

Rechtssichere Internetseiten

Tipps, Checklisten, Praxisbeispiele

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Herausgeber

Kompetenzzentrum elektronischer
Geschäftsverkehr KEG Saar
Franz-Josef-Röder-Straße 9
66119 Saarbrücken

In Zusammenarbeit mit

Rechtsanwaltskanzlei Dury
Rechtsanwälte Kreienberg & Kuntz

Text und Redaktion

Sabine Betzholz-Schlüter
Marcus Dury
Felix Kuntz

Bildnachweis

www.fotolia.de
www.istock.de

Stand

Juni 2011

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhaltsverzeichnis

Rechtssichere Internetseiten: Einleitung	4
Anforderungen an Impressum/ Anbieterkennzeichnung	5
Informationspflichten bei Online-Shops	8
Vorgaben des Datenschutzes	12
Inhaltliche Rechtsverletzungen	17
Fazit	19
Projektpartner	20
Weiterführende Links	23

Rechtssichere Internetseiten

Einleitung

Internetauftritte sind die Visitenkarten von Unternehmen: Sie gehören zu den zentralen Kommunikationsmitteln, um Kunden zu erreichen und zu binden. Eine professionelle und gut durchdachte Website trägt dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens zu verbessern. Sie wird damit zu einem immer wichtigeren Erfolgsfaktor.

Zahlreiche Anforderungen müssen aber bei der Gestaltung von Internetseiten beachtet werden. Schon nach wenigen Klicks entscheiden Kunden, ob sie auf einer Website bleiben oder nicht. Absprungraten von über 50% sind üblich. Neben inhaltlich-/gestalterischen Aspekten dürfen bei Websites auch technische, organisatorische und insbesondere rechtliche Gesichtspunkte nicht unberücksichtigt bleiben. Vertrauen und Seriösität des Online-Anbieters stehen immer mehr im Blickpunkt. Nur wer diese Anforderungen an eine Internetseite erfüllt, hat Chancen, dass aus Besuchern Stammkunden werden.

Insbesondere dem Aufbau von Vertrauen und der Seriösität der Online-Anbieter hat der Gesetzgeber in den letzten Jahren verstärkt Rechnung getragen. Es wurden immer weitergehende Informations- und Verhaltenspflichten für Internetseitenbetreiber aufgestellt, die in der Rechtspraxis täglich weiter ausgeformt werden. Kaum eine Woche vergeht, ohne dass einschlägige Urteile bekannt werden. Je nachdem, ob Ihre Internetseite in erster Linie der Unternehmensdarstellung dient oder ob Sie darüber (auch) Handel betreiben, sind unterschiedliche Gesetze und Normen zu berücksichtigen. Besonders im elektronischen

Geschäftsverkehr (E-Commerce) existieren etwa mit dem Widerrufsrecht oder dem Datenschutz Vorgaben, die Nichtjuristen nicht beherrschen können. Die Missachtung dieser Vorgaben kann aber sehr teuer werden.

Im Rahmen des „NEG Website Award 2011“ wurde erstmals eine eingehende juristische Prüfung der nominieren Websites veranlasst. Der Preis prämiert Internetseiten von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), welche die Bedeutung des Mediums Internet für ihre geschäftlichen Aktivitäten erkannt haben und die Möglichkeiten des Internets in vorbildlicher Weise für sich nutzen. Die juristische Prüfung hat gezeigt, dass viele designtechnisch gut umgesetzte Seiten grundlegende gesetzliche Anforderungen nicht erfüllen.

Der Praxisratgeber zeigt Ihnen für die vier Bereiche „Anbieterkennzeichnung“ (Impressum), „Online-Shop“, „Datenschutz“ und „inhaltliche Rechtsverletzungen“ den heutigen Stand der Rechtsprechung; zudem werden Checklisten zur Überprüfung und Mustertexte für Impressum sowie Datenschutzerklärungen zur Verfügung gestellt. Die Herausgeber empfehlen aufgrund der geschilderten Dynamik der Rechtsprechung darüber hinaus, alle rechtlichen Vorschriften in bestimmten zeitlichen Abständen von einem Rechtsanwalt prüfen zu lassen.

Auf die Nennung und Angabe von §§ ist weitgehend verzichtet worden, da der Leitfaden sich an nicht juristische Anwender richtet. Alle Normen und Gesetze lassen sich (kostenfrei) im Internet nachlesen, z.B. unter www.gesetze-im-internet.de/aktuell.html oder www.dejure.org.



Anforderungen an Impressum / Anbieterkennzeichnung

Wer sich geschäftsmäßig im Internet präsentiert, muss zahlreiche Informationspflichten beachten. Die wichtigste Informationspflicht ist die Pflicht, ein Impressum (auch Anbieterkennzeichnung genannt) auf der Internetseite vorzuhalten, das den Anforderungen der §§ 5 und 6 Telemediengesetz (TMG) und § 55 Rundfunkstaatsvertrag (RStV) genügt.

Jeder Verstoß gegen diese Vorschriften kann zu einer kostenpflichtigen wettbewerbsrechtlichen Abmahnung führen. Eine Einstufung von Verstößen als Bagatelle ist ausgeschlossen, da die vorgenannten Regelungen auf Vorgaben der Europäischen Union basieren und somit für alle Mitgliedsstaaten verbindlich sind. Private Anbieter treffen weniger strenge Informationspflichten.

Die Authentizität von Firmeninformationen ist wichtig für das Funktionieren unseres Wirtschaftskreislaufes. Umsatzsteuerbetrug, fehlerhafte Rechnungen und Irritationen über die Identität des Vertragspartners müssen weitgehend vermieden werden. Deshalb muss klar definiert sein, wer gewerbsmäßig auftritt.

Auch bei den zum NEG Website Award 2011 eingereichten Internetseiten wiesen zahlreiche Seiten grundlegende Fehler im Impressum auf. Dadurch werden unnötige kostenpflichtige Abmahnungen durch Konkurrenten oder Verbraucherschutzverbände provoziert, denn Verstöße sind mit einfachsten Mitteln (z.B. durch einfache Sucheingabe in einer Suchmaschine) für jedermann auffindbar.

Ihr Impressum sollte folgende Punkte enthalten:

1. Vollständiger Name des Anbieters, des Vertretungsberechtigten, Rechtsform

Neben dem Namen und der Anschrift des Anbieters ist bei juristischen Personen und sonstigen Körperschaften (z.B. GmbH, OHG etc.) zusätzlich die Rechtsform und der Vertretungsberechtigte (z.B. Geschäftsführer der GmbH) zu nennen. Die Nennung hat vollständig zu erfolgen, Vornamen dürfen nicht abgekürzt werden.

2. Stamm- oder Grundkapital bei juristischen Personen

Angaben zu Stamm- oder Grundkapital müssen nur gemacht werden, soweit nicht alle in Geld zu leistenden Einlagen eingezahlt sind. Dann ist der ausstehende Gesamtbetrag der Einlagen anzugeben.

3. Anschrift, Kontaktaufnahme und Kommunikation

Erforderlich sind die Angabe der Postanschrift (Postfach genügt nicht) ggf. der Niederlassung des Anbieters und Angaben zur schnellen elektronischen Kontaktaufnahme



Viele Internetseiten, die im Rahmen des NEG Website Award 2011 geprüft worden sind, wiesen insbesondere zwei typische Fehler im Impressum auf:

1. Bei Seiten mit redaktionell-journalistischen Inhalten fehlte sehr oft die zwingend erforderliche Nennung des inhaltlich Verantwortlichen nach § 55 Abs. 2 RStV (Rundfunkstaatsvertrag). Insbesondere Blogs, Newsbereiche (Aktuelles) und alle Beiträge, die periodisch erscheinen und zu einer Meinungsbildung beitragen können, werden als journalistisch / redaktionell angesehen.

2. Auffallend war ebenso, dass viele Teilnehmer statt oder neben der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer die Steuernummer angegeben haben. Die Angabe der Steuernummer ist nicht nur überflüssig, sondern birgt zudem die Gefahr des Missbrauchs durch Dritte. Einige wenige Seiten schossen über das Ziel extrem weit hinaus und führten die Bankverbindung des Seitenbetreibers im Impressum auf. Rechtlich ist dies zwar kein Fehler, aber spätestens wenn sich die betrügerischen Lastschriften auf dem Konto häufen, wird man es bereuen.

