende Informationen finden sich in Anleitungen zur HTML-Programmierung im Internet.

Counter

Beliebt sind auf Homepages sog. Counter, Zähler, die die Zugriffe auf die Seite zählen. Dieser wird gerne als Marketing-Instrument genutzt, denn je höher die Zugriffszahlen, desto attraktiver stellt sich das Webangebot dar. Wettbewerbsrechtlich unzulässig wird daher eine Manipulation des Zugriffszählers insbesondere nach oben sein.

2. Was darf dem Netz entnommen werden?

Nicht nur gewerbliche, sondern auch private Homepages erfreuen sich großer Beliebtheit. Dennoch scheint es sich noch nicht überall herumgesprochen zu haben, dass an Bildern, Musikstücken Texten und Software Urheberrechte fremder Dritter bestehen können.

Aufgrund der einfachen Möglichkeit, Inhalte von fremden Homepages herunter zu laden und auf der eigenen Homepage zu plazieren, kommt es immer häufiger zu Abmahnungen, das heißt außergerichtlichen Aufforderungen, ein Verhalten zu unterlassen. Im privaten Bereich werden diese zumeist auf Urheberrechtsverletzungen gestützt, gegenüber Unternehmen kommen zudem markenrechtliche oder wettbewerbsrechtliche Verletzungshandlungen hinzu.

Hiergegen schützen auch keine Hinweise, sog. Disclaimer, in denen unter anderem erklärt wird, dass eine Haftung für Rechtsverletzungen nicht übernommen werde. Unkenntnis schützt ebensowenig wie ein Haftungsausschluss.

Natürlich kann derjenige, von dem Elemente stammen, um eine Erlaubniserteilung zur Veröffentlichung dieser erteilen. Aus Beweisgründen sollte diese schriftlich erfolgen.

TIP: Auf der sicheren Seite ist eigentlich nur, wer alle Elemente seiner Homepage und der in dieser enthaltenen websites selbst erstellt. Vorsicht ist geboten, wenn insbesondere Grafiken von Grafik CD-ROMs verwendet werden. Hier sollten Sie möglichst vor dem Kauf die Nutzungsbedingungen daraufhin durchlesen, ob die Grafiken von Ihnen im Internet verwendet werden dürfen.

Sofern Sie einen Webdesigner mit der Erstellung Ihrer Homepage beauftragen, ist auf eine vertragliche Regelung zu achten, dass dieser nur Elemente verwenden darf, die die Rechte Dritter nicht verletzen.

Noch nicht abschließend geklärt ist, ob nicht nur einzelne Gestaltungselemente, sondern die Website selbst durch das Urheberrecht geschützt wird. Als schutzfähiges Werk kommen ein

Schrift-, ein Datenbank- oder ein geschütztes, nicht ausdrücklich genanntes Werk in Betracht. Maßgeblich für die Beurteilung ist der Inhalt der Website.

3. Checkliste

- | | |
|---|---|
| 1. Enthält die Homepage auf der Anfangsseite die erforderliche Anbieterkennzeichnung? | ? |
| 2. Enthält der HTML Quellcode der Homepage nur Metatags, die in Zusammenhang mit der Homepage stehen? | ? |
| 3. Verletzen Texte, Grafiken, Bilder oder sonstige Inhalte die Rechte Dritter? Wurde ggf. die Erlaubnis zur Nutzung schriftlich eingeholt? | ? |
| 4. Wurden alle Links auf meiner Homepage dahingehend gecheckt, dass sie nicht auf Seiten mit rechtswidrigen Inhalten verweisen? | ? |
| 5. Bindet eine Website meiner Homepage derart fremde Inhalte ein, dass nicht mehr erkennbar ist, von wem diese stammen?
Falls ja, wurde die Erlaubnis des Urhebers dieser Inhalte eingeholt? | ? |
| 6. Werden Einschränkungen aus berufsrechtlichen Regelungen beachtet? | ? |

IV. Was muss bei der Kommunikation per E-Mail beachtet werden?

1. Wann kann die E-Mail im Rechtsverkehr wirksam eingesetzt werden?

a) Allgemeines

Grundsätzlich können Erklärungen im Rechtsverkehr (z.B. Vertragsangebote oder Annahmen, Auftragsbestätigungen, Mahnung, Fristsetzungen oder Mängelrüge) in jeder beliebigen Form wirksam abgegeben werden, z.B. mündlich, telefonisch, schriftlich, per Fax und auch per E-Mail.

Ein mittels E-Mail versandtes Angebot ist auf den Abschluß eines Vertrages unter Abwesenden gerichtet, so dass die Annahme nicht sofort erfolgen muss. Vielmehr kann es bis zu dem Zeitpunkt angenommen werden, in welchem der Antragende unter regelmäßigen Umständen den Eingang der Antwort erwarten darf. Der Zeitraum der Annahme ergibt sich demnach aus der Zeit der Übermittlung des Angebotes und der Annahme sowie aus einer Überlegenszeit. Die Situation ist also mit der eines Vertragsschlusses mittels Fax oder Brief vergleichbar.

TIP: Sie sollten ein Angebot per E-Mail mit einer Annahmefrist versehen. So stellen Sie sicher, es keinen Streit hinsichtlich der rechtzeitigen Annahme geben wird.

Die Annahme eines Vertragsangebotes, das per E-Mail übermittelt wurde, kann natürlich auch wie in manchen Branchen üblich mit der Zusendung der Ware erfolgen.

Wenn Sie E-Mail-Adressen angeben, z.B. auf Ihrem Briefpapier, müssen Sie damit rechnen, dass Sie auch wichtige Mitteilungen sowie rechtlich bedeutsame Erklärungen per E-Mail erhalten. Die herrschende Meinung in der Literatur geht davon aus, dass solche Erklärungen mit der Bereitstellung beim Provider zum Abruf während der regelmäßigen Öffnungs- oder Geschäftszeiten als zugegangen anzusehen sind.

TIP: Prüfen Sie Ihr E-Mail-Postfach regelmäßig auf neue Nachrichten. Achten Sie darauf, dass bei persönlichen E-Mail-Adressen von Mitarbeitern während deren Abwesenheit eine Weiterleitung oder ein automatischer Hinweis an den Absender erfolgt. Andernfalls kann es passieren, dass wichtige Mitteilung lange in der Mailbox schlummern.

b) Gesetzliche Schriftform

Für manche Rechtsgeschäfte schreiben die Gesetze Schriftform vor. Beispielsweise für den Abschluss eines Verbraucherkreditvertrages (§ 4 Verbraucherkreditgesetz), befristete Mietverträge für Grundstücke, d.h. auch Raummiete, wenn die Frist 1 Jahr übersteigt, Mieterhöhung und Kündigungen von Wohnraum (§§ 566, 564a BGB, § 2 MHG), Bürgschaften (§ 766 BGB), Quittungen (§ 368 BGB), Schuldversprechen und Schuldanerkenntnis (§§ 780, 781 BGB).

In diesen Fällen ist die Erklärung nur dann wirksam, wenn sie auf einer „Urkunde“ steht, die vom Aussteller eigenhändig unterzeichnet wurde. Diese Voraussetzung konnte bislang mit einer E-Mail nicht erfüllt werden. Seit Mitte 2001 gilt das neue Signaturgesetz, das eine europäische Richtlinie umsetzt (siehe ausführlich unten unter V 1). Diese eröffnet die Möglichkeit der Verschlüsselung und elektronischen Signatur. Seit Anfang August 2001 gilt zudem das Gesetz zur Anpassung der Formvorschriften des Privatrechts und anderer Vorschriften an den modernen Rechtsgeschäftsverkehr, das nun im neuen § 126 Abs. 3 BGB die Möglichkeit eröffnet, die schriftliche Form durch die elektronische zu ersetzen, sofern sich aus dem Gesetz nichts anderes ergibt. Die Anforderungen werden im einzelnen in §§ 126 a BGB geregelt, wonach die Ersetzung nur mittels einer qualifizierten elektronischen Signatur nach dem Signaturgesetz erfolgen kann. § 126 b BGB eröffnet außerdem auch für den Fall der gesetzlich geforderten Textform den Einsatz von elektronischen Mitteilungen, sofern diese dauerhaft in Schriftzeichen wiedergegeben werden können.

TIP: Sofern sich Anwendungsmöglichkeiten dieser elektronischen Formen für Sie eröffnen, die zu erheblichen Rationalisierungen führen können, sollten Sie sich genauer über die Regelungen des Signaturgesetzes und den dort geregelten Erhalt einer elektronischen Signatur informieren.

Für einige Fälle der gesetzlich vorgeschriebenen Schriftform wird durch das erwähnte Gesetz zur Anpassung der Formvorschriften der Einsatz der elektronischen Signatur ausgeschlossen. Das betrifft unter anderem die Erteilung der Bürgschaftserklärung, des Versprechens nach § 780 BGB, der Erteilung der Anerkennungserklärung nach § 781 BGB und die Erteilung eines Zeugnisses nach § 630 BGB.

c) Vertraglich vereinbarte Schriftform

Häufig wird auch in Verträgen vereinbart, dass bestimmte Erklärungen z.B. die Änderung des Vertrages oder eine Kündigung schriftlich erfolgen müssen.

Für diesen Fall regelt der neue § 127 BGB, dass die Regelungen der §§ 126 a und b BGB im Zweifel auch für die durch Rechtsgeschäft bestimmte Form gelten. Zur Wahrung der Vereinbarung der schriftlichen Form genügt mangels anderweitig anzunehmendem Willen die telekommunikative Übermittlung und bei einem Vertrag der Briefwechsel. Ist die elektronische Form vereinbart, reicht eine einfache elektronische Signatur nach dem Signaturgesetz aus, soweit nicht ein anderer Wille anzunehmen ist.

Ist in einem Vertrag vorgesehen, dass eine Erklärung schriftlich erfolgen muss, verlassen Sie sich nicht auf die E-Mail, sondern versenden Sie die Erklärung zumindest auch schriftlich auf herkömmliche Art. Möchten Sie in neuen Verträgen bestimmte Erklärungen auch per E-Mail versenden können, vereinbaren Sie dies ausdrücklich im Vertrag mit Regelungen, wie der Zugang der E-Mail bewiesen werden soll.

TIP: Vereinbaren Sie ab sofort in Verträgen nicht mehr nur die Schriftform, sondern nehmen Sie auch zur Möglichkeit einer elektronischen Signatur Stellung. Schließen Sie daher eine elekt-

ronische Signatur ausdrücklich aus oder erlauben diese. Eine Klarstellung muss auch hinsichtlich der Möglichkeit einer einfachen oder qualifizierten Signatur erfolgen.

Viele Anbieter verwenden im Internet (z.B. für Online-Verträge) und im Geschäftsverkehr außerhalb des Internets Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB), wonach bestimmte Erklärungen schriftlich abzugeben sind. Beispiel: „Die Kündigung bedarf der Schriftform“ in einem Vertrag der mit Mausklick abgeschlossen werden kann. Ein Gericht könnte in diesem Fall eine Kündigung des Kunden per E-Mail für wirksam erachten, wenn die AGB unklar und für den Kunden nachteilig sind. Diese Erwägung gilt natürlich nicht für eine Erklärung des Verwenders der AGB, da dieser sich nicht auf Unwirksamkeit seiner eigenen AGB berufen kann.

TIP: Die oben erwähnte Klarstellung muss sich in Ihren AGB auch fortsetzen, um Streitigkeiten hinsichtlich der Wirksamkeit einer Erklärung zu vermeiden.

d) Erklärungen gegenüber öffentlichen Stellen

Soweit Behörden E-Mail-Adressen anbieten, sollten zumindest formlose Anträge per E-Mail gestellt werden können. Soweit schriftliche Anträge erforderlich sind, ist auch hier die Rechtslage noch nicht abschließend geklärt, da die oben erwähnten Regelungen zivilrechtlicher Natur sind und nur für Rechtsgeschäfte gelten.

Soweit besondere Formulare benötigt werden, ist E-Mail nur möglich, wenn dies speziell von den Behörden angeboten wird. Im sog. Mahnverfahren ist bereits jetzt teilweise eine maschinelle Bearbeitung möglich, bei dem Formvorschriften genau eingehalten werden. In Bayern wird dieses Verfahren unter der Bezeichnung AUGEMA eingeführt. Bislang ist in Bayern aber nur die Einreichung von Datenträgern von Antragstellern mit einer sehr hohen Anzahl von Anträgen möglich.

Die Finanzbehörden experimentieren noch mit einer sog. elektronischen Steuererklärung mit dem Arbeitstitel Elster. Diese soll in Zukunft voll elektronisch möglich sein, auch wenn derzeit vor allem Sicherheitsprobleme nicht vollständig beseitigt sind.

Hinsichtlich der Einreichung von Schriftsätzen bei Gerichten enthält das Gesetz zur Anpassung der Formvorschriften auch Regelungen.

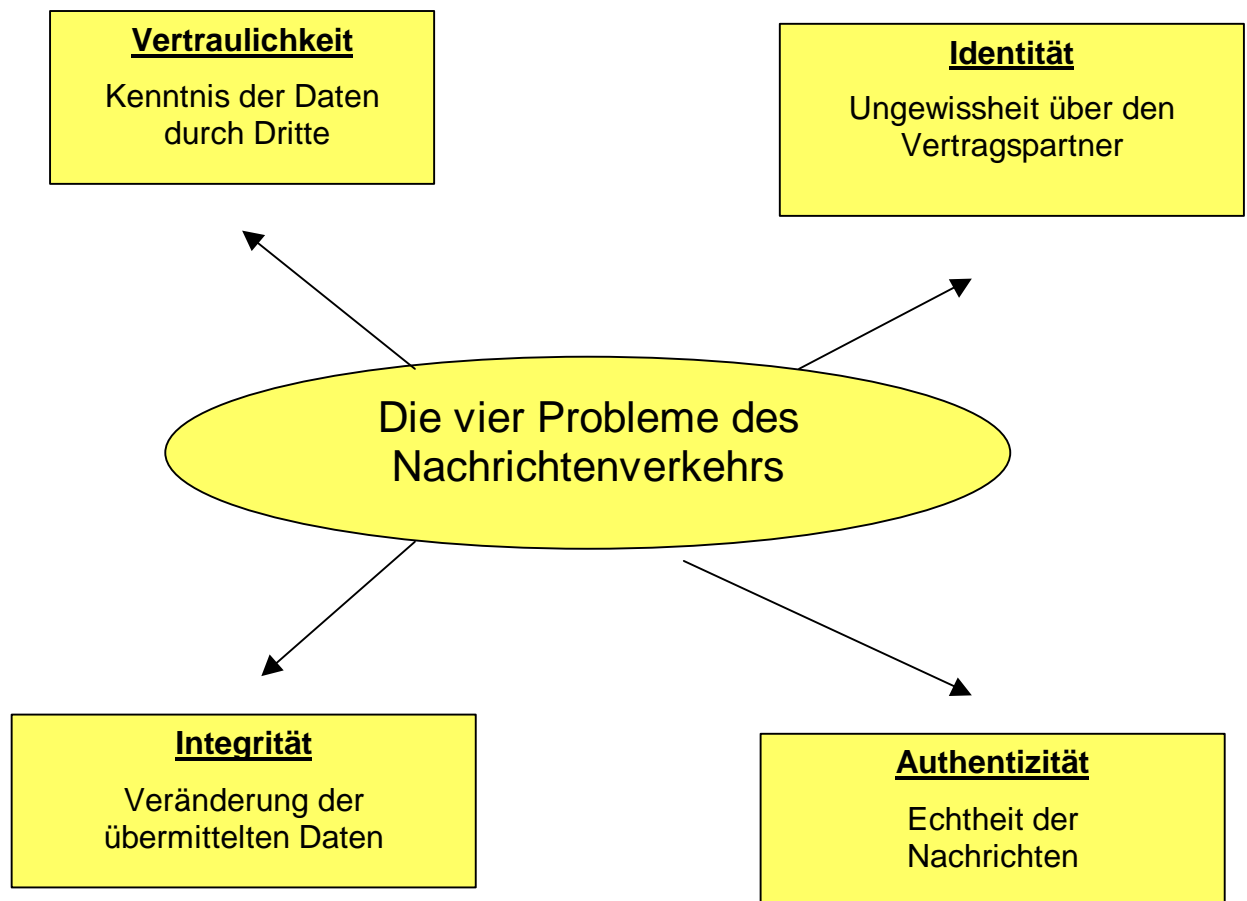
Erkundigen Sie sich bei den zuständigen Behörden, ob Datenfernübertragungsverfahren angeboten werden. Stellen Sie Anträge in förmlichen Verfahren entweder zur Niederschrift der Behörde oder in Papierform.

2. Wie sicher ist die E-Mail?

Im Prinzip ist die Versendung einer E-Mail mit dem Versenden einer Postkarte vergleichbar: jeder, der sie unterwegs berechtigt oder unberechtigt in die Finger bekommt, kann sie lesen.

Deshalb sollten Sie Nachrichten und Dokumente per E-Mail nur dann unverschlüsselt versenden, wenn der Empfänger dieser Art der Versendung zugestimmt hat.

TIP: Falls Sie vertrauliche Daten per E-Mail versenden, dann nutzen Sie Verschlüsselungstechnologien, die für den privaten Gebrauch kostenlos erhältlich sind (z. B. PGP, Pretty Good Privacy). Für Unternehmen empfiehlt sich ein gewerbliches Paket, zukünftig am besten in Verbindung mit der Möglichkeit einer digitalen Signatur.



3. Sollte man auch wichtige Nachrichten per E-Mail verschicken?

Wenn Sie sich z.B. in einem Rechtsstreit auf eine von Ihnen abgegebene Erklärung berufen wollen, müssen Sie beweisen, was in der E-Mail stand und dass der Empfänger die E-Mail erhalten hat. Ähnlich der Handhabung bei den Sendeprotokollen beim Fax werden die Rückmeldungen der Provider bei Gericht als Beweis dafür, dass der Empfänger die Nachricht erhalten hat, wohl nicht anerkannt. Auch der Beweis des Inhalts einer E-Mail ist nur schwer möglich. Mit Blick auf die Vorschriften im Zuge des Signaturgesetzes hat eine Willenserklärung in qualifizierter Form den Anschein der Echtheit (neuer § 292a ZPO).

TIP: Versenden Sie wichtige Nachrichten und Fristsachen nicht per E-Mail. Ziehen Sie eine Versendung per Einschreiben mit Rückschein oder per Boten vor. Lassen sie sich soweit möglich den Empfang bestätigen.

4. Kann man mit einer E-Mail eine Frist einhalten?

Eine E-Mail ist als eine Willenserklärung unter Abwesenden zu beurteilen und wird daher erst wirksam, wenn sie so in den Machtbereich des Empfängers gelangt, dass dieser nach den normalen Umständen Kenntnis von ihr erlangen kann. In der Rechtsprechung wurden Probleme des Zugangs von Willenserklärungen mittels E-Mail allerdings noch nicht behandelt.

