

## eCommerce in Europa

- No. 137 -

*Ulrich Herfurth, Rechtsanwalt in Hannover*

Der elektronische Geschäftsverkehr nimmt mit großer Geschwindigkeit zu, der Handel im Internet wird als das beherrschende Geschäft der Zukunft angesehen. Derzeit beläuft sich der Umsatz im europäischen Online-Handel bereits auf etwa 17 Mrd. Euro, aber Schätzungen zufolge sollen es 2003 bereits 340 Mrd. Euro sein. Da die Anwendung moderner Kommunikationstechnik inzwischen in fast alle Lebensbereiche reicht, bieten Werbung, Absatz und Vertragsabwicklung im Internet zahlreiche Möglichkeiten, den Geschäftsbetrieb umzustellen, zu erweitern und den Verkauf von Waren und Dienstleistungen in andere Länder auszudehnen. Die große Bedeutung des eCommerce für die internationale Wirtschaft fordert allerdings nun allgemein gültige Regeln, um Grundprinzipien zu schaffen und den Mißbrauch von gespeicherten Daten zu vermeiden. Daher schuf die Europäische Union kürzlich eine Richtlinie zum elektronischen Geschäftsverkehr. Die Mitgliedstaaten haben bis Anfang 2002 Zeit, diese in nationales Recht umzusetzen.

### *Zielsetzung*

Die Richtlinie will rechtliche Hindernisse für Dienste der Informationsgesellschaft innerhalb des Binnenmarkts abbauen und es Bürgern und Unternehmen ermöglichen, den elektronischen Geschäftsverkehr in vollem Umfang zu nutzen. Bisher wirken sich die vielen Unsicherheiten hinsichtlich der beim eCommerce anzuwendenden nationalen Regelungen und die Unterschiede der innerstaatlichen Rechtsvorschriften noch hemmend auf die Entwicklung des elektronischen Handels aus.

Mit der Richtlinie werden die Grundfreiheiten des europäischen Binnenmarkts, wie die Dienstleistungsfreiheit und die Niederlassungsfreiheit, auch im Internet gelten. Durch einen einheitlichen Rechtsrahmen, mehr Transparenz und Datenschutz sollen Unklarheiten beseitigt, Rechtssicherheit geschaffen und so das Vertrauen des Verbrauchers in den Online-Handel gestärkt werden. Auch die

internationale Wettbewerbsfähigkeit der europäischen Wirtschaft soll erhöht werden.

### *Anwendungsbereich*

Die Richtlinie erfaßt alle Arten des elektronischen Geschäftsverkehrs von Diensten der Informationsgesellschaft zwischen den Mitgliedstaaten. Gemeint sind damit alle in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz, d.h. ohne gleichzeitige physische Anwesenheit der Vertragsparteien, und auf individuellen Abruf eines Empfängers erbrachten Dienstleistungen, insbesondere der Online-Verkauf von Waren. Fernseh- und Radiosendungen gehören nicht zu den Diensten der Informationsgesellschaft, wohl aber Video-on-Demand und die Übermittlung kommerzieller Information.

Die Richtlinie regelt die Kernbereiche des elektronischen Geschäftsverkehrs, wie die Verantwortlichkeit von Vermittlern (Providern), Anbieterkennzeichnung und Preisangaben, Online-Werbung, den Abschluß elektronischer Verträge, Möglichkeiten zur außergerichtlichen Streitbeilegung und Online-Klagen.

Keine Anwendung findet die Richtlinie auf die Tätigkeiten von Notaren und gleichwertigen Berufen, die Vertretung eines Mandanten vor Gericht und Gewinnspiele, wie beispielsweise Lotterien. Ausgenommen sind auch das Steuerrecht und der Versand von Medikamenten.

