



e-f@cts

Informationen
zum E-Business

Innovationspolitik, Informationsgesellschaft, Telekommunikation

Schwerpunkt

Rechtsfragen beim E-Business:
z. B. Informationspflichten des
Anbieters, Sicherheit beim Ver-
tragsabschluss, Widerrufs- und
Rücktrittsrechte des Kunden,
Datenschutz etc.

► ab Seite 1

Fakten & Zahlen

► ab Seite 4

E-Business-ABC

Banner, Disclaimer, Flatrate,
Business-to-Business (B2B),
Business-to-Consumer (B2C),
Webformulare

► ab Seite 6

Praxis & Technik

E-Business-Recht auf einen Blick:
Dafür sollten Sie sorgen

► Seite 6

Rechtsfragen beim E-Business

Das Internet hat den Geschäftsverkehr revolutioniert: Waren und Dienstleistungen können z. T. in Sekundenschnelle bestellt und elektronisch geliefert oder erbracht werden, auch wenn die Geschäftspartner auf entgegengesetzten Seiten des Globus ansässig sind.

Ein Netzwerk, in dem Menschen aus aller Welt wie in einem „globalen Dorf“ miteinander in Kontakt und in vertragliche Beziehungen treten können, wirft naturgemäß eine Vielzahl rechtlicher Fragestellungen auf. Auf einen Großteil dieser Fragen gibt der Rechtsrahmen für das E-Business Antworten. Dieser Rechtsrahmen wurde insbesondere an europäische Vorgaben angepasst. Im Folgenden finden Sie Informationen zu den Themen:

- Informationspflichten des Anbieters
- Sicherheit beim Vertragsabschluss
- Widerrufs- und Rücktrittsrechte des Kunden
- Geschäfte mit ausländischen Partnern: anwendbares Recht
- Datenschutz
- Werbung
- Elektronische Signatur

Hinweis: Die folgenden Informationen geben eine erste Orientierungshilfe. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und können und wollen die rechtliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen.

Informationspflichten des Anbieters

Unternehmenspräsentation im Internet

Immer mehr Unternehmen machen sich die Möglichkeit zunutze, ihr Unternehmen im Internet vorzustellen. Für diese Unternehmenspräsentation müssen Sie eine Reihe von Vorgaben beachten. Zusammengefasst:

Anbieter im Online-Geschäft müssen ihre Kunden umfassend informieren. Diese Informationen müssen auf der Homepage direkt und ohne langes Suchen von jeder Teilseite mit einem Klick erreichbar sein. Nebenbei: Kaufleute müssen die meisten Vorgaben im Offline-Bereich nach den einschlägigen handelsrechtlichen

Rechtsfragen beim E-Business



Inhalt

Schwerpunkt

Rechtsfragen beim E-Business: z. B. Informationspflichten des Anbieters, Sicherheit beim Vertragsabschluss, Widerrufs- und Rücktrittsrechte des Kunden, Datenschutz etc.

► ab Seite 1

Fakten & Zahlen



► ab Seite 4

E-Business-ABC

Banner, Disclaimer, Flatrate, Business-to-Business (B2B), Business-to-Consumer (B2C), Webformulare

► ab Seite 6

Praxis & Technik

E-Business-Recht auf einen Blick: Dafür sollten Sie sorgen

► Seite 6

Vorschriften in ihrer herkömmlichen geschäftlichen Korrespondenz ohnehin beachten. Das bedeutet: Diese Informationspflichten im Online-Bereich dürften für die meisten „Betroffenen“ eine zumutbare Belastung sein. Sie müssen angeben:

- Name und Anschrift des Unternehmens und ggf. den gesetzlichen Vertretungsberechtigten (z. B. Geschäftsführer), Telefon- und Telefaxnummer sowie E-Mail-Adresse
- die Aufsichtsbehörde (z. B. die zuständigen Gewerbeaufsichtsämter), falls die ausgeübte Tätigkeit einer behördlichen Zulassung bedarf
- das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das das Unternehmen eingetragen ist, und die entsprechende Registernummer
- ggf. die Kammer, der der Diensteanbieter angehört, die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist
- die berufsrechtlichen Regelungen bei entsprechend geregelten Berufen (z. B. Rechtsanwälte, Architekten, Steuerberater) und Angaben, wie diese zugänglich sind
- falls vom Bundesamt für Finanzen erteilt: Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27 a Umsatzsteuergesetz (s. auch Teledienstegesetz (TDG) und Mediendienstestaatsvertrag (MDStV))