RA Felix Kuntz

und unmittelbarer Kommunikation mit dem Anbieter. Dazu gehören Telefon und E-Mail sowie Fax (soweit vorhanden).

Eine Telefonnummer ist aber nicht unbedingt erforderlich, wenn neben der E-Mail-Adresse ein zweiter unmittelbarer und effizienter Kommunikationsweg angeboten wird. Dies kann, muss aber nicht das Telefon sein. Ein elektronisches Kontaktformular genügt, wenn auf konkrete Fragen des Nutzers spätestens innerhalb einer Stunde geantwortet wird.

Ein Kontaktformular soll nach einem Urteil statt der E-Mail-Adresse genügen, wenn während der üblichen Geschäftszeiten auf Anfragen innerhalb von 30 bis 60 Minuten geantwortet wird. Besser ist es aber, eine E-Mail-Adresse anzugeben.

4. Zuständige Aufsichtsbehörde

Falls der Anbieter eine zulassungspflichtige Tätigkeit ausübt und anbietet, ist die zuständige Aufsichtsbehörde zu benennen. Behördlicher Zulassung bedürfen z.B. Gaststätten, Inkassobüros, Taxiunternehmen usw.

5. Umsatzsteuer- und Wirtschafts-Identifikationsnummer

Soweit eine Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nach § 27 a des Umsatzsteuergesetzes (UStG) oder eine Wirtschafts-Identifikationsnummer nach § 139 c der Abgabenordnung (AO) an den Seitenbetreiber vergeben ist, muss diese angegeben werden. Die vom Finanzamt vergebene Steuernummer sollte hingegen nicht angegeben werden, da hierdurch dem Missbrauch im Rahmen der Umsatzsteuervoranmeldung Tür und Tor geöffnet wird. Ebenso wenig sollte die Kontonummer angegeben werden.

6. Registergericht und Registernummer

Wenn der Anbieter in das Handels-, Vereins-, Partnerschafts- oder Genossenschaftsregister eingetragen ist, müssen das Registergericht (z.B. Amtsgericht Kaiserslautern) und die Registernummer angegeben werden.

7. Kammer, Berufsbezeichnung und berufsständische Regelungen

Bei besonders reglementierten Berufen, deren Aufnahme oder Ausübung rechtlich an ein Diplom oder andere Bildungsnachweise gebunden sind (z.B. Ärzte, Apotheker, Therapeuten, Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Architekten, Ingenieure) sind zusätzliche Angaben notwendig. Hinzuweisen ist auf die zuständige Kammer, die Berufsbezeichnung, ggf. der Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen wurde, und die Nennung der berufsständischen Regelungen oder wenigstens ein Link dorthin. Eine Liste der in Deutschland besonders reglementierten Berufe finden Sie in den weiterführenden Links am Ende des Leitfadens.

8. Name des inhaltlich Verantwortlichen

Bei journalistisch-redaktionellen Angeboten sind Name und Anschrift des Verantwortlichen zu nennen. Derartige Angebote sind regelmäßige Blogs, News usw. Bei mehreren Verantwortlichen ist kenntlich zu machen, wer für welchen Teil des Dienstes verantwortlich ist. Der Verantwortliche muss seinen ständigen Aufenthalt im Inland haben, voll geschäftsfähig und unbeschränkt strafrechtlich verfolgbar sein und darf nicht infolge Richterspruchs die Fähigkeit zur Bekleidung öffentlicher Ämter verloren haben. Im Zweifel sollte diese Angabe mit aufgenommen werden, um Abmahnungen zu vermeiden.

9. Berufshaftpflichtversicherung

Über die in § 5 TMG genannten Anforderungen hinaus haben Dienstleister nach der Verordnung über Informationspflichten für Dienstleistungserbringer (DL-InfoV) bei Bestehen einer Berufshaftpflichtversicherung den Namen und die Anschrift des Versicherers und den räumlichen Geltungsbereich der Versicherung anzugeben.

10. Erkennbarkeit und Erreichbarkeit des Impressums

Das Impressum muss leicht auffindbar und ständig verfügbar sein, und sollte unter dem sog. "sprechenden Link" "Impressum" oder wenigstens als "Kontakt" zu finden sein, also auf jeder Seite! Es muss spätestens nach zwei Klicks erreicht sein.

CHECKLISTE - Impressum

Anforderung	Irrelevant	Erfüllt	Nicht erfüllt
1. Angabe des Namens des Anbieters und des Vertretungsberechtigten, Rechtsform	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. bei juristischen Personen auch Stamm- oder Grundkapital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Angabe der Anschrift (der Niederlassung) des Anbieters, Telefon-Nr., E-Mail-Adresse und ggf. Fax-Nr.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Zuständige Aufsichtsbehörde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Angabe der Umsatzsteuer- oder Wirtschafts-Identifikationsnummer, falls vorhanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Angabe von Registergericht und Registernummer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Angabe von Kammer, Berufsbezeichnung und berufsständischen Regelungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Angabe von Name und Anschrift des inhaltlich Verantwortlichen, falls journalistisch-redaktionelle Inhalte vorgehalten werden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Name und Anschrift der Berufshaftpflichtversicherung sowie örtlicher Geltungsbereich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Ort des Impressums: leicht auffindbar, ständig verfügbar und gleich als "Impressum" zu erkennen (max. zwei Klicks)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Musterbeispiel für das Impressum einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Musterfirmenname GmbH
Musterstraße 1
12345 Musterstadt

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:
Gregor Mustermann
weitere Geschäftsführer: Stefan Schmitt, Gustav Meyer

Telefon: 123/456789
Fax: 123/45678-10
E-Mail: info@musternamegmbh.de

Registergericht: Amtsgericht Musterstadt
Registernummer: HRB 12345
Stammkapital: 25.000 Euro

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. § 27a UStG:
DE 123456789

Inhaltlich Verantwortlicher nach § 55 II RStV:
Maximilian Mustermann (Anschrift s.o.)

Musterbeispiel für das Impressum einer GmbH & Co. KG

Schuster GmbH & Co. KG
Schusterstraße 1
12345 Schusterhausen

diese vertreten durch die Komplementärin
Schusterchens Verwaltungs GmbH (Komplementärin)
Schusterstraße 1 a
12345 Schusterhausen

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer:
Bernd Schuster (Geschäftsführer)
weitere Geschäftsführer: Olaf Bantan

Telefon: 123/456789
Fax: 123/45678-10
E-Mail: info@schuster-mustergmbhcokg.de

Registergericht: Amtsgericht Musterstadt
Registernummer: HRB 12345

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. § 27a UStG:
DE 123456789

Inhaltlich Verantwortlicher nach § 55 II RStV:
Maximilian Mustermann (Anschrift s.o.)

Musterbeispiel für das Impressum eines eingetragenen Kaufmanns (e. K.)

Jacob Spardo e.K
Musterstraße 69
08152 Musterstadt

Telefon: 123/456789
Fax: 123/45678-10
E-Mail: info@spardoek.de

Registergericht: Amtsgericht Musterstadt
Registernummer: HRB 12345
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. § 27a UStG:
DE 123456789

Inhaltlich Verantwortlicher nach § 55 II RStV:
Jacob Spardo (Anschrift s.o.)

Musterbeispiel für das Impressum einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)

Muster & Mann GbR
Musterstraße 1
12345 Musterdorf

Gesellschafter: Anton Muster, Beatrice Mann

Telefon: 123/456789
Fax: 123/45678-10

E-Mail: info@musternamegbr.de

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. § 27a UStG:
DE 123456789

Inhaltlich Verantwortliche nach § 55 II RStV:
Beatrice Mann (Anschrift s.o.)



Informationspflichten bei Online-Shops



Insbesondere, wenn Sie sich mit Ihrem Online-Shop auch an Verbraucher wenden, sollten Sie frühzeitig mit einem spezialisierten Anwalt zusammenarbeiten, der darauf achtet, dass Sie nicht in eine der weit verbreiteten Abmahnfallen tappen. Die Rechtsprechung zum Betrieb von Online-Shops entwickelt sich rasant, so dass ständig neue Anforderungen auf Sie zukommen. Optimal ist es, wenn Ihr Anwalt Sie ungefragt über neueste Rechtsprechungs- und Gesetzesentwicklungen im Bereich der Online-Shops unterrichtet. Einige spezialisierte Kanzleien bieten hierfür einen Update-Service an, der nicht viel kostet, Sie aber vor großem Schaden bewahren kann. Auch der Shopbetreiber-Blog (www.shopbetreiber-blog.de) ist zu empfehlen.