### *Herkunftslandprinzip*

Die wohl wichtigste Regelung der Richtlinie ist die Einführung des Herkunftslandprinzips auch im Internet. Danach ist jeder Mitgliedstaat dafür verantwortlich, daß die angebotenen Dienste eines Anbieters in seinem Land den entsprechenden Vorschriften entsprechen. Ein Anbieter, der die Gesetze des EU-Staates einhält, in dem er seine Niederlassung hat (Herkunftsland), kann also seine Dienste in der gesamten EU verkaufen, auch wenn

im jeweiligen Empfängerland andere Regelungen gelten. Als Niederlassung gilt der Ort, von dem aus der Anbieter durch eine feste Einrichtung auf eine unbestimmte Zeit seine Wirtschaftstätigkeit ausübt. Der freie Verkehr von Diensten darf in keiner Form eingeschränkt werden.

Die Regelung ist für den Anbieter von Vorteil, denn er muß künftig nicht mehr sämtliche, in den einzelnen EU-Ländern geltende, Rechtsvorschriften berücksichtigen. Daraus folgt mehr Rechtssicherheit für den Anbieter. Zudem ist die rechtliche Überwachung der Unternehmen im Herkunftsland wirtschaftlich am sinnvollsten.

Zur Zeit beurteilen sich Wettbewerbshandlungen ausländischer Unternehmen in Deutschland, sofern sie den deutschen Markt beeinflussen, nach inländischem Recht. Die Werbung eines britischen Unternehmens, die in England zulässig ist, kann demnach in Deutschland verboten sein. Entsprechend dem geltenden Marktortprinzip müssen sich Anbieter im Moment entweder nach dem strengsten betroffenen Rechtskreis richten oder jeden Marktort separat bewerben. Nach dem durch die Richtlinie eingeführten Herkunftslandprinzip reicht es künftig aus, daß die Werbung im Ursprungsland zulässig ist.

Von Vorteil ist das vor allem für kleine und mittlere Unternehmen, die ihre Geschäftstätigkeit künftig unter einfacheren Bedingungen in andere Länder ausdehnen können. Jedoch birgt die Regelung die Gefahr des „forum shoppings“ in sich. Anbieter aus einem Mitgliedstaat mit eher strengen Vorschriften könnten dazu animiert werden, in Länder mit geringeren Standards abzuwandern. Deutschland wird voraussichtlich im Zuge der Umsetzung der Richtlinie das Rabattgesetz und die Zugabeverordnung abschaffen.

Für einige Rechtsgebiete gilt das Herkunftslandprinzip nicht. Dazu zählen das Urheberrecht und damit verwandte Schutzrechte, die Ausgabe elektronischen Geldes, die freie Rechtswahl der Vertragsparteien und versicherungsrechtliche Regelungen. Keine Anwendung findet das Prinzip weiterhin auf Immobilienverträge, bei Verbraucherverträgen und auf die Zulässigkeit von eMail-Werbung. Die Mitgliedstaaten können hier Einschränkungen vorsehen, sofern dadurch nicht gegen Gemeinschaftsrecht verstoßen wird, und sofern die Einschränkungen nötig sind, um bestimmte Ziele des Allgemeinwohls, wie den Verbraucherschutz, den Jugendschutz oder die öffentliche Sicherheit zu gewährleisten.

## **Zulassungsfreiheit**

Die Mitgliedstaaten müssen sicherstellen, daß jeder Anbieter freien Zugang zu den Diensten der Informationsgesellschaft hat. Der Netzzugang darf nicht von bestimmten Anforderungen oder der Entscheidung oder Maßnahme einer bestimmten Behörde abhängig gemacht werden. Ausgenommen sind jedoch Zulassungsverfahren, die nicht ausschließlich Dienste der Informationsgesellschaft betreffen oder bei denen es sich um Lizenzverfahren des Telekommunikationsrechtes handelt.