Verkauf von Waren und Dienstleistungen

Wer Waren und Dienstleistungen an Verbraucher per Internet verkauft, unterliegt den besonderen Informationspflichten des Fernabsatzrechts. Achtung: Werden diese Informationspflichten nicht ordnungsgemäß erfüllt, kann ein Besteller eine Bestellung jederzeit und unbegrenzt widerrufen. Anbieter müssen angeben:

- wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung
- Informationen dazu, wann der Vertrag zustande kommt, ob über Eingabe auf der Homepage oder erst mit anschließendem E-Mail-Austausch
- die Mindestlaufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat
- die Modalitäten im Falle von Mängeln, z. B. einen Vorbehalt, eine in Qualität und Preis gleich-

wertige Leistung (Ware oder Dienstleistung) zu erbringen, und einen Vorbehalt, die versprochene Leistung im Falle ihrer Nichtverfügbarkeit nicht zu erbringen

- den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern und sonstiger Preisbestandteile
- ggf. zusätzlich anfallende Liefer- und Versandkosten
- Einzelheiten zur Zahlung (z. B. per Nachnahme oder auf Rechnung) und zur Lieferung der Ware oder zur Erfüllung einer Dienstleistung
- einen Hinweis auf das Widerrufs- und Rückgaberecht
- Kosten, die dem Verbraucher durch die Nutzung der Fernkommunikationsmittel (z. B. Nutzung einer Hotline) entstehen, sofern sie über die üblichen Grundtarife, mit denen der Verbraucher rechnen muss, hinausgehen
- die Gültigkeitsdauer befristeter Angebote, insbesondere der angegebenen Preise (s. auch § 312 c BGB in Verbindung mit der aufgrund Art. 240 EGBGB erlassenen Informationspflichtenverordnung)

Preisangaben im elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern

Nach der Preisangabenverordnung müssen gegenüber Endverbrauchern Endpreise inklusive der gesetzlichen Mehrwertsteuer genannt werden. Eine Ankündigung von Nettopreisen ohne Mehrwertsteuer ist nur gegenüber Gewerbetreibenden zulässig. Verbraucher müssen in diesem Fall erkennen können, dass sich die entsprechenden Tarife nur an Gewerbetreibende richten (s. auch Preisangaben-Verordnung (PangVO)).

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Werden Geschäfte abgeschlossen, so gilt auch im E-Business das so genannte „Kleingedruckte“: die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), von den Unternehmen vorformulierte Vertragsbedingungen.

Sowohl im B2B- wie auch im B2C-Bereich muss der Anbieter dem Kunden die Möglichkeit verschaffen, alle Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbe-



dingungen bei Vertragsschluss einzusehen. Es reicht daher nicht, dem Kunden anzubieten, die AGB auf Anforderung zuzusenden. Wichtig ist: AGB müssen leicht erreichbar (Faustregel: ein Mausklick), mühelos lesbar sowie übersichtlich gegliedert sein. Außerdem müssen sie einen Umfang haben, der im Verhältnis zum übrigen Vertragstext vertretbar ist. Sie dürfen schließlich nicht nur als Lese-Version angeboten werden, sondern es muss technisch möglich sein, sie „in wiedergabefähiger Form“ zu speichern. Das gilt ganz besonders bei Geschäften zwischen Unternehmen und Verbrauchern (B2C). Achtung: Werden die genannten Vorgaben hier nicht erfüllt, so werden Allgemeine Geschäftsbedingungen nicht Vertragsbestandteil (s. §§ 305 ff BGB zur Gestaltung rechtsgeschäftlicher Schuldverhältnisse durch Allgemeine Geschäftsbedingungen).

Verträge „per Mausklick“

Bestellungen können über E-Mail oder Webformulare abgegeben werden. Die jeweiligen Willenserklärungen werden wirksam, wenn sie dem Internetanbieter zugehen. Im Internet-Handel genügt dazu der Eingang im E-Mail-„Briefkasten“ des Empfängers. Hintergrund: Wer auf seinen Geschäftspapieren eine E-Mail-Adresse angibt, muss auch mit elektronischer Post rechnen. Das bedeutet: Nach dem gewöhnlichen Lauf der Dinge kann der Geschäftspartner damit rechnen, dass der Empfänger regelmäßig in seinen „Mail-Briefkasten“ sieht. Dazu kommt: Ein Anbieter muss eine Kundenbestellung unverzüglich auf elektronischem Weg (also auch per Mail) bestätigen.