Der Zugang einer E-Mail wird daher gegeben sein, wenn die E-Mail während der regelmäßigen Geschäftszeiten in die Mail-Box des Providers gelangt. Bei direkter Übermittlung in das Intranet des Unternehmens ist der Zeitpunkt des Passierens der internen Schnittstelle in der Anlage des Empfängers maßgeblich.

TIP: Wenn eine Frist nur dann eingehalten ist, wenn sie dem Empfänger rechtzeitig zugeht, empfiehlt es sich nicht, die Nachricht oder das Dokument mittels E-Mail zu verschicken, was auch auf die Beweisproblematik zurückzuführen ist. Sofern Sie E-Mail-Adressen im Geschäftsverkehr angeben, dann stellen Sie sicher, dass diese mehrmals täglich abgerufen werden oder am allerbesten ein automatischer Hinweis eingerichtet wird, dass eine neue E-Mail eingetroffen ist.

5. Was gilt, wenn Unberechtigte den eigenen Internetzugang nutzen?

Das Risiko eines Mißbrauchs des eigenen Internet-Anschlusses trägt der Anschlussbetreiber. Sofern Sie mit einem Modem oder einer ISDN-Anlage arbeiten, sollten Sie regelmäßig die Einstellungen der Zieltelefonnummer des Internetproviders überprüfen, über den Sie ins Internet gelangen. Denn neuerdings kann nicht ausgeschlossen werden, dass durch sog. 0190-dialer, kleine Programme, die die Einstellungen in der Datenfernübertragung verändern, unbemerkt teure Zugangsnummern genutzt werden, um eine Verbindung zum Internet herzustellen.

TIP: Schützen Sie Ihre Computersystem möglichst durch eine sog. Firewall vor unbefugten Zugriffen Dritter. Eine derartige Software schützt Ihre Computer auch vor Viren, Trojanern und anderen bösartigen Angriffen und zahlt sich bereits schnell aus, denn ein Schaden durch Datenverlusts oder gar unbefugte Datenverwendung kann katastrophal sein.

6. Wer haftet bei Viren?

Wie bereits erwähnt kann von Viren eine große Gefahr für Ihre Daten ausgehen. Deshalb sollten Sie unbekannte Anlagen von E-Mails, sog. Attachements, gar nicht öffnen oder zumindest mit einer Virensoftware prüfen. Gängige Virenprogramme laufen ohnehin permanent im Hintergrund des Computersystems und schützen dieses so ideal. Allerdings ist darauf zu achten, dass eine Aktualisierung dieser Software regelmäßig vorgenommen wird, denn sonst können neueste Viren nicht erkannt werden.

Versenden Sie zudem Textdateien nur im sog. Rich Text Format (.rtf), um die Gefahr von sog. Makro-Viren zu beseitigen.

Nach bisheriger instanzgerichtlicher Rechtsprechung besteht kein Schadensersatzanspruch wegen Vireninfiltration durch das Übersenden einer virenverseuchter Diskette, wenn dem Absender zum Zeitpunkt des Übersendens die Tatsache der Vireninfiltration nicht bekannt war. Eine Pflichtverletzung ergibt sich außerdem nicht aus dem Umstand, dass beim Absender keine Firewall als Virenschutz installiert war. Gleiches wird für E-Mails und deren Anlagen gelten.

TIP: Verwenden Sie eine gute Virensoftware, die die Viren erkennt und beseitigt. Tragen Sie dafür Sorge, dass dieser regelmäßig (mindestens einmal pro Woche) aktualisiert wird. Evtl. lässt sich diese Software mit einer Firewall kombinieren, um einen umfassenden Schutz für Ihr Computersystem zu gewährleisten.

7. Checkliste

- | | |
|--|---|
| a) Nutzt Ihr Unternehmen im Geschäftsverkehr E-Mail? | ? |
| b) Werden die bekanntgemachten E-Mail-Postfächer ständig gecheckt? | ? |
| c) Verwenden Sie bereits Verschlüsselungstechnologien? | ? |
| d) Lassen sich Abläufe durch die Versendung von E-Mails und den Einsatz digitaler Signaturen und Verschlüsselung optimieren? | ? |
| e) Ist auf Ihrem Computersystem eine Virensoftware installiert? | ? |
| f) Wird diese regelmäßig aktualisiert? | ? |
| g) Ist die Installation einer Firewall sinnvoll? | ? |
| h) Werden alle wichtigen Daten regelmäßig gesichert? | ? |

V. Was bedeuten digitale Signaturen und elektronische Archivierung?

1. Signaturgesetz 2001

a) Entstehung

Das Mitte 2001 erlassene Signaturgesetz 2001 beruht auf einer europäischen Richtlinie und ersetzt das Signaturgesetz von 1997. Praktische Relevanz erlangt die Möglichkeit der digitalen Signatur aber erst durch das Gesetz zur Anpassung der Formvorschriften an die Bedürfnisse des modernen Geschäftsverkehrs. Dadurch wird dem Rechtsverkehr nämlich erstmalig ermöglicht, anstelle einer im Gesetz geforderten handschriftlichen Unterschrift eine digitale Signatur zu verwenden. Erforderlich ist hierfür eine qualifizierte elektronische Signatur nach dem Signaturgesetz.

Aufgrund dieser Möglichkeit ist zu erwarten, dass die digitale Signatur weitreichende Verwendung zwischen Privaten und in der Kommunikation mit Gerichten und Behörden finden wird. Der Zeitpunkt der Möglichkeit der Einreichung von digital signierten Schriftsätzen bei Gerichten wird allerdings erst noch durch eine Rechtsverordnung der Bundes- und der Landesregierungen bestimmt.

b) Funktionsweise

Die digitale Signatur beruht auf einem mathematischen, kryptographischen Verfahren, dem sog. Asymmetrischen Verschlüsselungsverfahren.

Asymmetrisches Verfahren bedeutet, dass bei der Signaturbildung ein anderer Schlüssel eingesetzt wird als bei der Signaturprüfung. Demnach erhält jeder Benutzer zwei verschiedene Schlüssel, einen privaten Schlüssel, sog. private key, und einen öffentlichen Schlüssel, sog. public key. Der private Schlüssel ist geheim und verbleibt beim Benutzer, wohingegen der öffentliche bekanntgegeben wird und über ein sog. Trustcenter allgemein zugänglich ist. Zur Gewährleistung höchstmöglicher Sicherheit sollte der private Schlüssel auf einer Chipkarte und nicht auf der Festplatte des Computers gespeichert werden.

Ein zu versendender Text wird mit dem privaten Schlüssel verschlüsselt und kann vom Empfänger mit dem öffentlichen Schlüssel entschlüsselt werden.

Hinsichtlich der Zertifizierungsdienste, die die Schlüsselpaare generieren und die öffentlichen Schlüssel vorhalten, ist zwischen einfachen und akkreditierten zu unterscheiden. Letztere erhalten ein Gütezeichen der zuständigen Behörde und können dann sog. „qualifizierte elektronische Signaturen mit Anbieter-Akkreditierung“ ausgeben.

c) Ziele

Mit Hilfe der beiden Schlüssel können Dokumente verschlüsselt versandt und digital signiert werden.

Ziel einer elektronischen oder digitalen Signatur ist zum einen die Sicherstellung der Integrität der Nachrichtenübertragung und zum anderen die Identifikation des Absenders. Das bedeutet, dass sicher ist, dass die Nachricht so vom Absender stammt und nicht inhaltlich verändert wurde und die Person des Absenders bekannt und mit der angegebenen übereinstimmt.

2. Neue Regelungen für steuerliche Betriebsprüfungen bei EDV-gestützter Buchführung

Mit dem BMF-Schreiben vom 16. Juli 2001 wird den Finanzbehörden das Recht eingeräumt, zur Einsicht in gespeicherte Daten das DV-System des jeweiligen Unternehmens zu nutzen. Damit verbunden sind Änderungen in der AO. Bei nach dem 31. Dezember 2001 archivierten Daten ist beim Datenzugriff die maschinelle Auswertbarkeit in Form des Nur-Lesezugriffs sicherzustellen.

Was ändert sich durch die Änderung der AO ?

Eine ordnungsmäßige Wiedergabe ist ab 01.01.2002 gegeben:

- ☒ Daten müssen unverzüglich lesbar gemacht werden können
- ☒ funktionsfähige Hardware
- ☒ bildlich und inhaltlich richtige Wiedergabe
- ☒ Ausschluß manueller Eingriffe bzw. Veränderungen des gespeicherten Originals
- ☒ Archivierung vor der Euro-Umstellung erforderlich

Gründe für diese Neuregelungen ist, die Prüfungsmethoden den modernen Buchführungstechniken anzupassen. Die neuen Prüfungsmethode ermöglicht zugleich rationellere und zeitnähere Außenprüfungen. Die neue Prüfungsmethode tritt neben die Möglichkeit der herkömmlichen Prüfung. Es bleibt abzuwarten, wie die Finanzbehörden konkret diese neuen Möglichkeiten nutzen werden.

VI. Was muss bei Werbung im Internet beachtet werden?

1. Werbung auf der Homepage

Werbung im Internet unterliegt den allgemeinen, vergleichbar strengen Bestimmungen des deutschen Wettbewerbsrechts, sofern die marktbezogene Wettbewerbshandlung auf Mitwettbewerber in Deutschland einwirkt. Maßgeblich ist dabei der Ort, an dem die Website mit der Werbung bestimmungsgemäß abgerufen werden soll.

Sehr beliebt sind derzeit Werbebanner, die in einem Frame oberhalb des eigentlichen Inhalts einer Website erscheinen. Häufig werden dabei auf Dienstleistungen von Werbeunternehmen zurückgegriffen, die derartige Werbebanner in großem Stil vermarkten. Der Betreiber der Homepage wird dadurch hinsichtlich einer Haftung unter dem Aspekt von unlauterer Werbung nicht freigestellt. Die Werbung aus seinen Websites wird sich stets als eigener Inhalt darstellen. Im Zusammenhang mit der Einblendung von derartigen Werbebannern ist zu bedenken, dass deren Schaltung auf einer ansonsten privaten Homepage im Einzelfall deren Betreiber der wettbewerbsrechtlichen Haftung unterwerfen kann.

Speziell für Mediendienste, wie beispielsweise die elektronische Presse, ist auf § 9 Abs. 2 MDStV hinzuweisen, wonach Werbung als solche klar erkennbar und vom übrigen Inhalt der Angebote eindeutig getrennt sein muss. In der Werbung dürfen außerdem keine unterschwellig Techniken eingesetzt werden.

TIP: Werbung sollte auf Ihrer Homepage nur geschaltet werden, wenn diese für deren Finanzierung unerlässlich ist. Denn lange Ladezeiten und blinkende bunte Banner nerven die meisten Internetnutzer mittlerweile. Dies gilt vor allem für die Homepage eines Unternehmens, auf der es sich darstellen will und Informationen oder Dienstleistungen zur Verfügung stellt.

2. Werbung mittels E-Mails

Nach wie vor versenden Unternehmen massenhaft Werbung an Privatpersonen und Unternehmen mittels elektronischer Post, „E-Mail“.

Unerbetene Werbung mittels E-Mail ist allerdings gemäß § 1 UWG wettbewerbswidrig und auch im Geschäftsverkehr unzulässig. Ein Mitbewerber kann insoweit einen Unterlassungsanspruch geltend machen.

Bei Privatleuten sind Schadensersatzansprüche der Empfänger wegen Verletzung ihres Persönlichkeitsrechtes möglich. Die Rechtsprechung wendet insoweit die gleichen Grundsätze an wie bei Telefon und Fax.

Die EU-Richtlinie über den „E-Commerce“, die bis zum 17.01.2002 in deutsches Recht umgesetzt ist, ändert jedoch nichts an der deutschen Rechtsprechung, wonach das unaufgeforderte Zusenden von Werbe-E-Mails unzulässig ist. Nach Art. 7 der Richtlinie ist E-Mail Werbung möglich, allerdings muss in der Betreffzeile erkennbar sein, dass es sich um Werbung handelt. Außerdem können sich natürliche Personen in sog. Robinson-Listen eintragen, wenn sie keine

kommerziellen E-Mails erhalten wollen. Unternehmen, die Werbe-E-Mails versenden wollen, müssen diese Listen beachten.

Der deutsche Gesetzgeber will diese Möglichkeiten allerdings nicht eröffnen, die bisherige Rechtslage beizubehalten. Ein Mitgliedsstaat kann strengere Regelungen aufstellen, da eine Richtlinie nur hinsichtlich des zu erreichenden Mindestzieles verbindlich ist.

TIP: Unterlassen Sie unerbetene Werbung mittels E-Mail, da Sie sonst eine Abmahnung wegen Wettbewerbsverstoßes riskieren.

Sofern eine Geschäftsbeziehung zum Empfänger besteht oder ein Kunde vorab einer entsprechenden Zusendung zugestimmt oder Informationen angefordert hat, ist eine Einzelversendung möglich. Registrieren Sie daher Anfragen in jeder Form, um ggf. nachweisen zu können, dass Ihre E-Mail nicht unerbeten ist (keine sog. „cold calls“).

VII. Was muss beim E-Commerce beachtet werden?

Zunehmend nutzen Unternehmen die Möglichkeiten des Internets, dieses nicht nur als Marketinginstrument, sondern auch für den Absatz von Waren und Dienstleistungen zu nutzen. Nachfolgend wird ein kurzer Überblick über die verschiedenen Konstellationen gegeben.

Zu unterscheiden ist im Bereich des Electronic Commerce (Elektronischer Geschäftsverkehr) grundsätzlich zwischen dem Handel zwischen Unternehmen untereinander (sog. B2B, business to business) und dem Handel zwischen Unternehmen und Verbrauchern (sog. B2C, business to consumer). Insbesondere für die Geltung der verbraucherschützenden gesetzlichen Regelungen ist diese Unterscheidung sehr wichtig.

Ferner kann zwischen den sogenannten Offline- und Online-Geschäften unterschieden werden. Erstere unterscheiden sich im Prinzip nicht von Bestellungen per Post oder Telefon. Der Vertragschluss findet im online im Internet statt. Die Erbringung der vertraglichen Leistung findet allerdings außerhalb des Internets statt, da sie beispielsweise körperlich geliefert werden muß. Bei Online-Geschäften hingegen erfolgt nicht nur der Vertragsschluß online, sondern auch die Erbringung der Leistung. Dies setzt natürlich voraus, dass die Leistung digitalisierbar ist. Diese sehr junge Art von Geschäften findet beispielsweise im Bereich von Software, Musikstücken, Spielfilmen oder digitalisierten Schriftstücken, wie Vertragsmustern, statt.

1. B2B (business to business – Handel zwischen Unternehmen)

Viele große Unternehmen nutzen bereits seit Jahren das Internet zur Abwicklung interner sowie externer Kommunikation. Dabei ist festzustellen, dass immer mehr Unternehmen dies kommunikativen Möglichkeiten in ihre Warenwirtschaftssysteme einbinden. So kann sowohl die Kommunikation im Zusammenhang mit der Warenbestellung und dem Wareneingang, wie auch dem Warenverkauf und dem Warenausgang über das Internet als Kommunikationsmedium abgewickelt werden. So kann beispielsweise ein Baustoffhändler seine Warenbestandsdatenbank mit einen Online-Shop für Handwerker verknüpfen, damit die Verfügbarkeit im Rahmen einer Bestellung automatisiert kontrolliert werden kann. Sofern eine Ware nicht vorrätig sein sollte, ist die direkte Anbindung an einen Großhändler oder den Hersteller denkbar, bei dem diese Ware dann automatisch für den Handwerker bestellt wird.

Der Vorteil solcher Lösungen besteht vor allem neben der einfacheren standardisierten Abwicklung in der Geschwindigkeit und der kostengünstigen Nutzung. Allerdings sind insbesondere Sicherheitsrisiken zu beachten und angemessen zu lösen.

In letzter Zeit erfreuen sich vor allem internetgestützte Handelsplattformen für verschiedenste Produkte großer Beliebtheit. Dabei ist zumeist eine Registrierung beim Betreiber erforderlich. Danach kann ein Mitglied eine konkrete Produkthanfrage über die Datenbank gleichzeitig an sämtliche Anbieter dieses Produktes, die auch registriert sind, übermitteln. Innerhalb kürzester Zeit gehen beim Anfrager Angebote ein, die ihm einen schnellen Überblick über Verfügbarkeit

und Preise ermöglichen. Dadurch erspart sich der Suchende mehrere Telefonanrufe oder Faxversendungen.

In rechtlicher Hinsicht sind in diesem Zusammenhang der Bestand von Einkaufs- und Verkaufsbedingungen zu beachten. Außerdem wird eine Handelsplattform eigene Geschäftsbedingungen haben, die eventuell auch die Beziehungen zwischen Suchendem und Anbieter regeln. Diese können gegebenenfalls mit den erstgenannten kollidieren. Zu bedenken, ist, dass diese Klauselwerke zwischen Unternehmen durch bloßen Hinweis einbezogen werden können, ohne dass der exakte Wortlaut bekannt ist.

Daneben besteht natürlich auch die Möglichkeit von Vertragsabschlüssen zwischen zwei Unternehmen im Wege der Kommunikation mittels E-Mail. Insoweit kann auf das Kapitel VI verwiesen werden.

2. B2C (business to consumer – Handel zwischen Unternehmen und Verbraucher)

Beim Abschluß und bereits bei der Anbahnung vertraglicher Beziehungen zwischen Unternehmen und Verbrauchern sind verschiedene verbraucherschützenden Gesetze zu beachten. Insbesondere das am 30.06.2000 in Kraft getretene Fernabsatzgesetz und das Gesetz über allgemeine Geschäftsbedingungen sind hierbei von Relevanz.

a) Wie können Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) bei Verträgen im Internet verwendet werden?

Vertragsbedingungen, die ins Internet eingestellt werden, sind in aller Regel allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB). Hinsichtlich der Anforderungen an einen wirksamen Einbezug in einen Vertrag, ist zu unterscheiden, ob sie gegenüber Verbrauchern oder Unternehmern verwendet werden. Seit Mitte 2000 sind die Begriffe des Verbrauchers und des Unternehmers in §§ 13, 14 BGB für sämtliche verbraucherschützenden Gesetze definiert.

Die nachfolgenden strengen Maßstäbe gelten nicht gegenüber Unternehmern. Hierunter fallen neben juristischen Personen oder rechtsfähigen Personengesellschaften auch Freiberufler und Landwirte. Dort genügt ein bloßer Hinweis auf die AGB und die zur Verfügung Stellung auf Anfrage, § 24 S. 1 ABGG.

Gegenüber Verbrauchern werden AGB nur dann wirksam in den Vertrag einbezogen, wenn auf diese hingewiesen wird und der Kunde rechtzeitig die Möglichkeit erhält, in zumutbarer Weise von dem Inhalt der AGB Kenntnis zu nehmen, § 2 Abs. 1 ABGG.

