INFORMATIONSPFLICHTEN NACH DEM E-COMMERCE-GESETZ, DEM UNTERNEHMENSGESETZBUCH UND DER GEWERBEORDNUNG IM DETAIL

1. E-Commerce-Gesetz (ECG)

Alle Anbieter von Diensten im WWW (dazu gehören insbesondere der Online-Vertrieb von Waren, der Online-Vertrieb von Dienstleistungen, Online-Informationsangebote, elektronische Suchmaschinen und Datenabfragemöglichkeiten, SMS-Dienste, WAP-Dienste sowie UMTS-Dienste, die über Mobiltelefon bereitgestellt und abgerufen werden können etc), müssen die Informationspflichten nach dem ECG beachten.

Diese Informationspflichten können unterteilt werden in sogenannte „Allgemeine Informationspflichten", die - da „allgemein" - von den Anbietern von Diensten im WWW (Diensteanbietern) jedenfalls zu erfüllen sind und in „Informationspflichten bei Werbung" – das Gesetz spricht diesbezüglich genaugenommen von „Informationen über kommerzielle Kommunikation"; dazu kommen als dritte Kategorie „Informationspflichten für Vertragsabschlüsse", hier vereinfachend als „Informationspflichten bei Webshops" bezeichnet.

Unter „kommerzielle Kommunikation" versteht das ECG Werbung sowie alle anderen Maßnahmen der Absatzförderung (wie zB Zugaben, Geschenke, Preisausschreiben, Gewinnspiele etc). Nicht darunter fallen Kraft ausdrücklicher Ausnahme die bloße Angabe bzw Verwendung eines Domain-Namens, einer E-Mailadresse sowie das bloße Erscheinungsbild des Unternehmens (zB die mit Bildern versehene Informationswebsite eines Unternehmens im Netz).

Bei den Informationspflichten spielt es grundsätzlich keine Rolle, ob zwei Unternehmer (B2B) oder ein Unternehmer und ein Konsument (B2C) einander gegenüberstehen. Ein Unterschied besteht lediglich insofern, als die Informationspflichten bei Webshops im Verhältnis B2B theoretisch vertraglich ausgeschlossen werden können, im Verhältnis B2C hingegen nicht.

1.1. Allgemeine Informationspflichten (§ 5 ECG)

Der Diensteanbieter hat folgende Informationen leicht und unmittelbar zugänglich (zB auf der Startseite oder mittels klar erkennbarem Link zB „Wir über uns") zur Verfügung zu stellen (bei Diensten, die über ein Mobiltelefon bereitgestellt werden, wird es genügen, wenn zB ein Hinweis auf eine über das Internet zugängliche Website gegeben wird):

- seinen **Namen** bzw seine **Firma**;
  Soweit Diensteanbieter der Gewerbeordnung (GewO) unterliegen, sind diesbezüglich die Bestimmungen der GewO, besonders deren § 63 maßgeblich. Dementsprechend haben Einzelunternehmer (natürliche Personen), die nicht im Firmenbuch eingetragen sind, ihren „Namen" zu führen. Darunter ist - auch wenn dies im Gesetz nicht mehr ausdrücklich so geregelt ist - jedenfalls der Familienname mit zumindest einem ausgeschriebenen Vornamen zu verstehen.

  Im Firmenbuch eingetragene natürliche (Einzelunternehmer) und juristische Personen (zB GesmbH, AG) und Personengesellschaften (OG, KG) haben nach den Bestimmungen des Unternehmensgesetzbuches (§ 14 UGB) ihre Firma so anzugeben wie sie im Firmenbuch eingetragen ist. Sollte bei im Firmenbuch eingetragenen Einzelunternehmen die eingetragene Firma vom bürgerlichen Namen abweichen haben solche Einzelunternehmen zusätzlich ihren bürgerlichen Namen anzugeben.

- die geografische **Anschrift,** unter der er niedergelassen ist;

  unter der „geografischen Anschrift“ versteht man eine „ladungsfähige“ Adresse (persönliche Zustellbarkeit von behördlichen bzw gerichtlichen Schriftstücken);

- **Angaben**, auf Grund derer ein Nutzer (Kunde) **rasch und unmittelbar** mit ihm in **Verbindung** treten kann, einschließlich seiner **E-Mail-Adresse**;

  die bloße Angabe der E-Mail-Adresse alleine genügt nicht. Wie der OGH bereits entschieden hat, muss daneben zusätzlich noch eine weitere Kontaktmöglichkeit (Telefonnummer oder Faxnummer) angeführt werden;