► Achtung: Verträge, für die eine bestimmte Form erforderlich ist, können nicht „per Mausklick“ geschlossen werden. Dies gilt vor allem dann, wenn für den Vertrag eine eigenhändige Unterschrift (= Schriftform), eine elektronische

Werden die Informationspflichten nicht ordnungsgemäß erfüllt, kann ein Besteller eine Bestellung jederzeit und unbegrenzt widerrufen.

Sicherheit beim Vertragsabschluss

In der virtuellen Welt gilt dieselbe Regel wie bei herkömmlichen Verträgen: Ein Vertrag kommt zustande durch zwei korrespondierende Willenserklärungen, nämlich ein Angebot und dessen Annahme. Willenserklärungen, die auf elektronischem Weg über Datenleitungen abgegeben werden, sind dabei ebenso verbindlich wie mündliche oder schriftliche Äußerungen.

Internetpräsentation: Noch kein bindendes Angebot

Bei der Präsentation von Waren oder Dienstleistungen auf einer Homepage handelt es sich in der Regel noch nicht um verbindliche Vertragsangebote. Wie bei einer Schaufensterauslage oder einem Zeitungsinserat liegt darin in der Regel vielmehr die Aufforderung an den potenziellen Käufer, selbst ein Angebot zu machen. Dies muss der Verkäufer aber nicht annehmen. Er kann die Annahme der Bestellung – etwa nach Prüfung der Bonität des Kunden – durchaus ablehnen.

Gründe gegen E-Business-Einsatz

in % der mittelständischen Unternehmen



Rechtsfragen beim E-Business



Bestellungen per E-Mail oder Webformulare sind gültige Verträge. Der Anbieter muss eine Kundenbestellung unverzüglich bestätigen.

Signatur (= elektronische Form, s. Elektronische Signatur, S.8) oder eine notarielle Beurkundung erforderlich ist (etwa beim Kauf eines Grundstücks). Hier reichen eine einfache E-Mail oder das Ausfüllen eines Webformulars nicht aus.

Pflichten des Unternehmers bei elektronischen Verträgen

Der Anbieter muss eine Reihe von Bedingungen erfüllen, damit ein Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr tatsächlich gültig ist:

- ▶ Er muss angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung stellen, mit deren Hilfe der Kunde Eingabefehler vor Abgabe seiner Bestellung erkennen und berichtigen kann.
- ▶ Der Kunde muss vor Abgabe der Bestellung auch über die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen, informiert werden sowie darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsabschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist.
- ▶ Darüber hinaus muss der Anbieter mitteilen, welche Sprachen für den Vertragsabschluss zur Verfügung stehen.
- ▶ Geht eine Bestellung ein, so muss der Anbieter dies dem Kunden unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen.
- ▶ Der Anbieter muss dem Kunden die Mög-

lichkeit verschaffen, die Vertragsbestimmungen einschließlich der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei Vertragsabschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form zu speichern.

- ▶ Ein Anbieter, der sich besonderen Verhaltenskodizes für seine Branche unterwirft (z. B. gegen unerlaubte E-Mail-Werbung), muss diese Kodizes auch aufführen und zugänglich machen (im Falle der E-Mail-Werbung etwa die entsprechende Richtlinie des Electronic Commerce Forums e.V. – Verband der deutschen Internetwirtschaft: www.eco.de) (zu den allgemeinen Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr (Vertragsabschluss) s. auch § 312 e BGB in Verbindung mit der nach Art. 241 EGBGB erlassenen Informationspflichtenverordnung).