Ein Hinweis auf AGB kann auf einer Homepage mit Online-Bestellmöglichkeit problemlos mittels einer Buttons oder eines Links in Textform erfolgen. Dieser Hinweis muß gut lesbar und darf nicht an versteckter Stelle angebracht sein.

Daneben muss der Kunde die Möglichkeit haben, in zumutbarer Weise vom Inhalt der AGB Kenntnis zu nehmen. Obgleich die Rechtsprechung auch umfangreiche AGB im Internet zuläßt,

sofern die Möglichkeit des Herunterladens gegeben ist, sollten Ihre AGB keine für den Kunden unzumutbare Länge haben.

Wir empfehlen, die AGB z.B. über Buttons stets auf jeder Bildschirmseite aufrufbar zu halten. Darüber hinaus sollte für den Kunden einfach möglich sein, die AGB auf seiner Festplatte zu speichern und mit der Druckfunktion seines Browsers auszudrucken. Möglich ist hier auch, eine Speicher- und Druckfunktion hinsichtlich der AGB bereits in die Programmierung der Website aufzunehmen, die dem Kunden dann eine leichte Bedienung ermöglicht. Abzuraten ist von der Darstellung der AGB per Java Script in einem neuen Fenster ohne Menüleiste. Denn diese Form der Darstellung verwehrt dem Kunden den Ausdruck über das Druckbutton des Internetbrowsers und viele Kunden werden die Möglichkeit des Ausdrucks über den Shortcut „Strg-p“ nicht kennen.

Das genannte Vorgehen steht im Einklang mit einer Vorschrift der sog. E-Commerce Richtlinie, die Anfang 2002 in deutsches Rechts umzusetzen ist. Diese fordert, dass Vertragsbestimmungen und die AGB dem Nutzer so zur Verfügung gestellt werden müssen, dass er sie speichern und reproduzieren kann.

Manche Unternehmen sind bereits dazu übergegangen, dass der Kunde vor Erteilung seiner Bestellung die AGB lesen und sein Einverständnis erklären muss, um überhaupt auf die Homepage oder die Bestellseite zu kommen. Dieses überwiegend in den USA praktizierte Vorgehen ist in Deutschland unüblich und auch nicht erforderlich.

TIP: Bei Vertragsbedingungen, die im Rahmen von Rechtsgeschäften im Internet verwendet werden, wird häufig nicht im Vorhinein geklärt werden können, ob der jeweilige Vertragspartner die Voraussetzungen des Unternehmerbegriffs des § 14 BGB erfüllt. Deshalb müssen Sie als Verwender die Anforderungen an Verbrauchergeschäfte einhalten, um sicher zu sein, dass Ihre AGB auch gegenüber Verbrauchern Vertragsbestandteil werden. Etwas anderes gilt nur für reine Unternehmerportale.

Grundsätzlich sollten AGB im Internet deshalb folgende Voraussetzungen erfüllen:

- ? deutlicher Hinweis auf die AGB (Nähe zur elektronischen Bestellmöglichkeit)
- ? Datumsangabe
- ? aufs Wesentliche beschränkt
- ? für Nutzer einfach zu bedienende Möglichkeit zum Ausdruck/Speicherung der AGB

Hinsichtlich der Beurteilung der Wirksamkeit von Allgemeinen Geschäftsbedingungen ergeben sich bei der Stellung im Internet keine Besonderheiten. Allerdings eröffnet die Vorschrift des § 24a Nr. 3 ABGB die Möglichkeit einer Berücksichtigung der Umstände bei sogenannten Verbrauchergeschäften. Rechtsprechung zu der Frage, ob internetspezifische Umstände hier Berücksichtigung finden, existiert allerdings noch nicht.

b) Fernabsatzgesetz

Am 30.06.2000 trat das auf der Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG beruhende Fernabsatzgesetz in Kraft. Mit dem Erlaß dieses Gesetzes wurden §§ 13, 14 BGB, die den Verbraucher und den Unternehmer definieren und §§ 361 a und b BGB, die zentral das Widerrufs- und Rückgabe-

recht regeln, neu ins Bürgerliche Gesetzbuch eingeführt. Außerdem wurden sämtliche Verbraucherschutzgesetze diesen Änderungen angeglichen.

Schutzbereich

Das Fernabsatzgesetz sieht in § 3 ein Widerrufsrecht des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen vor. Fernabsatzverträge sind nach § 1 Abs. 1 FernAbsG alle Verträge

- ? über die Lieferung von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen,
- ? die zwischen einem Unternehmer (§ 14 BGB) und einem Verbraucher (§ 13 BGB),
- ? im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- und Dienstleistungssystems
- ? unter ausschließlicher Einsatz von Fernkommunikationsmitteln abgeschlossen werden.

Erfasst sind hierdurch sämtliche Fernkommunikationsmittel (§ 1 Abs. 2 FernAbsG), wie z.B. Telefon, Internet, Telefax, E-Mail, und Brief. Erforderlich ist allerdings ein „organisiertes Fernabsatzsystem“. Nach den Gesetzesmaterialien sollen Anbieter nicht hierunter fallen, die nur zufällig oder gelegentlich Fernkommunikationsmittel zur Entgegennahme von Bestellungen einsetzen. Erforderlich ist vielmehr, dass der Anbieter personell und sachlich darauf eingestellt sein muss, regelmäßig Geschäfte im Fernabsatz durchzuführen. Der konkrete Umsatz wird hierbei unerheblich sein. Vielmehr wird es auf das Auftreten nach außen, insbesondere die Marketingaktivitäten ankommen.

Ausgenommen vom Schutzbereich sind in § 1 Abs. 3 FernAbsG genannte Bereich, darunter Finanzdienstleistungen, für die eine eigene Richtlinie in Vorbereitung ist, Grundstücksgeschäfte, Teilzeit-Nutzungsrechte an Wohnungen und Fernunterrichtsverträge. Ebenso ausgenommen sind beispielsweise Online-Buchungen von Hotelzimmern oder die Bestellung von Speisen und Getränken, wenn auch mit Einschränkungen.

Für finanzierte Fernabsatzverträge ist die Vorschrift des § 4 FernAbsG zu beachten, die den Regeln des VerbrKrG vorgeht.

TIP: Achten Sie genau darauf, welche Waren oder Dienstleistungen Sie anbieten. Sofern eine Gruppe unter das Fernabsatzgesetz fällt, müssen dessen Regelungen beachtet werden (hierzu im weiteren). Die Vorschriften des Fernabsatzgesetzes sind nach § 5 FernAbsG zwingend. Sie können demnach nicht ausgeschlossen oder beschränkt werden, auch nicht durch Allgemeine Geschäftsbedingungen. Ebenso ist eine Umgehung der Vorschriften durch anderweitige Gestaltungen nicht möglich.

Informationspflichten

Entsprechend den Anforderungen in § 2 FernAbsG muss der Unternehmer bereits **bei der Anbahnung** von Fernabsatzverträgen den geschäftlichen Zweck und seine Identität (Firma und Rechtsform) gegenüber dem Verbraucher eindeutig erkennbar machen.

TIP: Achten sie darauf, dass diese Voraussetzungen in Ihren Katalogen, ggf. Zeitungsanzeigen, auf Websites im Internet oder sonstigen vom Unternehmen benutzten Aufforderungen zur Abgabe von Angeboten bezüglich von Fernabsatzverträgen erfüllt werden.

Außerdem muss im Einzelnen rechtzeitig **vor Abschluss des Vertrages** informiert werden über:

- ? Identität und Anschrift des Unternehmers (ggf. Name der Vertretungsberechtigten)
- ? wesentliche Merkmale der vertraglichen Leistung
- ? Zeitpunkt, in dem Vertrag zustande kommt (ggf. Benennung der maßgeb. Handlung)
- ? Mindestlaufzeit des Vertrages (wenn dauernde oder wiederkehrende Leistungen)
- ? falls zutreffend: Vorbehalt eine gleichwertige andere Leistung zu erbringen oder bei Nichtverfügbarkeit gar nicht zu leisten
- ? Preis einschließlich Steuern und sonstiger Bestandteile (i. S. v. § 1 PreisAngabenVO)
- ? falls zutreffend: zusätzliche Liefer- und Versandkosten
- ? Zahlungs-, Lieferungs-, Erfüllungsmodalitäten (wann, wie und wo)
- ? Bestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts nach § 3 FernAbsG
- ? falls teurer als übliche Grundtarife: Kosten für Nutzung des Telekommunikationsmittels
- ? Dauer befristeter Angebote

TIP: Diese vorvertraglichen Informationspflichten können Sie einfach erfüllen, wenn die Informationen in den Werbeprospekten, Katalogen oder auf der Website im Internet enthalten sind, aufgrund derer sich der Verbraucher zu einer Bestellung entschließt. Etwas umständlicher gestaltet sich die Information dagegen im Rahmen von Telefongesprächen.

Bei Angeboten im Internet wird diesen Informationspflichten nicht genügt, wenn der Nutzer lediglich die Möglichkeit hat, die Informationen mit Hilfe entsprechender Links zu ermitteln. Denn die Angaben könnten ihre verbraucherschützende Funktion von vornherein nur erfüllen, wenn der Nutzer sie aufrufen muss, bevor er den Vertrag schließt.

Als bald nach Vertragsschluss, spätestens bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrags hat der Unternehmer dem Verbraucher die zuvor genannten Informationen (außer den letzten beiden) auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen.

Außerdem muss er in hervorgehobener und deutlich gestalteter Form den Verbraucher auf folgende Informationen aufmerksam machen:

- ? Informationen über die Regelungen des Widerrufs- oder Rückgaberechts nach §§ 3 und 4 FernAbsG
- ? Anschrift der Stelle des Unternehmers, die Beanstandungen entgegennimmt
- ? ladungsfähige Anschrift des Unternehmers, bei juristischen Personen oder Personenvereinigungen/-gruppen auch den Namen eines Vertretungsberechtigten
- ? Informationen über Kundendienst, Gewährleistungs- und Garantiebedingungen
- ? Kündigungsbedingungen bei Verträgen mit Laufzeit von mehr als einem Jahr oder auf unbestimmte Zeit (insb. Hinweis auf Kündigungsrecht aus wichtigem Grund)

Diese Regelung soll sicherstellen, dass dem Verbraucher die wesentlichen Informationen unabhängig von dem Medium der vorvertraglichen Information dauerhaft zur Verfügung stehen. Sie entfällt lediglich dann, wenn Dienstleistungen Vertragsgegenstand sind, die unmittelbar durch den Einsatz von Fernkommunikationsmitteln erbracht werden, sofern dies in einem Mals erfolgt und über den Betreiber der Fernkommunikationsmittel abgerechnet werden (z. B. telefonischer Ansagedienst).

TIP: Diese vertragliche Informationspflicht erfüllen Sie durch die Übermittlung der genannten Informationen mittels Brief, Fax oder E-Mail an den Verbraucher. In Betracht kommen natürlich aber auch CD-Roms und Disketten.

Widerrufsrecht

Nach § 3 FernAbsG besteht in der Regel ein Widerrufsrecht nach dem neu eingeführten § 361 a BGB mit einer Frist von zwei Wochen, die der Verbraucher durch rechtzeitige Absendung wahrt. Sie beginnt nicht vor Erfüllung der vertraglichen Informationspflichten, bei der Lieferung von Waren nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger, bei der wiederkehrenden Lieferung gleichartiger Waren nicht vor der ersten Teillieferung und bei Dienstleistungen nicht vor dem Tag des Vertragsabschlusses.

Die Frist beginnt in allen Fällen nur, wenn dem Verbraucher zusätzlich zu den bereits genannten Informationspflichten eine Widerrufsbelehrung erteilt worden ist.

TIP: Diese Belehrung mit Angaben zu Namen und Anschrift des Widerrufempfängers muss nach der gesetzlichen Lage unabhängig von der bereits genannten vertraglichen Informationspflicht bezüglich der Regeln über den Widerruf erfolgen. Der Text kann diesbezüglich aber derselbe sein. Für die Wahl der Übermittlung gilt das bereits oben ausgeführte.

Bis zu einer höchstrichterlichen Entscheidung muss diese doppelte Information, die sich eigentlich als überflüssiger Formalismus darstellt, beachtet werden.

Für einige Gruppen von Vertragsleistungen wurde das Widerrufsrecht ausgenommen, so für Einzelanfertigungen, leicht verderbliche Ware, entsiegelte Audio-, Video-, Softwareprodukte, und Zeitungen, Zeitschriften, Illustrierten, sowie Wett- und Lotterie-Dienstleistungen. Ebenso privilegiert hinsichtlich des Widerrufs- und Rückgaberecht sind Versteigerungen, die in der Form des § 156 BGB erfolgen. Darunter sind die meisten sog. „Internetversteigerungen“ aber nicht zu verstehen, da sie nicht in dieser Form ablaufen. Hinsichtlich des Vorliegens der Voraussetzungen eines Ausschlußtatbestandes trägt der Unternehmer die Beweislast.

Das Widerrufsrecht erlischt im Regelfall mit Ablauf der zweiwöchigen Widerrufsfrist, wenn der Unternehmer den Verbraucher ordnungsmäßig informiert, belehrt und die Ware geliefert hat. Unabhängig hiervon erlischt das Widerrufsrecht, wenn

- ? bei der Lieferung von Waren vier Monate seit dem Empfang der Ware vergangen sind
- ? bei Dienstleistungen vier Monate nach Vertragschluss oder

wenn der Unternehmer mit der Ausführung der Dienstleistung mit Zustimmung des Verbrauchers vor Ende der Widerrufsfrist begonnen hat oder der Verbraucher diese selbst veranlasst hat.

Alternativ kann nach § 3 Abs. 3 FernAbsG i. V. m. § 361 b BGB ein **Rückgaberecht** vereinbart werden, sofern Vertragsgegenstand die Lieferung von Waren ist. Voraussetzung hierfür ist nach § 361 b BGB allerdings, dass der Vertrag auf Grund eines Verkaufsprospekts geschlossen wird. Das können Kataloge, Postwurfsendungen, Disketten und auch Internetkataloge sein. Die obigen Ausführungen gelten dafür ebenso.

Kosten eines Rücktransports der bestellten Waren

Bei wirksamem Widerruf muss der Unternehmer die Kosten und das Risiko des **Rücktransportes** tragen, sofern nicht bei einem Warenwert bis 40 Euro dem Verbraucher die Kosten der Rücksendung durch eine entsprechende vertragliche Regelung auferlegt worden sind. In der Zwischenzeit haftet der Verbraucher für Schäden oder Zerstörung der Ware auf Ersatz der Wertminderung bzw. Ersatz des Wertes, für den Gebrauch der Sache ist der Wert für die Nutzung zu ersetzen. Ist keine ordnungsgemäße Belehrung über das Widerrufsrecht erfolgt, haftet der Verbraucher regelmäßig hierbei nur für grobe Fahrlässigkeit und Vorsatz.

Im Falle eines Rückgaberechts ist eine vertragliche Abwälzung der Kosten der Rücksendung auf den Verbraucher bei Bestellungen bis zu 40 Euro nicht möglich (§ 361 b BGB). Der Unternehmer trägt hier die Kosten und die Gefahr in jedem Fall.

Folgen bei Verstößen gegen die Informationspflichten

§ 22 AGBG (Unterlassungsanspruch bei verbraucherschutzgesetzwidrigen Praktiken)

Seit 30.06.2000 kann ein Unternehmen, das Verbraucherschutzgesetzen zuwiderhandelt, nach § 22 AGBG auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Zu einer Klage berechtigt sind Verbände, die bisher auch schon nach § 13 AGBG gegen Allgemeine Geschäftsbedingungen vorgehen konnten. Das sind Verbraucherverbände, Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen sowie die Industrie-, Handels- und Handwerkskammern.

§ 1 UWG (Wettbewerbsvorteil auf Grund Gesetzesverstoß)

Nach oberlandesgerichtlicher Rechtsprechung liegt in der Verletzung der vorvertraglichen Informationspflichten zugleich ein Verstoß gegen § 1 UWG, da sich der Unternehmer auf diese Weise einen ungerechtfertigten Wettbewerbsvorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern verschafft. Die Vorschriften des FernAbsG hätten neben ihrer verbraucherschützenden Aufgabe sekundär auch die Funktion, die Gegebenheiten eines bestimmten Marktes festzulegen und gleiche rechtliche Voraussetzungen für die auf diesem Markt tätigen Wettbewerber zu schaffen.

Zusammenfassender Tip: Lassen Sie sich nicht von der etwas unübersichtlich erscheinenden Fülle von Informationspflichten nicht verwirren. Insbesondere die erforderlichen Informationen bei der Anbahnung einer Geschäftsbeziehung und vor dem Abschluß eines Vertrages lassen sich elegant mit Allgemeinen Geschäftsbedingungen kombinieren. Gleiches gilt für die Pflicht zur Anbieterkennzeichnung nach § 6 Teledienstegesetz bzw. § 6 MDStV.

c) Weitere Verbraucherschützende Vorschriften (PAngV, VerbrKrG, andere)

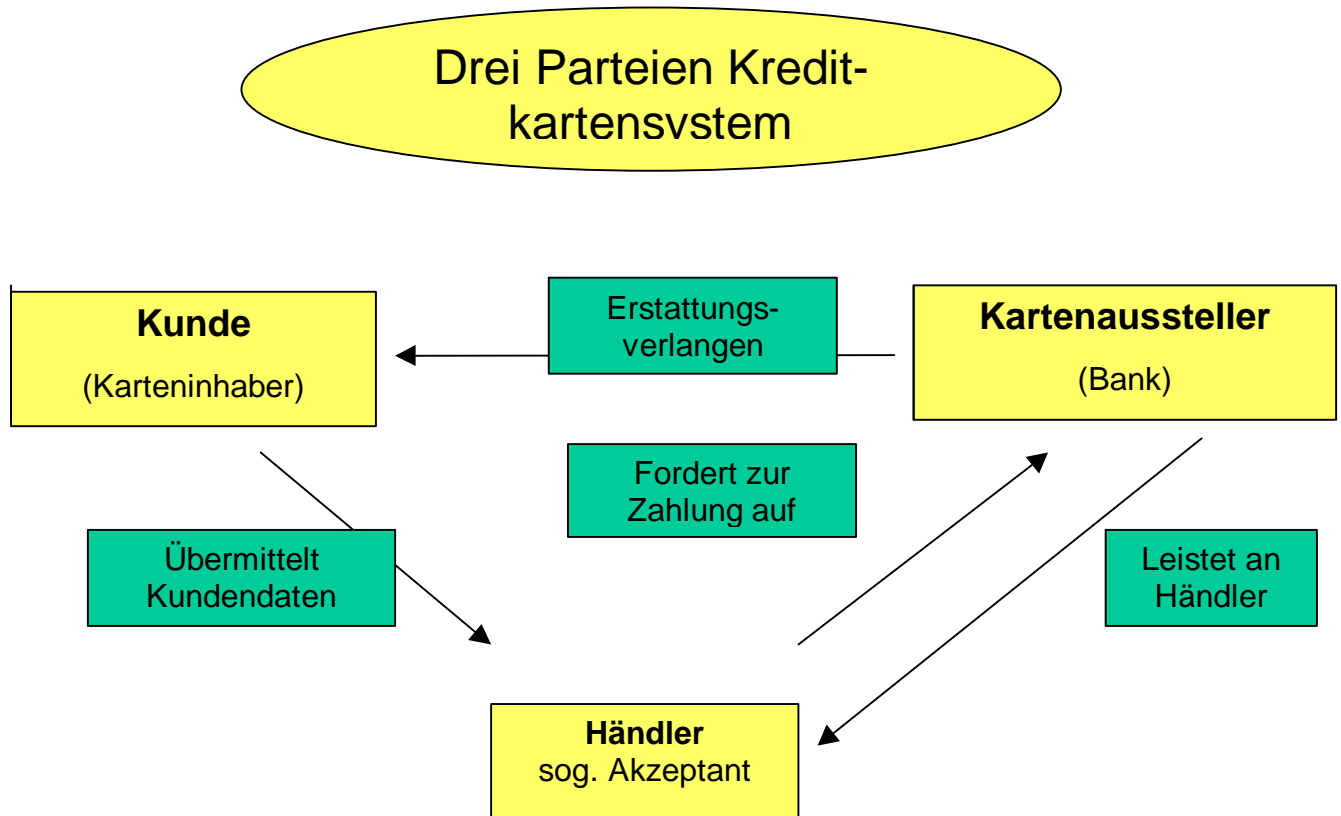
Im Fernabsatzhandel ist wie bereits oben erwähnt die Sondervorschrift des § 8 VerbrKrG zu beachten, wonach bestimmte Regelungen des Verbraucherkreditgesetzes für den Fernabsatz modifiziert werden.

