

## M E R K B L A T T

### Rechtliche Grundlagen des e-Commerce

#### I. Allgemeines

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Auch im e-Commerce gelten uneingeschränkt die allgemeinen Rechtsgrundlagen (BGB, HGB, Urheberrechtsgesetz, Verbraucherkreditrecht, Preisangabenverordnung, Gewerbeordnung, UWG, Strafgesetzbuch etc.). Für den Bereich des e-Commerce existieren darüber hinaus mittlerweile besondere Rechtsvorschriften:

- das Telemediengesetz (TMG),
- das e-Commerce- und Fernabsatzrecht des BGB,
- die Verordnung über Informations- und Nachweispflichten nach Bürgerlichem Recht (BGB-InfoV),
- das Signaturgesetz (SigG).

#### II. Informationspflichten des Online-Anbieters

Wer im Internet Waren oder Dienstleistungen anbietet, muss grundsätzlich bestimmte Informationen an deutlich sichtbarer Stelle auf seiner Website bereithalten (sog. Allgemeine Informationspflichten gem. § 5 TMG). Informiert werden muss über:

- den **Namen des Anbieters** (ggf. die vollständige Firma), bei juristischen Personen die Rechtsform,
- den **Namen des Vertretungsberechtigten** (bei Personenvereinigungen, z. B. bei GbR, GmbH und AG),
- die **postalische Anschrift des Anbieters** (Postfach und Email-Adresse sind nicht ausreichend!),
- das **Stamm- oder Grundkapital** (wenn noch nicht alle in Geld zu erbringenden Einlagen gezahlt wurden, auch der noch ausstehende Betrag),
- seine **Email-Adresse, Telefon- und Faxnummer**,
- Angaben zur zuständigen **Aufsichtsbehörde**, sofern die ausgeübte Tätigkeit einer staatlichen Genehmigung bedarf (z. B. im Makler- und Bauträgergewerbe, ab 22. Mai 2007 auch Versicherungsvermittler und -makler),
- das für ihn **zuständige Handelsregister, Partnerschaftsregister, Genossenschaftsregister oder Vereinsregister**, einschließlich seiner Registernummer (sofern er in einem dieser Register eingetragen ist),
- die **Umsatzsteuer-Identifikations-Nummer (USt.-ID-Nr.)**, sofern vorhanden,
- den **Namen und die Anschrift des Verantwortlichen für den Inhalt journalistisch-redaktioneller Angebote** (gilt nur für sog. Mediendienste).

Zusätzlich muss der Online-Anbieter

- dem Kunden angemessene technische Mittel zur Fehlerkorrektur vor Abgabe einer Bestellung zur Verfügung stellen,
- 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.

Darüber hinaus muss der Kunde, der **Verbraucher** ist, vor Abschluss eines Vertrages folgende Informationen erhalten:

- die **wesentlichen Eigenschaften** der angebotenen Ware oder Dienstleistung,
- den **Zeitpunkt des Zustandekommens des Vertrages**,
- die **Gültigkeitsdauer befristeter Angebote**,
- die **Mindestlaufzeit** des Vertrages (bei sog. Dauerschuldverhältnissen),
- eventuelle **Liefervorbehalte**,
- die **Einzelheiten zu Zahlung und Lieferung**,
- den **Grundpreis** (einschließlich MWSt und sonstiger Preisbestandteile),
- die anfallenden **Versandkosten**,
- das Bestehen eines **Widerrufsrechts**,
- die **Kosten der Nutzung von Fernkommunikationsmitteln** im Zusammenhang mit der Vertragsanbahnung und -abwicklung, sofern diese die üblichen Kosten übersteigen.

Zu den Folgen der Unterlassung dieser Kundeninformation siehe unten Punkt V. Verbraucherschutzrecht.

### III. Vertragsabschluss via Internet

Verträge können rechtswirksam auch via Internet (per Email) abgeschlossen werden. Das Zustandekommen eines Vertrages setzt Angebot und Annahme voraus. Keine Angebote in diesem juristischen Sinne sind die Kataloge auf der Website sowie das Aufnehmen einzelner Artikel in einen elektronischen „Warenkorb“ durch den Kunden. Ein verbindliches Angebot ist i.d.R. erst das Absenden der gesamten Bestellung durch den Kunden via Email oder Online-Bestellformular.