Widerruf bei Verbraucherverträgen

Widerruf innerhalb von zwei Wochen

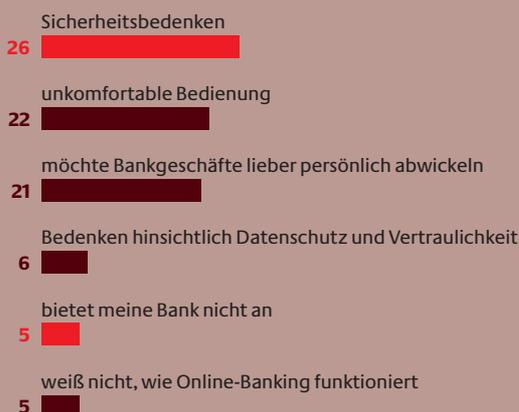
Endverbraucher haben das Recht, Verträge (also z. B. Bestellungen), die über das Internet geschlossen werden, innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen schriftlich oder durch bloße Rücksendung der Ware zu widerrufen. Dies gilt aber nicht für Gegenstände oder Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten oder die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für die Rücksendung geeignet sind (z. B. Lebensmittel). Um zu vermeiden, dass Datenträger bestellt, kopiert und dann zurückgeschickt werden, sind unversiegelte Audio- und Videoaufzeichnungen sowie Software vom Widerrufsrecht ausgenommen.

Informationspflicht bezüglich Widerrufsrecht

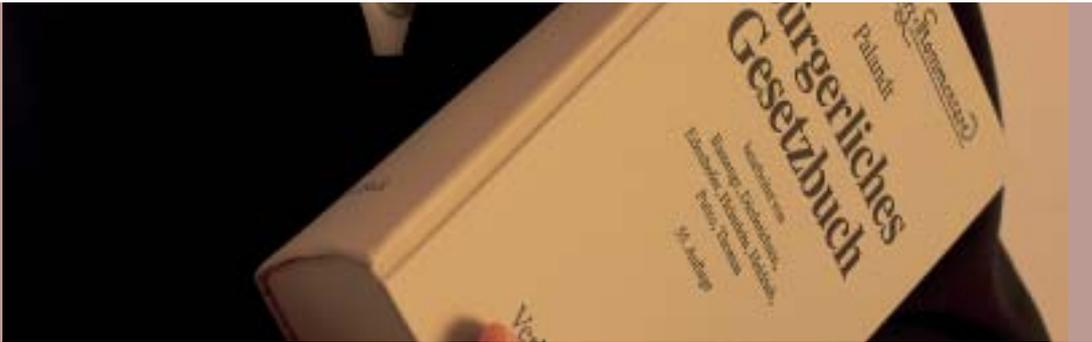
Wer Waren und Dienstleistungen per Versandhandel an Verbraucher verkauft, muss seine Kunden auch über ihr Widerrufsrecht informieren. Achtung: Wer die Informationspflichten nicht ordnungsgemäß erfüllt, läuft Gefahr, dass ein Besteller seinen Kauf rückgängig machen kann, egal, wie weit dieser zurückliegt (zum Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen s. auch § 312 d BGB).

Gründe gegen Online-Banking

in % der Haushalte



Quelle: Tower Group 2003



Geschäfte mit ausländischen Partnern: anwendbares Recht

B2B: Herkunftslandprinzip

Sobald Geschäftspartner aus verschiedenen Ländern kommen, stellt sich die Frage, welches nationale Recht auf den Vertrag anzuwenden ist. Für die meisten B2B-Geschäfte gilt das Herkunftslandprinzip: also das Recht des Landes, in dem der Diensteanbieter niedergelassen ist. Allerdings sind die Geschäftspartner frei, abweichende Vereinbarungen zu treffen.

B2C: Bestimmungslandprinzip

Für den Verbrauchervertrag gilt im Internet wie im traditionellen Handel das Bestimmungslandprinzip: also das Recht des Landes, in dem der Verbraucher (Endkunde) wohnt. Das Bestimmungslandprinzip ist zwingend. Abweichende Vereinbarungen haben beim Verbrauchervertrag keine Geltung (s. auch Art. 29 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB)).

Datenschutz

Keine Datenabfrage, wenn nicht erforderlich

Zusammengefasst: Unternehmen sollen zwar die Möglichkeit haben, Kundendaten wirtschaftlich zu nutzen. Gleichzeitig müssen Kundendaten aber geschützt bleiben. Grundsätzlich dürfen Daten zu Personen durch Anbieter nur verarbeitet werden, wenn das Teledienstschutzgesetz (TDDSG) oder der Mediendienste-vertragsvertrag (MDStV) dies erlauben. Und erlaubt ist, Kundendaten zu speichern, um etwa bei einer Bestellung eine vertragliche Bindung und Abwicklung zu ermöglichen (Bestandsdaten) oder um die Nutzung von Diensten zu ermöglichen oder abzurechnen (Nutzungsdaten). Hier muss der Anbieter seinen Kunden nicht gesondert um Erlaubnis fragen. Allerdings: Er muss im Einzelfall prüfen, welche Daten er tatsächlich benötigt. Vertragsdaten werden in der Regel

Name und Anschrift sein, gegebenenfalls auch die E-Mail-Adresse oder Angaben zur Zahlungsabwicklung. Einen abschließenden Katalog von Daten gibt es hier nicht. Das gleiche gilt für Nutzungsdaten: Dies sind in der Regel Merkmale zur Identifikation des Nutzers während der Nutzung, Hinweise über Beginn und Ende der Nutzung oder in Anspruch genommene Dienste.

