

# Rechtsprobleme des Electronic Commerce

Prof. Dr. Dr. Volker Boehme-Neßler,  
FHTW Berlin

# E-Commerce-Recht: Übersicht

- Welches Recht gilt ?
- Vertragsschluß per Mausklick?
- AGB im Web
- Verbraucherschutz
- Webvertising

# e-commerce: Welches Recht gilt?

- UN-Recht/CISG
- **Vereinbarung**, § 27 I EGBGB
- Rechtsordnung der „**charakteristischen Leistung**“, § 28 I EGBGB
- Rechtsordnung des **Verbrauchers**, § 29 II EGBGB

# UN-Übereinkommen zum Internationalen Warenkauf (CISG)

- Anwendungsbereich
  - **Kaufvertrag** über Waren oder Werklieferungsvertrag
  - kein **Verbrauchervertrag**
  - Unternehmen haben Niederlassungen in verschiedenen **Vertragsstaaten**
- Also:
  - nur **B2B-eCommerce**
  - keine Dienstleistungsverträge o.ä.

# Vertragsschluß im Internet: Mausklick als WE

- **Grundsatz:** Verträge sind formlos wirksam
- **Also:** elektronische WE,  
Vertragsschluß per Mausclick zulässig
- **Spezialproblem:** silent commerce

# AGBs: Einbeziehung in den Vertrag

- **Ausdrücklicher Hinweis und**
- **zumutbare Möglichkeit der**  
**Kenntnisnahme**
- **§305 Abs. 2 BGB**

# Praktisches Problem: **Zumutbarkeit der Kenntnisnahme**

- Beispiele:
  - AGB auf Homepage
  - Link zu AGB
  - nicht ausreichend: (versteckter) Hinweis auf AGB im Hauptmenü
- Sprache?

# AGBs: Inhaltliche Grenzen

- Keine Überraschung, § 305c BGB
- keine unangemessene Benachteiligung
  - konkret: §§ 308, 309 BGB
  - Generalklausel: § 307 BGB

# Verbraucherschutz bei Fernabsatzverträgen

- Klassische Verbraucherschutzinstrumente
- Unterrichtung des Verbrauchers, § 312c  
BGB
- Widerrufsrecht **oder**
- Rückgaberecht, § 312d BGB
- Einzelheiten: §§ 355, 356 BGB

# Webvertising: Anwendbares Recht

- Grundsatz: **Marktort-Prinzip**
- **Also:** wettbewerbliche Interessen des deutschen Marktes berührt?
  - Bei inländischen Unternehmen immer
  - bei ausländischen Unternehmen, die sich an deutsche Verbraucher wenden
  -

# Deutsches Werberecht

- Grundsatz
  - **Werbefreiheit**
  - Art. 2 Ab.1 GG: Unternehmerfreiheit
  - Art. 5 Abs. 1 GG: Informationsfreiheit
- Ausnahmen
  - Rechte Dritter
  - Gesetze

# Rechtliche Grenzen der Werbung

- Gute Sitten, §1 UWG
- Irreführung, § 3 UWG
- Persönlichkeitsrecht und Privatsphäre,  
§ 823 I BGB
- Spezialgesetze

# Generalklausel: § 1 UWG

## **Grundsatz:**

- Gute Sitten
- unterschiedliche Maßstäbe, je nach Branche

## **Beispiele**

- Übertriebenes Anlocken
- psychologischer Kaufzwang
- Schleichwerbung
- Boykottaufrufe
- Dumpingangebote
- Telefax-Werbung

# Generalklausel: § 3 UWG

## **Grundsatz**

Irreführung der Verbraucher ist verboten!

## **Beispiele**

- unrichtige Angaben über eigene Waren
- Herabsetzung fremder Waren
- Nachahmung von Marken
- Ausbeutung fremder Images
- Vergleichende Werbung, die unsachlich ist

# Praxisprobleme der Web-Werbung

- Werbung per e-mail
- Key-Word-Advertising
- Metatags
- Zugriffszähler

# Unzulässige Werbung: Gegenmaßnahmen

- Unterlassungsansprüche, §§ 1,3,13 II UWG
- Schadensersatzansprüche, §§ 1, 3, 13 VI UWG
- „mail bombing“

# Literaturauswahl

- **Hoeren/Sieber**, Handbuch Multimedia Recht,  
Loseblattausgabe, aktuell seit 2000
- **Roßnagel**, Recht der Multi-Mediadienste,  
Loseblattausgabe, aktuell seit 2000
- **Boehme-Neßler**, CyberLaw, 2001
- **Boehme-Neßler**, internetrecht.com, 2001