- **Firmenbuchnummer** und **Firmenbuchgericht,** sofern vorhanden;

- **die zuständige Aufsichtsbehörde;**

  Leider ist nicht eindeutig geklärt, wer genau als zuständige Aufsichtsbehörde anzusehen ist. Die Aufsichtsbehörde soll jedenfalls Anlaufstelle für die Nutzer eines Dienstes der Informationsgesellschaft sein. Dazu wird teilweise vertreten, dass damit jene Behörde gemeint ist, die berechtigt ist, die Berufsberechtigung zu entziehen (bei Mitgliedern der Wirtschaftskammerorganisation daher idR die Gewerbebehörde, aber eben nicht immer). Denkbar wäre auch, dass es sich dabei um jene Behörde handelt, die das ECG zu vollziehen hat (das wäre stets die Bezirksverwaltungsbehörde und somit in vielen Fällen gleichzeitig die Gewerbebehörde). Bedauerlicherweise gibt es dazu derzeit keine klare und verbindliche Aussage.

  Tipp:

  Wir empfehlen gewerblichen Unternehmen zur Sicherheit die Gewerbebehörde, anderen Unternehmen, diejenige Behörde, bei der die Tätigkeit angezeigt/gemeldet/genehmigt werden muss, anzuführen.

  Sicher ist allerdings, dass bei all jenen Tätigkeiten, die einer besonderen behördlichen Aufsicht unterliegen, die diesbezüglichen Aufsichtsbehörden gemeint sind (zB Bankenaufsicht, Versicherungsaufsicht, Telekom-Control-Kommission oder Wertpapieraufsicht);

- die **Kammer** (zB Wirtschaftskammer), der **Berufsverband** oder eine ähnliche Einrichtung, der der Dienstanbieter angehört, die **Berufsbezeichnung** und den **Mitgliedstaat**, in dem diese verliehen worden ist, sowie ein Hinweis auf die anwendbaren **gewerbe- oder berufsrechtlichen Vorschriften** und den **Zugang** zu diesen.

  Berufsverband umfasst Einrichtungen mit gesetzlicher Mitgliedschaft wie auch freiwillige Vereinigungen. Hinsichtlich der Mitgliedschaft bei den jeweiligen Fachgruppen, Fachverbänden, Wirtschaftskammern in den Bundesländern und der Wirtschaftskammer Österreich sollte zumindest die entsprechende Landeskammer genannt werden. Unter den „anwendbaren gewerbe- und berufsrechtlichen Vorschriften“ sind jedenfalls spezifische gesetzliche Vorschriften, wie zB Maklergesetz oder Ausübungsregeln zu verstehen. Ob darunter auch die Gewerbeordnung zu verstehen ist, ist nicht endgültig geklärt.

  Tipp:

  Wir empfehlen zur Sicherheit die Gewerbeordnung anzuführen.

  Dabei müssen nicht die gesamten Rechtsvorschriften auf der Website wiedergegeben werden, sondern es genügt, wenn die Bezeichnung der Rechtsvorschriften angegeben wird, ergänzt zB um den Hinweis auf die kostenlos zugängliche Website des Rechtsinformationsservices des Bundeskanzleramtes, wo die jeweils aktuelle Version der Rechtsvorschriften abrufbar ist: www.ris.bka.gv.at;

- die **Umsatzsteueridentifikationsnummer**, sofern vorhanden;

Tipp:
All diese Informationen kann man entweder selbst in seinen Web-Auftritt einbauen; Wirtschaftskammermitglieder können dazu auch auf ihren persönlichen Eintrag im Firmen A-Z von wko.at verlinken (Hilfe unter office@wko.at).

- sofern **Preise** angeführt werden - das E-Commerce-Gesetz selbst zwingt noch nicht dazu, es kann dies aber auf Grund anderer Vorschriften erforderlich sein (zB Preisauszeichnungsgesetz) - sind auch diese **leicht les- und zuordenbar** anzugeben. Es muss auch klar erkennbar sein, ob die Preise einschließlich **Umsatzsteuer** (gegenüber Verbrauchern nach Preisauszeichnungsgesetz verpflichtend) sowie aller **sonstigen Abgaben und Zuschläge** ausgezeichnet sind und ob darin **Versandkosten** enthalten sind;
- wenn Allgemeine Geschäftsbedingungen (**AGB**) verwendet werden, müssen diese für den Nutzer speicher- und ausdruckbar zur Verfügung stehen. Das ECG selbst verpflichtet aber nicht dazu, AGB zu verwenden.