Nicht ohne weiteres online abschließbar sind allerdings solche Verträge, die kraft Gesetzes bestimmten Formanforderungen unterliegen (Schriftform, Beglaubigung, notarielle Beurkundung). Zwar besteht seit Mitte 2001 die Möglichkeit, zumindest die gesetzlich vorgeschriebene Schriftform durch Verwendung einer qualifizierten digitalen Signatur nach dem Signaturgesetz einzuhalten (sog. elektronische Form). Angesichts der bislang geringen Verbreitung digitaler Signaturen ist ein solches Verfahren derzeit allerdings kaum praktikabel.

### IV. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

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

- Der Unternehmer muss vor Vertragsabschluss an deutlich sichtbarer Stelle auf der Website oder - was noch besser ist - durch ausdrücklichen Hinweis im Bestellformular auf das Vorhandensein 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 (keine 20-seitigen AGB-Klauselwerke ins Netz stellen!).

### V. Verbraucherschutzrecht

Bei Online-Geschäftsabschlüssen mit Verbrauchern, d.h. mit Kunden, die nicht selbst Unternehmer sind, ist das umfangreiche Verbraucherschutzrecht des BGB zu berücksichtigen. Das Fernabsatzrecht des BGB räumt dem Verbraucher **ein generelles Recht auf Widerruf des Vertrages** ein. Innerhalb einer **Frist von 14 Tagen** kann der Kunde den Vertrag ohne

Angabe von Gründen widerrufen. Die Widerrufsfrist beginnt erst dann, wenn der Unternehmer dem Kunden

- eine **Belehrung über sein Widerrufsrecht** sowie
- die in der BGB-InfoV vorgesehenen **Pflichtinformationen** (vgl. dazu oben Punkt II.) **in Textform** (z.B. auf der Rechnung, in einer Email oder auf CD) zur Verfügung gestellt hat und
- dieser die **Ware** tatsächlich **erhalten** hat.

Fehlt es an einer dieser Voraussetzungen, so endet die Widerrufsfrist spätestens nach 12 Monaten plus 2 Wochen.

Die Widerrufserklärung ist nicht formgebunden. Der Unternehmer kann dem Kunden jedoch das vom Gesetzgeber vorgeschlagene Muster eines Widerrufs zur Verfügung stellen.

Der Gesetzgeber hat die Widerrufsbelehrung mit Gesetzesrang ausgestattet, damit ist sie der Überprüfung durch die Gerichte entzogen. Das gesetzliche Muster ist nun im Anhang zu Art. 246, § 2 Abs. 3 Satz 1 EGBGB zu finden. Die neue, seit Juni 2014 gültige Fassung der Widerrufsbelehrung und das Muster einer Widerrufserklärung sind unter dem folgenden Link abrufbar:

[http://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger\\_BGBI&start=//\\*/%5b@attr\\_id='bgbl113s3642.pdf'%5d#\\_bgbl\\_%2F%2F\\*%5B%40attr\\_id%3D%27bgbl113s3642.pdf%27%5D\\_1436864257126](http://www.bgbl.de/xaver/bgbl/start.xav?startbk=Bundesanzeiger_BGBI&start=//*/%5b@attr_id='bgbl113s3642.pdf'%5d#_bgbl_%2F%2F*%5B%40attr_id%3D%27bgbl113s3642.pdf%27%5D_1436864257126)

**Achtung! Das Muster ist auf die jeweilige konkrete Shop-Situation anzupassen; es ergeben sich 50 Gestaltungsvarianten!**

Ausnahmen: Der Kunde hat kein Recht zum Widerruf z.B. bei Bestellung

- von Waren, die nach seinen Spezifikationen **speziell angefertigt** wurden,
- von **verderblichen** Waren,
- von **versiegelter** Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind
- von **Audio- und Videoaufzeichnungen** sowie **Software**, sofern die gelieferten Datenträger versiegelt waren vom Kunden entsiegelt worden sind,
- von **Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten**.