Die Preisangabeverordnung gilt auch für Angebote im Internet. Danach hat der Anbieter gegenüber Letztverbrauchern insbesondere die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile unabhängig von einer Rabattgewährung zu zahlen sind (Endpreise). Werden die Waren auf Bildschirmen angeboten, sind die Preise unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen der Waren anzugeben.

Das Haustürwiderrufgesetz wird im Internet wegen seinen situationsbedingten Voraussetzungen nicht zur Anwendung kommen. Eine analoge Anwendung kommt nicht in Betracht, da im Internet ähnlich wie beim Telefon die Gefahr einer Überrumpelung infolge der körperlichen Anwesenheit eines Anbieters nicht besteht. Das Warenangebot auf einer Homepage wird keine Umgehung i. S. v. § 5 HausTWG sein. Zudem wird der Verbraucher ausreichen durch das Fernabsatzgesetz geschützt.

3. Welche Risiken birgt die Kreditkartenzahlung im Internet? Vorstellung verschiedener Zahlungsmöglichkeiten

a) Wie funktioniert das herkömmliche Kreditkartensystem?



Ausgangspunkt ist, dass der Kunde seine Kreditkarte bei Händlern zur Bezahlung von Waren oder Dienstleistungen einsetzt. Der Händler erhält die Kreditkartendaten des Kunden, um sich gegenüber dem Aussteller der Kreditkarte zu legitimieren. Hierbei kommt vor allem ein Beleg mit der Unterschrift des Kunden in Betracht. Auf eine Aufforderung des Händlers hin begleicht der Aussteller der Kreditkarte die Forderung.

Bei Bestellungen im Internet mit Kreditkarten (auch Mailorder-Verfahren genannt) entstehen insbesondere für den Händler erhebliche Risiken. Da im Internet die Leistung einer Unterschrift nicht möglich ist, kann hier keine vollständige Legitimation gegenüber dem Aussteller der Kreditkarte, dem Kreditkartenunternehmen, erfolgen. Erfasst werden regelmäßig lediglich der Name des Kreditkarteninhabers, die Kreditkartennummer und ihre Gültigkeit. Sofern im Falle eines Missbrauchs der wahre Inhaber der Kreditkarte einer Abbuchung des entsprechenden Betrages von seinem Konto widerspricht, wird gegenüber dem Händler regelmäßig eine Rückbelastung durch das Kreditkartenunternehmen vorgenommen, was in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen mit dem Händler vereinbart sein wird. Damit trägt der Händler die Gefahr missbräuchlicher Verwendung von Kreditkarten durch seine Kunden.

Das Verhältnis zwischen Kunden und Kartenaussteller im Falle eines Mißbrauchs einer Zahlungs- oder Kreditkarte wird durch § 676h BGB bestimmt. Diese Vorschrift beruht auf der Fernabsatzrichtlinie und bestimmt, dass der Kartenaussteller Aufwendungsersatz für die Verwendung der Karte oder deren Daten nur verlangen kann, wenn diese nicht von einem Dritten missbräuchlich verwendet wurden. Aufgrund der Formulierung der Vorschrift trägt der Aussteller die Beweislast für das Fehlen eines Mißbrauchs durch einen Dritten. Dieser Nachweis wird nur bei Vorlage eines unterschriebenen oder zukünftig digital signierten Beleges möglich sein.

b) Um das Risiko eines Missbrauchs von Kreditkartendaten zu minimieren, kommen verschiedene technische Möglichkeiten in Betracht.

aa) Die Übertragung der Kreditkartendaten im Internet kann mit der sog. „Secure Socket Layer-Verschlüsselung“ (SSL) mit 128 Bit erfolgen. Alle modernen Internetbrowser beherrschen diese Technologie. Dadurch wird verhindert, dass Dritte unberechtigt die Daten einsehen können. Diese Übertragung schützt die Daten bereits recht gut. Dennoch müssen die sie im Internet übertragen werden und unterliegen daher einem gewissen Abfang- und Missbrauchsrisiko. Teilweise wird dieses Risiko nahezu dadurch beseitigt, dass zusätzlich zur Kreditkartennummer die sog. „Identifier-Nummer“ von der Rückseite der Kreditkarte abgefragt wird. Diese ist nicht Bestandteil der eigentlichen Kreditkartennummer.

bb) Möglich ist auch, vor der Leistung durch den Anbieter eine Überprüfung der Daten durch den Kreditkartenaussteller bzw. von diesem dazwischen geschalteten sog. Gateways. Sofern jemand den Namen des Dritten angibt, dessen Kreditkartendaten er ausgespäht hat, liegen aus der Sicht des Händlers bzw. der Kontrollstelle keine Anzeichen eines Missbrauchs vor.

cc) Als sicher ist der Zahlungsstandard „Secure Electronic Transaction“ (SET) zu beurteilen. Hier lädt sich der Kunde ein elektronisches Portemonnaie auf den PC und besorgt sich bei der Bank ein Zertifikat, das ihn ausweist. Geplant sind mobile Lösungen, mit denen der Kunde von jedem Rechner aus bezahlen kann, weil die digitale Geldbörse dann im Rechenzentrum der liegt.

Nachteil diese Systems sind die bisher noch ziemlich hohen Kosten für den Händler. Abzuwarten bleibt allerdings, ob unter Einbeziehung der neuen Möglichkeiten nach dem Signaturgesetz Lösungen angeboten werden.

Im Falle dieser neuer Zahlungsmöglichkeiten mit Kreditkarten im Internet wird ein Beweis des ersten Anscheins für eine wirksame Weisung des Kunden und Kreditkarteninhabers sprechen. Der Kunde, dessen Kartendaten verwendet wurden, wird dann in einem Rechtsstreit vor Gericht solange als Urheber der Bestellung anzusehen sein, bis er konkrete Anhaltspunkte für einen Missbrauch seiner Kartendaten darlegen kann. Das Risiko könnte mit diesem System also nicht nur minimiert, sondern auch vom Anbieter auf den Kartenanbieter und den Kunden verlagert werden. Rechtsprechung existiert hierzu allerdings noch nicht.

TIP: Sofern sie bereits in Ihrem Unternehmen Kreditkartenzahlungen ermöglichen, bietet sich an, diese Lösung auf Geschäfte im Internet zu erweitern. Für die Implementierung eines Systems zur Bezahlung mit Kreditkarten im Internet sollten Sie die ohnehin bestehenden geschäftlichen Verbindungen zu Kreditkartenunternehmen nutzen und über Konditionen verhandeln. Wichtig wird hierbei die Verwendung eines hohen Sicherheitsstandards sein, denn sonst tragen Sie das Missbrauchsrisiko. Sofern Waren versandt werden, kann Ihnen dadurch erheblicher Schaden entstehen.

c) Vorstellung verschiedener anderer Möglichkeit der Zahlung im Internet

In letzter Zeit sind eine Reihe anderer, nicht kreditkartengestützter Zahlungsmöglichkeiten im Internet geschaffen worden. Nachfolgend sollen auszugsweise interessante Projekte vorgestellt werden.

aa) Bereits häufig wird das aus stationären Geschäften bekannte Lastschriftverfahren im Internet angeboten und auch genutzt. Von Vorteil ist für den Kunden, dass Falschbuchungen widerrufen werden können. Dafür muss er allerdings regelmäßig seine Kontoauszüge auf solche eventuellen Falschbuchungen hin kontrollieren. Nachteilig ist allerdings auch hier anzumerken, dass die Daten über das Internet fließen. Die damit in Zusammenhang stehenden Risiken können allerdings durch den Einsatz der bereits erwähnten Verschlüsselungstechnologie SSL minimiert werden.

Aus Händlersicht ist aber auch hier zu beachten, dass nach dem Lastschriftabkommen der Banken normalerweise nur schriftliche Einzugsermächtigungen akzeptiert werden dürfen. „Schriftlich“ bedeutet bisher nach der gesetzlichen Regelung in § 126 Abs. 1 BGB, dass die Ermächtigung handschriftlich unterzeichnet sein muss. Im Falle eines Missbrauchs kann der Händler hinsichtlich einer über das Internet erteilten Lastschrift nicht den Nachweis einer Unterschrift führen, da diese nicht erteilt wurde und wird von der Bank zurück belastet, sofern der wahre Kontoinhaber der Abbuchung von seinem Konto widerspricht.

Es bleibt allerdings abzuwarten, ob mit Blick auf das Signaturgesetz und die Neuregelungen im Bürgerlichen Gesetzbuch zu den Formvorschriften eine neue Lösung für dieses Verfahren angeboten wird.

bb) In jüngster Zeit wurden Versuche mit dem Einsatz sog. „Smartcards“, einer Art Geldkarte, unternommen. Diese vielversprechende Technologie beruht darauf, dass ein Chip für die sichere Authentifizierung des Nutzers und damit der Transaktion sorgt. Allerdings braucht der Kunde hierfür ein eigenes Lesegerät, dessen Anschaffung mit Kosten verbunden ist. Es bleibt allerdings abzuwarten, ob sich Verknüpfungsmöglichkeiten mit den Signaturen nach dem neuen Signaturgesetz oder dem bereits praktizierten HBCI-Verfahren (HomeBankingComputerInterface), das im Onlinebanking-Bereich eingesetzt wird, ergeben. Gegebenenfalls kann die Identifikation des Kunden auch über eine Diskette erfolgen, auf der die relevanten Daten gespeichert sind.

cc) Ebenso sehr interessant sind Zahlungssysteme, die über das Mobiltelefon funktionieren. Hierbei muss sich der Kunde bei einem Anbieter eines solchen Systems anmelden und kann im Internet mit der Angabe seiner Handynummer einkaufen. Nach dem Einkauf erhält der einen automatisierten Anruf, der ihn auffordert, die Zahlung mit einer PIN freizugeben. Diese hat er nach der Anmeldung vom Systemanbieter erhalten.

Der große Vorteil dieser Systeme besteht darin, dass die Zahlung nicht über das Internet, sondern das GSM-Netz erfolgt. Dieses ist abhörsicher genug, um die Sicherheit der Zahlung zu gewährleisten. Außerdem kann dieses System nicht nur im Internet, sondern auch anderweitig, beispielsweise in Taxis oder bei Automaten eingesetzt werden. Zudem sind die Kosten dafür bisher noch relativ gering.

dd) Für Kleinstbeträge werden Systeme angeboten, die über die Telefonrechnung eingezogen werden. Dies funktioniert zuverlässig, ist allerdings mit der Installation einer Software verbunden und kann nur vom eigenen Telefonanschluß genutzt werden.

ee) Praktisch vom Tisch sind verschiedene sog. E- oder Cyber-Cash Projekte. Mangels Akzeptanz bei Händlern und Kunden wurden diese eingestellt. In absehbarer Zeit werden auch keine neuen erwartet. Gestützt waren sie auf die Generierung einer digitalen Geldbörse auf der Festplatte des Computers, die digitales Geld enthielt und die Zahlung damit ermöglichte. Die Sicherheit dieser Systeme wurde als sehr hoch eingestuft.

TIP: Dieser Überblick und teilweise Ausblick soll Sie nicht verwirren. Selbstverständlich ist auch bei Geschäften über das Internet möglich, dass eine Lieferung der Waren gegen Rechnung wie beim bisher bekannten Versandgeschäft erfolgt. Bedenken Sie allerdings, dass im Falle größerer Beträge ein erhebliches Risiko hinsichtlich zahlungsunwilliger oder-unfähiger Kunden besteht. Dieses kann eventuell durch Einschalten eines Informationsdienstes minimiert werden.

Achten Sie bei der Auswahl eines bargeldlosen Zahlungssystems auf jeden Fall auf Ihre Kundenzielgruppe und fragen Sie sich, was dieser am ehesten entgegenkommt.

Hinsichtlich der Entscheidung eines Zahlungssystems empfiehlt es sich in jedem Fall, vorab Kontakt mit der jeweiligen Hausbank aufzunehmen.

4. Datenschutz

Die für Internetanwendungen relevanten Vorschriften der komplexen Materie des Datenschutzes finden sich im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), Teledienstschutzgesetz (TDDSG) und Mediendienstestaatsvertrag (MDStV).

Eine Überarbeitung des BDSG wurde zuletzt notwendig, um die Europäische Datenschutzrichtlinie (95/46/EG) in deutsches Recht umzusetzen. Seit dem 23.05.2001 sind die Neuregelungen in Kraft. Dieser ersten Novellierung wird eine zweite noch folgen. Auf europäischer Ebene ist zudem eine Verordnung zu Datenschutz im Gespräch.

Soweit Bundesgesetze wie das TDDSG speziellere Datenschutzregelungen enthalten ist das BDSG nach § 1 Abs. 3 BDSG subsidiär.

Das neue Datenschutzrecht wird hinsichtlich des Datenschutzes im Internet vom Grundsatz des Systemdatenschutzes geprägt. Dieser bedeutet, dass Datenerhebungen zu vermeiden und Daten sparsam zu erheben sind. Daneben existiert die Möglichkeit eines sog. Datenschutzaudits.

Unternehmen, die personenbezogene Daten nutzen, müssen die Regelungen des BDSG beachten, da diese auch für nicht öffentliche Stellen, also Private gelten, soweit diese die Daten unter Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen verarbeiten, nutzen oder dafür erheben. Ausgenommen hiervon sind lediglich persönliche oder familiäre Tätigkeiten. Für Unternehmen bestehen im Falle von Verstößen erhebliche Risiken aufgrund von Bußgeldzahlungen, der Erfüllung von Straftatbeständen und zuletzt auch wegen drohender Imageschäden. Erstmals wurde in § 7 BDSG ein Schadenersatzanspruch des Datensubjekt für den nicht öffentlichen Bereich eingeführt.

Gegenstand des Datenschutzrechts sind personenbezogene Daten. Das sind nach der gesetzlichen Definition in § 3 Abs. 1 BDSG Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer natürlichen Person. Erstmals gibt es daneben sog. „besondere Arten personenbezogener Daten“ in § 3 Abs. 9 BDSG. Diese besonders sensiblen Daten sind Angaben über die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder philosophische Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheit oder Sexualleben.

Datenvermeidung und Datensparsamkeit

Im TDDSG und im MDStV ist der Grundsatz des Systemdatenschutzes in §§ 3 Abs. 4 TDDSG, 12ff MDStV verankert. Tragende Grundsätze sind die Datenvermeidung, das heißt das sparsame Erheben von Daten insofern, als dies nur zwingend, beispielsweise aus Gründen der Abrechnung von Nutzungsentgelten erforderlich ist.

Datenschutzaudit

Für Unternehmen besteht nach der Neueinführung des Datenschutzaudits in § 9a BDSG die Möglichkeit der Durchführung eines Prüf- und Bewertungsverfahrens durch Gutachter. Nach erfolgreicher Durchführung wird ein Datenschutz-Gütesiegel verliehen. Das Unternehmen kann außerdem sein jeweiliges Datenschutzkonzept veröffentlichen und sich so im Wettbewerb mit Konkurrenten positiv herausstellen. Ein Gesetz mit näheren Anforderungen wird erlassen werden.

5. Sind sog. Cookies zulässig?

Cookies (engl. cookie = Keks) sind kleine Textdateien, die zusammen mit den eigentlich angeforderten Daten aus dem Internet von Web-Servern an den Computer des Benutzers ü-

bermittelt werden. Diese werden auf der Festplatte des Nutzers gespeichert und können verschiedenste Informationen enthalten.

In den gängigen Browsern einstellen besteht eine Konfigurationsmöglichkeit, ob Cookies generell oder erst nach vorheriger Anfrage akzeptiert werden dürfen.

Vor allem Firmen benutzen Cookies, um Kunden auf ihrer homepage persönlich zu begrüßen, festzustellen, was für Produkte sie in einem Online-Shop beispielsweise beim letzten Besuch in einen virtuellen Einkaufswagen haben legen lassen oder ersparen das lästige Eingeben von Kunden- oder anderen Identifikationsnummern.

Problematisch ist unter datenschutzrechtlichen Gesichtspunkten die Sammlung von personenbezogenen Daten, die zur Erstellung von Bewegungs- und Interessenprofilen des Benutzers verwendet werden. Ziel ist hierbei, Rückschlüsse auf sein Konsumverhalten und darauf aufbauendes, sog. „Targeted Marketing“ zu ermöglichen.

Die relevanten datenschutzrechtlichen Vorschriften befinden sich im Teledienstedatenschutzgesetz (TDDSG), im Mediendienste-Staatsvertrag (MDStV) und im neuen Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) 2001. Zu beachten ist, dass die beiden erstgenannten, spezielleren Regelungswerke auch die Daten juristischer Personen und somit also auch von Wirtschaftsunternehmen schützen, während das BDSG selbst nur die Daten natürlicher Personen betrifft.

Nach den bestehenden datenschutzrechtlichen Regelungen sind Cookie-Konzepte zulässig, wenn das Datenverarbeitungssystem des Verwenders sicherstellt, dass keine personenbezogenen Daten erstellt oder erfaßt werden. Werden derartige Daten im Zusammenhang mit Geschäftsbeziehungen zu Nutzern bekannt, dürfen Cookie-basierte Einstellungen und Individualisierungen nur angeboten werden, wenn die Nutzer hierzu nach § 3 TDDSG bzw. § 12 MDStV unterrichtet wurden und eingewilligt haben.

