



RECHTLICHE GRUNDLAGEN DES E-COMMERCE

I. ALLGEMEINES

1. Zu beachtende Vorschriften:

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

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

* Zum Telemediengesetz, zur Preisangabenverordnung und zur Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung stellt die IHK München gesonderte Merkblätter unter www.muenchen.ihk.de (Rubrik Recht & Fair Play / Internetrecht bzw. Gewerbeamt) zur Verfügung.

Ansprechpartner:
Regine Winterling, Tel. 089 / 5116 1315
Andrea Nützel, Tel. 089 / 5116 1318
E-Mail: regine.winterling@muenchen.ihk.de
andrea.nuetzel@muenchen.ihk.de

Bearbeitet: Mai 2012
IHK-Service: Tel. 089 / 5116-0
Balanstr. 55-59, 81541 München
Homepage: www.muenchen.ihk.de

Mit Inkrafttreten des Gesetzes zur Neuordnung der Vorschriften über das Widerrufs- und Rückgaberecht vom 29. Juli 2009 am 11. Juni 2010 gelten im E-Commerce geänderte Vorschriften und Musterbelehrungen (welche auch im Jahr 2011 nochmals angepasst wurden), die in diesem Merkblatt berücksichtigt sind.

2. Vorsicht bei Ausrichten der Tätigkeit auf das Ausland:

Bitte beachten Sie, dass die hier dargestellten Vorschriften und Pflichten lediglich die deutsche Rechtslage darstellen. Richtet ein Unternehmen seine Tätigkeit auch auf andere Länder aus, sind zumindest die **zwingenden Schutzvorschriften des jeweiligen Verbraucherlandes zu beachten**. Im Streitfall kann das Unternehmen zudem im Ausland verklagt werden und müsste den Verbraucher in dessen Land verklagen (**Gerichtsstand Verbraucherland**), vgl. EuGH-Urteil vom 07.12.2010, C-144/09 und C-585/08. Ein „Ausrichten“ der Tätigkeit auf ein fremdes Land ist laut EuGH anzunehmen, wenn der Gewerbetreibende seinen Willen zum Ausdruck gebracht hat, Geschäftsbeziehungen zu Verbrauchern anderer Mitgliedstaaten herzustellen, z.B. indem er

- eine Anfahrtsskizze zu seinem Unternehmen anführt, die den Weg bis zur Grenze zum Nachbarland ausweist,
- eine Telefonnummer mit internationaler Vorwahl anführt,
- eine andere Top-Level-Domain verwendet als diejenige des Landes, in dem der Gewerbetreibende sitzt,
- sein Angebot in fremden Sprachen darbietet,
- die Preise in fremden Währungen angibt,
- Ausgaben für einen Internetreferenzierungsdienst tätigt, um den Zugang zur Website aus dem Ausland zu erleichtern oder
- eine internationale Kundschaft erwähnt.

Um Probleme zu vermeiden, sollte deshalb insbesondere

- auf der Internetseite keine internationale Vorwahl genannt werden,
- keine neutrale Top-Level-Domain wie .info, .net, .com, .eu, sondern die nationale Top-Level-Domain (in Deutschland: .de) gewählt werden,
- die Wegbeschreibung nicht bis zur Grenze zum Nachbarland angegeben werden,
- die Internetseite frei von Hinweisen auf bereits getätigte Geschäfte mit ausländischen Kunden, wie z.B. Kundenbewertungen, halten.

II. VERTRAGSSCHLUSS VIA INTERNET

Verträge können auch via Internet (per E-Mail oder über einen Onlineshop) rechtswirksam abgeschlossen werden. Nicht ohne weiteres online abschließbar sind allerdings solche Verträge, die kraft Gesetzes bestimmten Formanforderungen unterliegen (Schriftform, Beglaubigung, notarielle Beurkundung). Allerdings besteht seit Mitte 2001 die Möglichkeit, zumindest die gesetzlich vorgeschriebene Schriftform in der Regel durch Verwendung einer qualifizierten digitalen Signatur nach dem Signaturgesetz einzuhalten (sog. „elektronische Form“). Angesichts der geringen Verbreitung digitaler Signaturen ist ein solches Verfahren derzeit allerdings kaum praktikabel.