RA Marcus Dury

In der Praxis bietet es sich an, die erforderlichen Informationen in allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) aufzunehmen. Eine Pflicht zur Verwendung von AGBs besteht nicht.

Während des Bestellprozesses sollten die AGB dann durch Anklicken einer "Checkbox", also durch Setzen eines Häkchens, wirksam in den Vertrag einbezogen werden. Verzichtet der Shopbetreiber auf die Verwendung von AGBs, muss er seinen Informationspflichten auf andere Weise nachkommen. Wichtig ist in jedem Fall, dass der Verbraucher vor Vertragsabschluss in zumutbarer Weise Kenntnis von den erteilten Informationen erhalten kann - ohne AGB ein schwieriges Unterfangen. Selbstverständlichkeiten sollten Sie übrigens nicht in AGB aufnehmen. Die AGB werden unnötig aufgebläht und wenn sie werbend verwendet werden, wäre dies wiederum eine wettbewerbswidrige Werbung mit Selbstverständlichkeiten.

Neben den nachfolgend angeschnittenen Themen gilt es beim Betrieb eines Online-Shops noch eine ganze Reihe weitere Pflichten zu beachten, die sich aus speziellen Regelungen, z.B. der Batterieverordnung oder Elektrogeräteverordnung, bzgl. einzelner Waren ergeben.

Bei Waren, die nach Gewicht, Volumen, Länge oder einer sonstigen Maßeinheit verkauft werden, muss auch immer der Grundpreis, also der Preis pro Maßeinheit, in unmittelbarer Nähe zum Endpreis angegeben werden.

Unternehmen die ihre Internetseiten nicht nur als digitale Visitenkarte nutzen, sondern ihre Waren und Dienstleistungen unmittelbar über das Internet an Kunden in Deutschland vertreiben, müssen sich zusätzlich an die rechtlichen Regelungen bei sog. Fernabsatzgeschäften halten. Dies gilt unabhängig davon, ob das Unternehmen seinen Sitz im Ausland hat.

Wendet sich ein Online-Shop auch gezielt an Kunden im Ausland, sind immer die fernabsatzrechtlichen Vorschriften des jeweiligen Ziellandes zu beachten. Theoretisch müsste also ein Online-Shop, der in 20 verschiedene Länder liefert, 20 länderspezifische Bestellprozesse einrichten und diese von Anwälten aus dem Zielland prüfen lassen. Ein aussichtsloses und kaum zu bezahlendes Unterfangen.

Falls Waren ins Ausland geliefert werden, reicht es übrigens nach Ansicht des OLG Hamm nicht aus, "Versandkosten ins Ausland auf Anfrage" mitzuteilen. Die Versandkosten müssen wie bei einer Inlandslieferung vor Vertragschluss klar ausgewiesen werden, z.B. in einer Versandkosten-tabelle die während des Bestellprozesses verlinkt ist (vgl. OLG Hamm, Urteil v. 01.02.2011, I-4 U 196/10).



Nachfolgend sind die wichtigsten Anforderungen an Online-Shops dargestellt:

1. Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen

Das Einführungsgesetzes des bürgerlichen Gesetzbuchs (EGBGB) definiert eine Vielzahl von Informationspflichten, wie z.B. über den Namen des Seitenbetreibers, die Handelsregisternummer und das Registergericht, natürlich nur soweit eine Eintragung besteht (Art. 246 EGBGB). Dort ist auch geregelt, welche Informationen wann und wie zur Verfügung zu stellen sind. Inhaltlich sind diese Angaben größtenteils identisch mit den Pflichtangaben im Impressum. Es bietet sich aber an, diese in den AGB zu wiederholen.

2. Informationspflichten für Fernabsatzverträge über Finanzdienstleistungen

Bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen bestehen spezifische, über den Normalfall hinausgehende Informationspflichten. Hierunter fällt auch die Vermittlung von Krediten bei einem finanzierten Kauf.

3. Informationspflichten bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr

Der Shopbetreiber muss u. a. eindeutig über die einzelnen technischen Schritte informieren, die zu einem Ver-

tragschluss führen, und wie man Eingabefehler bzw. einen fälschlicherweise in den Warenkorb eingelegten Artikel wieder löschen kann.

4. Bestätigung der Bestellung

Der Unternehmer hat den Zugang der Bestellung des Kunden unverzüglich per E-Mail zu bestätigen. Die gängigen Shop-Systeme bieten eine entsprechende Funktion, mit der eine Bestellbestätigung unmittelbar nach der Bestellung automatisiert versendet wird.

5. Einräumung Widerrufs- oder Rückgaberecht

Im Gegensatz zum Kauf im Geschäft steht dem Verbraucher beim Kauf in einem Online-Shop ein Widerrufs- oder ein Rückgaberecht zu. Beim Online-Kauf hat der Verbraucher also einen klaren Vorteil, da er die Ware innerhalb der Widerrufsfrist ohne Angabe von Gründen an den Shopbetreiber zurückgeben kann. Im Ladengeschäft sind die Kunden auf Kulanz angewiesen. Selbst die Rücksendekosten sind im Fall eines Widerrufs vom Shopbetreiber zu ersetzen, es sei denn, der Warenwert der zurückzusendenden Sache liegt nicht über 40 Euro und es wurde Kostenübernahme durch den Kunden vereinbart.

6. Belehrung über Widerrufs- oder Rückgaberecht

Ein Punkt, an dem sehr viele Online-Shops scheitern, ist die rechtskonforme Belehrung über das Widerrufs- oder Rückgaberecht. Nachdem vor den Gerichten in den letzten Jahren erbittert um die richtige Formulierung des Belehrungstextes gestritten wurde, hatte der Gesetzgeber ein Einsehen und nahm im September 2009 eine Musterbelehrung in das EGBGB auf (Anlage 1 und 2 zu Artikel 246 EGBGB). Auch wenn der Text nach dem Baukastenprinzip aufgebaut ist, sollte ein spezialisierter Anwalt den Text vor Verwendung nochmals kontrollieren. Ein Großteil der Abmahnungen im Bereich der Online-Shops wird immer noch aufgrund fehlerhafter Widerrufsbelehrungen ausgesprochen. In jedem Fall gilt die Grundregel, keine Veränderungen an dem Text der Musterwiderrufsbelehrung vorzunehmen. Die nächste Änderung der Musterwiderrufsbelehrung ist noch im Jahr 2011 geplant.

7. Angabe des Brutto- bzw. Nettopreises

Die fehlerhafte Angabe der Preise in einem Online-Shop ist ein weiterer häufiger Grund für wettbewerbsrechtliche Abmahnungen. Können auch Verbraucher in dem Online-Shop bestellen, ist stets der Bruttopreis anzugeben. Details regelt die Preisangabenverordnung (PAngV). Ob das Angebot an Verbraucher gerichtet ist, bestimmt sich nach der Auffassung der Verkehrskreise, an die die Werbung gerichtet ist. Maßgeblich ist dabei das Verständnis derjenigen Personen, die üblicherweise auf solche Angebote zugreifen.



8. Auszeichnung der Mehrwertsteuer und sonstiger Preisbestandteile

Die Preisangabeverordnung verlangt darüber hinaus, dass zumindest auf der Artikelseite, in der Nähe der Preisangabe, darauf hinzuweisen ist, dass in dem angegebenen Preis die Mehrwertsteuer enthalten ist und welche weiteren Preisbestandteile noch hinzukommen. Bewährt ist der Hinweis: „inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten“, wobei der Begriff „Versandkosten“ dann auf eine Versandkostenabelle verlinkt sein muss. Zusätzlich ist zu empfehlen, bereits in den Suchergebnissen und Artikelübersichten einen Sternchenhinweis aufzunehmen, der am Ende der Seite auf einen entsprechenden Hinweistext („*alle Preise inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten“) Bezug nimmt.



Der Website-Award 2011 hat gezeigt, dass selbst extrem aufwändig gestaltete, professionelle Online-Shops fundamentale Fehler in vielen der genannten Punkte aufwiesen.

Wenn Shopsysteme sich widersprechende Rechtstexte verwenden, vor allem in der Angabe der Versandkosten inkonsistent sind, oder während des Bestellvorgangs andere Irritationen auftreten, werden potentielle Kunden abgeschreckt. Dann wird die Conversion-Rate sinken, Umsatz geht verloren und Vertrauen wird nachhaltig beschädigt.