### *Allgemeine Informationspflichten*

Damit der Nutzer weiß, wer für das jeweilige Angebot im Internet verantwortlich ist und an wen er sich im Falle eines Konflikts wenden kann, schreibt die Richtlinie dem Anbieter vor, bestimmte Informationen ins Netz zu stellen. Die Informationspflicht entspricht im wesentlichen der des Fernabsatzgesetzes. Sie umfaßt unter anderem den Namen des Anbieters, die Anschrift der Niederlassung, die Kontaktadresse, einschließlich der eMail-Adresse, und gegebenenfalls die Handelsregisternummer, die Zulassungsbehörde sowie die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer. Durch diese Angaben kann der Anwender zudem erkennen, welches Recht entsprechend des Herkunftslandprinzips für den Anbieter gilt. Nimmt der Anbieter bezug auf Preise, muß er auch alle anfallenden Nebenkosten angeben.

### *Kommerzielle Kommunikation*

Dient das Angebot im Internet dazu, den Absatz von Waren und Dienstleistungen zu fördern oder ein Unternehmen, eine sonstige Organisation oder natürliche Person darzustellen, die im Handel, Gewerbe, Handwerk oder einem freien Beruf tätig ist, handelt es sich um sogenannte kommerzielle Kommunikation. Angaben, die den direkten Zugang zur Tätigkeit des Unternehmens, der Organisation oder der natürlichen Person betreffen, wie beispielsweise der Domain-Name oder eine eMail-Adresse, zählen nicht dazu. Nicht darunter fallen auch Angaben, die unabhängig vom Unternehmen und insbesondere ohne Gegenleistung gemacht werden.

### *Spezielle Informationspflichten*

Die Richtlinie bestimmt, daß der Anbieter von kommerzieller Kommunikation, der Inhalt, der Zweck des Angebotes und die dahinterstehende Person für den Nutzer klar erkennbar sein sollen. Sind im jeweiligen Mitgliedstaat Angebote zur Ver-

kaufsförderung, wie Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke erlaubt, muß der Anbieter diese deutlich als solche ausweisen. Auch die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen klar erläutert werden. Dieselben Anforderungen sind an Gewinnspiele und Preisausschreiben zu stellen.

#### *Werbung per eMail*

Die Richtlinie umfaßt des weiteren Regelungen zu unerbetener kommerzieller Kommunikation, wie das unaufgeforderte Bewerben von Verbrauchern mit eMails. Sie sind im wesentlichen als Ergänzung der Regelungen zur eMail-Werbung der Fernabsatzrichtlinie zu sehen.

Die Mitgliedstaaten werden verpflichtet, sicherzustellen, daß die Anbieter, die Verbrauchern ohne deren Zustimmung Werbe-eMails übermitteln, regelmäßig sogenannte „opt-out“-Register konsultieren. In diese Listen können sich natürliche Personen eintragen, wenn sie keine eMail-Werbung erhalten möchten. Wie die Register im einzelnen aussehen werden, ist derzeit noch offen.

Die Regelung erweitert den Verbraucherschutz vieler EU-Staaten. Die Konsultation der sogenannten Robinson-Listen könnte für die Anbieter unter Umständen zu erheblichen Mehrkosten führen. Beachten die Unternehmer die Listen nicht, laufen sie zudem Gefahr, schadenersatzpflichtig zu werden.

Dem Empfänger muß bereits bei Eingang der Inhalt der eMail klar erkennbar sein. Dadurch soll der reibungslose Funktionsablauf der interaktiven Netze gewährleistet werden. Für Unternehmen empfiehlt es sich daher, Werbe-eMails deutlich in der Betreffzeile als solche zu kennzeichnen. Weiterhin schreibt die Richtlinie vor, daß für die Empfänger der Werbe-eMails keine zusätzlichen Übermittlungskosten anfallen dürfen.

Die Richtlinie regelt nur den Mindestschutz für den Verbraucher. Es bleibt den Mitgliedstaaten unbenommen, strengere Regelungen festzulegen.

#### *Unlauterer Wettbewerb*

In Deutschland wird das unaufgeforderte Zusenden von Werbe-eMails an Verbraucher bislang als wettbewerbswidrig angesehen. Es bleibt allerdings abzuwarten, ob der deutsche Gesetzgeber und die Rechtsprechung das unerbetene Bewerben des Verbrauchers per eMail künftig zulassen werden. Bei der Umsetzung der Richtlinie zum Fernabsatz hat der Gesetzgeber auf eine Regelung verzichtet.