1.2. Informationspflichten bei Werbung (§ 6 ECG)

Wie schon einleitend ausgeführt, gelten diese Informationspflichten nicht nur bei Werbung im engeren Sinn, vielmehr betrifft die Bestimmung alle Kommunikationsformen, die der – unmittelbaren oder mittelbaren – Förderung des Absatzes oder des Erscheinungsbildes eines Unternehmens dienen (angefangen bei der „Bannerwerbung“ über von einem Unternehmen gesponserte Testberichte bis hin zu reinen PR-Maßnahmen; nicht aber bei bloßen Domain-Namen, E-Mail-Adressen sowie für das bloße Erscheinungsbild des Unternehmens als solchem).

Verantwortlich für die Einhaltung dieser Verpflichtungen ist jedenfalls jener Diensteanbieter, der die Online-Werbung bereitstellt, also beispielsweise jener Unternehmer, der eine Bannerwerbung schaltet und dafür Einnahmen erzielt. Die Informationspflichten treffen nach den Erläuterungen zum ECG aber auch den Diensteanbieter, bei dem die kommerzielle Kommunikation Bestandteil des Dienstes ist. Er muss dafür sorgen, dass Werbeeinschaltungen udgl auf seiner Website klar und deutlich vom redaktionellen Inhalt abgegrenzt sind.

Zusätzlich zu den unter 1.1. angeführten allgemeinen Informationspflichten ist Werbung ebenso klar und eindeutig wie folgt zu kennzeichnen:

- Werbung muss **als solche erkennbar** sein.

  Der Diensteanbieter kommt dann seinen Verpflichtungen nach, wenn er den kommerziellen Charakter der Maßnahme durch ihre Gestaltung und Anordnung herausstreicht. Vor allem ist dabei an eine deutliche Trennung der Werbung vom redaktionellen Teil zu denken. Falls dies nicht der Fall ist, muss der Anbieter die Werbe- oder Absatzförderungsmaßnahme gesondert bezeichnen (etwa durch Hinweise wie „Anzeige“, „Werbung“, „gesponsert von...“ udgl) sofern der Werbecharakter nicht von vornherein klar und evident ist.

- Der **Auftraggeber** der Werbung muss erkennbar sein.

  Dabei soll es ausreichen, wenn in der Werbung elektronisch auf den Auftraggeber verwiesen wird und der Nutzer dort die unter 1. aufgezählten allgemeinen Informationen erhalten kann.

- Angebote zur **Absatzförderung** wie etwa **Zugaben** und **Geschenke** müssen erkennbar sein und es muss ein einfacher **Zugang** zu den Bedingungen für die Anspruchnahme vorhanden sein.

- **Preisausschreiben** und **Gewinnspiele** müssen als solche erkennbar sein und ebenfalls einen einfachen **Zugang** zu den Teilnahmebedingungen enthalten.

Auf Grund des Herkunftslandprinzips sind für die Frage der (wettbewerbsrechtlichen) Zulässigkeit von Preisausschreiben bzw Gewinnspielen für österreichische Unternehmen die österreichischen Regelungen maßgeblich.

1.3. Informationspflichten bei Webshops (§ 9 ECG)

Wie schon vorhin angeführt, sind die Informationspflichten im Zusammenhang mit Webshops zwischen Unternehmen vertraglich ausschließbar, gegenüber Konsumenten allerdings zwingend. Zudem gelten diese Pflichten sowohl im B2B- als auch im B2C- Bereich nicht für solche Verträge, die ausschließlich im Weg der elektronischen Post oder eines damit vergleichbaren individuellen Kommunikationsmittels abgeschlossen werden. Gemeint ist damit, dass immer dann, wenn sich die Vertragspartner anstelle herkömmlicher Kommunikationsmittel zwar eines elektronischen Mediums bedienen (E-Mail, SMS), darüber hinaus aber keinen E-Commerce im eigentlichen Sinn betreiben, diese Bestimmungen nicht zur Anwendung kommen (zB ein vereinzelter Vertragsabschluss in einem individuell geführten E-Mail-Verkehr außerhalb eines Webshop).

Wesentlich ist, dass die nachstehenden Informationen dem Nutzer vor Abgabe seiner Vertragserklärung, also entweder vor seinem Vertragsanbot (Bestellung) oder seiner Vertragsannahme, gegeben werden. Mit anderen Worten, bevor sich der Nutzer verpflichtet, muss er über diese angeführten Informationen verfügen, ohne sie zB besonders suchen zu müssen.