Personenbezogene Daten sind hierbei nach der Begriffsdefinition in § 3 Abs. 1 BDSG Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person.

Im Falle von Verstößen gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen kommen zivilrechtliche und wettbewerbsrechtliche Schadensersatz- oder Unterlassungsansprüche sowie Verfolgung wegen Ordnungswidrigkeit und Straftat nach dem BSDG in Betracht.

TIP: Verwenden Sie Cookies grundsätzlich nur dort, wo es technisch notwendig ist, beispielsweise beim Angebot eines Online-Shops. Vom Einsatz der Cookies aus Gründen des Marketings, insbesondere um dadurch Nutzerprofile zu erstellen, raten wir dringend ab. Die Rechtsprechung hat sich bisher mit dieser Problematik noch nicht befaßt und daher noch keine Klarheit geschaffen. In jedem Fall ist der Grundsatz der Datensparsamkeit (§ TDSV) zu beachten, das heißt, dass so wenig persönliche Daten wie unbedingt erforderlich zu erheben und zu speichern sind.

Checkliste Datenschutz

1. Erheben Sie im Zusammenhang mit Ihrem Internetangebot auf Ihrer Homepage Daten? ?
2. Unterfallen diese Daten den datenschutzrechtlichen Regelungen? ?
Werden insbesondere personenbezogene Daten erhoben? ?
3. Besteht eine gesetzliche Erlaubnis für die Datenerhebung oder hat der Nutzer eingewilligt? ?
4. Werden die Daten in Ihrem Unternehmen hinreichend geschützt? ?
5. Kommt ein Datenschutzaudit für Ihr Unternehmen in Betracht, da Sie ein Datenschutz-Gütesiegel werbewirksam einsetzen könnten? ?

6. Internetversteigerungen

Seit einiger Zeit werden im Internet von einigen Unternehmen Plattformen für Internetversteigerungen angeboten. Diese erfreuen sich sehr großer Beliebtheit, da die Hoffnung auf ein Schnäppchen die Aktivität der Mitbieter beflügelt. Die gängigste Variante sind die sog. Eigentümer-Auktionen, bei denen der Eigentümer einer Sache, sei er Verbraucher oder Unternehmer, diese verbunden mit einem Anfangsgebot ins Internet stellt. Nach Ablauf eines anfänglich festgelegten Zeitraums erhält derjenige den Zuschlag, der das höchste Gebot abgegeben hatte.

Angeboten werden darüber hinaus auch andere Formen, wie beispielsweise Zweitpreis-Auktionen, Auktionen, die abwärts laufen oder solche mit vertauschten Rollen. Teilweise haben solche Gestaltungen aber eher den Charakter eines Spieleangebotes, was im Hinblick auf die Vorschriften über das Glücksspiel und den unlauteren Wettbewerb zu beachten ist.

Vorab ist klarzustellen, dass die meisten sog. Internetversteigerungen oder –auktionen keine Versteigerungen im Rechtssinne sind, die in § 156 BGB geregelt werden. Vielmehr handelt es sich um Kaufverträge gegen Höchstgebot und nicht um ein Zusammenspiel zwischen Gebot und Zuschlag. Nach der Rechtsprechung ist die Bezeichnung Auktion oder Versteigerung für Verkäufe gegen Höchstgebot im Internet, die in Wirklichkeit keine Versteigerungen i. S. v. § 34b GewO sind, nicht irreführend und verstößt damit nicht gegen § 3 UWG. Begründet wird das damit, dass die Kunden derartiger Veranstaltungen bereits sensibilisiert seien und darauf achteten, welcher Art diese sei.

Außerdem hat der Bund-Länder-Ausschuss Gewerberecht entschieden und diese Auffassung bestätigt, dass Internetauktionen nicht in den Anwendungsbereich des § 34b GewO fallen und damit keine Erlaubnispflicht nach dieser Vorschrift besteht, da es sich bei ihnen um neue Vertriebsformen handele, deren Umsetzung mit dem Medium Internet erst möglich werde. Ebenso wenig kommt die Versteigererverordnung zur Anwendung.

Fraglich war, ob die Präsentation des zu versteigernden Produkts auf der Website der Versteigerungsplattform lediglich als eine Aufforderung anzusehen ist, ein Angebot abzugeben oder ob es sich dabei bereits um ein Angebot auf den Abschluss eines Vertrages handelt. Denn ein wirksamer Vertragschluss zu einem Preis, der deutlich unter dem Zeitwert der Sache liegt, ist für den Anbietenden ein erhebliches Risiko.

Die Rechtsprechung vertritt derzeit den Standpunkt, dass bereits die Freischaltung der Angebotsseite im Internet ein rechtsverbindliches Angebot zum Abschluss eines Kaufvertrages enthalte, welches durch das höchste, im Angebotszeitraum abgegebene Gebot angenommen werde. Zu beachten sind hierbei Allgemeine Geschäftsbedingungen, die meist vom Betreiber der Plattform auf der Homepage stammen. Dabei ist allerdings der Einbezug in den Kaufvertrag zwischen dem Eigentümer der Sache und dem Ersteigerer nicht unproblematisch.

TIP: Sofern Sie Sachen im Rahmen solcher Online- oder Internetversteigerungen anbieten, sollten Sie darauf achten, dass im Rahmen der Präsentation der zu versteigernden Sache ein verstecktes oder ein offenes Mindestangebot eingebaut wird. Andernfalls besteht die Gefahr, dass im Falle der Angabe eines sehr niedrigen Anfangspreises ein Vertrag zu einem Preis zustande kommt, der erheblich unter dem Zeitwert der Sache liegt.

Zu beachten ist weiterhin, dass nach § 3 FernAbsG kein Widerrufsrecht für Fernabsatzverträge besteht, die in der Form von Versteigerungen i. S. v. § 156 BGB geschlossen werden. Nachdem wie gesehen hierunter die meisten Internetversteigerungen nicht fallen werden, gelten die weitreichenden Informationspflichten und das Widerrufsrecht des FernAbsG stets dann, wenn der Eigentümer und Versteigerer der angebotenen Sache ein Unternehmer i. S. d. § 14 BGB und der Ersteigerer ein Verbraucher nach § 13 BGB ist. Diese sachgerechte Einschätzung dürfte für viele Internetversteigerungen allerdings zahlreiche Probleme mit sich bringen.

Anhang

Rechtsprechung

1. Zum Domain-Recht
2. Zum E-Mail-Recht
3. Zum E-Commerce-Recht und zur Problematik der Einbindung von AGB's
4. Zur Verantwortung für Links
5. Sonstiges

Rechtsprechung:

1. Zum Domain-Recht

Bundesgerichtshof Urteil vom 17.05.2001 - I ZR 216/99

Zur Frage der Zulässigkeit der Verwendung von Gattungsbegriffen als Domain-Namen. Zu Einzelheiten des Urteils siehe Ausführungen im Kapitel Domainrecht.

Landgericht München I Beschluss vom 12.02.2001 - 20 T 19368/00

1. Da die DENIC e.G. bei der Vergabe und Registrierung von Domains keine dem Marken- oder Patenterteilungsverfahren vergleichbare Prüfung vornimmt, stellt eine Internet-Domain kein anderes Vermögensrecht i.S. des § 857 ZPO dar.

2. Die Übertragbarkeit der Domain und ihre Loslösung vom Inhaber führt nicht dazu, daß sie als pfändbares Recht anzusehen ist.

Das Landgericht München I hat seine Rechtsprechung ([LG München I, Beschluss vom 28. Juni 2000 'Pfändung einer Familiennamendomain'](#)) bestätigt und ausgeweitet. Die sofortige Beschwerde gegen die Entscheidung [Amtsgericht München - Vollstreckungsgericht - Beschluss vom 11. September 2000 - Az.: 1534 M 28615/00](#) hat das Landgericht als unbegründet zurückgewiesen.

Die sofortige weitere Beschwerde gegen den vorbezeichneten Beschluss wurde vom OLG München als unzulässig zurückgewiesen ([Az.: 19 W 1033/01](#)).

<http://www.jurpc.de/rechtspr/20010101.htm>

LG München I Beschluss vom 28.06.2000 - 20 T 2446/00

Aus der Namensfunktion neben der Adressfunktion des Domainnamens folgt, dass der Schuldner, der Inhaber eines aus seinem Nachnamen bestehenden Domainnamens ist, durch die Entziehung des Domainnamens durch eine Pfändung mit dem Ziel einer Übertragung an Dritte in seinem Recht auf Namensschutz verletzt wird. Die Pfändung der Domain ist daher in diesem Fall unzulässig.

JurPC Web-Dok. 165/2000, Abs. 1 - 11

OLG Köln Urteil vom 06. Juli 2000 - 18 U 34/00 (14 O 322/99)

Ein Familienname begründet kein besseres Recht an einer Domain dieses Namens als ein seit längerer Zeit verwendetes Pseudonym. www.cybercourt.de

LG München II Urteil vom 14.09.2000 - W 5 KLs 70 Js 12730/99

Domain-Grabbing, bei dem Domain-Namen bekannter Marken registriert werden, ohne dass der Registrierende ein eigenes Interesse an der Veröffentlichung einer Homepage unter der Domain-Adresse hat, ist strafrechtlich als Kennzeichenverletzung und Erpressung bzw. versuchte Erpressung strafbar, wenn von den Markeninhabern unter Androhung der Ausnutzung der Sperrwirkung der Registrierung ein Entgelt für die Freigabe der Domain verlangt wird.

LG Augsburg Endurteil vom 15.11.2000 - 6 O 3536/00

Die Gemeinde Boos kann keinen Anspruch auf Unterlassung der Verwendung der Domain "boos.de" gegenüber einer Firma geltend machen, die diese Domain mit Priorität für sich hat registrieren lassen; es verbleibt vielmehr beim Grundsatz der Priorität. Das gilt jedenfalls bei kleineren Gebietskörperschaften, deren Namen keine so überragende Bedeutung zukommt wie dies beispielsweise bei "Heidelberg" oder "Berlin" der Fall ist.

JurPC Web-Dok. 89/2001, Abs. 1 - 9

LG Koblenz Beschluss vom 27.10.1999 - 1 HO 125/99

Für Internetnutzer sind Punkte, Gedankenstriche und Schrägstriche im Rahmen der Vergabe von Domain-Namen von entscheidender Bedeutung; daher verstößt die Verwendung eines Domain-Namens in der Schreibweise ohne Bindestriche nicht gegen die mit Beschlussverfügung untersagte Verwendung des Domain-Namens in der Schreibweise mit Bindestrichen.

JurPC Web-Dok. 224/2000, Abs. 1 - 9

LG Köln Urteil vom 10.06.1999 - 31 O 55/99

Die Verwendung eines Domainnamens, der sich nur durch einen Bindestrich von einem geschützten Kennzeichen unterscheidet, begründet Verwechslungsgefahr; dass ein Bindestrich in einer Domain nicht zur Unterscheidung beiträgt, bedarf keiner Begründung, zumal es sich anbietet, eine Leerzeile innerhalb einer Firmenbezeichnung bei Verwendung als Internet-Domain, die keine Leerzeile aufweisen darf, durch einen Bindestrich zu füllen; angesichts der Branchenidentität und der nahezu identischen Bezeichnungen ist die Verwechslungsgefahr selbst dann gegeben, wenn man der betroffenen Firma nur einen minimalen Schutzzumfang zubilligen würde.

JurPC Web-Dok. 192/2000, Abs. 1 - 17

LG Essen 22.09.1999, CR 2000, 247 (rechtskräftig)

Da eine Domain-Adresse einen wirtschaftlichen Wert darstellt, ist eine Pfändung zulässig.

OLG München 12.08.1999, CR 2000, 247 (nicht rechtskräftig)

OLG Düsseldorf 17.11.1998

Eine Domain wird noch nicht benutzt, wenn sie lediglich registriert wurde ohne sie für die Adressierung eines Internet-Angebots zu verwenden. Falls der Domain-Inhaber nicht bessere Kennzeichenrechte als der Namensinhaber besitzt, stellt die Registrierung einer namensrechtlich belegten Domain eine verbotene Namensleugnung nach § 12 BGB dar.

OLG Hamburg 05.11.1998

Wer eine Internet-Adresse „in Gebrauch nimmt“ erwirbt damit ein nach § 12 BGB geschütztes Recht an seiner Domain als namensartiges Kennzeichen.

OLG München 27.05.1998, CR 1999, 390

Bei der Entscheidung über die Zulässigkeit einer bekannten Bezeichnung als Domain kommt es nicht darauf an, ob der Verwender mit Einwendungen der Firma gerechnet hat.

LG Düsseldorf NJW-RR 1998, 979

Hat jemand für sich den Domain-Namen eines bekannten Unternehmens registrieren lassen, liegt in der aufgerufenen Homepage als solcher schon eine verwechslungsfähige Ware bzw. Dienstleistung vor.

OLG München 25.03.1999

Dem Inhaber eines eine überragende Verkehrsgeltung aufweisenden Unternehmenskennzeichens gebührt der Vorrang gegenüber einer Person gleichen Namens bei der Interessenabwägung hinsichtlich der Eintragung und Nutzung einer Domain.

Die Umschreibung der Domain erfolgt dann Zug um Zug gegen Erstattung der Registrierkosten.

OLG Stuttgart 03.02.1998, 621

Schon die Eintragung als Domain kann das Namensrecht verletzen, nicht erst deren Gebrauch.

LG München I NJW-RR 1998, 973

Eine Interessenverletzung hinsichtlich des Namensrechts liegt schon dann vor, wenn die „eigentliche“ Markeninhaberin durch die Reservierung von Domain-Namen gehindert ist, sich dieser Internet-Adresse zu bedienen und kein berechtigtes Interesse des Domain-Inhabers ersichtlich ist, die Domain zu behalten.

OLG Frankfurt/ Main CR 1997, 271

Eine Kanalisierungsfunktion eines rein beschreibenden freihaltebedürftigen Domain-Namens ist nicht wettbewerbswidrig, außer die Angabe ist irreführend.

(z.B. unter „wirtschaft-online.de“ werden keine Wirtschaftsinformationen angeboten)

LG Frankfurt/ Main 15.07.1997

Auf Grundlage der Marke „t-online.de“ wird die Bezeichnung der Internet-Domain „t-offline.de“ untersagt, da Verwechslungsgefahr besteht.

OLG Köln, 18.10.1998, CR 1999, 390

Auch Städtenamen sind geschützt.

OLG Karlsruhe 09.06.1999

Auch die Verwendung einer com-Domain stellt einen Eingriff in das Namensrecht dar. (hier: „badwildbach.com“)

LG München 11.08.1998; CR 1999, 325

Die Internet-Domain kann eine geschützte geschäftliche Bezeichnung sein.

LG Hamburg 28.01.1999, MMR 1999, 624

Nach der Beendigung eines Vertrages mit dem Domain-Inhaber ist der Provider nicht berechtigt eine Domain an einen Dritten zu veräußern.

LG Memmingen 27.10.1999

Ein rechtlich schützenswertes Interesse daran, den eigenen Spitznamen als Second-Level-Domain verwenden zu dürfen, besteht nicht.

LG Magdeburg 18.06.1999

Die Vergabestelle DENIC ist für namens- und markenrechtliche Verstöße mitverantwortlich und kann somit ebenfalls auf Unterlassungen in Anspruch genommen werden. Da ein Unterlassungsanspruch darauf zu prüfen ist, ob künftige namenswidrige Handlungen zu befürchten sind, ist die Inanspruchnahme erst dann möglich, wenn DENIC im Rahmen der mündlichen Verhandlung erfahren hat, dass Namens- und Markenrechte Dritter verletzt werden.

Dann begründet bereits die Reservierung einer Domain eine markenrechtliche Vertragsverletzung.

LG Köln 10.06.1999

Wird bei gleichen Bezeichnungen lediglich ein zusätzlicher Bindestrich in einer Second-Level-Domain verwendet, wird die Verwechslungsgefahr nicht ausgeräumt.

2. Zum E-Mail-Recht

OLG Hamburg 02.08.1999, CR 2000, 183

Keine Wiederholungsgefahr wird begründet, wenn es sich bei einer einmalig unverlangten Übersendung geschäftlicher E-Mail-Werbung um ein Angebot einer einmalig auszuführenden Dienstleistung handelt.

LG Augsburg Endurteil vom 04.05.1999 - 2 O 4416/98

Unaufgefordertes Übersenden von Werbe-E-Mails liegt nicht vor, wenn zuvor eine Kontaktaufnahme des Werbe-Mail-Empfängers mit der (kostenpflichtigen) Internetdatenbank des Werbenden zustande kam und die Werbe-E-Mail im Vertrauen auf ein fortbestehendes Interesse an der Internetdatenbank abgesandt worden war.

JurPC Web-Dok. 89/2000, Abs. 1 - 30

LG Augsburg 19.10.1998, NJW CoR 1/1999, S. 52

Die unaufgeforderte Zusendung einer E-Mail an Privatleute stellt eine unerlaubte Handlung nach § 823 Abs.1 BGB dar.

LG Berlin, 14.05.1998, CR 1998, 499

Sog. Spamming (Versenden von unerbetenen E-Mails) ist wettbewerbswidrig.

VG des Saarlands 23.07.1998

Eine E-Mail ist kein schriftlicher Antrag. Wird die Antragstellung per E-Mail angeboten, so trägt die Behörde die Beweislast, dass der Antrag nicht zugegangen ist.

3. Zum E-Commerce-Recht und zur Problematik der Einbindung von AGBs:

OLG Frankfurt Beschluss vom 17.04.2001 - 6 W 37/01

Die vom FernAbsG verlangte Information über Identität und Anschrift des Anbieters sowie das Bestehen eines Widerrufs- oder Rücktrittsrechts kann ihre verbraucherschützende Funktion nur entfalten, wenn der Nutzer sie aufrufen muss, bevor er den Vertrag schließt.

In der Verletzung dieser Informationspflichten liegt zugleich ein Verstoß gegen § 1 UWG.

JurPC Web-Dok. 135/2001, Abs. 1 - 8

OLG München Urteil vom 25.01.2001 - 29 U 4113/00

Eine im Internet aufgerufene, auf dem Bildschirm des Verbrauchers sichtbar gemachte Homepage genügt den Anforderungen, die gemäß § 8 Abs. 1 VerbrKrG an einen "dauerhaften Datenträger" zu stellen sind. JurPC Web-Dok. 104/2001, Abs. 1 - 31

OLG München Urteil vom 14.12.2000 - 6 U 2690/00 1

Die Internetversteigerung von Gebrauchtwagen im Wege einer sog. Rückwärtsauktion, bei der sich der Preis in gewissen Zeitabständen automatisch verringert, der Kauf aber nicht mit dem Drücken des Zuschlag-Buttons zustandekommt, sondern später auf herkömmliche Art abgeschlossen werden kann, ist keine unzulässige Sonderveranstaltung nach § 7 UWG, sondern eine Art der Preisfindung im neuartigen Medium Internet mit der Möglichkeit des anschließenden Erwerbs.