Daten getrennt verarbeiten

Der Diensteanbieter muss die Daten über die Nutzung verschiedener Dienste durch einen Nutzer grundsätzlich getrennt verarbeiten. Zum Zwecke der Abrechnung dürfen die Daten dann zusammengeführt oder z. B. an ein Inkasso-unternehmen übermittelt werden.

Nicht mehr benötigte Daten löschen

Benötigt der Diensteanbieter die Nutzungsdaten allerdings für diese Zwecke nicht mehr, so muss er sie löschen. Und zwar sogar direkt nach einer Bestellung oder einem Auftrag, falls ein Kunde einen Dienst pauschal nutzt, also unabhängig von Umfang oder Art der Nutzung (z. B. Flatrate).

Datennutzung so lange wie nötig

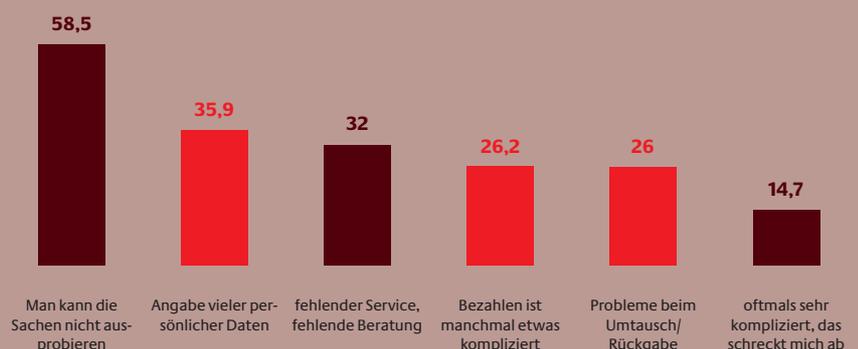
Andererseits sollen dem Diensteanbieter auch keine Nachteile entstehen: etwa in dem Fall,

Fortsetzung auf Seite 7

Verbraucher können Verträge (also z. B. Bestellungen), die über das Internet geschlossen werden, innerhalb von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen widerrufen.

Schlechte Erfahrungen beim Online-Shopping

in % der Internetnutzer (Mehrfachnennungen möglich)



E-Business auf einen Blick: Dafür sollten Sie sorgen

Hinweis: Die folgenden Informationen geben eine erste Orientierungshilfe. Sie erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit und können und wollen die rechtliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen.

E-Business-ABC

Banner

Ein Banner ist eine Werbefläche auf einer Website. Klickt man ein Banner mit der Maus an, so gelangt man meist auf die Homepage des Werbeteilers.

Disclaimer

Hinweis des Anbieters, dass er für fremde Inhalte, auf die er zum Beispiel durch Links verweist, nicht verantwortlich ist. Dies ist in der Regel zur besseren Orientierung über Anbieter und Haftung sinnvoll, wenngleich eine unter Umständen bestehende Haftung nicht durch einen Disclaimer ausgeschlossen werden kann. Beispiel für einen Disclaimer: „Dies ist ein Hinweis auf einen externen Inhalt, für den wir nicht verantwortlich sind.“

Flatrate

Flatrates sind pauschale Tarifangebote von Internet Service Providern für den Internetzugang. Hier wird also nicht mehr die einzelne Provider-Nutzung nach Dauer, Tageszeitpunkt sowie der anfallenden Datenmenge berechnet, sondern eine feste, meist monatliche Gebühr erhoben.