Bei Webshops ist demnach zusätzlich klar, verständlich und eindeutig zu informieren über:

- die einzelnen **technischen Schritte**, die zur **Vertragserklärung** des Nutzers sowie zum **Vertragsabschluss** führen; dieser Vorgang muss so gestaltet sein, dass auch ein Laie damit problemlos umgehen kann;
- den Umstand, ob der **Vertragstext** nach Vertragsabschluss **gespeichert** wird, sowie gegebenenfalls über einen **Zugang** zu einem solchen Text;
- die **technischen Mittel** zur **Erkennung** und **Berichtigung** von **Eingabefehlern** vor Abgabe der Vertragsabklärung (also Angaben, wie der Kunde seine Bestellung ändern/bzw korrigieren kann, zB mittels „zurück"-Funktion);
- die **Sprachen,** in denen der Vertrag abgeschlossen werden kann.

Sollte sich der Diensteanbieter **freiwillig Verhaltenskodizes** (diese sollen gewährleisten, dass unfaire Verhaltensweisen unterbunden werden, dass man sich vertraglich zur Einhaltung strenger Qualitätskriterien verpflichtet, Streitschlichtungsverfahren anerkennt, etc) unterworfen haben (zB E-Commerce-Gütezeichen, http://www.guetezeichen.at), so ist auch das anzugeben, vermehrt um den Hinweis, wie man zu diesen Kodizes elektronisch **Zugang** erhält.

Achtung!
Verstöße gegen jegliche Informationspflichten nach dem ECG stellen jedenfalls eine Verwaltungsübertretung dar und sind mit einer Geldstrafe von bis zu € 3.000,-- bedroht. Zuvor **kann** die Behörde (sie muss aber nicht) den Diensteanbieter auf seine Gesetzesverletzung hinweisen und ihm zur Korrektur eine angemessene Frist setzen, bei deren Einhaltung der Diensteanbieter straffrei bleibt.

Unabhängig davon besteht aber die Gefahr, vor allem von einem Mitbewerber wegen Verstoßes gegen § 1 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) gerichtlich belangt zu werden.

Achtung!
Besonders wichtig ist es darauf hinzuweisen, dass insbesondere für Webshops neben den im ECG angeführten Informationspflichten noch eine Fülle zusätzlicher Informationspflichten besteht. So kennt auch das Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG) umfangreiche Informationspflichten im Verhältnis B2C. Ähnliche

Informationspflichten bestehen auch im Rahmen des Fernabsatzes von Finanzdienstleistungen im Verhältnis B2C.

Besonders zu beachten sind zudem die Informationspflichten nach dem Unternehmensgesetzbuch (UGB) und der Gewerbeordnung (GewO), sowie die Offenlegungspflichten nach dem Mediengesetz (MedienG).

Nähere Informationen zum FAGG finden Sie im Merkblatt Spezielle Informationspflichten im Fernabsatz B2C.

Nähere Informationen zum Fern-Finanzdienstleistungs-Gesetz finden Sie im Merkblatt Spezielle Informationspflichten bei Fern-Finanzdienstleistungen.

Die allgemeinen Informationspflichten bzw Offenlegungspflichten nach UGB, GewO und MedienG werden im Folgenden überblicksweise dargestellt.

2. Unternehmensgesetzbuch (§ 14 UGB)

Aufgrund des § 14 UGB gelten für Geschäftsbriefe sowie Bestellscheine, die in welcher Form auch immer, daher auch in Form von E-Mails, an einen bestimmten Empfänger gerichtet sind sowie für Websites Informationspflichten, die sich zum Teil mit dem Vorgenannten decken, zum Teil aber auch darüber hinausgehen.

Unter Geschäftsbriefen und Bestellscheinen im Sinne der angesprochenen Bestimmung versteht man nur solche Mitteilungen, die an einen bestimmten Empfänger gerichtet sind, nicht daher zB Zeitungsanzeigen oder Postwurfsendungen, die an einen unbestimmten Personenkreis gerichtet sind („an einen Haushalt“). Sehr wohl betroffen sind aber an bestimmte Empfänger gerichtete Anbote, Lieferscheine, Rechnungen, Preislisten etc.

Namentlich geht es dabei darum, dass solche Geschäftsbriefe und Bestellscheine sowie Websites folgende Angaben aufzuweisen haben:

- die Firma,
- die Rechtsform,
- den Sitz,
- die Firmenbuchnummer und
- das Firmenbuchgericht.
- Befindet sich das Unternehmen in Liquidation, so ist auch dieser Hinweis aufzunehmen.