Die weiteren Ausnahmen finden Sie hier: [http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/\\_312g.html](http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/_312g.html)

Widerruft der Kunde den Vertrag, hat er die unmittelbaren Kosten der Rücksendung zu tragen, wenn der Unternehmer ihn vor Vertragsschluss davon ausdrücklich unterrichtet hat.

## **VI. Namens- und Markenrecht**

Eine registrierte Internet-Domain kann namens- und markenrechtlich geschützt sein, wenn sie zur Kennzeichnung des Unternehmens verwendet wird. In diesem Fall darf sie (auch in leicht abgewandelter Form) nicht von einem anderen als Domain registriert werden.

Die Nutzung fremder Namen oder Marken als Domain-Adresse ist in aller Regel unzulässig und kann vom Namensinhaber gerichtlich unterbunden werden. Zur Vermeidung solcher Streitigkeiten sind umfassende Namens- und Markenrecherchen vor Anmeldung einer Domain unerlässlich.

## VII. Urheberrecht

Unternehmenspräsentationen auf einer Website sind (wie die Website insgesamt) i.d.R. urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit Zustimmung des Urhebers verbreitet, kopiert oder verändert werden. Urheber der Präsentation ist derjenige, der sie selbst erstellt hat (also 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, **Stadtpläne** etc.) dürfen auch im Internet nur mit Zustimmung des Urhebers verbreitet werden. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Verbreitung entgeltlich oder kostenlos erfolgt. Links zu anderen Websites müssen deutlich erkennen lassen, dass hier nicht auf eigene, sondern auf fremde Inhalte verwiesen wird. Anderenfalls sind sie rechtlich unzulässig und können u. U. eine Haftung für rechtsverletzende Inhalte zur Folge haben.

## VIII. Wettbewerbsrecht

Auch im Internet-Geschäft gelten uneingeschränkt die Regeln des Wettbewerbsrechts, insbesondere des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (UWG) und der Preisangabenverordnung, soweit diese Gesetze ihrem Sinn und Zweck nach auch den elektronischen Geschäftsverkehr erfassen.

Werbung per Email ist im Grundsatz wettbewerbsrechtlich verboten. Zulässig ist sie nur, wenn ein ausdrückliches Einverständnis des Empfängers mit der Übersendung vorliegt oder ein solches Einverständnis vernünftigerweise vermutet werden kann (z.B. aufgrund dauernder Geschäftsbeziehungen). Das UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb) sieht dabei im Verhältnis B2C (Business to Consumer) nur eine Ausnahme vor: Werbe-E-Mails dürfen an eigene Kunden eines Unternehmens versandt werden, wenn der Kunde seine Adresse im Zusammenhang mit einer Bestellung freiwillig angegeben und der Übersendung von Werbung nicht nachträglich widersprochen hat sowie inhaltlich Waren oder Dienstleistungen derselben Art beworben werden, die der Kunde schon einmal bei dem Betrieb in Anspruch genommen hat. Soweit die Übersendung unverlangter elektronischer Werbung überhaupt zulässig ist, muss schon aus der Betreffzeile hervorgehen, dass es sich um Werbung handelt. Wird die Werbung dagegen als normale Post getarnt, ist dies ebenfalls rechtswidrig.

Stand: Juli 2015

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an Ihre Ansprechpartner:

*Geschäftsbereich Unternehmensservice*

Andrea Grimme, Rechtsreferentin

Tel. 0395/5597-308, Fax 0395/5597-513, Email [andrea.grimme@neubrandenburg.ihk.de](mailto:andrea.grimme@neubrandenburg.ihk.de)

*Geschäftsbereich Grundsatzangelegenheiten*

Heide Klopp, Justitiarin

Tel. 0395/5597-205, Fax 0395/5597-512, Email [heide.klopp@neubrandenburg.ihk.de](mailto:heide.klopp@neubrandenburg.ihk.de)

Hinweis: Das Merkblatt ist eine Zusammenfassung, enthält erste Hinweise und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl das Merkblatt mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.