Informationen bei Unternehmenspräsentation im Internet

- ▶ Name und Anschrift des Unternehmens, ggf. des gesetzlichen Vertretungsberechtigten
- ▶ Telefon- und Telefaxnummer sowie E-Mail-Adresse des Unternehmens
- ▶ Aufsichtsbehörde (z. B. die zuständigen Gewerbeaufsichtsämter), falls die ausgeübte Tätigkeit einer behördlichen Zulassung bedarf
- ▶ Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das das Unternehmen eingetragen ist, und entsprechende Registernummer
- ▶ ggf. die Kammer des Diensteanbieters
- ▶ gesetzliche Berufsbezeichnung und Staat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen wurde
- ▶ berufsrechtliche Regelungen bei geregelten Berufen (z. B. Rechtsanwälte, Architekten) und Hinweis, wie diese zugänglich sind
- ▶ ggf. Umsatzsteueridentifikationsnummer

Informationen beim Verkauf von Waren oder Dienstleistungen an Verbraucher

- ▶ Merkmale der Ware oder Dienstleistung
- ▶ Hinweis bei Vertragsabschluss, ob noch eine Bestätigung per E-Mail erfolgt
- ▶ Laufzeit des Vertrags, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat (Abo)
- ▶ ggf. Vorbehalte bei Nichtverfügbarkeit (gleichwertige Leistung oder Nichtleistung)
- ▶ vollständige Preisangaben einschließlich anfallender Liefer- und Versandkosten
- ▶ Zahlungs- und Lieferbedingungen
- ▶ ggf. besondere Telekommunikationskosten (z. B. bei Nutzung einer Hotline)
- ▶ Ablauffristen für Angebote und Preise

E-Mail-Werbung

- ▶ vorherige Einwilligung des Kunden

Allgemeine Geschäftsbedingungen für B2C

- ▶ deutlicher Hinweis
- ▶ leicht zugänglich (Faustregel: 1 Mausklick) und herunterzuladen (keine Nur-Lese-Version)
- ▶ verständlich geschrieben

Widerrufsrecht des Kunden

- ▶ Beschreibung des Widerrufsrechts (Bedingungen, Verfahrensweise)
- ▶ Anschrift des Unternehmers, unter der der Verbraucher Beanstandungen vorbringen kann

Vertragsabschluss

- ▶ Erkennbarkeit und Korrekturmöglichkeit von Eingabefeldern vor Abgabe einer Bestellung
- ▶ Beschreibung der einzelnen Schritte bis zum Vertragsabschluss
- ▶ Abrufbarkeit des Vertragstextes
- ▶ unverzügliche Bestätigung des Zugangs einer Bestellung
- ▶ Hinweis auf mögliche Vertragssprachen

Datenschutz

- ▶ Grundsatz: Keine Abfrage personenbezogener Daten, wenn nicht erforderlich
- ▶ Informationspflichten gegenüber Kunden bei Kundendaten-Verarbeitung: Wie, in welchem Umfang und wofür werden Daten erhoben, verarbeitet und genutzt? Verarbeitung im außereuropäischen Ausland (z. B. USA)? Verwendung von Cookies? Pseudonyme Nutzungsprofile: Unterrichtung und Hinweis auf Widerspruchsrecht. Weiterschaltung zu anderen Dienstleistern?
- ▶ Sicherstellungspflichten im Unternehmen
- ▶ der Nutzer muss die Seite jederzeit verlassen können
- ▶ sofortige Löschung oder Sperrung von Daten, die nicht mehr benötigt werden
- ▶ Schutz gegen unbefugte Einsicht
- ▶ getrennte Verarbeitung von Daten über die Inanspruchnahme verschiedener Teledienste
- ▶ keine Zusammenführung von pseudonymen Nutzerprofilen mit Daten über den Träger des Pseudonyms
- ▶ elektronische Einwilligung
- ▶ sicherstellen (technisch oder organisatorisch), dass Einwilligung vom Nutzer wirklich vorliegt (und nicht etwa durch versehentliches Betätigen eines Mausklicks)
- ▶ Nachweis der Einwilligung (auch elektronisch möglich)



Fortsetzung von Seite 5

dass ein Nutzer bestreitet, Dienste in Anspruch genommen zu haben. Dies soll ein Anbieter durchaus durch Unterlagen beweisen können. Das bedeutet: Er kann Daten speichern, solange sie (z. B. bis zur Bezahlung) wirklich benötigt werden.