RA Marcus Dury

9. Liefer- und Versandkosten

Wie bereits in Ziffer 8 angesprochen, ist darüber aufzuklären, in welcher Höhe Liefer- und Versandkosten anfallen. Die Rechtsprechung verlangt über die Verlinkung einer Versandkostenabelle hinaus, dass spätestens bei Aufruf des virtuellen Warenkorbs die tatsächliche Höhe der für den Einkauf anfallenden Versandkosten in der Preisauflistung gesondert ausgewiesen wird. Auf der Artikelseite reicht ein Hinweis, dass Versandkosten anfallen, in der Artikelübersicht oder in Suchergebnissen ist ein solcher Hinweis keine Pflicht, gleichwohl aber empfehlenswert. Auch hier ist nochmals auf die neueste Rechtsprechung des OLG-Hamm hinzuweisen, das die Formulierung „Auslandsversandkosten auf Anfrage“ als unzulässig ansieht (OLG-Hamm, Urteil v. 01.02.2011, I-4 U 196/10)

10. Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke

Wirbt der Shopbetreiber mit Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken, müssen diese klar als solche erkennbar sein. Die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sein und klar und unzweideutig angegeben werden. Mögliche wettbewerbsrechtliche Verstöße, wie z.B. falsche durchgestrichene UVP-Preise (unverbindliche Preisempfehlung), die Angabe von irreführenden „Mondpreisen“ bei Preisnachlässen oder sonstige Fehler bei der Preisangabe, stellen in der Praxis eine reale Abmahngefahr dar.

11. Wirksame Einbeziehung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen müssen, damit sie wirksam werden, in den Vertrag ordnungsgemäß einbezogen werden. Der Shopbetreiber muss also den Kunden vor definitivem Vertragsabschluss ausdrücklich auf sie hinweisen und ihm die Möglichkeit verschaffen, in zumutbarer Weise von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen. Für die Möglichkeit der Kenntniserlangung genügt es, wenn die AGB auf der Bestellseite über einen gut sichtbaren „sprechenden Link“ aufgerufen werden können. Das Aktivieren einer Checkbox ist nicht zwingend erforderlich, gleichwohl aber sehr zu empfehlen. Der Link zu den AGB ist „sprechend“, wenn er klar, verständlich und gut platziert ist. Im Bestellvorgang muss der Link gut sichtbar eingeblendet werden. Die Verwendung von AGB ist keine Pflicht, so dass der Verzicht darauf keinen offensichtlichen Rechtsverstoß darstellt. Jedoch sind die zahlreichen Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen kaum auf anderem Weg zu erfüllen.

12. AGB erreichbar, druckbar und speicherbar

Die AGB müssen jederzeit erreichbar sein. AGB, die länger sind als eine Bildschirmseite, sollte man einfach ausdrucken und/oder abspeichern können. Nicht ausreichend ist es z. B., die AGB nur in einem Flash-Applet anzuzeigen. Bei der Prüfung von Online-Shops tauchen auch immer wieder AGB-Texte auf, die in sog. Scrollboxen in die Internetseiten eingebunden sind. Auch hier ist zu empfehlen, dass eine gesonderte Möglichkeit zum Ausdruck oder zur Speicherung des AGB-Textes in die Seite integriert wird.

13. Doppelte Verwendung der „40-Euro-Klausel“

Übt ein Kunde sein Widerrufsrecht aus, hat der Shopbetreiber üblicherweise die Rücksendekosten zu tragen. Kunden, die Verbraucher sind, dürfen vertraglich die Rücksendekosten auferlegt werden, wenn der Wert der zurückzusendenden Sache einen Betrag von 40 Euro nicht übersteigt. Diese Kostentragungspflicht kann auch durch AGB vereinbart werden. Allerdings reicht es nicht aus, wenn die sog. „40-Euro-Klausel“ nur in der Widerrufsbelehrung

innerhalb der AGB steht. Die Rechtsprechung fordert vielmehr, dass die „40-Euro-Klausel“ als gesonderte Klausel im Text der AGB aufzuführen ist. Wie die Verwendung von AGB überhaupt ist auch die Vereinbarung der „40-Euro-Klausel“ keine Pflicht, so dass das Fehlen keinen hier zu prüfenden offensichtlichen Rechtsverstoß darstellt. Insbesondere Shopbetreiber, die hochpreisige Waren anbieten, können einfach auf die 40-Euro-Klausel verzichten. Wichtig ist dabei nur, dass die Widerrufsbelehrung dann auch auf einen entsprechenden Hinweis verzichtet.



CHECKLISTE - Fernabsatzrecht

Anforderung	Irrelevant	Erfüllt	Nicht erfüllt
1. Information rechtzeitig vor Vertragsabschluss über Vertragspartner, insbesondere Firmenname, vertretungsberechtigte Personen, Anschrift, Registernummer etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Besondere Informationen bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Informationen über die technischen Schritte, die zum Vertragsabschluss führen und zur Korrektur von Eingabefehlern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Unverzügliche Bestätigung der Bestellung per E-Mail o. ä.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Einräumung eines Widerrufs- oder Rückgaberechts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ordnungsgemäße Belehrung über Widerrufs- oder Rückgaberecht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Angabe des Bruttopreises in Artikelübersicht und Artikelbeschreibung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Gesonderte Auszeichnung der Mehrwertsteuer und sonstiger Preisbestandteile	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Klare Angabe der Liefer- und Versandkosten in einer Versandkosten-tabelle und im Warenkorb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Angaben über Preisnachlässe, Zugaben, Geschenke, Gewinnspiele. Details zur Befristung oder Gültigkeitsdauer der zur Verfügung gestellten Informationen, etwa die Gültigkeitsdauer befristeter Angebote	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Wirksame Einbeziehung der AGB (Allgemeine Geschäftsbedingungen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. AGB gut erreichbar, druckbar und speicherbar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Ggf. doppelte Verwendung der „40-Euro-Klausel“, wenn Rücksendekosten dem Käufer auferlegt werden sollen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Vorgaben des Datenschutzes

Gegenstand des Datenschutzes sind personenbezogene Daten natürlicher Personen; juristische Personen werden vom Bundesdatenschutzgesetz nicht erfasst. Zu den personenbezogenen Daten gehören alle Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer natürlicher Person. Hierunter fallen z. B. Angaben wie Name, Post-Adresse, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer, ggf. auch Nutzungsdaten wie die IP-Adresse.

Also ist schon das Aufrufen einer Internetseite datenschutzrechtlich relevant, denn soweit Nutzerkonten bestehen oder die IP-Adresse einer Person zugeordnet werden kann, besteht ein Personenbezug oder eine sog. Personenbeziehbarkeit. Daher ist es erforderlich, jeden Internetnutzer auf den Umgang mit personenbezogenen Daten hinzuweisen.

Personenbezogene Daten sind die „Währung der digitalen Welt“. Das zeigen vor allem der wachsende Markt für gezielte Werbung, aber leider auch die in der letzten Zeit aufgedeckten Datenskandale beim unzulässigen, aber lukrativen Verkauf von Daten durch Adresshändler.

Datenschutz soll hingegen Vertrauen schaffen. Er ist neben der Datensicherheit und Datensparsamkeit das einzige Mittel, um die Privatsphäre zu schützen. Der offline gängige Satz: „Das bleibt aber unter uns“, ist im Internet nichts wert. Der in der Frühzeit des Internet benutzte Satz, „Im Internet weiß niemand, dass Du ein Hund bist!“, ist in Zeiten von Google, Facebook & Co. nicht mehr gültig. Dank der Integration von Social-Media-Elementen „wissen“ unsere Lieblingsseiten sehr genau über unsere Vorlieben und Interessen Bescheid. Erleichtert wird dies durch die Integration von Google Analytics und Facebook-Like-Buttons auf Drittseiten. Im Rahmen des NEG Website Award 2011 hat sich beispielsweise gezeigt, dass ca. 90% aller Landesieger Google Analytics nutzen.

Datenschutz ist keine Bürde, sondern ein kaufentscheidender Faktor. Punkten Sie damit! Durch ein entsprechend hohes Datenschutzniveau schaffen Sie bei Ihren Internetbesuchern und Kunden Vertrauen in die Qualität und Professionalität Ihrer Leistung. Nutzen Sie das als Wettbewerbsvorteil und kommunizieren Sie in einer transparenten Datenschutzerklärung, wie Sie mit den Daten Ihrer Besucher umgehen.