Das Zustandekommen eines Vertrages setzt Angebot und Annahme voraus. **Keine Angebote** in diesem juristischen Sinne sind die Kataloge auf der Website sowie das Aufnehmen einzelner Artikel in einen elektronischen „Warenkorb“ durch den Kunden. Ein verbindliches Angebot liegt in der Regel erst im Absenden der Bestellung durch den Kunden, z.B. via E-Mail oder Abschicken des Online-Bestellformulars.

III. PFLICHTEN DES ONLINE-ANBIETERS

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

1. Anbieterkennzeichnung nach dem Telemediengesetz (Impressumspflicht):

Der Anbieter einer Internetseite muss nach dem Telemediengesetz (TMG) in jedem Fall informieren über:

- den vollständigen **Vor- und Zunamen des Anbieters** (ggf. die **Firma**)
- die **postalische Anschrift des Anbieters** (Postfach und E-Mail-Adresse sind nicht ausreichend!)

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

Vergleichen Sie hierzu auch unser **Merkblatt zum Telemediengesetz**, zu finden unter www.muenchen.ihk.de unter der Rubrik Recht & Fair Play/ Internetrecht.

2. Weitere Informationspflichten des Online-Anbieters:

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

zugerechnet werden kann (vgl. § 13 BGB). Im Verhältnis zum Verbraucher hat ein Onlinenhändler folgende weitere Pflichten:

a) Informationspflichten VOR Vertragsschluss mit Verbrauchern:

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

- die **Identität** des Unternehmers
- **Registereinträge mit Ort und Registernummer**
- die **Identität eines Vertreters** des Unternehmers in dem Mitgliedstaat, in dem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat, wenn es einen solchen Vertreter gibt, oder die Identität einer anderen gewerblichen Person als dem Anbieter, mit der der Verbraucher geschäftlich zu tun hat, und die Eigenschaft, in der diese Person gegenüber dem Verbraucher tätig wird
- die **ladungsfähige Anschrift** des Unternehmers und weitere für die Geschäftsbeziehung maßgebliche Anschriften z.B. des o.g. **Vertreters** oder sonstiger Kontaktpersonen
- die **wesentlichen Merkmale** der Ware oder Dienstleistung
- den **Zeitpunkt**, die **Art und Weise** des Zustandekommens des Vertrages
- die **Mindestlaufzeit** des Vertrages (bei sog. Dauerschuldverhältnissen)
- eventuelle **Liefervorbehalte** oder einen **Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleichwertige Leistung** zu erbringen
- den **Gesamtpreis** einschließlich USt und sonstiger Preisbestandteile
- oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, **die Grundlage für die Berechnung des Preises**, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht
- **Liefer- und Versandkosten**
- ggf. **weitere Steuern oder Kosten**, die nicht über den Unternehmer abgeführt oder von ihm in Rechnung gestellt werden; ein Beispiel wäre die Information über ein nicht vom Unternehmer vertriebenes kostenpflichtiges Programm, das zur Anzeige der abgerufenen Information notwendig ist
- die **Einzelheiten** hinsichtlich **Zahlung** und **Lieferung** oder **Erfüllung**
- das Bestehen oder Nichtbestehen eines **Widerrufs- oder Rückgaberechts** sowie die Bedingungen und Einzelheiten der Ausübung (insbesondere Name und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist und die Rechtsfolgen des Widerrufs/ der Rückgabe einschließlich Informationen über den Betrag,

den der Verbraucher im Fall des Widerrufs oder der Rückgabe für die erbrachte Dienstleistung zu zahlen hat); der Hinweis wie „Ihnen steht ein 14-tägiges Widerrufsrecht nach Lieferung der Ware zu“ reicht auch vorvertraglich nicht mehr aus!