Bei Einzelnachweisen, die nur erstellt werden müssen, wenn der Nutzer dies ausdrücklich verlangt, gilt hierfür eine allgemeine Frist von sechs Monaten. Diese Frist verlängert sich, solange der Kunde nicht bezahlt hat oder eine Forderung des Anbieters aus der Nutzung eines Tele- oder Mediendienstes bestreitet. Hat ein Unternehmer Grund zu der Annahme, dass ein Nutzer seine Dienste ohne Bezahlung erschleichen will, so darf er zur Durchsetzung seiner Ansprüche dessen Nutzungsdaten ebenfalls speichern.

Wofür braucht man die Einwilligung des Kunden?

Mehr – z. B. der Aufbau einer Kundenkartei – ist nur möglich, wenn der Nutzer über Art, Umfang und Zweck dieses Umgangs umfassend informiert worden ist und ausdrücklich eingewilligt hat. Er muss auch erfahren, wenn die Internetverbindung automatisch zu anderen Diensteanbietern (z. B. Werbung) weitergeschaltet werden soll. Oder Daten außerhalb des Geltungsbereichs des europäischen Datenschutzrechts verarbeitet werden sollen. Dies ist beispielsweise dann von Bedeutung, wenn ein Unternehmen mit engen geschäftlichen Beziehungen in die USA (Mutter-Tochter) Kundendaten in den USA verarbeiten will.

Elektronische Einwilligung

Will ein Unternehmer Kundendaten für andere Zwecke oder in anderer Weise nutzen als vom Gesetz erlaubt, so benötigt er hierfür die – nachweisbare – Einwilligung des Kunden. Im elektronischen Geschäftsverkehr besteht die Möglichkeit, dass der Kunde diese Einwilligung elektronisch erteilt. Dabei muss der Anbieter ein sicheres Verfahren gewährleisten. Insbesondere muss er sicher sein, dass es sich bei der Einwilligung um eine eindeutige und bewusste Handlung des Nutzers handelt. Er muss also beispielsweise ausschließen, dass die Einwilligung durch

ein versehentliches Betätigen eines Mausclicks erfolgt. Wie der Anbieter dies bewerkstelligt, ist grundsätzlich ihm überlassen. Eine Verpflichtung auf ein bestimmtes Verfahren, also etwa mittels einer elektronischen Signatur nach dem Signaturgesetz, besteht nicht.

Verwendung von Cookies

Viele Anbieter verwenden so genannte „Cookies“. Hierbei handelt es sich um Dateien, die ein Anbieter automatisch auf dem Kundenrechner anlegt und immer wieder dann aufruft, wenn der Kunde die Seite des Anbieters öffnet. Cookies dienen einer effizienten Abwicklung des elektronischen Geschäftsverkehrs sowie der Internetwerbung. Sie speichern dafür Daten über den Kunden (z. B. Anschrift, aber auch den Besuch bestimmter Seiten des Anbieters, Bestellungen etc.). Sie sind aber für die Kunden zugleich vollkommen intransparent und bergen damit ein Datenschutzrisiko. Ein Anbieter muss seine Kunden darüber informieren, wenn er Cookies anlegen und verwenden will.

E-Business-ABC

Business-to-Business (B2B)

Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen oder Händlern untereinander.

Business-to-Consumer (B2C)

Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Endverbraucher.

Webformulare

Elektronische Formulare (z. B. für eine Bestellung) auf Webseiten, in die Nutzer Daten eintragen, Abfragen per Mausclick beantworten und die dann elektronisch an den Anbieter geschickt werden können.

Spam-Mails

Anteil an allen Mails in %



Rechtsfragen beim E-Business



Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
info@bmwi.bund.de
www.bmwi.de

Redaktion:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
PID Arbeiten für Wissenschaft und
Öffentlichkeit GbR
Menzenberg 9, 53604 Bad Honnef
Tel.: 02224 90034-0, Fax: 02224 90034-1
info@pid-net.de

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Georg Bröhl, Rolf Bender,
Ernst Röder-Messell, Dr. Alexander
Tettenborn
Bundesministerium für Wirtschaft
und Technologie

Rahmenlayout:

Atelier Hauer + Dörfler, Berlin

Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis:

MEV, Photodisc

Druck:

Druckerei Thierbach,
Mülheim an der Ruhr

Auflage: 10.000

Schwerpunkt der nächsten Ausgabe:
„Wissensmanagement“

Wenn Sie dazu Fragen oder Anregun-
gen haben oder Fragen zu anderen
Themen der e-f@cts, wenden Sie sich
bitte an:

Bernd Geisen, Regine Hebestreit
PID Arbeiten für Wissenschaft und
Öffentlichkeit GbR

Anonyme oder pseudonyme Nutzung von Internetdiensten

Unternehmen dürfen personenbezogene Daten von Kunden grundsätzlich nur dann erfragen, wenn sie diese auch tatsächlich benötigen. Ansonsten sind sie verpflichtet, eine anonyme oder pseudonyme Nutzung ihrer Dienste zu ermöglichen. Dies gilt beispielsweise bei dem Angebot eines kostenlosen Newsletters per E-Mail. Hier genügt die Angabe eines Pseudonyms als E-Mail-Anschrift.