Wenn Sie Google Analytics in Deutschland rechtskonform einsetzen möchten, dann modifizieren Sie den von Google Analytics zur Verfügung gestellten Java-Skript Code indem Sie folgende Code-Zeile aufnehmen:

```
_gaq.push(['_gat._anonymizeIp']);
```

Durch diesen Befehl soll angeblich die IP-Adresse nur um drei Stellen gekürzt an Google übertragen werden.

RA Felix Kuntz



Und so sollte der Datenschutz funktionieren:

1. Einwilligung bei Nutzung personenbezogener Daten zu anderen Zwecken

Seitenbetreiber, die personenbezogene Daten für andere Zwecke als die Vertragsabwicklung bzw. Funktion der Internetseite nutzen möchten, müssen den Nutzer hierüber informieren und dieser muss zu der anderweitigen Nutzung seiner personenbezogenen Daten ausdrücklich seine Zustimmung erklären. An die Einwilligung werden dabei hohe Anforderungen gestellt. Der Seitenbetreiber hat im Streitfall zu beweisen, dass der Nutzer seine Einwilligung bewusst und eindeutig erklärt hat. Er sollte die Einwilligung also protokollieren. Der Nutzer muss seine Einwilligung in der Zukunft jederzeit widerrufen können. Darauf ist hinzuweisen.

2. Datenschutzerklärung berücksichtigt besondere Funktionen der Website

Die Datenschutzerklärung muss alle datenschutzrechtlich relevanten Funktionen der Internetseite berücksichtigen. Dies können z.B. Bestellformulare für Newsletter, Kommentarmöglichkeiten, Kontaktformulare und Gästebücher sein.

3. Datenschutzerklärung ständig verfügbar und aussagekräftig verlinkt

Die Hinweise zum Datenschutz müssen von den Nutzern jederzeit auf der Internetseite abgerufen werden können. Ähnlich wie bei der Anbieterkennzeichnung ist die Datenschutzerklärung mit einem sog. sprechenden Link "Datenschutz" oder "Datenschutzerklärung" zu verlinken. Wie beim Impressum muss die Datenschutzerklärung mit max. zwei Klicks von der Startseite aus erreichbar sein. Die Datenschutzerklärung sollte also nicht in den AGB „versteckt“ werden.

4. Unterrichtung über die Nutzung von Cookies

Cookies sind Informationen, die auf dem Computer des Nutzers in einer kleinen Textdatei hinterlegt und bei einem erneuten Besuch einer Internetseite ausgelesen werden. In der Regel vereinfachen diese Cookies die Seitennutzung, wenn Formulare Daten z.B. nur einmal eingegeben werden müssen. Es gibt aber unterschiedliche Cookies, die teilweise mehr als erforderlich speichern und den Nutzer identifizieren sollen und können. Über die Benutzung von Cookies und deren Zweck ist der Nutzer ebenso aufzuklären wie über die Möglichkeit, Cookies im Browser zu löschen und auch ganz zu deaktivieren (dann aber evtl. mit Einschränkungen bei der Seitennutzbarkeit).

5. Unterrichtung über die Verarbeitung von Daten außerhalb der EU

Die EU und insbesondere Deutschland, haben ein sehr hohes Datenschutzniveau. Werden Daten in ein Land außerhalb dieses Schutzraumes "exportiert", ist größte Sorgfalt anzuwenden, weil diese Standards nicht überall bestehen. Auch die USA haben kein derart durchgängig hohes Datenschutzniveau. Einige Nicht-EU-Staaten sind zwar einem sog. "Safe Harbour"-Abkommen beigetreten, das ein vergleichbares Datenschutzniveau wie in den EU-Staaten garantieren soll. Aber auch wenn dies der Fall ist, kann man insbesondere bei Cloud-Services wie Google Analytics oder Facebook nicht wissen, wo die Daten verarbeitet werden. Ob die Integration derartiger Services auf der eigenen Internetseite gegen deutsches Datenschutzrecht verstößt, insbesondere gegen das Verbot, personenbezogene Daten ohne Einwilligung an Dritte in nicht EU-Staaten weiterzugeben, ist gerichtlich noch nicht geklärt.



6. Unterrichtung über den Datenaustausch mit anderen Websites

Die Nutzung z.B. des Facebook-Like-Buttons und anderer aktiver Java-Skript-Plugins in einer Internetseite ermöglicht dem Seitenbetreiber eine attraktive Möglichkeit, die Kundenbindung zu stärken. Ruft der Nutzer eine Seite mit einem solchen aktiven Plug-In auf, stellt der Browser eine direkte Verbindung mit den Servern des Dritten, z.B. Facebook, her. Ist der Nutzer bei Facebook angemeldet oder liegt ein Facebook-Cookie auf dem Rechner, kann Facebook den Nutzer identifizieren. So lassen sich leicht die Vorlieben und Interessen einzelner Facebook-Nutzer ermitteln, um diese in Zukunft mit gezielter Werbung zu "beglücken". Nebenbei lassen sich natürlich auch Bewegungsprofile im Netz, sog. Surfprofile, erstellen.

Wie bereits in Ziffer 5 dargestellt, ist die Einbindung solcher aktiven Elemente in die eigene Internetseite rechtlich eine Grauzone. Falls dies geschieht, sollte hierüber zu-

mindest in der Datenschutzerklärung konkret aufgeklärt werden.

7. Ermöglichung anonymer Nutzung oder unter Pseudonym

Der Seitenbetreiber hat den Nutzer über Möglichkeiten zu unterrichten, wie eine anonyme oder pseudonymisierte Nutzung der Internetseite möglich ist. Soweit ein Online-Shop vorhanden ist, kann auf die Möglichkeit einer anonymen bzw. pseudonymisierten Nutzung verzichtet werden.

8. Informationen zu eingesetzter Tracking-Technik, z.B. Google Analytics

Die von Google derzeit dazu angebotene Standardkonfiguration verstößt gegen Datenschutzrecht. Dieses User-Trackingtool, kann aber dann eingesetzt werden, wenn die an Google übertragenen Daten anonymisiert werden, wie in der Mustererklärung erläutert.



Muster einer Datenschutzerklärung:

Wir freuen uns über Ihr Interesse an unserer Internetseite und an unserem Unternehmen.

Der Schutz Ihrer personenbezogenen Daten bei der Erhebung, Verarbeitung und Nutzung anlässlich Ihres Besuchs auf unserer Internetseite ist uns ein wichtiges Anliegen. Ihre Daten werden im Rahmen der Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und des Telemediengesetzes (TMG) erhoben, verarbeitet und gespeichert. Nachfolgend erläutern wir, welche Daten wir während Ihres Besuchs auf unserer Internetseite erfassen und wie wir diese nutzen:

1. Erhebung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten

Jeder Zugriff auf unsere Internetseite und jeder Abruf von Daten und Dateien werden protokolliert. Dies dient lediglich internen systembezogenen und statistischen Zwecken. Protokolliert werden: Name der abgerufenen Datei, Datum und Uhrzeit des Abrufs, übertragene Datenmenge, Meldung über erfolgreichen Abruf, Webbrowser und anfragende Domain. Zusätzlich werden die IP-Adressen der anfragenden Rechner protokolliert.

Weitergehende personenbezogene Daten werden nur erfasst, wenn sie von Ihnen freiwillig, etwa im Rahmen einer Anfrage oder Registrierung, gemacht werden.

2. Nutzung und Weitergabe personenbezogener Daten

Ihre uns mitgeteilten personenbezogene Daten verwenden wir nur zur Beantwortung Ihrer Anfragen, zur Abwicklung mit Ihnen geschlossener Verträge und für die technische Administration.

An Dritte geben wir diese Daten nur weiter, wenn dies zum Zwecke der Vertragsabwicklung – insbesondere Weitergabe von Bestelldaten an Lieferanten – oder zu Abrechnungszwecken erforderlich ist oder Sie zuvor ausdrücklich eingewilligt haben. Sie haben das Recht, eine erteilte Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zu widerrufen.

Die gespeicherten personenbezogenen Daten werden gelöscht, wenn Sie Ihre Einwilligung zur Speicherung widerrufen, wenn die Daten zur Erfüllung des mit der Erhebung verfolgten Zwecks nicht mehr erforderlich sind oder wenn ihre Speicherung sich als unzulässig herausstellen sollte.