JurPC Web-Dok. 105/2001, Abs. 1 - 39

OLG Hamm Urteil vom 14.12.2000 - 2 U 58/00

Zur Internetauktion auf der Plattform „ricardo.de“. Zu Einzelheiten vergleiche Beitrag zu Internetversteigerungen im Kapitel E-Commerce.

LG Münster 21.01.2000

Trotz der Bezeichnung als Angebot in den AGB's hat das Gericht entschieden, dass die Präsentation einer online angebotenen Sache im Rahmen einer „private auction“ kein Angebot auf Abschluss eines Vertrages über die angegebene Sache ist. Es ist als Aufforderung ein Angebot abzugeben zu behandeln, wenn der Vertragsabschluss sofort verweigert wird.

OLG Hamburg 18.11.1999, CR 2000, 182

Wenn ein Online-Anbieter Waren über das Internet vertreibt, wobei sich der endgültige Preis je nach Anzahl der nachgefragten Käufer richtet, begründet dies einen Unterlassungsanspruch des Warenherstellers.

LG Ellwangen/ Jagst 27.08.1999, CR 2000, 188

Soweit ein Werbeangebot auf einer Internetseite nicht ersichtlich ausschließlich an gewerbliche Letztverbraucher gerichtet ist, verstößt die Angabe des Nettopreises mit der Angabe „zzgl. Mehrwertsteuer“ und ohne Nennung des Endpreises gegen die PAngVO.

Zudem handelt es sich um irreführende Werbung nach § 3 UWG.

LG Frankfurt/ Main 03.12.1999

Unabhängig davon, ob der Website-Betreiber die Eintragung in einer Suchmaschine veranlasst hat, hat er auf Verlangen des Markeninhabers dafür zu sorgen, dass seine Website nicht gefunden werden kann, soweit er auf seiner Website Fremdprodukte unter Ihrer Marke verkauft. Dies gilt auch für den Fall, dass die Marke zufällig in einem Wort vorkommt, welches auf der Website benutzt wird.

OLG Köln, 21.11.1997, CR 1998, 244

Ein Hinweis auf die Teilnahmebedingungen in der Einführungsseite eines Angebots reicht aus, um die AGB's wirksam zum Vertragsbestandteil zu machen.

4. Zur Verantwortung für Links

OLG Hamburg, Urteil vom 22. Februar 2001 - 3 U 247/ 00

Ein Link auf ein Internet-Lexikon kann einen Urheberrechtsverstoß darstellen, wenn durch die Aktivierung des Links kein Wechsel zu der fremden Website erfolgt. (Roche Lexikon) www.cybercourt.de

LG Hamburg Urteil vom 02.01.2001 - 312 O 606/00

Verweist die Homepage eines Wettbewerbers auf diejenige der Muttergesellschaft und befindet sich dort ein Link auf das Produktangebot eines Konkurrenten, so braucht der Konkurrent diese Verlinkung nicht zu dulden, vielmehr ist ein derartiger Link nach § 1 UWG wettbewerbswidrig, denn ebenso wenig wie einen Link bräuchte der Konkurrent Werbung durch einen anderen zu dulden.

JurPC Web-Dok. 61/2001, Abs. 1 – 13

LG Frankenthal (Pfalz) Urteil vom 28.11.2000 - 6 O 293/00

Ein Schadensersatzanspruch nach §§ 97 ff. UrhG wegen unberechtigter Nutzung fremder Fotografien ist nicht gegeben, wenn die Fotos lediglich in Form von Links auf einer Homepage enthalten sind, in der

Links der Region gesammelt angeboten werden; in diesem Fall ist die Haftung nämlich nach § 5 Abs. 3 TDG ausgeschlossen, da insoweit nur der Zugang zur Nutzung fremder Inhalte vermittelt wird. JurPC Web-Dok. 49/2001, Abs. 1 - 15

LG Frankfurt 27.05.1998, CR 1999,45

Der Anbieter einer Homepage ist auch dann wettbewerbsrechtlich verantwortlich, wenn die Websites mit dem unzulässigen Inhalt erst durch weiteres Aktivieren von Links erscheinen.

LG Hamburg 12.05.1998; CR 1998, 500

Für Links auf beleidigende Inhalte ohne ausreichende Distanzierung ist man deliktisch haftbar.

LG Mannheim 01.08.1997, CI 3/1998, 45

Wettbewerbswidrig handelt, wer die Verlinkung seiner Homepage in einer Internet-Suchmaschine unter einer geschützten Bezeichnung eines Wettbewerbers nicht unterbindet, auch wenn diese möglicherweise durch einen Dritten eingerichtet wurde.

OLG München 26.02.1998, CR 1998, 300

Wettbewerbswidriges Verhalten liegt durch Links unter dem Titel „Last Minute“ vor, wenn unter einem der Links auch längerfristige Bestellungen möglich waren.

5. Sonstiges:

LG München I Beschluss vom 25.01.2001 - 17 HK T 24115/00

Das @-Zeichen ist im Handelsregister nicht eintragungsfähig, da ihm keine sprachliche, sondern nur bildliche Funktion zukommt. Die in § 17 Abs. 1 HGB vorausgesetzte Namensfunktion der Firma kann aber nie durch Bildzeichen ausgeübt werden, da das Wesen des Namens seine wörtliche und aussprechbare Bezeichnung erfordert, die bei Bildzeichen fehlt. JurPC Web-Dok. 144/2001, Abs. 1 - 10

BGH Urteil vom 12.12.2000 - 1 StR 184/00

Stellt ein Ausländer von ihm verfaßte Äußerungen, die den Tatbestand der Volksverhetzung im Sinne des § 130 Abs. 1 oder des § 130 Abs. 3 StGB erfüllen ("Auschwitzlüge"), auf einem ausländischen Server in das Internet, der Internetnutzern in Deutschland zugänglich ist, so tritt ein zum Tatbestand gehörender Erfolg (§ 9 Abs. 1 3. Alternative StGB) im Inland ein, wenn diese Äußerungen konkret zur Friedensstörung im Inland geeignet sind. JurPC Web-Dok. 38/2001, Abs. 1 - 70

OLG Braunschweig Beschluß 27.11.2000 - 2 W 270/00

Das @-Zeichen ist kein zum gebräuchlichen Zeichensatz gehörendes Zeichen, sondern ein außerhalb der Wortzeichen stehendes Bildzeichen, das selbst nicht ausgesprochen werden kann, auch wenn hierfür ein aussprechbares Wort existiert; solche Bildbestandteile sind als Bestandteil einer Firma unzulässig und können dementsprechend auch nicht im Handelsregister eingetragen werden. JurPC Web-Dok. 158/2001, Abs. 1 - 5

OLG Köln Beschluss vom 25.08.2000 - 19 U 2/00

Dem Betreiber eines allgemein zugänglichen Internet-Chats steht grundsätzlich ein "virtuelles Hausrecht" zu. JurPC Web-Dok. 238/2000, Abs. 1 - 4

LG München 30.03.2000

Werden 800 fremde Musikstücke im MIDI-File-Format auf dem Server eines Providers bereitgehalten, so stellt dies eine unerlaubte Wiedergabe nach § 15 II UrhG dar.

Hat der Provider Kenntnis von den Dateien und ist das Bereithalten mit zumutbarem Aufwand zu verhindern, kann sie sich nicht auf § 5 II TDG berufen.

Berufungsverfahren:

OLG München vom 08.03.2001 - 29 U 3282/00

Ein Anbieter von Internetdiensten kann sich bezüglich der Verantwortlichkeit für das Bereithalten fremder Inhalte nicht auf eine fehlende Kenntnis eines Urheberrechtsschutzes berufen. Die Verantwortlichkeit nach den allgemeinen Gesetzen über § 5 Abs.2 TDG besteht bereits beim Anbieten von Inhalten, die Urheberrechte Dritter verletzen. Die Kenntnis eines Urheberrechtsschutzes Dritter als rechtliche Zuordnung des Inhalts ist nicht erforderlich.

Um Haftungsansprüche zu vermeiden, dürfen im Ergebnis damit nur solche fremden Inhalte gehostet werden, bei denen die Verletzung von Urheberrechten ausgeschlossen werden kann

LG Frankfurt a.M. Beschluss vom 27.09.2000 - 2-06 O 679/00

Untersagung eines Meta-Tags, der im html-code der homepage des Antragsgegners verwendet wurde und dem Namen des Antragstellers entspricht, sofern diese Seite der homepage keinen Bezug zum Antragsteller hat. JurPC Web-Dok. 247/2000, Abs. 1 – 14

OLG Hamburg 04.11.1999

Mit dem Angebot eines Internet-Glücksspiels liegt ein sittenwidriger Wettbewerbsverstoß vor, wenn der Anbieter keine behördliche Erlaubnis für den Glücksspielbetrieb in Deutschland besitzt.

LG Bonn 16.11.1999, CR 2000, 183

Jemand, der eine Chat-Software mit genereller Nutzungsbefugnis im Internet zur Verfügung stellt, kann ein willkürliches Nutzungsverbot nicht rechtswirksam aussprechen.

LG Köln Urteil vom 21.07.1999 - 20 S 5/99

Ein Schadensersatzanspruch wegen Vireninfiltration durch Übersenden einer virenverseuchten Diskette scheidet aus, wenn dem Absender der Diskette zum Zeitpunkt des Übersendens die Tatsache der Vireninfiltration nicht bekannt war. Eine Verantwortlichkeit wegen Nichtinstallation einer sog. "fire-wall" im Computersystem des Absenders ist nicht begründet. JurPC Web-Dok. 91/2000, Abs. 1 - 15

LG Hamburg 13.09.1999, CR 2000, 121

Ist die Marke nicht sichtbar, allerdings vom Rechner des jeweiligen Benutzers lesbar, liegt ein zeichenmäßiger Gebrauch vor.

Daher ist es nicht erlaubt für einen Meta-Tag Begriffe und Begriffskombinationen zu benutzen, die jeweils rechtlichen Schutz genießen und in ihrer Kombination nicht als rein beschreibender Gebrauch anzusehen sind.

LG München 17.11.1999

Es besteht keine strafrechtliche Verantwortung des Homepagebetreibers für fremde Inhalte, die nicht als solche gekennzeichnet sind.

OLG Frankfurt/ Main 10.02.1998

Ein Content-Provider hat gegen den Service-Provider keinen Anspruch auf Zuteilung einer bestimmten Anbieterkennung. Die Zuteilung erfolgt nach billigem Ermessen, also nach Interessenlage.

OLG Karlsruhe 01.10.1997, CI 8/1998, 139

Abrechnungen von T-Online gelten solange als richtig, bis der Anwender einen konkreten möglichen anderen Geschehensablauf darlegt.

LG München I, 17.10.1996, CR 1997, 155

Ein Rechtsverstoß über das Internet kann überall dort verfolgt werden, wo der rechtswidrige Inhalt abgerufen werden kann.

LG Stuttgart 16.03.1993; CR 1995, 347

Bei Verwendung eines Datenaustauschverfahren können Eingabefehler zur kostenpflichtigen Abweisung eines Antrags führen. Das Gericht muss auch erkennbare Eingabefehler nicht korrigieren.

OLG Köln 01.12.1989, CR 1990, 323

Bei modernen Kommunikationssystemen gilt eine Erklärung in dem Augenblick als zugegangen, in dem sie theoretisch hätte abgerufen werden können.



UPDATE

der IHK Broschüre „Rechtsfragen rund um das Internet“ (aufgrund wichtiger Gesetzesänderungen Anfang 2002)

Mit Beginn des Jahres 2002 sind weitreichende Gesetzesänderungen in Kraft getreten, die in vielen Bereichen Änderungen notwendig machen.




Im Hinblick auf die umfangreichen Änderungen zum 01.01.2002 wird es für diejenigen, die sich im Bereich des E-Commerces gewerblich betätigen, dringend erforderlich sein, bestehende Internetauftritte im Hinblick auf die neuen Informationspflichten und die verwandten Verträge im Hinblick auf die neuen vertraglichen gesetzlichen Regelungen zu überprüfen bzw. überprüfen zu lassen.

In der folgenden Darstellung werden die wesentlichsten Änderungen und die Bedeutung für ihren Internetauftritt hervorgehoben. Diese Darstellung dient als Ergänzung zu der derzeit aktuellen Broschüre „Rechtsfragen rund um das Internet“. Eine Einarbeitung dieser Darstellungen in den Ratgeber erfolgt bei einer Neuauflage.

Im Nachfolgenden wollen wir Sie mit diesen Änderungen kurz vertraut machen.



Reform des Schuldrechts im **Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB)** seit 01.01.2002

-  Integration sämtlicher Verbraucherschutzgesetze in das BGB, insb. Fernabsatzgesetz (FernAbsG) und Gesetz über AGB (AGBG)
-  Informationspflichten des bisherigen FernAbsG jetzt in einer Info-Verordnung
-  Neue Vorschrift § 312e BGB, der auch für Geschäfte zw. Unternehmen (B2B) gilt



Gesetz zum Elektronischen Geschäftsverkehr (EEG) seit 20.12.2001

-  Weitreichende Änderung des **Teledienstgesetzes (TDG)**
-  Änderung des **Teledienststedatenschutzgesetzes (TDDSG)**

Der überwiegende Teil der Neuerungen ist durch die bereits in unserer Broschüre „Rechtsfragen rund um das Internet“ angekündigte Umsetzung der europäischen sog. E-Commerce-Richtlinie in deutsches Recht entstanden.


Im Folgenden möchten wir kurz über die wichtigsten Änderungen, die beim Betrieb von Homepages und von E-Commerce-Angeboten zu beachten sind, vorstellen. Darüber hinaus sind im Anhang zu unseren Ausführungen die neuen Gesetzestexte angefügt.




Unter diesem Logo finden Sie kurz zusammengefasst die zu beachtenden Neuerungen.




Modernisierung des Schuldrechts im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB)


 Durch die **Modernisierung des Schuldrechts** wurden sämtliche Verbraucherschutzgesetze in das BGB integriert, was im Bereich des Internets insb. das Fernabsatzgesetz (FernAbsG) und das Gesetz für allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBG) betrifft. Dadurch haben sich natürlich die Paragraphenziffern geändert, teilweise aber auch der Inhalt der Vorschriften. Das AGBG betreffend können hier nur insoweit Ausführungen angebracht werden, als dass sich die Vorschriften über die Einbeziehung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen in


Verträge nicht geändert haben. Bezüglich des Fernabsatzrechts wird auf die beiden nachfolgenden Gliederungspunkte verwiesen.


 Beachten Sie die neue Nummerierung sämtlicher Verbraucherschutzvorschriften, da diese nunmehr in das BGB integriert worden sind.

 Informationspflichten des bisherigen FernAbsG jetzt in einer **Info-Verordnung**

Sämtliche Informationspflichten gegenüber Verbrauchern aufgrund verbraucherschützender Vorschriften im Bürgerlichen Recht sowie neue Informationspflichten aus anderen Vorschriften wurden in einer neugefassten „Verordnung über Informationspflichten nach Bürgerliche Recht“ zusammengefasst. Diese umfasst in § 1 InfoV jetzt auch die Informationspflichten nach dem bisherigen FernAbsG und findet diesbezüglich ihre Rechtsgrundlage in Art. 240 des Einführungsgesetzes zum BGB (EGBGB). Die Vorschriften für den Fernabsatz finden sich jetzt in §§ 312b ff BGB, wobei nochmals darauf hingewiesen wird, dass diese nur im Verhältnis zu Verbrauchern (§ 13 BGB) Anwendung finden. Die Vorschriften über die Durchführung des Widerrufs bzw. des Rückgaberechts befinden sich nun in §§ 355 ff BGB und sind als besonderes Rücktrittsrecht ausgestaltet. Neu ist die Möglichkeit der Verpflichtung des Verbrauchers zum Wertersatz durch Ingebrauchnahme der gekauften Sache durch den Verbraucher vor Rückgabe nach § 357 BGB, sofern er hierauf hingewiesen worden ist. Zudem wurde in sämtlichen Vorschriften der Begriff des dauerhaften Datenträgers durch den in § 126b BGB definierten Begriff der „Textform“ ersetzt. Eine neue Regelung ist für Unternehmer außerdem von Relevanz und spornt an, die Informationspflichten einzuhalten: nach § 355 Absatz 3 BGB erlischt nämlich andernfalls das Widerrufsrecht erst nach 6 Monaten.


 Die Informationspflichten nach Fernabsatzrecht sind jetzt in einer sog. Info-Verordnung enthalten. Beachten Sie den Hinweis auf Verpflichtung zum Wertersatz und den Begriff der Textform, den Sie durch den Einsatz von Emails erfüllt wird.

 Ganz neu eingefügt in das Bürgerliche Gesetzbuch wurde die Vorschrift des **§ 312e BGB**, der für jeglichen elektronischen Geschäftsverkehr und damit auch für Geschäfte zwischen Unternehmern auf elektronischen Wege (Business to Business, B2B) gilt. Völlig neu sind in diesem Zusammenhang die Informationspflichten in § 3 InfoV, die ihre Grundlage in § 312e Absatz 1 Nr. 2 BGB, Art. 241 EGBGB finden. Die Einzelheiten ergeben sich problemlos aus dem Wortlaut des § 312e BGB sowie aus § 3 der InfoV.

 Die Informationspflichten im Rahmen des Fernabsatzes sind inhaltlich gleich geblieben. Lediglich der Ort der gesetzlichen Regelung hat sich geändert.

 **Gesetz zum Elektronischen Geschäftsverkehr (EEG)**

Dieses Gesetz setzt neben dem Gesetz zur Modernisierung des Schuldrechts die europäische Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG (sog. E-Commerce-Richtlinie) um. Dadurch wurden Änderungen im TDG und TDDSG notwendig. Diese beiden Gesetze existieren seit 1997 und gelten für sog. Teledienste, das sind nach § 2 TDG Angebote der Individualkommunikation, bei denen der einzelne Nutzer über irgendetwas informiert wird und nicht die Bildung seiner Meinung im Vordergrund steht (vgl. Seite 11 der Broschüre). Die meisten Internetangebote fallen hierunter.

 Die wichtigsten Neuregelungen im **TDG** betreffen die Anforderungen an die sog. Anbieterkennzeichnung, die teilweise auch als Impressum bezeichnet wird, sowie die Neueinführung des Herkunftslandprinzips.

Nach dem neugefassten § 6 TDG müssen geschäftsmäßige Teledienste neben den bisher schon erforderlichen eine ganze Reihe weiterer Informationen in einem Impressum oder Anbieterkennzeichnung angeben. Diensteanbieter ist hierbei jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Teledienste zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt.