Pseudonyme Nutzerprofile

Das Gesetz erlaubt Unternehmen, Nutzerprofile zu erstellen: für Zwecke der Werbung, der Marktforschung oder zur bedarfsgerechten Gestaltung ihrer Dienste. Allerdings dürfen die Profil-Daten nur mit einem Pseudonym verknüpft sein. Der Unternehmer muss sicherstellen, dass Daten eines pseudonymen Nutzerprofiles nicht mit Daten über den Träger des Pseudonyms zusammengeführt werden.

Datensicherheit beim Anbieter

Ein Anbieter im Internet muss auch durch seine technischen Vorkehrungen dafür sorgen, dass der Schutz von Kundendaten gewährleistet ist (Systemdatenschutz). Apropos technische Vorkehrungen: Zu diesen gehört auch, dass der Nutzer eine Seite jederzeit verlassen können muss! (s. Teledienstschutzgesetz (TDDSG) oder Mediendienstestaatsvertrag (MDStV))

Elektronische Signatur

Rechtsgültigkeit

Die elektronische Signatur ist für den sicheren Rechts- und Geschäftsverkehr unerlässlich. Sie versieht ein Dokument mit einem „elektronischen Siegel“. Der Gesetzgeber hat inzwischen dafür gesorgt, dass Verträge, die eine eigenhändige Unterschrift erfordern, auch elektronisch rechtsgültig geschlossen werden können: mit einer gesetzlichen Signatur nach dem Signaturgesetz.

Nutzung der elektronischen Signatur

Wer die elektronische Signatur nutzen will, kann bei einem der fast zwanzig Zertifizierungsdiensteanbieter in Deutschland sein persönliches Zertifikat für seine elektronische Signatur beantragen. Der Unterzeichnende erhält dann einen verschlüsselten Unterschriften-Code auf einer besonders gesicherten Chip-Karte. Will er nun elektronische Dokumente unterzeichnen, kann er sich über ein spezielles Kartenlesegerät am Computer einwählen, ausweisen und verschlüsselt unterschreiben.

In Deutschland besteht die besondere Möglichkeit, sich an einen akkreditierten Zertifizierungsdiensteanbieter zu wenden. Diese Akkreditierung ist für den Verbraucher der Nachweis dafür, dass er und die von ihm genutzten Signaturverfahren und -produkte „auf Herz und Nieren“ geprüft wurden. Diese Produkte kann man am staatlichen Gütezeichen erkennen: verliehen von der zuständigen Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen.

Elektronische Signatur als Beweismittel

Immer wieder kommt es vor, dass ein Vertragsabschluss oder Einzelheiten des Vertrages (z. B. Preis, Menge) umstritten sind. Zwar ist es für die Wirksamkeit einer Vereinbarung grundsätzlich unerheblich, ob sie mündlich, schriftlich oder elektronisch geschlossen wurde. Entscheidend ist, dass man sich über die wesentlichen Vertragsbestandteile (z. B. den Preis) einig geworden ist. Der Nachweis hierüber gelingt im elektronischen Geschäftsverkehr am einfachsten durch Verwendung der Signatur nach dem Signaturgesetz.

Auch wenn elektronische Dokumente keine Urkunden sind: Ein elektronischer „Schriftwechsel“, also z. B. eine Online-Bestellung, kann vor Gericht als Beweismittel genügen. Ein mit einer elektronischen Signatur versehenes elektronisches Dokument hat jedoch den Anschein der Echtheit, der nur erschüttert wird, wenn ernsthafte Zweifel bestehen, dass die Erklärung vom Inhaber der elektronischen Signatur abgegeben wurde (s. auch Signaturgesetz (SigG) und Gesetz zur Anpassung der Formvorschriften des Privatrechts an den modernen Rechtsgeschäftsverkehr (Schriftformgesetz)).