Bei Offenen Gesellschaften sowie Kommanditgesellschaften, bei denen kein unbeschränkt haftender Gesellschafter eine natürliche Person (Mensch) ist, also die „typische“ GmbH & Co KG, bei der der einzige Vollhafter (Komplementär) die GmbH ist, sind diese Angaben nicht nur über die KG sondern auch über den unbeschränkt haftenden Gesellschafter (also die GmbH) zu machen.

- Einzelunternehmer haben auch ihren Namen anzugeben, wenn sich dieser von der Firma unterscheidet.
- Genossenschaften haben auch die Art ihrer Haftung anzugeben. Dies ist deswegen erforderlich, weil aufgrund der neuen Firmenbildungsvorschriften in der Firma der Genossenschaft selbst ein Hinweis auf die Haftung nicht mehr zu erfolgen hat.
- Bei Kapitalgesellschaften muss immer dann, wenn Angaben über das Kapital gemacht werden, das Grund- bzw Stammkapital inklusive dem Gesamtbetrag der allfällig noch ausstehenden Einlagen angegeben werden.
- Bei inländischen Zweigniederlassungen eines Unternehmens mit ausländischer Hauptniederlassung oder ausländischem Sitz sind die vorhin genannten Angaben jedenfalls hinsichtlich der Hauptniederlassung zu machen. Darüber hinaus sind aber auch die Firma, die Firmenbuchnummer sowie das Firmenbuchgericht der Zweigniederlassung anzuführen.

Nähere Informationen finden Sie im Merkblatt Impressumsvorschriften für E-Mails und Websites nach dem Unternehmensgesetzbuch

3. Gewerbeordnung (§ 63 GewO)

Gewerbetreibende, die natürliche Personen (Menschen) und keine im Firmenbuch eingetragene Unternehmer sind, haben aufgrund einer entsprechenden Bestimmung in der Gewerbeordnung ebenso ihre E-Mails sowie ihre Websites mit bestimmten Offenlegungspflichten zu versehen. Namentlich geht es dabei darum, dass sie ihren

- **Namen** sowie
- den **Standort der Gewerbeberechtigung**

anzugeben haben.

Nähere Informationen finden Sie im Merkblatt Impressumsvorschriften für E-Mails und Websites nach der Gewerbeordnung.

4. Mediengesetz (§ 25 MedienG)

Nach dem MedienG hat jede Website folgende Angaben zu enthalten (so genannte „kleine Offenlegungspflicht“):

- **Namen** bzw **Firma** des Medieninhabers
- **Wohnort** oder **Sitz** des Medieninhabers
- **Unternehmensgegenstand** des Medieninhabers

Achtung!
Umfasst eine Website über die Darstellung des persönlichen Lebensbereiches oder die Präsentation des Medieninhabers hinausgehende Inhalte, die geeignet sind, die Meinungsbildung zu beeinflussen, dann sind darüber hinaus noch zusätzliche Angaben zu machen (so genannte „große Offenlegungspflicht“).

Das genaue Ausmaß der „großen Offenlegungspflicht“ ist abhängig von der Rechtsform des Unternehmens. Im Wesentlichen sind aber zusätzlich zur „kleinen Offenlegungspflicht“ folgende Angaben zu machen:

- grundlegende Richtung der Website (**„Blattlinie“**)
- **Geschäftsführer**/Vorstandsmitglieder, gegebenenfalls Aufsichtsrastmitglieder
- **Gesellschafter inkl Beteiligungsverhältnissen** (inkl Treuhandschaften und stillen Beteiligungen) und alle Muttergesellschaften

Nähere Informationen finden Sie im Merkblatt Informationspflichten nach dem Mediengesetz für Websites.

Stand: Februar 2016

Dieses Merkblatt ist ein Produkt der Zusammenarbeit aller Wirtschaftskammern.
Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Wirtschaftskammer Ihres Bundeslandes:
Burgenland, Tel. Nr.: 05 90907, Kärnten, Tel. Nr.: 05 90904, Niederösterreich Tel. Nr.: (02742) 851-0,
Oberösterreich, Tel. Nr.: 05 90909, Salzburg, Tel. Nr.: (0662) 8888-0, Steiermark, Tel. Nr.: (0316) 601-0,
Tirol, Tel. Nr.: 05 90905-1111, Vorarlberg, Tel. Nr.: (05522) 305-0, Wien, Tel. Nr.: (01) 51450-1615,
Hinweis! Diese Information finden Sie auch im Internet unter https://wko.at/. Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältigster Bearbeitung ohne Gewähr. Eine Haftung der Wirtschaftskammern Österreichs ist ausgeschlossen. Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter!