

## Rechtliche Grundlagen des e-Commerce

Stand: April 2011

### I. Allgemeines

Das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Daher gelten auch im e-Commerce uneingeschränkt die allgemeinen Rechtsgrundlagen (BGB, HGB, AGB-Recht, Urheberrechtsgesetz, Gewerbeordnung, UWG, Strafgesetzbuch etc). Für bestimmte Teilbereiche existieren mittlerweile besondere Rechtsvorschriften. Für den Bereich des e-Commerce sind insoweit relevant:

- Telemediengesetz (TMG)
- Das e-Commerce- und Fernabsatzrecht des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB)
- Das Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB)
- Das Signaturgesetz (SigG)
- Die Preisangabenverordnung (PAngV)

### II. Anbieterkennzeichnung/Impressum

Wer im Internet Waren oder Dienstleistungen anbietet, muss grundsätzlich bestimmte Informationen auf seiner Website anbringen. Diese Kennzeichnung (sog. „Anbieterkennzeichnung“ oder „Impressum“) muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Informiert werden muss über:

- Den Namen des Anbieters (ggf. die vollständige Firma),
- die Postanschrift des Anbieters (Postfach und E-Mail Adresse reicht nicht),
- den Namen des Vertretungsberechtigten (z. B. bei GbR, GmbH, AG ...),
- den Namen und die Anschrift des Verantwortlichen für den Inhalt journalistisch-redaktioneller Angebote (gilt nur für sogenannte Mediendienste),
- die Umsatzsteuer-Identifikations-Nummer (USt.-ID-Nr.), sofern vorhanden,
- ggf. Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde, sofern die ausgeübte Tätigkeit einer staatlichen Genehmigung bedarf (z. B. im Makler- und Bauträgergewerbe),
- E-Mail Adresse, Telefon-/Faxnummer,
- das zuständige Handelsregister, Partnerschaftsregister, Genossenschaftsregister oder Vereinsregister, inklusive Registernummer (falls Eintragung in eines dieser Register besteht),
- Angaben über die Liquidation, falls sich AG, GmbH o. ä. in der Abwicklung der Liquidation befinden.

### III. Informationspflichten für Fernabsatzverträge

Fernabsatzverträge sind Verträge über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen, die zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer geschlossen werden und ausschließlich unter Verwendung von Ferntelekommunikationsmitteln (z. B. E-Mail, Fax oder anderer Telemediendienste) geschlossen werden.

Für den Fall der Fernabsatzverträge unterliegt der Unternehmer besonderen Informationspflichten gem. § 312 c BGB, welche in Art. 246 § 1 und 2 Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) geregelt sind. Demnach hat der Unternehmer den Verbraucher zu informieren über:

- Die wesentlichen Eigenschaften der angebotenen Waren oder Dienstleistungen,
- den Zeitpunkt des Zustandekommens des Vertrages,
- die Gültigkeit befristeter Angebote,
- die Mindestlaufzeit des Vertrages (bei sog. Dauerschuldverhältnissen),
- eventuelle Liefervorbehalte,
- die Einzelheiten bzgl. Zahlung und Lieferung,
- den Gesamtpreis (einschließlich MwSt. und sonstigen Preisbestandteilen),
- die anfallenden Versand- und Lieferkosten,
- das Bestehen eines Widerrufs- oder Rückgaberechts nebst eventueller Bedingungen,
- Name des Empfängers des Widerrufs oder des Rückgabeverlangens,
- Die Kosten der Nutzung von Fernkommunikationsmitteln im Zusammenhang mit der Vertragsanbahnung und -abwicklung, sofern diese die üblichen Kosten übersteigen.

Die oben genannten Informationen müssen dem Verbraucher bei einem Warenkauf bis zur Auslieferung der Ware, spätestens bis zur vollständigen Vertragserfüllung in Textform vorliegen. Außerdem sind folgende Informationen zu übermitteln:

- Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB),
- vertragliche Kündigungsbedingungen einschließlich etwaiger Vertragsstrafen bei Dauerschuldverhältnissen (Dauer länger als ein Jahr),
- geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen,
- über einen bestehenden Kundendienst.

Weitere Informationen hierzu finden Sie auf unseren gesonderten Merkblättern zu [Fernabsatzverträgen](#) und [Informationspflichten](#).

#### IV. Zusätzliche Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr

Unternehmer, die Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr abschließen, müssen dem Kunden zusätzliche Informationen gem. § 312 e BGB und Art. 246 § 3 EGBGB erteilen. Dabei ist es unerheblich, ob der Kunde Unternehmer oder Verbraucher ist. Demnach muss der Unternehmer:

- angemessene technische Mittel zur Fehlerkorrektur vor Abgabe der Bestellung zur Verfügung stellen,
- den Eingang einer Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen,
- dem Kunden die Möglichkeit bieten, den Vertragstext einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) bei Vertragsschluss abzurufen und zu speichern.

Außerdem muss er den Kunden informieren über:

- die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsschluss führen,
- ob der Vertragstext nach Vertragsschluss gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist,
- die Möglichkeit Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung zu erkennen und zu berichtigen,
- die dem Vertragsabschluss zur Verfügung stehenden Sprachen,
- Verhaltenskodizes, denen sich das Unternehmen unterwirft.

## V. Vertragsabschluss via Internet

### 1. Allgemeines

Verträge können rechtswirksam auch via Internet abgeschlossen werden. Ausgenommen hiervon sind Verträge, die bestimmten gesetzlichen Formvorschriften unterliegen (z. B. gesetzliche Schriftform, öffentliche Beglaubigung oder notarielle Beurkundung).

Aufgrund der globalen Kommunikation mit Hilfe des Internets kommt der Benutzer oft mit unterschiedlichen Rechtskreisen in Berührung. Daher kommt oft die Frage auf, welches Recht bei grenzüberschreitenden Verträgen anwendbar ist. Rechtsgrundlage für Fragen, welche das internationale Schuldvertragsrecht betreffen, ist seit Ende 2009 die Rom I-Verordnung.

Haben die Parteien sich bereits vertraglich geeinigt welches Recht angewandt werden soll, ist dieses nach Art. 3 Rom I-VO anwendbar. Hierbei dürfen allerdings zwingende Schutzvorschriften des nationalen Rechts (z. B. das Verbraucherschutzrecht) nicht umgangen werden (Art. 3 Abs. 3 Rom I-VO).

Wurde eine solche Vereinbarung nicht getroffen, gilt gem. Art. 4 Rom I-VO das Recht des Staates, mit dem der Vertrag inhaltlich die engste Verbindung aufweist. Grundsätzlich ist dies der Staat, in dem die Partei ihren Sitz hat, welche die vertragstypische Leistung erbringt. Hierbei sind im Einzelfall vorrangig die besonderen Vorschriften über Beförderungsverträge (Art. 5 Rom I-VO), Versicherungsverträge (Art. 7 Rom I-VO) und besonders Verbraucherverträge (Art. 6 Rom I-VO) zu beachten.

### 2. Vertragsschluss

Das Zustandekommen des Vertrags setzt wie gewohnt das Vorliegen von Angebot und Annahme voraus. **Keine Angebote** im juristischen Sinne sind die Kataloge auf der Website sowie das Aufnehmen einzelner Artikel in einen elektronischen „Warenkorb“ durch den Kunden. Ein verbindliches Angebot ist in der Regel erst das Absenden der gesamten Bestellung durch den Kunden via E-Mail.

## VI. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

AGB können auch bei Online-Verträgen wirksam einbezogen werden. Sie unterliegen allerdings uneingeschränkt der so genannten Inhaltskontrolle durch das AGB-Recht (§§ 307 – 309 BGB).

Außerdem müssen folgende Voraussetzungen erfüllt sein, damit die AGB Vertragsbestandteil werden:

- Der Unternehmer muss vor Vertragsschluss **an deutlich sichtbarer Stelle** auf der Website auf das Vorhandensein der AGB **hinweisen**.
- Der Inhalt der AGB muss vollständig **über die Website einsehbar** sein.
- Die AGB müssen **auf dem Bildschirm lesbar** (keinen Mini-Schriftgrad verwenden!) und **ausdruckbar** sein.
- 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. Widerrufs- und Rückgaberecht

Dem Verbraucher steht grundsätzlich ein Widerrufsrecht zu. Somit kann der Vertrag innerhalb einer Frist von 14 Tagen ohne Angabe von Gründen widerrufen werden. Die Widerrufsfrist beginnt erst dann, wenn der Unternehmer dem Kunden

- eine **Belehrung über sein Widerrufsrecht** sowie
- die gem. § 312 c BGB nach Art. 264 § 1-2 EGBGB vorgesehenen **Pflichtinformationen** (vgl. dazu oben Punkt III. Informationspflichten für Fernabsatzverträge).

in Textform zur Verfügung gestellt hat. Dies gilt auch, wenn die Belehrung des Verbrauchers unverzüglich nach Vertragsabschluss in Textform erfolgt ist. Wird die Belehrung erst später erteilt, beträgt die Widerrufsfrist ein Monat (§ 355 Abs. 2 Satz 3 BGB). Somit gilt die Widerrufsfrist auch bei eBay-Verträgen. Zur Wahrung der Frist genügt die Rücksendung der Ware oder die Versendung der schriftlichen Widerrufserklärung. Fehlt es an diesen Voraussetzungen, so endet die Widerrufsfrist bei Warenlieferung erst sechs Monate nach Eingang der Ware beim Kunden, bei Dienstleistungen sechs Monate nach Vertragsabschluss. Keine Frist läuft dagegen, wenn die Widerrufsbelehrung fehlt oder unvollständig ist.

Die Widerrufsbelehrung kann nach den Vorgaben des im Anhang zum EGBGB befindlichen Musters erstellt werden.

Das Widerrufsrecht ist ausgeschlossen:

- Bei Waren, die nach **besonderer Spezifikation** angefertigt werden,
- bei **Audio- und Videoaufzeichnungen sowie Software**, sofern die gelieferten Datenträger vom Kunden entsiegelt worden sind,
- bei **Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten**,
- bei der Erbringung von **Wett- und Lotterie-Dienstleistungen**,
- bei **Verträgen, die in Form von Versteigerungen geschlossen** werden (Ausnahme: Internetauktion!),
- bei bestimmten **Finanzdienstleistungen**,
- bei der Erbringung **telekommunikationsgestützter Dienste** (Definition siehe § 3 Nr. 25 TKG), die auf Veranlassung des Verbrauchers unmittelbar per Telefon oder Telefax in einem Mal erbracht werden, sofern es sich nicht um Finanzdienstleistungen handelt. Dies dient der Bekämpfung der unlauteren Telefonwerbung.

Statt des Widerrufsrechts kann dem Verbraucher ein Rückgaberecht eingeräumt werden. Das Rückgaberecht kann innerhalb der Widerrufsfrist durch Rücksendung der Sache oder durch Rücknahmeverlangen ausgeübt werden. Die Vorschriften über den Widerruf sind entsprechend anwendbar.

Widerruft der Kunde den Vertrag, ist er grundsätzlich zur Übernahme der dafür anfallenden Kosten verpflichtet. Bei Warenwerten bis zu 40,00 Euro können dem Kunden jedoch vertraglich die Übernahme der Rücksendekosten auferlegt werden.

Weitere Informationen bezüglich [Fernabsatzverträgen](#) finden Sie auf unserem gesonderten Merkblatt!

Beachten Sie, dass ein Verstoß gegen die Verbrauchervorschriften wettbewerbsrechtliche Folgen haben kann. Diese sind z. B. Abmahnungen oder schlimmstenfalls die Erhebung von Bußgeldern.

## VIII. Domainrecht

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.

## IX. Urheberrecht

**Unternehmenspräsentationen** auf einer Website sind (wie die Website insgesamt) in der Regel urheberrechtlich geschützt und dürfen nur mit Zustimmung des Urhebers verbreitet, kopiert oder verändert werden. 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 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.

## X. Wettbewerbsrecht

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

Insbesondere die Preisangabenverordnung (PAngV) enthält spezielle Vorschriften für Fernabsatzverträge, nach der Angaben zu tätigen sind, dass die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten und ob zusätzliche Liefer- und Versandkosten anfallen. Daneben können für einzelne Branchen weitere Vorschriften einschlägig sein.

**Werbung per E-Mail** ist in der Regel 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 zwischen Unternehmern).

Im Verhältnis Unternehmer-Verbraucher sieht das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb eine Ausnahmeregelung vor, gem. § 7 Abs. 3 UWG dürfen Webmails 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. Außerdem dürfen inhaltlich gleichartige Waren oder Dienstleistungen beworben werden, die der Kunde schon einmal bei dem Unternehmen bestellt hat. Der Kunde muss bei jeder Nutzung klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass er dieser Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass dafür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Soweit die Übersendung unverlangter elektronischer Werbung überhaupt zulässig ist, muss der Werbezweck schon aus der Betreffzeile hervorgehen. Außerdem muss der Absender klar erkennbar sein. Wird die Werbung dagegen als normale Post getarnt, ist sie wettbewerbsrechtlich unzulässig und wird nach § 16 Abs. 3 des Telemediengesetzes (TMG) mit einem Bußgeld von bis zu 50.000,00 Euro bestraft.

**Hinweis:** Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

---

Ein Merkblatt der

Industrie- und Handelskammer Siegen, Koblenzer Straße 121, 57072 Siegen, <http://www.ihk-siegen.de>

*Ansprechpartner:*

*(IHK Siegen, Geschäftsstelle Olpe, Seminarstr. 36, 57462 Olpe)*

*Ass. Gabriela Pokall, ☎ 02761 9445-20, Telefax 02761 9445-40*

*E-Mail [gabriela.pokall@siegen.ihk.de](mailto:gabriela.pokall@siegen.ihk.de)*