#### **Verträge im Internet**

Für eine reibungslose Abwicklung von Geschäften über das Internet ist es erforderlich, daß im Netz geschlossene Verträge rechtlich anerkannt werden. Die Richtlinie gibt den Mitgliedstaaten auf, sicherzustellen, daß der Abschluß elektronischer Verträge möglich ist. Geltende Rechtsvorschriften dürfen der Benutzung elektronischer Verträge und deren Gültigkeit oder Rechtswirkung im Rechtsverkehr nicht im Wege stehen. Das Gebot, elektronische Verträge durch Formerfordernisse künftig nicht schlechter zu stellen als schriftliche, kann letztlich nur über die Gleichstellung der eSignatur mit der herkömmlichen Unterschrift erreicht werden. Bestrebungen dazu sind auch in Deutschland bereits im Gange.

#### *Informationspflichten*

Der Anbieter hat die einzelnen technischen Schritte, die zum Vertragsschluß führen, klar zu erläutern. Gegenüber Verbrauchern kann diese Regelung nicht abbedungen werden, wohl aber unter Kaufleuten. Unterliegt der Anbieter bestimmten Verhaltenskodizes, muß er auch darauf hinweisen. Die Regel ist nicht auf Verträge anwendbar, die ausschließlich über eMail geschlossen werden.

Der Abschluß von Verträgen, die der Mitwirkung eines Notars bedürfen, Bürgschaftsverträge und Verträge des Familien- und Erbrechts werden wohl auch weiterhin nicht auf elektronischem Wege abgeschlossen können, da es den Mitgliedstaaten freisteht, diese Bereiche nicht für den elektronischen Vertragsschluß zu öffnen.

#### *Zustandekommen*

Einheitlich geregelt wird durch die Richtlinie auch der genaue Zeitpunkt des Zustandekommens von Online-Verträgen. Entgegen der bisherigen deutschen Regel, daß das Online-Angebot des Unternehmens lediglich als Aufforderung zur Angebotsabgabe an den Verbraucher zu sehen ist, ist es künftig bereits als verbindliches Angebot zu werten. Der Nutzer nimmt das Angebot an, indem er sich technischer Hilfsmittel, wie das Anklicken eines Symbols, bedient. Der Vertrag gilt als geschlossen, sobald der Anbieter dem Nutzer den Empfang der Annahme bestätigt hat. Der Diensteanbieter ist verpflichtet, die Empfangsbestätigung unverzüglich abzusenden. Sie gilt als zugegangen, sobald der Nutzer sie abrufen kann. Hier muß der Anbieter insbesondere darauf achten, daß er die im Internet angebotenen Waren und

Leistungen auch tatsächlich liefern, beziehungsweise erbringen kann.

Weiterhin muß der Verbraucher die Möglichkeit haben, durch entsprechende Mechanismen Eingabefehler festzustellen und sie zu korrigieren, bevor der Vertrag geschlossen wird.

Darüber hinaus muß der Anbieter dem Nutzer seine Vertragsbedingungen und die AGB so zur Verfügung stellen, daß er sie speichern und reproduzieren kann.

Gewerblichen Parteien bleibt es unbenommen, abweichende Regelungen betreffend des Vertragschlusses zu treffen.

### **Providerhaftung**

Ein weiterer Schwerpunkt der Richtlinie ist die Regelung der Verantwortlichkeit von vermittelnden Diensten. Diese sollen grundsätzlich von der Haftung für die zu übermittelnden Inhalte frei bleiben.

Provider, die Informationen lediglich durchleiten, d.h. übermitteln oder Zugang zu ihnen vermitteln, sind für diese Informationen nicht verantwortlich, sofern sie die Übermittlung der Daten nicht veranlaßt, den Adressaten nicht ausgewählt und die Information nicht verändert haben. Das gilt auch für die automatische kurze Zwischenspeicherung.