- ggf. spezifische zusätzliche **Kosten der Nutzung von Fernkommunikationsmitteln** im Zusammenhang mit der Vertragsanbahnung und -abwicklung, sofern diese die üblichen Kosten übersteigen
- die **Gültigkeitsdauer** befristeter Angebote
- **acht zusätzliche Informationspflichten** für **Finanzdienstleistungen** (Art. 246 § 1 Abs. 2 EGBGB)

Neu: Die Button-Lösung

Um Kosten- und Abofallen im Internet einzudämmen, wird eine so genannte „Button-Lösung“ neu eingeführt. Das sieht ein Gesetz vor, das am 1. August 2012 in Kraft treten wird (Gesetz zur Änderung des Bürgerlichen Gesetzbuchs zum besseren Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher vor Kostenfallen im elektronischen Geschäftsverkehr; § 312 g Abs. 2 BGB n.F.). Bis zum 1. August 2012 müssen alle Shopbetreiber die neuen Vorgaben umgesetzt haben. Es gibt folgende **neue Anforderung** an die vorvertraglichen Pflichtinformationen gegenüber Verbrauchern:

Die oben bereits aufgeführten Informationen über

- die **Produktbeschreibung** (die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung)
- die **Mindestlaufzeit** des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat
- den **Gesamtpreis** der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile sowie alle über den Unternehmer abgeführten Steuern oder, wenn kein genauer Preis angegeben werden kann, seine Berechnungsgrundlage, die dem Verbraucher eine Überprüfung des Preises ermöglicht und
- **Versand- und Zusatzkosten**

muss der Unternehmer **unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, klar und verständlich in hervorgehobener Weise** zur Verfügung stellen. Informationen zu Beginn des Bestellprozesses genügen dieser Anforderung nicht. Vielmehr sollten diese Informationen möglichst direkt **vor dem Bestellbutton** angeordnet sein, sie dürfen nicht erst durch Scrollen erscheinen.

Zudem muss die Bestellsituation so gestaltet sein, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche (Button), muss dieser **Button gut lesbar** mit nichts anderem als den Wörtern „**zahlungspflichtig bestellen**“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung **beschriftet** sein. Bezeichnungen wie „Bestellen“ oder „Anmeldung“ sind nicht mehr zulässig.

Konsequenzen bei mangelhafter Umsetzung: Bei einem Verstoß gegen diese neue Vorschrift zur Buttonbeschriftung drohen nicht nur kostspielige Abmahnungen, sondern das wirksame **Bestehen des Vertrages** hängt davon ab, dass der Button **richtig beschriftet** ist.

Die Informationspflichten gelten auch für Verkäufe auf Auktionsplattformen (z.B. eBay). Hier soll das persönliche Höchstgebot des Verbrauchers als Preisinformation angezeigt werden. Es genügen Beschriftungen des Buttons wie „Gebot abgeben“.

b) Mitteilung NACH Vertragsschluss mit Verbrauchern in Textform:

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

Um dem Erfordernis der Textform zu genügen, ist eine **E-Mail** ausreichend.

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

3. Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr allgemein:

Der Online-Anbieter muss immer – **unabhängig davon, ob der Kunde Verbraucher oder Unternehmer** ist –

- dem Kunden angemessene, wirksame und zugängliche **technische Mittel zur Fehlererkennung und -korrektur** vor Abgabe einer Bestellung zur Verfügung stellen

- den Kunden darüber **informieren**, wie er mit diesen Mitteln Eingabefehler erkennen und berichtigen kann
- den **Eingang einer Bestellung** unverzüglich auf elektronischem Wege **bestätigen**
- für den Kunden die Möglichkeit schaffen, den **Vertragstext einschließlich der AGB** bei Vertragsschluss **abzurufen und zu speichern**
- über die **einzelnen technischen Schritte informieren**, die zu einem Vertragsschluss führen
- darüber **informieren**, ob der **Vertragstext** nach Vertragsschluss vom Online-Anbieter **gespeichert** wird und ob er dem Kunden **zugänglich** ist
- über die für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden **Sprachen informieren**
- falls der Online-Anbieter sich **Verhaltenskodizes** unterwirft, über diese und ihre elektronische Zugänglichkeit informieren.