Achten Sie darauf, dass auf jeder Seite Ihres Internetangebotes ein Hinweis auf ein Impressum oder eine Anbieterkennzeichnung enthalten ist („leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar“). Am ein-

fachsten setzen Sie diese Anforderung um, indem ein entsprechender Link in das Menü Ihrer Homepage aufgenommen wird. Beim Anklicken dieses Links erscheint dann eine Seite mit den geforderten Angaben. Wichtig ist, dass Informationspflichten nach anderen Vorschriften (insb. Fernabsatzrecht) hiervon unberührt bleiben. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die Nichterfüllung der nachstehenden Angaben ist nach § 12 TDG neuerdings eine Ordnungswidrigkeit und kann mit bis zu 50.000 € geahndet werden kann.



Pflichtangaben im Impressum/Anbieterkennzeichnung auf geschäftlicher Homepage:

- ? Namen und Anschrift des Anbieters der Dienste bzw. seiner Niederlassung
- ? bei jurist. Personen zusätzlich den Vertretungsberechtigten
- ? Kontaktinformationen (Telefon, Fax, Email-Adresse)
- ? wenn Tätigkeit des Anbieters behördlich zulassungspflichtig (Ärzte, Rechtsanwälte, Inkassounternehmen usw.) die Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde
- ? ggf. eine vorhandene Registernummer des Anbieters (Handels- Vereins- Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister)
- ? bei bestimmten Berufsgruppen (vor allem Rechtsanwälte) die Kammer, welcher der Diensteanbieter angehört, die gesetzliche Berufsbezeichnung und der Staat, in dem diese verliehen worden ist sowie die Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und ein Hinweis darauf, wie diese zugänglich sind
- ? sofern eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a UStG vorhanden ist, diese USt-Nummer

Die genannten Angaben sind im wesentlichen diejenigen, die auf Geschäftsbriefen auch angegeben werden müssen nach § 35a GmbHG (GmbHs), § 80 AktG (AGs), § 125a HGB (OHGs) oder § 37a HGB (sonstige Kaufleute).

Neu ist zudem die Regelung des § 7 TDG für „kommerzielle Kommunikation“, was Kommunikation betrifft, die sich im Bereich E-Commerce/Kundenwerbung bewegt (vgl. Def. in § 3 Nr. 5 TDG). Die Anforderungen bitten wir dem angefügten Gesetz zu entnehmen.

Eine weitere Neuerung bringt das sog. Herkunftslandprinzip in § 4 TDG. Danach beurteilt sich ein in der BRD niedergelassener Teledienst sowie sein Angebot nach deutschem Recht, auch wenn die Teledienste in anderen Staaten der Europäischen Union angeboten werden. Das stellt eine erhebliche Erleichterung dar, wobei für bestimmte Angebote die Ausnahmen in § 4 Absatz 4 TDG zu beachten sind.



Im **TDDSG** wurden die Vorschriften für die Erstellung von Nutzerprofilen geändert sowie ein Bußgeldkatalog für Verstöße gegen die Vorschriften des Datenschutzes eingeführt.

Neue Regeln gelten für die Erstellung von Nutzerprofilen (§§ 4 Absatz 4 Nr. 6, 6 Absatz 3 TDDSG). Danach muss technisch und organisatorisch sichergestellt sein, dass die anonymisierten Daten des Nutzerprofils nicht mit den personenbezogenen Daten des Trägers des Pseudonyms zusammengeführt werden können. Interessant ist die Neuregelung der Möglichkeit einer Anlage von Nutzerprofilen für Zwecke der Werbung, der Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung der Teledienste unter der Voraussetzung, dass der Nutzer dem nicht widerspricht.

In § 9 TDDSG wurde ein Bußgeldkatalog aufgenommen, um insbesondere eine Wettbewerbsbenachteiligung von gesetzestreuen Unternehmen gegenüber denjenigen zu vermeiden, die sich nicht an die Vorschriften des TDDSG halten.

Die datenschutzrechtlichen Regelungen bleiben eine sehr komplexe Materie, bei deren Anwendung immer noch erhebliche Differenzen zwischen gesetzlichen Anforderungen und Praxis bestehen. Inwieweit vor allem die Datenschutzbeauftragten der Bundesländer zukünftig gegen Datenschutzverstöße vorgehen, bleibt abzuwarten. Daneben begründet ein Verstoß gegen Vorschriften des Datenschutzes auch eine Verletzung von § 1 UWG (Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch), der von Konkurrenten des Verletzers geltend gemacht werden kann.



Sofern Sie Daten im Zusammenhang mit Ihrem Angebot im Internet sammeln, prüfen Sie bitte erneut, ob

Ihre technischen und organisatorischen Abläufe mit den Regelungen des TDDSG und des BDSG konform sind. Andernfalls droht Ihnen eine Ordnungswidrigkeit nach § 9 TDDSG oder eine Abmahnung wegen Verstoßes gegen § 1 UWG.

Anhang zum UPDATE der IHK-Broschüre „Rechtsfragen rund um das Internet“

mit den aktuellen Gesetzestexte TDG, TDDSG, §§ 312b ff BGB, Info-V.

Teledienstegesetzes (TDG)

Abschnitt 1

Allgemeine Bestimmungen

§ 1 Zweck des Gesetzes

Zweck des Gesetzes ist es, einheitliche wirtschaftliche Rahmenbedingungen für die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten der elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste zu schaffen.

§ 2 Geltungsbereich

(1) Die nachfolgenden Vorschriften gelten für alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste, die für eine individuelle Nutzung von kombinierbaren Daten wie Zeichen, Bilder oder Töne bestimmt sind und denen eine Übermittlung mittels Telekommunikation zugrunde liegt (Teledienste).

(2) Teledienste im Sinne von Absatz 1 sind insbesondere

1. Angebote im Bereich der Individualkommunikation (zum Beispiel Telebanking, Datenaustausch),
2. Angebote zur Information oder Kommunikation, soweit nicht die redaktionelle Gestaltung zur Meinungsbildung für die Allgemeinheit im Vordergrund steht (Datendienste, zum Beispiel Verkehrs-, Wetter-, Umwelt- und Börsendaten, Verbreitung von Informationen über Waren und Dienstleistungsangebote),
3. Angebote zur Nutzung des Internets oder weiterer Netze,
4. Angebote zur Nutzung von Telespielen,
5. Angebote von Waren und Dienstleistungen in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit.

(3) Absatz 1 gilt unabhängig davon, ob die Nutzung der Teledienste ganz oder teilweise unentgeltlich oder gegen Entgelt möglich ist.

(4) Dieses Gesetz gilt nicht für

1. Telekommunikationsdienstleistungen und das geschäftsmäßige Erbringen von Telekommunikationsdiensten nach § 3 des Telekommunikationsgesetzes vom 25. Juli 1996 (BGBl. I S. 1120),
 2. Rundfunk im Sinne des § 2 des Rundfunkstaatsvertrages,
 3. inhaltliche Angebote bei Verteildiensten und Abrufdiensten, soweit die redaktionelle Gestaltung zur Meinungsbildung für die Allgemeinheit im Vordergrund steht, nach § 2 des Mediendienste-Staatsvertrages in der Fassung vom 20. Januar bis 7. Februar 1997,
 4. den Bereich der Besteuerung.
- (5) Presserechtliche Vorschriften bleiben unberührt.
- (6) Dieses Gesetz schafft weder Regelungen im Bereich des internationalen Privatrechts noch befasst es sich mit der Zuständigkeit der Gerichte.

§ 3 Begriffsbestimmungen

Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet der Ausdruck

1. „Diensteanbieter“ jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Teledienste zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt;

2. „Nutzer“ jede natürliche oder juristische Person, die zu beruflichen oder sonstigen Zwecken Teledienste in Anspruch nimmt, insbesondere um Informationen zu erlangen oder zugänglich zu machen;

3. „Verteildienste“ Teledienste, die im Wege einer Übertragung von Daten ohne individuelle Anforderung gleichzeitig für eine unbegrenzte Zahl von Nutzern erbracht werden;

4. „Abrufdienste“ Teledienste, die im Wege einer Übertragung von Daten auf Anforderung eines einzelnen Nutzers erbracht werden;

5. „kommerzielle Kommunikation“ jede Form der Kommunikation, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren, Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds eines Unternehmens, einer sonstigen Organisation oder einer natürlichen Person dient, die eine Tätigkeit im Handel, Gewerbe oder Handwerk oder einen freien Beruf ausübt; die folgenden Angaben stellen als solche keine Form der kommerziellen Kommunikation dar:
 - a) Angaben, die direkten Zugang zur Tätigkeit des Unternehmens oder der Organisation oder Person ermöglichen, wie insbesondere ein Domain-Name oder eine Adresse der elektronischen Post;
 - b) Angaben in bezug auf Waren und Dienstleistungen oder das Erscheinungsbild eines Unternehmens, einer Organisation oder Person, die unabhängig und insbesondere ohne finanzielle Gegenleistung gemacht werden;

6. „niedergelassener Diensteanbieter“ Anbieter, die mittels einer festen Einrichtung auf unbestimmte Zeit Teledienste geschäftsmäßig anbieten oder erbringen; der Standort der technischen Einrichtung allein begründet keine Niederlassung des Anbieters.

Einer juristischen Person steht eine Personengesellschaft gleich, die mit der Fähigkeit ausgestattet ist, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen.

§ 4 Herkunftslandprinzip

(1) In der Bundesrepublik Deutschland niedergelassene Diensteanbieter und ihre Teledienste unterliegen den Anforderungen des deutschen Rechts auch dann, wenn die Teledienste in einem anderen Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt (ABl. EG Nr. L 178 S. 1) geschäftsmäßig angeboten oder erbracht werden.

(2) Der freie Dienstleistungsverkehr von Telediensten, die in der Bundesrepublik Deutschland von Diensteanbietern geschäftsmäßig angeboten oder erbracht werden, die in einem anderen Staat innerhalb des Geltungsbereichs der Richtlinie 2000/31/EG niedergelassen sind, wird nicht eingeschränkt. Absatz 5 bleibt unberührt.

(3) Von den Absätzen 1 und 2 bleiben unberührt

1. die Freiheit der Rechtswahl,
2. die Vorschriften für vertragliche Schuldverhältnisse in bezug auf Verbraucherverträge,
3. gesetzliche Vorschriften über die Form des Erwerbs von Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten sowie der Begründung, Übertragung, Änderung oder Aufhebung

von dinglichen Rechten an Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten.

(4) Die Absätze 1 und 2 gelten nicht für

1. die Tätigkeit von Notaren sowie von Angehörigen anderer Berufe, soweit diese ebenfalls hoheitlich tätig sind,
2. die Vertretung von Mandanten und die Wahrnehmung ihrer Interessen vor Gericht,
3. die Zulässigkeit nicht angeforderter kommerzieller Kommunikationen durch elektronische Post,
4. Gewinnspiele mit einem einen Geldwert darstellenden Einsatz bei Glücksspielen, einschließlich Lotterien und Wetten,
5. die Anforderungen an Verteildienste,
6. das Urheberrecht, verwandte Schutzrechte, Rechte im Sinne der Richtlinie 87/54/EWG des Rates vom 16. Dezember 1986 über den Rechtsschutz der Topographien von Halbleitererzeugnissen (ABl. EG Nr. L 24 S. 36) und der Richtlinie 96/9/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. März 1996 über den rechtlichen Schutz von Datenbanken (ABl. EG Nr. L 77 S. 20) sowie für gewerbliche Schutzrechte,
7. die Ausgabe elektronischen Geldes durch Institute, die gemäß Artikel 8 Abs. 1 der Richtlinie 2000/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 18. September 2000 über die Aufnahme, Ausübung und Beaufsichtigung der Tätigkeit von E-Geld-Instituten (ABl. EG Nr. L 275 S. 39) von der Anwendung einiger oder aller Vorschriften dieser Richtlinie und von der Anwendung der Richtlinie 2000/12/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 über die Aufnahme und Ausübung der Tätigkeit der Kreditinstitute (ABl. EG Nr. L 126 S. 1) freigestellt sind,
8. Vereinbarungen oder Verhaltensweisen, die dem Kartellrecht unterliegen,
9. die von den §§ 12, 13a bis 13c, 55a, 83, 110a bis 110d, 111b und 111c des Versicherungsaufsichtsgesetzes und der Verordnung über die Berichterstattung von Versicherungsunternehmen gegenüber dem Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen erfassten Bereiche, die Regelungen über das auf Versicherungsverträge anwendbare Recht sowie für Pflichtversicherungen,
10. das für den Schutz personenbezogener Daten geltende Recht.

(5) Das Angebot und die Erbringung eines Teledienstes durch einen Diensteanbieter, der in einem anderen Staat im Geltungsbereich der Richtlinie 2000/31/EG niedergelegt ist, unterliegen abweichend von Absatz 2 den Einschränkungen des innerstaatlichen Rechts, soweit dieses dem Schutz

1. der öffentlichen Ordnung, insbesondere im Hinblick auf die Verhütung, Ermittlung, Aufklärung, Verfolgung und Vollstreckung von Straftaten und Ordnungswidrigkeiten, einschließlich des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Hetze aus Gründen der Rasse, des Geschlechts, des Glaubens oder der Nationalität sowie von Verletzungen der Menschenwürde einzelner Personen,
2. der öffentlichen Sicherheit, insbesondere der Wahrung nationaler Sicherheits- und Verteidigungsinteressen,
3. der öffentlichen Gesundheit,
4. der Interessen der Verbraucher, einschließlich des Schutzes von Anlegern, vor Beeinträchtigungen oder ernsthaften und schwerwiegenden Gefahren dient, und die auf der Grundlage des innerstaatlichen Rechts in Betracht kommenden Maß-

nahmen in einem angemessenen Verhältnis zu diesen Schutzziele stehen. Für das Verfahren zur Einleitung von Maßnahmen nach Satz 1 – mit Ausnahme von gerichtlichen Verfahren einschließlich etwaiger Vorverfahren und der Verfolgung von Straftaten einschließlich der Strafvollstreckung und von Ordnungswidrigkeiten - sieht Artikel 3 Abs. 4 und 5 der Richtlinie 2000/31/EG Konsultations- und Informationspflichten vor.

Abschnitt 2.

Zugangsfreiheit und Informationspflichten

§ 5 Zugangsfreiheit

Teledienste sind im Rahmen der Gesetze zulassungs- und anmeldefrei.

§ 6 Allgemeine Informationspflichten

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 niedergelegt 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. 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 § 27 a des Umsatzsteuergesetzes besitzen, die Angabe dieser Nummer.

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

§ 7 Besondere Informationspflichten bei kommerziellen Kommunikationen

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.

Abschnitt 3 Verantwortlichkeit

§ 8 Allgemeine Grundsätze

(1) Diensteanbieter sind für eigene Informationen, die sie zur Nutzung bereithalten, nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich.

(2) Diensteanbieter im Sinne der §§ 9 bis 11 sind nicht verpflichtet, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Verpflichtungen zur Entfernung oder Sperrung der Nutzung von Informationen nach den allgemeinen Gesetzen bleiben auch im Falle der Nichtverantwortlichkeit des Diensteanbieters nach den §§ 9 bis 11 unberührt. Das Fernmeldegeheimnis nach § 85 des Telekommunikationsgesetzes ist zu wahren.

§ 9 Durchleitung von Informationen

(1) Diensteanbieter sind für fremde Informationen, die sie in einem Kommunikationsnetz übermitteln oder zu denen sie den Zugang zur Nutzung vermitteln, nicht verantwortlich, sofern sie

1. die Übermittlung nicht veranlasst,
2. den Adressaten der übermittelten Informationen nicht ausgewählt und
3. die übermittelten Informationen nicht ausgewählt oder verändert haben.

Satz 1 findet keine Anwendung, wenn der Diensteanbieter absichtlich mit einem der Nutzer seines Dienstes zusammenarbeitet, um rechtswidrige Handlungen zu begehen.

(2) Die Übermittlung von Informationen nach Absatz 1 und die Vermittlung des Zugangs zu ihnen umfasst auch die automatische kurzzeitige Zwischenspeicherung dieser Informationen, soweit dies nur zur Durchführung der Übermittlung im Kommunikationsnetz geschieht und die Informationen nicht länger gespeichert werden, als für die Übermittlung üblicherweise erforderlich ist.

§ 10 Zwischenspeicherung zur beschleunigten Übermittlung von Informationen

Diensteanbieter sind für eine automatische, zeitlich begrenzte Zwischenspeicherung, die allein dem Zweck dient, die Übermittlung der fremden Information an andere Nut-

zer auf deren Anfrage effizienter zu gestalten, nicht verantwortlich, sofern sie

1. die Informationen nicht verändern,
2. die Bedingungen für den Zugang zu den Informationen beachten,
3. die Regeln für die Aktualisierung der Information, die in weithin anerkannten und verwendeten Industriestandards festgelegt sind, beachten,
4. die erlaubte Anwendung von Technologien zur Sammlung von Daten über die Nutzung der Information, die in weithin anerkannten und verwendeten Industriestandards festgelegt sind, nicht beeinträchtigen und
5. unverzüglich handeln, um im Sinne dieser Vorschrift gespeicherte Informationen zu entfernen oder den Zugang zu ihnen zu sperren, sobald sie Kenntnis davon erhalten haben, dass die Informationen am ursprünglichen Ausgangsort der Übertragung aus dem Netz entfernt wurden oder der Zugang zu ihnen gesperrt wurde oder ein Gericht oder eine Verwaltungsbehörde die Entfernung oder Sperrung angeordnet hat. § 9 Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.

§ 11 Speicherung von Informationen

Diensteanbieter sind für fremde Informationen, die sie für einen Nutzer speichern, nicht verantwortlich, sofern

1. sie keine Kenntnis von der rechtswidrigen Handlung oder der Information haben und ihnen im Falle von Schadensersatzansprüchen auch keine Tatsachen oder Umstände bekannt sind, aus denen die rechtswidrige Handlung oder die Information offensichtlich wird, oder
2. sie unverzüglich tätig geworden sind, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren, sobald sie diese Kenntnis erlangt haben.

Satz 1 findet keine Anwendung, wenn der Nutzer dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird.

Abschnitt 4 Bußgeldvorschriften

§ 12 Bußgeldvorschriften

(1) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig entgegen § 6 Satz 1 eine Information nicht, nicht richtig oder nicht vollständig verfügbar hält.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro geahndet werden.

Gesetz über den Datenschutz bei Telediensten (TDDSG)

§ 1 Geltungsbereich

(1) Die nachfolgenden Vorschriften gelten für den Schutz personenbezogener Daten der Nutzer von Telediensten im Sinne des Teledienstgesetzes bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung dieser Daten durch Diensteanbieter. Sie gelten nicht bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten

1. im Dienst- und Arbeitsverhältnis, soweit die Nutzung der Teledienste zu ausschließlich beruflichen oder dienstlichen Zwecken erfolgt,

2. innerhalb von oder zwischen Unternehmen oder öffentlichen Stellen, soweit die Nutzung der Teledienste zur ausschließlichen Steuerung von Arbeits- oder Geschäftsprozessen erfolgt.