Haftungsfrei ist auch das Caching, die automatisch begrenzte Speicherung von Daten, die alleine dem Zweck größtmöglicher Verbreitung derselben dient. Das gleiche gilt für das Hosting, die Bereitstellung von Speicherplatz.

Voraussetzung ist allerdings, daß der Diensteanbieter die Informationen nicht verändert und die Bedingungen für den Zugang zu der Information beachtet hat und er diese auf dem aktuellen Stand hält. Erfährt der Provider, daß die Informationen am Ursprungsort aus dem Netz entfernt oder der Zugang zu ihnen gesperrt wurden, muß er dasselbe unverzüglich tun. Die Diensteanbieter haben jedoch keine allgemeinen, aktiven Überwachungspflichten hinsichtlich der von ihnen übermittelten oder gespeicherten Daten.

Zeitweilige Überwachungsmaßnahmen durch nationale Justizbehörden, in Übereinstimmung mit dem nationalen Recht, sind allerdings zulässig.

### **Durchsetzung von Rechten**

Die Mitgliedstaaten sollen dafür Sorge tragen, daß die außergerichtliche Beilegung von Streitigkeiten im eCommerce nicht erschwert wird. Zudem soll es möglich sein, außergerichtliche Verfahren auch auf elektronischem Wege durchzuführen. Die Fragen der Gerichtszuständigkeit und des anwendbaren Rechts regelt weiterhin das Internationale Privatrecht.

30. Juni 2000

[www.caston.info](http://www.caston.info)

Mehrere tausend Beiträge zu Recht & Wirtschaft International finden Sie kostenfrei im Internet bei caston.info. Dort können Sie nach Schlagwort und Sachgebieten recherchieren.

Unsere Titelliste erhalten Sie auch per Fax.

### **IMPRESSUM**

#### *HERAUSGEBER*

HERFURTH & PARTNER, Rechtsanwälte GbR  
Hannover · Göttingen · Brüssel; [www.herfurth.de](http://www.herfurth.de)

#### *REDAKTION (Hannover)*

verantwortl.: Ulrich Herfurth, Rechtsanwalt (D), Klaus J. Soyka, Dipl. rer. pol.; Heike Thürnagel, Rechtsanwältin; Kenneth S. Kilimnik, Attorney at Law (USA); Claudia Beckert, Rechtsanwältin; Jens-Uwe Heuer, Rechtsanwalt; Véronique Demarne, Juriste (F); Cécile Teissier, Juristin (D), D.E.U.G. Droit (F); Dr. jur. Konstadinos Massuras, Rechtsanwalt u. Dikigoros (GR); Susana Crizol Díaz, Abogada (S); Tomas Gabriel, Rechtsanwalt; Michail B. Chidekel, LL.M., Advokat (RUS); Tobia Birnbickel; JUDr. Yvona Rampáková, Kommerzianwältin (ČR); Girana Anuman-Rajadhon, Rechtsanwältin; Lijun Cao, Bac. lur (CHIN), Mag. Jur. (D)

#### *KORRESPONDENTEN (Ausland)*

in Amsterdam, Athen, Bangkok, Barcelona, Bombay, Brüssel, Budapest, Bukarest, Helsinki, Kiew, Kopenhagen, Lissabon, London, Luxemburg, Madrid, Mailand, Moskau, New York, Oslo, Paris, Peking, Prag, Singapur, Sydney, Stockholm, Tokio, Warschau, Wien, Zürich.

#### *VERLAG*

CASTON Wirtschaftsdienst GmbH,  
Luisenstr. 5, D - 30159 Hannover,  
Telefon 0511 - 30756-50, Telefax 0511 - 30756-60  
eMail [info@caston.info](mailto:info@caston.info); Internet [www.caston.info](http://www.caston.info)

Alle Angaben erfolgen nach bestem Wissen; die Haftung ist auf Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit beschränkt. Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Herausgeber.