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

IV. WIDERRUFSRECHT

1. Widerrufsrecht, Widerrufsbelehrung, Widerrufsfrist:

Beim Fernabsatzvertrag wird dem **Verbraucher** ein gesetzliches Recht auf Widerruf des Vertrages eingeräumt. Innerhalb einer Frist von 14 Tagen (oder im Ausnahmefall einem Monat, s.u.) kann der Verbraucher den Vertrag ohne Angabe von Gründen widerrufen. Der Verbraucher muss den Widerruf nicht begründen. Diese Regelung dient dem Schutz des Verbrauchers, der die online bestellte Ware – im Gegensatz zu einem Einkauf im Laden – nicht in die Hand nehmen und prüfen oder die online beauftragte Dienstleistung nicht testen konnte. Er soll sich deshalb ohne Begründung vom Vertrag lösen können.

Die **Widerrufsfrist beginnt** erst dann, wenn der Unternehmer dem Verbraucher spätestens bei Vertragsschluss oder (nach der neuen Rechtslage ab 11. Juni 2010) unverzüglich nach Vertragsschluss

- eine § 360 Abs. 1 BGB entsprechende, **korrekte Belehrung über sein Widerrufsrecht** sowie

- die in Art. 246 § 2 i.V.m. § 1 Abs. 1 und 2 EGBGB vorgesehenen **Pflichtinformationen** (vgl. oben Punkt III 2 a und b),
- **in Textform** (z.B. auf einer Auftragsbestätigung, Rechnung, in einer E-Mail oder auf CD)

zur Verfügung gestellt hat, vgl. § 355 BGB. Durch die Möglichkeit, die Belehrung auch noch unverzüglich nach Vertragsschluss erteilen zu können, soll bei Vertragsschlüssen in Internetauktionen dem Umstand Rechnung getragen werden, dass der Unternehmer erst nach Vertragsschluss weiß, wer sein Vertragspartner ist. Unverzüglich ist die nachträgliche Belehrung allerdings nur dann, wenn sie spätestens am Tag nach dem Vertragsschluss in Textform auf den Weg gebracht wird.

Fehlt es an einer dieser Voraussetzungen, so endet die Widerrufsfrist grundsätzlich erst **6 Monate** nach Vertragsschluss, bei der Lieferung von Waren jedoch nicht vor Eingang beim Kunden. Keinerlei Frist läuft dagegen, wenn die Widerrufsbelehrung fehlt, unvollständig oder unrichtig ist.

2. Hinsendekosten und 40-Euro-Klausel:

Aufgrund eines EuGH-Urteils vom 15.04.2010 (C-511/08) können dem Verbraucher nun nicht mehr die Kosten für die Hinsendung auferlegt werden. Dem Verbraucher können aber im Falle eines Widerrufs die regelmäßigen **Rücksendekosten auferlegt** werden, wenn der Preis der zurück zu sendenden Sache nicht mehr als 40 EUR beträgt. Voraussetzung ist aber nach aktueller Rechtslage, dass diese Kostenauflegung nicht nur in der Widerrufsbelehrung enthalten ist, sondern auch in den AGB geregelt ist (sog. „**doppelte 40-Euro-Klausel**“). Bei einem Preis von über 40 EUR können dem Verbraucher die Rücksendekosten nur dann vertraglich auferlegt werden, wenn der Verbraucher weder die Gegenleistung noch eine Teilzahlung erbracht hat, es sei denn, dass die gelieferte Ware nicht der bestellten entspricht. Bei teuren Produkten muss der Händler also grundsätzlich sowohl die Hin- als auch die Rücksendekosten tragen.

3. Mögliche Folgen einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung:

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

werbsrechtlichen Abmahnung finden Sie unter www.muenchen.ihk.de, Recht & Fair Play, Rubrik Wettbewerbsrecht.

4. Neues Muster gültig ab 4. August 2011

Seit Inkrafttreten des Gesetzes „zur Neuordnung der Vorschriften über das Widerrufs- und Rückgaberecht“ am 11. Juni 2010 gelten neue Musterbelehrungen, die nochmals durch das „Gesetz zur Anpassung der Vorschriften über den Wertersatz bei Widerruf von Fernabsatzverträgen und über verbundene Verträge“ vom 27. Juli 2011 erneut angepasst wurden. **Die einem früheren Muster entsprechende Widerrufsbelehrung ist entsprechend anzupassen!** Gleiches gilt für die Rückgabebelehrung.