(2) Soweit in diesem Gesetz nichts anderes bestimmt ist, sind die jeweils geltenden Vorschriften für den Schutz personenbezogener Daten anzuwenden, auch wenn die Daten nicht in Dateien verarbeitet oder genutzt werden.

§ 2 Begriffsbestimmungen

Im Sinne dieses Gesetzes bezeichnet der Ausdruck

1. "Diensteanbieter" jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Teledienste zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt,

2. "Nutzer" jede natürliche Person, die Teledienste in Anspruch nimmt, insbesondere um Informationen zu erlangen oder zugänglich zu machen.

Einer juristischen Person steht eine Personengesellschaft gleich, die mit der Fähigkeit ausgestattet ist, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen.

§ 3 Grundsätze

(1) Personenbezogene Daten dürfen vom Diensteanbieter zur Durchführung von Telediensten nur erhoben, verarbeitet und genutzt werden, soweit dieses Gesetz oder eine andere Rechtsvorschrift es erlaubt oder der Nutzer eingewilligt hat.

(2) Der Diensteanbieter darf für die Durchführung von Telediensten erhobene personenbezogene Daten für andere Zwecke nur verarbeiten und nutzen, soweit dieses Gesetz oder eine andere Rechtsvorschrift es erlaubt oder der Nutzer eingewilligt hat.

(3) Die Einwilligung kann unter den Voraussetzungen von § 4 Abs. 2 elektronisch erklärt werden.

(4) Der Diensteanbieter darf die Erbringung von Telediensten nicht von einer Einwilligung des Nutzers in eine Verarbeitung oder Nutzung seiner Daten für andere Zwecke abhängig machen, wenn dem Nutzer ein anderer Zugang zu diesen Telediensten nicht oder in nicht zumutbarer Weise möglich ist.

§ 4 Pflichten des Diensteanbieters

(1) Der Diensteanbieter hat den Nutzer zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung seiner Daten in Staaten außerhalb des Anwendungsbereichs der Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr (ABl. EG Nr. L 281 S. 31) zu unter-

richten, sofern eine solche Unterrichtung nicht bereits erfolgt ist. Bei automatisierten Verfahren, die eine spätere Identifizierung des Nutzers ermöglichen und eine Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten vorbereiten, ist der Nutzer zu Beginn dieses Verfahrens zu unterrichten. Der Inhalt der Unterrichtung muss für den Nutzer jederzeit abrufbar sein.

(2) Bietet der Diensteanbieter dem Nutzer die elektronische Einwilligung an, so hat er sicherzustellen, dass

1. sie nur durch eine eindeutige und bewusste Handlung des Nutzers erfolgen kann,

2. die Einwilligung protokolliert wird und

3. der Inhalt der Einwilligung jederzeit vom Nutzer abgerufen werden kann.

(3) Der Diensteanbieter hat den Nutzer vor Erklärung seiner Einwilligung auf sein Recht auf jederzeitigen Widerruf mit Wirkung für die Zukunft hinzuweisen. Absatz 1 Satz 3 gilt entsprechend.

(4) Der Diensteanbieter hat durch technische und organisatorische Vorkehrungen sicherzustellen, dass

1. der Nutzer seine Verbindung mit dem Diensteanbieter jederzeit abbrechen kann,

2. die anfallenden personenbezogenen Daten über den Ablauf des Zugriffs oder der sonstigen Nutzung unmittelbar nach deren Beendigung gelöscht oder gesperrt werden können,

3. der Nutzer Teledienste gegen Kenntnisnahme Dritter geschützt in Anspruch nehmen kann,

4. die personenbezogenen Daten über die Inanspruchnahme verschiedener Teledienste durch einen Nutzer getrennt verarbeitet werden können,

5. Daten nach § 6 Abs. 2 nur für Abrechnungszwecke und

6. Nutzerprofile nach § 6 Absatz 3 nicht mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden können.

An die Stelle der Löschung nach Nummer 2 tritt eine Sperrung, soweit einer Löschung gesetzliche, satzungsmäßige oder vertragliche Aufbewahrungsfristen entgegenstehen.

(5) Die Weitervermittlung zu einem anderen Diensteanbieter ist dem Nutzer anzuzeigen.

(6) Der Diensteanbieter hat dem Nutzer die Inanspruchnahme von Telediensten und ihre Bezahlung anonym oder unter Pseudonym zu ermöglichen, soweit dies technisch möglich und zumutbar ist. Der Nutzer ist über diese Möglichkeit zu informieren.

(7) Der Diensteanbieter hat dem Nutzer auf Verlangen unentgeltlich und unverzüglich Auskunft über die zu seiner Person oder zu seinem Pseudonym gespeicherten Daten zu erteilen. Die Auskunft kann auf Verlangen des Nutzers auch elektronisch erteilt werden.

§ 5 Bestandsdaten

Der Diensteanbieter darf personenbezogene Daten eines Nutzers ohne dessen Einwilligung nur erheben, verarbeiten und nutzen, soweit sie für die Begründung, inhaltliche Ausgestaltung oder Änderung eines Vertragsverhältnisses mit ihm über die Nutzung von Telediensten erforderlich sind (Bestandsdaten). Nach Maßgabe der hierfür geltenden Bestimmungen darf der Diensteanbieter Auskunft an Strafverfolgungsbehörden und Gerichte für Zwecke der Strafverfolgung erteilen.

§ 6 Nutzungsdaten

(1) Der Diensteanbieter darf personenbezogene Daten eines Nutzers ohne dessen Einwilligung nur erheben, verarbeiten und nutzen, soweit dies erforderlich ist, um die Inanspruchnahme von Telediensten zu ermöglichen und abzurechnen (Nutzungsdaten).

Nutzungsdaten sind insbesondere

- a) Merkmale zur Identifikation des Nutzers,
- b) Angaben über Beginn und Ende sowie über den Umfang der jeweiligen Nutzung und
- c) Angaben über die vom Nutzer in Anspruch genommenen Teledienste.

(2) Der Diensteanbieter darf Nutzungsdaten eines Nutzers über die Inanspruchnahme verschiedener Teledienste zusammenführen, soweit dies für Abrechnungszwecke mit dem Nutzer erforderlich ist.

(3) Der Diensteanbieter darf für Zwecke der Werbung, der Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung der Teledienste Nutzungsprofile bei Verwendung von Pseudonymen erstellen, sofern der Nutzer dem nicht widerspricht. Der Diensteanbieter hat den Nutzer auf sein Widerspruchsrecht im Rahmen der Unterrichtung nach § 4 Abs. 1 hinzuweisen. Diese Nutzungsprofile dürfen nicht mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden.

(4) Der Diensteanbieter darf Nutzungsdaten über das Ende des Nutzungsvorgangs hinaus verarbeiten und nutzen, soweit sie für Zwecke der Abrechnung mit dem Nutzer erforderlich sind (Abrechnungsdaten). Zur Erfüllung bestehender gesetzlicher, satzungsmäßiger oder vertraglicher Aufbewahrungsfristen darf der Diensteanbieter die Daten sperren.

(5) Der Diensteanbieter darf an andere Diensteanbieter oder Dritte Abrechnungsdaten übermitteln, soweit dies zur Ermittlung des Entgelts und zur Abrechnung mit dem Nutzer erforderlich ist. Hat der Diensteanbieter mit einem Dritten einen Vertrag über den Einzug des Entgelts geschlossen, so darf er diesem Dritten Abrechnungsdaten übermitteln, soweit es für diesen Zweck erforderlich ist. Handelt es sich dabei um Daten, die beim Diensteanbieter auch dem Fernmeldegeheimnis unterliegen, ist der Dritte zur Wahrung des Fernmeldegeheimnisses zu verpflichten. Zum Zwecke der Marktforschung anderer Diensteanbieter dürfen anonymisierte Nutzungsdaten übermittelt werden. Nach Maßgabe der hierfür geltenden Bestimmungen darf der Diensteanbieter Auskunft an Strafverfolgungsbehörden und Gerichte für Zwecke der Strafverfolgung erteilen.

(6) Die Abrechnung über die Inanspruchnahme von Telediensten darf Anbieter, Zeitpunkt, Dauer, Art, Inhalt und Häufigkeit bestimmter von einem Nutzer in Anspruch genommener Teledienste nicht erkennen lassen, es sei denn, der Nutzer verlangt einen Einzelnachweis.

(7) Der Diensteanbieter darf Abrechnungsdaten, die für die Erstellung von Einzelnachweisen über die Inanspruchnahme bestimmter Angebote auf Verlangen des Nutzers verarbeitet werden, höchstens bis zum Ablauf des sechsten Monats nach Versendung der Rechnung speichern. Werden gegen die Entgeltforderung innerhalb dieser Frist Einwendungen erhoben oder diese trotz Zahlungsaufforderung nicht beglichen, dürfen die Abrechnungsdaten aufbewahrt werden, bis die Einwendungen abschließend geklärt sind oder die Entgeltforderung beglichen ist.

(8) Liegen dem Diensteanbieter zu dokumentierende tatsächliche Anhaltspunkte vor, dass seine Dienste von bestimmten Nutzern in der Absicht in Anspruch genom-

men werden, das Entgelt nicht oder nicht vollständig zu entrichten, darf er die personenbezogenen Daten dieser Nutzer über das Ende des Nutzungsvorgangs sowie die in Absatz 7 genannte Speicherfrist hinaus nur verarbeiten und nutzen, soweit dies zur Durchsetzung seiner Ansprüche gegenüber dem Nutzer erforderlich ist. Der Diensteanbieter hat die Daten unverzüglich zu löschen, wenn die Voraussetzungen nach Satz 1 nicht mehr vorliegen oder die Daten für die Rechtsverfolgung nicht mehr benötigt werden. Der betroffene Nutzer ist zu unterrichten, sobald dies ohne Gefährdung des mit der Maßnahme verfolgten Zweckes möglich ist.

§ 7 Auskunftsrecht des Nutzers

(aufgehoben)

§ 8 Bundesbeauftragter für den Datenschutz

Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz beobachtet die Entwicklung des Datenschutzes bei Telediensten und nimmt dazu im Rahmen seines Tätigkeitsberichtes nach § 26 Abs. 1 Bundesdatenschutzgesetz Stellung.

§ 9 Bußgeldvorschriften

(1) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. entgegen § 3 Abs. 4 die Erbringung von Telediensten von einer Einwilligung des Nutzers in eine Verarbeitung oder Nutzung seiner Daten für andere Zwecke abhängig macht,

2. entgegen § 4 Abs. 1 Satz 1 oder Satz 2 den Nutzer nicht, nicht richtig, nicht vollständig oder nicht rechtzeitig unterrichtet,

3. entgegen § 4 Abs. 2 oder 4 Satz 1 Nr. 1 bis 5 einer dort genannten Pflicht zur Sicherstellung nicht oder nicht richtig nachkommt,

4. entgegen § 5 Satz 1 oder § 6 Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 8 Satz 1 oder 2 personenbezogene Daten erhebt, verarbeitet, nutzt oder nicht oder nicht rechtzeitig löscht oder

5. entgegen § 6 Abs. 3 Satz 3 ein Nutzungsprofil mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammenführt.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Euro geahndet werden.

Auszug aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB): Vorschriften über den Fernabsatz

§ 312b Fernabsatzverträge

(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 Unterrichtung des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen

(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 Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen

(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; § 355 Abs. 2 Satz 2 findet keine Anwendung.

(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.

§ 312e Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr

(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 Ein-

führungsgesetzes 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.

§ 312f Abweichende Vereinbarungen

Von den Vorschriften dieses Untertitels darf, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht zum Nachteil des Verbrauchers oder Kunden abgewichen werden. Die Vorschriften dieses Untertitels finden, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, auch Anwendung, wenn sie durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden.

§ 355 Widerrufsrecht bei Verbraucherverträgen

(1) Wird einem Verbraucher durch Gesetz ein Widerrufsrecht nach dieser Vorschrift eingeräumt, so ist er an seine auf den Abschluss des Vertrags gerichtete Willenserklärung nicht mehr gebunden, wenn er sie fristgerecht widerrufen hat. Der Widerruf muss keine Begründung enthalten und ist in Textform oder durch Rücksendung der Sache innerhalb von zwei Wochen gegenüber dem Unternehmer zu erklären; zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung.

(2) Die Frist beginnt mit dem Zeitpunkt, zu dem dem Verbraucher eine deutlich gestaltete Belehrung über sein Widerrufsrecht, die ihm entsprechend den Erfordernissen des eingesetzten Kommunikationsmittels seine Rechte deutlich macht, in Textform mitgeteilt worden ist, die auch Namen und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist, und einen Hinweis auf den Fristbeginn und die Regelung des Absatzes 1 Satz 2 enthält. Sie ist vom Verbraucher bei anderen als notariell beurkundeten Verträgen gesondert zu unterschreiben oder mit einer qualifizierten elektronischen Signatur zu versehen. Ist der Vertrag schriftlich abzuschließen, so beginnt die Frist nicht zu laufen, bevor dem Verbraucher auch eine Vertragsurkunde, der schriftliche Antrag des Verbrauchers

oder eine Abschrift der Vertragsurkunde oder des Antrags zur Verfügung gestellt werden. Ist der Fristbeginn streitig, so trifft die Beweislast den Unternehmer.

(3) Das Widerrufsrecht erlischt spätestens sechs Monate nach Vertragsschluss. Bei der Lieferung von Waren beginnt die Frist nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger.

§ 356 Rückgaberecht bei Verbraucherverträgen

(1) Das Widerrufsrecht nach § 355 kann, soweit dies ausdrücklich durch Gesetz zugelassen ist, beim Vertragsschluss auf Grund eines Verkaufsprospekts im Vertrag durch ein uneingeschränktes Rückgaberecht ersetzt werden. Voraussetzung ist, dass

1. im Verkaufsprospekt eine deutlich gestaltete Belehrung über das Rückgaberecht enthalten ist,
2. der Verbraucher den Verkaufsprospekt in Abwesenheit des Unternehmers eingehend zur Kenntnis nehmen konnte und
3. dem Verbraucher das Rückgaberecht in Textform eingeräumt wird.

(2) Das Rückgaberecht kann innerhalb der Widerrufsfrist, die jedoch nicht vor Erhalt der Sache beginnt, und nur durch Rücksendung der Sache oder, wenn die Sache nicht als Paket versandt werden kann, durch Rücknahmeverlangen ausgeübt werden. § 355 Abs. 1 Satz 2 findet entsprechende Anwendung.

§ 357 Rechtsfolgen des Widerrufs und der Rückgabe

(1) Auf das Widerrufs- und das Rückgaberecht finden, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, die Vorschriften über den gesetzlichen Rücktritt entsprechende Anwendung. Die in § 286 Abs. 3 bestimmte Frist beginnt mit der Widerrufs- oder Rückgabeerklärung des Verbrauchers.

(2) Der Verbraucher ist bei Ausübung des Widerrufsrechts zur Rücksendung verpflichtet, wenn die Sache durch Paket versandt werden kann. Kosten und Gefahr der Rücksendung trägt bei Widerruf und Rückgabe der Unternehmer. Wenn ein Widerrufsrecht besteht, dürfen dem Verbraucher bei einer Bestellung bis zu einem Betrag von 40 Euro die regelmäßigen Kosten der Rücksendung vertraglich auferlegt werden, es sei denn, dass die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht.

(3) Der Verbraucher hat abweichend von § 346 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 Wertersatz für eine durch die bestimmungsgemäße Ingebrauchnahme der Sache entstandene Verschlechterung zu leisten, wenn er spätestens bei Vertragsschluss in Textform auf diese Rechtsfolge und eine Möglichkeit hingewiesen worden ist, sie zu vermeiden. Dies gilt nicht, wenn die Verschlechterung ausschließlich auf die Prüfung der Sache zurückzuführen ist. § 346 Abs. 3 Satz 1 Nr. 3 findet keine Anwendung, wenn der Verbraucher über sein Widerrufsrecht ordnungsgemäß belehrt worden ist oder hiervon anderweitig Kenntnis erlangt hat.

(4) Weitergehende Ansprüche bestehen nicht.

Auszug aus der Verordnung über Informationspflichten nach Bürgerlichem Recht

**Abschnitt 1: Informationspflichten bei Verbraucher-
verträgen**

§ 1 Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen

(1) Der Unternehmer muss den Verbraucher gemäß § 312c Abs. 1 Nr. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs vor Abschluss eines Fernabsatzvertrages mindestens informieren über:

1. seine Identität
2. seine Anschrift,
3. wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung, sowie darüber, wie der Vertrag zustande kommt,
4. die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat,
5. einen Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung (Ware oder Dienstleistung) zu erbringen, und einen Vorbehalt, die versprochene Leistung im Fall ihrer Nichtverfügbarkeit nicht zu erbringen,
6. den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern und sonstiger Preisbestandteile,
7. gegebenenfalls zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten,
8. Einzelheiten hinsichtlich der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung,
9. das Bestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts,
10. Kosten, die dem Verbraucher durch die Nutzung der Fernkommunikationsmittel entstehen, sofern sie über die üblichen Grundtarife, mit denen der Verbraucher rechnen muss, hinausgehen, und
11. die Gültigkeitsdauer befristeter Angebote, insbesondere hinsichtlich des Preises.

(2) Der Unternehmer hat dem Verbraucher gemäß § 312c Abs. 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs die in Absatz 1 Nr. 1 bis 9 bestimmten Informationen in Textform mitzuteilen.

(3) Der Unternehmer hat dem Verbraucher gemäß § 312c Abs. 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs ferner folgende weitere Informationen in Textform und in einer hervorgehobenen und deutlich gestalteten Form mitzuteilen:

1. Informationen über die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung und Rechtsfolgen des Widerrufs- oder Rückgaberechts sowie über den Ausschluss des Widerrufs- oder Rückgaberechts,
2. die Anschrift der Niederlassung des Unternehmers, bei der der Verbraucher Beanstandungen vorbringen kann, sowie eine ladungsfähige Anschrift des Unternehmers und bei juristischen Personen, Personenvereinigungen oder –gruppen auch den Namen eines Vertretungsberechtigten,
3. Informationen über Kundendienst und geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen, und
4. die Kündigungsbedingungen bei Verträgen, die ein Dauerschuldverhältnis betreffen und für eine längere Zeit als ein Jahr oder für unbestimmte Zeit geschlossen werden.

Abschnitt 2: Informationspflichten bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr

§ 3 Kundeninformationspflichten des Unternehmers bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr

Bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr muss der Unternehmer den Kunden gemäß § 312e Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 des Bürgerlichen Gesetzbuchs informieren

1. über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen,
2. darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist,
3. darüber, wie er mit den gemäß § 312e Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs zur Verfügung gestellten technischen Mitteln Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung erkennen und berichtigen kann,
4. über die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen und
5. über sämtliche einschlägigen Verhaltenskodizes, denen sich der Unternehmer unterwirft, sowie die Möglichkeit eines elektrischen Zugangs zu diesen Regelwerken.