3. Auskunftsrecht

Auf schriftliche Anfrage werden wir Sie über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten informieren. Ihr Ansprechpartner für Fragen des Datenschützers ist:

Max Mustermann
Datenschutz@example.com

4. Cookies

Diese Seite verwendet sog. Cookies, die auf Ihrem Computer abgespeichert werden. Bei „Cookies“ handelt es sich um kleine Textdateien, die von einer Website lokal im Speicher Ihres Internet-Browsers auf dem von Ihnen genutzten Rechner abgelegt werden können. Cookies ermöglichen insbesondere die Wiedererkennung des Internet-Browsers. Die Cookies unserer Website erheben keine persönlichen Daten über Sie oder Ihre Nutzung. Einmal gesetzte Cookies können Sie jederzeit selbst löschen, indem Sie den entsprechenden Menüpunkt in Ihrem Internet-Browser aufrufen oder die Cookies auf Ihrer Festplatte löschen. Einzelheiten hierzu finden Sie im Hilfemenü Ihres Internet-Browsers.

Bitte beachten Sie unsere Hinweise zur Nutzung des Dienstes Google Analytics, der ebenfalls Cookies verwendet.

5. Nutzung unserer Website ohne Cookies

Selbstverständlich können Sie unsere Website auch nutzen, ohne dass Cookies verwendet werden. Sie können hierzu die Verwendung von Cookies jederzeit über die Einstellungen Ihres Internet-Browsers generell ablehnen („deaktivieren“) oder sich das Setzen von Cookies anzeigen lassen und dann im Einzelfall entscheiden, ob Sie Cookies akzeptieren („Cookie-Warnung“). Die hierfür notwendigen Einstellungen Ihres Internet-Browsers können Sie unter dem Menü-Punkt „Extras/Internetoptionen“ beim Internet-Explorer von Microsoft oder dem entsprechenden Menüpunkt bei anderen Browsern vornehmen. Einzelheiten hierzu finden Sie im Hilfemenü Ihres Internet-Browsers. Das Ablehnen oder Anzeigen von Cookies kann sich auf die Funktionalität unserer Website auswirken.

6. Google Analytics

Diese Website benutzt Google Analytics, einen Webanalyzedienst der Google Inc. Google Analytics verwendet sog. Cookies, Textdateien, die auf Ihrem Computer gespeichert werden und die eine Analyse der Benutzung der Website durch Sie ermöglicht. Die durch den Cookie erzeugten Informationen über Ihre Benutzung dieser Website werden an einen Server von Google in den USA übertragen und dort gespeichert. Google wird diese Informationen benutzen, um Ihre Nutzung der Website auszuwerten, um Reports über die Websiteaktivitäten für die Websitebetreiber zusammenzustellen und um weitere mit der Websitenutzung und der Internetnutzung verbundene Dienstleistungen zu erbringen. Auch wird Google diese Informationen gegebenenfalls an Dritte übertragen, sofern dies gesetzlich vorge-

geschrieben ist oder soweit Dritte diese Daten im Auftrag von Google verarbeiten.

Da uns Ihre Privatsphäre sehr wichtig ist, haben wir die Übertragung Ihrer IP-Adresse im Rahmen von Google Analytics mit dem Operator: `_gaq.push(['_gat._anonymizelp']);` verhindert.

Google wird also in keinem Fall Ihre IP-Adresse erhalten und kann sie also auch nicht mit anderen Daten, die von Google gespeichert werden, in Verbindung bringen. Auch sonstige personenbezogene oder personenbeziehbare Informationen werden nicht an Google übermittelt. Sie können die Datenerhebung durch den Google-Cookie mit einer entsprechenden Einstellung Ihrer Browser-Software verhindern. Falls Sie Google Analytics generell blocken möchten, empfehlen wir die Nutzung des Firefox-Add-Ins "NoScript" oder diverser Google Analytics spezifischer Plug-Ins, die es für verschiedene Browser gibt.

7. Social Plugins

Auf unserer Website verwenden wir sog. Social Plugins des sozialen Netzwerkes Facebook, das von der Facebook Inc., 1601 S. California Ave, Palo Alto, CA 94304, USA betrieben

wird. Erkennbar ist dieses Plugin an dem Facebook-Logo.

Falls Sie eine Seite mit diesem Plugin aufrufen, baut Ihr Browser eine direkte Verbindung mit den Servern von Facebook auf. Durch die Einbindung der Plugins erhält Facebook die Information, dass Ihr Browser die entsprechende Seite unseres Webauftritts aufgerufen hat, auch wenn Sie kein Facebook-Konto besitzen oder gerade nicht bei Facebook eingeloggt sind. Diese Information (einschließlich Ihrer IP-Adresse) wird von Ihrem Browser direkt an einen Server von Facebook in den USA übermittelt und dort gespeichert.

Sind Sie bei Facebook eingeloggt, kann Facebook den Besuch der Website mit dem Plugin Ihrem Facebook-Konto direkt zuordnen. Wenn Sie den "Gefällt mir"-Button betätigen, wird die entsprechende Information ebenfalls direkt an einen Server von Facebook übermittelt und dort zu Ihrem Profil nach Nutzung, Interessen und Beziehungen gespeichert, sowie bei Facebook veröffentlicht und Ihren Facebook-Freunden angezeigt. Facebook wird mit diesen Daten auch weitere Dienstleistungen erbringen. Diesbezügliche Zwecke, Nutzungen, Rechte und Einstellungsmöglichkeiten bei Facebook entnehmen Sie bitte den Datenschutzhinweisen von Facebook.

Wenn Sie nicht möchten, dass Facebook die dazu über unseren Internetauftritt gesammelten Daten Ihrem Facebook-Profil zuordnet, müssen Sie sich vor Ihrem Besuch unserer Website bei Facebook ausloggen.

Hinweis:

Die in der Musterdatenschutzerklärung enthaltenen Texte sind Formulierungsvorschläge und bieten keine Gewähr auf Vollständigkeit. Die Datenschutzerklärung sollte für jeden Internetauftritt individuell entsprechend den relevanten Punkten erstellt werden!

CHECKLISTE - Datenschutz

Anforderung	Irrelevant	Erfüllt	Nicht erfüllt
1. Einwilligung bei Nutzung personenbezogener Daten zu anderen Zwecken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Datenschutzerklärung berücksichtigt besondere Funktionen der Website	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Datenschutzerklärung ständig verfügbar und aussagekräftig verlinkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Information über die Nutzung von Cookies	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Information über die Verarbeitung von Daten außerhalb der EU	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Information über den Datenaustausch mit anderen Websites	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Ermöglichung anonymer Nutzung oder unter Pseudonym	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Unterrichtung über den Einsatz von Google Analytics oder sonstiger Tracking-Technik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Inhaltliche Rechtsverletzungen



Viele rechtliche Fragen sind nicht mit einem klaren "Ja" oder "Nein" zu beantworten und werden von einer uneinheitlichen Rechtsprechung in teilweise nicht nachvollziehbarer oder auch nur vorhersehbarer Weise beantwortet. Achten Sie bei der Wahl Ihres Dateinamens frühzeitig auf die Sicherung von Markenrechten. Nichts ist ärgerlicher, als nach einer erfolgreichen Einführung eines Namens umfirmieren zu müssen.

RA Marcus Dury

Bei der Prüfung einer Internetseite kann der Verdacht einer Rechtsverletzung im Wettbewerbs-, Urheber-, Marken- oder Persönlichkeitsrecht entstehen. Solche inhaltliche Rechtsverletzungen auf Internetseiten lassen sich aber nur schwer über Checklisten prüfen, pauschale Aussagen sind kaum möglich. Auch wenn Sie sich nicht in sehr regulierten Bereichen wie dem Lebensmittelrecht oder Heilmittelwerberecht bewegen, sollten Sie zur Sicherheit einen spezialisierten Anwalt mit der Prüfung einzelner Werbeaussagen, kritischen Blogbeiträgen und der Erstellung von angepassten Online-Shop-AGB beauftragen.

Eine Auswahl gängiger Probleme haben wir nachfolgend für Sie zusammengefasst. Einen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt die Auflistung natürlich nicht.

1. Erkennbarkeit kommerzieller Kommunikation

Kommerzielle Kommunikation muss als solche zu erkennen sein (§ 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG). Bei einer von einem Shop-System generierten E-Mail darf der kommerzielle Charakter der Nachricht weder im Inhalt noch in der Betreffzeile verschleiert oder verheimlicht werden (§ 6 Abs. 2 TMG).