Seit 11. Juni 2010 ist das **neue Muster für die Widerrufsbelehrung in Anlage 1 zu Art. 246 § 2 Abs. 3 S. 1 EGBGB** enthalten. Es gilt nicht mehr das Muster in der früheren BGB-Informationspflichten-Verordnung, BGB-InfoV. Das Muster hat nun Gesetzesrang und ist deshalb gerichtlich nicht mehr angreifbar, sodass die Händler mehr Rechtssicherheit haben.

Bei der Belehrung sollten Sie stets auf die **aktuellen gesetzlichen Muster** zurückgreifen, um Rechtssicherheit zu erlangen. Das Muster muss grundsätzlich unverändert übernommen werden, um abmahnsicher zu sein. Lediglich dort, wo die Gestaltungshinweise unter dem Mustertext es vorsehen, sind gegebenenfalls die vorgegebenen Anpassungen nötig. Die Vorschriften zum Widerrufsrecht werden häufig geändert. **Es ist deshalb als Onlinehändler unerlässlich, stets den aktuellen Stand der Rechtslage zu kennen und die Entwicklungen zu beobachten.**

Die **aktuellen Muster** finden Sie auf der Webseite des Bundesjustizministeriums unter http://www.bmj.de/cln_155/DE/Buerger/verbraucher/Verbraucherschutzrichtlinie/doc/Musterbelehrungen_und_Informationspflichten_nach_buergerlichem_Recht.html

5. Ausnahmen vom Widerrufsrecht:

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

- von **Waren**, die nach **seinen Spezifikationen speziell angefertigt** wurden

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

Weitere Ausnahmen sind unter §§ 312 b Abs. 3 und 312 d Abs. 4 BGB zu finden.

V. RÜCKGABERECHT

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

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

VI. ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN (AGB)

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

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

VII. NAMENS- UND MARKENRECHT

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

Vergleichen Sie hierzu auch unsere Informationen unter www.muenchen.ihk.de , Recht & Fair Play, Rubrik Wettbewerbsrecht („Rechtliche Aspekte der Domain-Adresse“) und Rubrik Markenrecht/ Urheberrecht.

VIII. URHEBERRECHT UND GESCHMACKSMUSTERRECHT

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

Urheberrechtlich geschützte Werke (z.B. Bücher, Musikstücke, Computerprogramme, Datenbanken, häufig auch Landkarten etc.) dürfen auch im Internet nur mit Zustimmung des Urhebers z.B. verbreitet werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Verbreitung entgeltlich oder kostenlos erfolgt.

Vergleichen Sie hierzu auch unsere Informationen unter www.muenchen.ihk.de , Recht & Fair Play, Rubrik Markenrecht/ Urheberrecht.

VIII. WETTBEWERBSRECHT

Im Onlinehandel sind natürlich auch die Vorschriften des Wettbewerbsrechts zu beachten, insbesondere das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (UWG) und andere für Werbeaussagen maßgebliche Vorschriften wie die Preisangabenverordnung.

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

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

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

Vergleichen Sie hierzu unser Merkblatt „WERBUNG per E-Mail, Telefon, Telefax oder SMS“ unter www.muenchen.ihk.de , Recht & Fair Play, Rubrik Wettbewerbsrecht/ E-Mail-Werbung - Richter nehmen es genau;

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

Vergleichen Sie hierzu unsere Hinweise in unserem Merkblatt „Haftung nach dem Telemediengesetz“ unter www.muenchen.ihk.de, Rubrik „Internetrecht“.

HINWEIS:

Die Veröffentlichung von Merkblättern ist ein Service der IHK München für ihre Mitgliedsunternehmen. Dabei handelt es sich um eine zusammenfassende Darstellung der rechtlichen Grundlagen, die nur erste Hinweise enthält und keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Es kann eine anwaltliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.