2. Kennzeichnung von Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter

Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar und die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden (§ 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG). Teilnahmebedingungen sollten durch einen Anwalt geprüft werden, da die Rechtsprechung in den vergangenen Jahren eine Vielzahl rechtlicher Anforderungen an Teilnahmebedingungen von Gewinnspielen aufgestellt hat.

3. Empfehlungsmarketing / „Tell-a-friend“-Funktion

Empfehlungen, die die Kunden per E-Mail verschicken können sind ein wirksames Marketingmittel. Je nach Inhalt einer mit einer sog. „Tell-a-friend“-Funktion erzeugten E-Mail, kann aber eine unzumutbare Belästigung vorliegen



(§ 7 UWG). Der Inhalt der versendeten E-Mail darf nicht über die konkrete Empfehlung hinausgehen, da sie in dann als weitergehende Werbung des Anbieters anzusehen ist.

4. Fotos und Lichtbilder

Seitenbetreiber müssen zwingend die erforderlichen Nutzungsrechte an Fotos und sonstige Abbildungen, z.B. Anfahrtskizzen, besitzen, die auf der Internetseite verwendet werden. Dies gilt auch für Produktfotos in einem Online-Shop.

Für Bilder, die von der Werbeagentur / dem Webdesigner bei der Erstellung der Internetseite mitgeliefert werden, sind Nachweise über die erworbenen Nutzungsrechte (z.B. einzelne Lizenz-IDs) notwendig. Professionelle Dienstleister teilen die notwendigen Informationen unaufgefordert mit. In der Praxis sind schon teure Abmahnungen erfolgt, die nur deshalb nicht abgewehrt werden konnten, weil die Werbeagentur zwischenzeitlich Insolvenz angemeldet hatte und keine Informationen mehr über die Lizenzierung vorhanden waren. Auch bei Bildern / Fotos, die unter einer freien Lizenz (z.B. Creative Commons) stehen und grundsätzlich unentgeltlich verwendet werden können, sind die Urheber oftmals zumindest in einem sog. "Bildnachweis" zu nennen. Bildnachweise können am Ende des Impressums integriert werden. Werden Personen abgebildet, sollte deren Einwilligung zur Veröffentlichung eingeholt werden. Mitarbeiter müssen die Abbildung von Fotos dulden, soweit der öffentliche Auftritt zu ihrer Arbeitstätigkeit gehört, z.B. bei Vertriebsmitarbeitern.

5. Markenrecht

Die Benutzung fremder Marken auf einer Internetseite ist streng von der reinen Markennennung zu unterscheiden. Eine "Markenbenutzung" liegt nur dann vor, wenn eine Marke zur Kennzeichnung eigener Waren oder Dienstleistungen verwendet wird. Das OLG Hamburg hat z.B. in der Verwendung einer fremden Marke in der Titelzeile einer Internetseite (Title Tag) eine Markenverletzung gesehen, wenn keine klarstellenden Zusätze verwendet werden und die Seite in keinem engen Zusammenhang zu der Marke steht (vgl. OLG Hamburg, Beschluss v. 02.03.2010 - Az.: 5 W 17/10). Auch bei der Wahl des Domainnamens muss man streng darauf achten, keine fremden Marken aufzunehmen. Zur Nutzung von Google-Adwords-Kampagnen und den markenrechtlichen Problemen gab es eine ausufernde Rechtsprechung. Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat aber nunmehr entschieden, dass fremde Markenbegriffe auch als Keyword gebucht werden können, wenn aus der Anzeige hervorgeht, dass sie nicht von dem Markeninhaber stammt. Von einer Verwendung fremder Marken im Anzeigentext selbst ist ohne vorherige anwaltliche Prüfung dagegen dringend abzuraten.

Fazit

Mit dem vorliegenden Praxisleitfaden machen das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr und die Autoren auf die hohen, komplizierten rechtlichen Anforderungen an eine Internetseite aufmerksam. Sie geben den Unternehmen praktische Hinweise und nützliche Tipps an die Hand, um die im Rahmen des NEG Website Award 2011 häufig festgestellten Fehler zu vermeiden.

Aufgrund der ständigen Änderungen der Rechtsprechung und der damit verbundenen Unsicherheit kann der Leitfaden jedoch nur eine Momentaufnahme und eine grobe Hilfe bieten. Ständig zu beachten sind Rechtsänderungen, wie z. B. die bevorstehende Notwendigkeit zur Neufassung der Widerrufsbelehrung aufgrund einer neuen EuGH-Rechtsprechung zur Kostentragungspflicht hinsichtlich der Rücksendekosten im Falle des Widerrufs.

Die Besonderheit, dass sich bei Rechtsverstößen im Internet faktisch jedes deutsche Gericht als zuständig betrachtet (sog. "fliegender Gerichtsstand" gemäß § 32 ZPO), schafft weitere Unsicherheit.

Auch die rasante Entwicklung der sozialen Netzwerke und deren Integration auf immer mehr Internetseiten führen zu datenschutzrechtlichen Problemen, die von der Rechtsprechung noch nicht hinreichend geklärt sind.

Einen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt der Praxisleitfaden naturgemäß auch nicht. Die Herausgeber raten Unternehmen, ihre Internetseite regelmäßig von einem spezialisierten Anwalt überprüfen zu lassen. Dies gilt auch dann, wenn in deren Erstellung und Betrieb spezialisierte Werbeagenturen oder Online-Marketing-Agenturen eingebunden sind.

Man sollte sich aber auch mit dem Gedanken abfinden, dass Internetseiten nicht "abmahnsicher" sein können, insbesondere dann nicht, wenn ein Online-Shop vorhanden ist.

Wichtiger als die Abwehr von Abmahnungen ist aber der negative Effekt auf den Umsatz, den rechtliche Fehler haben können. Das gilt allgemein, insbesondere aber im Bereich des Datenschutzes.

Denn die Vertrauenswürdigkeit und Seriosität eines Online-Angebotes wirken sich unmittelbar auf den Umsatz aus. Internetseiten, die nicht nur gestalterisch, sondern auch rechtlich in vollem Umfang überzeugen, können die begehrten Prüfsiegel, z. B. Trusted Shop, s@fer shopping, erhalten und damit offensiv werben.

Hilfestellung geben die regionalen Kompetenzzentren für elektronischen Geschäftsverkehr (www.ec-net.de), Juristen bei Ihrer IHK oder Ihrer HWK und die auf Onlinerecht (IT-Recht) spezialisierten Rechtsanwälte.



Projektpartner

Kompetenzzentrum für elektronischen Geschäftsverkehr KEG Saar

Das KEG Saar ist ein gemeinsames Projekt der Zentrale für Produktivität und Technologie Saar e. V. (ZPT) und dem Institut für Wirtschaftsinformatik (IWi) im DFKI. Es unterstützt seit 1998 insbesondere kleine und mittlere Unternehmen dabei, den Nutzen von E-Business einzuschätzen und den Einsatz internetbasierter Technologien vorzubereiten und umzusetzen. Das umfassende Dienstleistungsangebot richtet sich an alle Industrie-, Handels-, Dienstleistungs- und Handwerksunternehmen im Saarland.

Neben der regionalen Ausrichtung ist KEG Saar über das Netzwerk elektronischer Geschäftsverkehr bundesweit mit 27 weiteren Kompetenzzentren verbunden, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert werden.

Kontakt

KEG Saar
c/o Zentrale für Produktivität
und Technologie Saar e. V.
Dipl.-Ing. Sabine Betzholz-Schlüter
Franz-Josef-Röder-Straße 9
66119 Saarbrücken
Tel.: 06 81 / 95 20-4 71
Fax: 06 81 / 5 84 61 25
E-Mail: info@keg-saar.de
Internet: www.keg-saar.de



Kompetenzzentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Rheinland-Pfalz KLICK

Das Kompetenzzentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Rheinland-Pfalz KLICK ist eines von bundesweit 28 regionalen Kompetenzzentren, die auf Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) im Mai 1998 ins Leben gerufen wurden. KLICK Rheinland-Pfalz wird getragen von der IHK Zetis GmbH - dem Zentrum für Technologie- und Innovationsberatung Südwest. Zetis ist die Projekt-Tochtergesellschaft der IHK-Pfalz mit Geschäftsstellen in Ludwigshafen und Kaiserslautern. In eng vernetzten Strukturen agierend ist die IHK Zetis GmbH der zentrale Ansprechpartner für kleine und mittelständische Unternehmen zu allen Fragen rund um IT, Internet, Innovation, Energie oder Personal. Das Themenspektrum reicht von der Innovations- und Patentförderung über E-Business-Lösungen bis hin zu Personal- und Bildungsfragen, ergänzt durch Veranstaltungsorganisation und Individualberatungen sowie Netzwerk- und Kooperationsunterstützung.

Die IHK Zetis GmbH ist im Projekt „coNNect-Mittelstand vernetzen“ IT-Beratungspartner der Landesregierung Rheinland-Pfalz und für die Bundesregierung Kompetenzzentrum für den elektronischen Geschäftsverkehr sowie SIGNO-Innovationspartner für Rheinland-Pfalz. Im Auftrag des DIHK sensibilisiert die IHK Zetis GmbH kleinere und mittlere Unternehmen für das Thema Energieeffizienz und vertritt in EU-Projekten u.a. die Themen Energie und IT.

Kontakt

Klick RLP - Geschäftsstelle Pfalz
c/o IHK Zetis GmbH
Dipl.-Ing. Bernd Heß
Europaallee 10
67657 Kaiserslautern
Tel.: 06 31 / 3 03-12 30
Fax: 06 31 / 3 03-12 49
E-Mail: hess@zetis.de
Internet: www.klick-rlp.de
und www.zetis.de



Rechtsanwaltskanzlei DURY

Die Rechtsanwaltskanzlei DURY ist auf das IT-Recht und den Schutz geistigen Eigentums durch Marken- und sonstige Schutzrechte spezialisiert. Rechtsanwalt Marcus Dury LL.M. (IT-Recht) hat jahrelang als Webdesigner und Programmierer gearbeitet, bevor er nach mehrjähriger Tätigkeit in führenden Wirtschaftskanzleien der Region Rheinland-Pfalz / Saarland die spezialisierte Rechtsanwaltskanzlei DURY gründete.

Die Kanzlei hat ihren Sitz in Saarbrücken und unterhält Zweigstellen in Trier und Zweibrücken.

Sie betreibt unter anderem auch das Portal www.website-check.org, über das Sie Ihre Internetseiten umfassend rechtlich prüfen lassen und sich bei der Erlangung eines Prüfsiegels im Rahmen einer Website-Zertifizierung unterstützen lassen können. Darüber hinaus bietet die Kanzlei DURY einen monatlichen Update-Service für Seitenbetreiber, die eine dauerhafte Unterstützung wünschen.

Neben dem IT-Recht bearbeitet die Kanzlei ausschließlich Mandate des gewerblichen Rechtsschutzes, also des Wettbewerbsrechts, Markenrechts und Designrechts.

Kontakt

Rechtsanwaltskanzlei DURY
 Rechtsanwalt Marcus DURY LL.M. (IT-Recht)
 Beethovenstraße 24
 66111 Saarbrücken
 Tel.: 06 81 / 37 20 89 61
 Fax: 06 81 / 37 20 89 66
 E-Mail: kanzlei@dury.de
 Internet: www.dury.de und
www.website-check.org

DURY Recht so.

Rechtsanwälte Kreienberg & Kuntz

Die Kanzlei K & K (= Rechtsanwälte Kreienberg & Kuntz) bietet seit 1998 umfassende rechtliche Beratung bei der Erarbeitung Ihres Webauftritts und erteilt Vorschläge für die Umstellung und Aktualisierung Ihrer Webpräsenz. Das beginnt bei der Wahl einer geeigneten Domain, über die Prüfung der Zulässigkeit von Hyperlinks und Werbeaktionen, bis hin zu Haftungsfragen im Zusammenhang mit der Bereitstellung von fremden oder eigenen Informationen, z.B. in Firmenpräsentationen oder Verkaufsportalen.

Das IT-Recht ist eine Querschnittsmaterie die sich aus den verschiedensten Rechtsgebieten zusammensetzt. Daraus resultieren leider auch die unterschiedlichsten Fallstricke. Wir klären für Sie im Vorfeld Fragen u.a. aus den Bereichen Markenrecht, Wettbewerbsrecht, Datenschutzrecht, Arbeitsrecht und IT-Security, Strafrecht, Urheberrecht und Vertragsrecht..., denn: Das Internet ist kein rechtsfreier Raum!

Hierzu stehen wir unseren Mandanten mit Beratung und Mitarbeiterschulungen bis hin zur Erstellung unternehmensbezogener Checklisten im Umgang mit dem Medium Internet zur Verfügung.

Kontakt

Rechtsanwältin Eva Kreienberg,
 auch Fachanwältin für Erbrecht
 Rechtsanwalt Felix Kuntz, auch
 Fachanwalt für IT-Recht; zertifizierter
 Datenschutzbeauftragter (IHK)
 E-Mail: info@rechtsanwaelte-k-k.de
 Kanalstraße 1
 67655 Kaiserslautern
 Tel: 06 31 / 36 07-1 10
 Fax: 06 31 / 36 07-1 12



Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG)

Seit 1998 berät und begleitet das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr in derzeit 28 über das Bundesgebiet verteilten regionalen Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel, Mittelstand und Handwerk bei der Einführung von E-Business Lösungen. In dieser Zeit hat sich das Netzwerk mit über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen mit über 300.000 Teilnehmern als unabhängiger und unparteilicher Lotse für das Themengebiet „E-Business in Mittelstand und Handwerk“ etabliert. Auf dem zentralen Auftritt des Netzwerks im Internet www.ec-net.de finden Sie weitere Informationen des Netzwerks sowie Studien, Leitfäden und andere Publikationen zum kostenlosen Download. Die Arbeit des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr wird durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

Kontakt

Kontakt:
Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie
Referat Öffentlichkeitsarbeit
Scharnhorststraße 34-37
10115 Berlin
E-Mail: info@ec-net.de



Weiterführende Links

Liste der erlaubnispflichtigen Tätigkeiten:

http://www.rostock.ihk24.de/produktmarken/Recht_und_Fair_Play/Gewerberecht/1295824/ErlaubnispflichtigTaetigkeiten.html

Liste der regulierten Berufe:

http://ec.europa.eu/internal_market/qualifications/reg-prof/index.cfm?fuseaction=regProf.indexCountry&cId=3

Shopbetreiber-Blog:

www.shopbetreiberblog.de



Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr E-Business für Mittelstand und Handwerk

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) ist eine Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Seit 1998 unterstützt es kleine und mittlere Unternehmen bei der Einführung und Nutzung von E-Business-Lösungen.

Beratung vor Ort

Das NEG informiert mit seinen 28 bundesweit verteilten Kompetenzzentren und einem Branchenkompetenzzentrum für den Handel kostenlos, neutral und praxisorientiert - auch vor Ort im Unternehmen. Es unterstützt Mittelstand und Handwerk durch Beratungen, Informationsveranstaltungen und Publikationen für die Praxis.

Das Netzwerk bietet vertiefende Informationen zu: Kundenbeziehung und Marketing, Netz- und Informationssicherheit, Kaufmännische Software und RFID sowie Elektronische Rechnungsabwicklung und Regionales Internet-Marketing. Das Projekt Femme digitale fördert zudem die IT-Kompetenz von Frauen im Handwerk. Der NEG Website Award zeichnet jedes Jahr herausragende Internetauftritte von kleinen und mittleren Unternehmen aus. Detailliert aufbereitete Informationen zu Nutzung und Interesse an E-Business-Lösungen bietet die vom NEG jährlich herausgegebene Studie „Elektronischer Geschäftsverkehr in Mittelstand und Handwerk“.

Das Netzwerk im Internet

Auf www.ec-net.de können Unternehmen neben Veranstaltungsterminen und den Ansprechpartnern in ihrer Region auch alle Publikationen des NEG einsehen: Handlungsleitfäden, Checklisten, Studien und Praxisbeispiele geben Hilfen für die eigene Umsetzung von E-Business-Lösungen.

Verschiedene Online-Ratgeber zur Auswahl eines Newslettersystems, zum E-Mail-Management, zur IT-Sicherheit und zur Websitegestaltung bieten Unternehmen eine kostenfreie und neutrale Einstiegsberatung und runden das Angebot des NEG ab.

Fragen zum Netzwerk und dessen Angeboten beantwortet Markus Ermert, Projektträger im DLR unter 0228/3821-713 oder per E-Mail: markus.ermert@dlr.de.



- Regionales Kompetenzzentrum
- ▲ Branchen-Kompetenzzentrum
- Externer Netzwerkpartner

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages