

**Online-Shop
Informationspflichten und
häufige Abmahngründe im
internationalen E-Commerce**

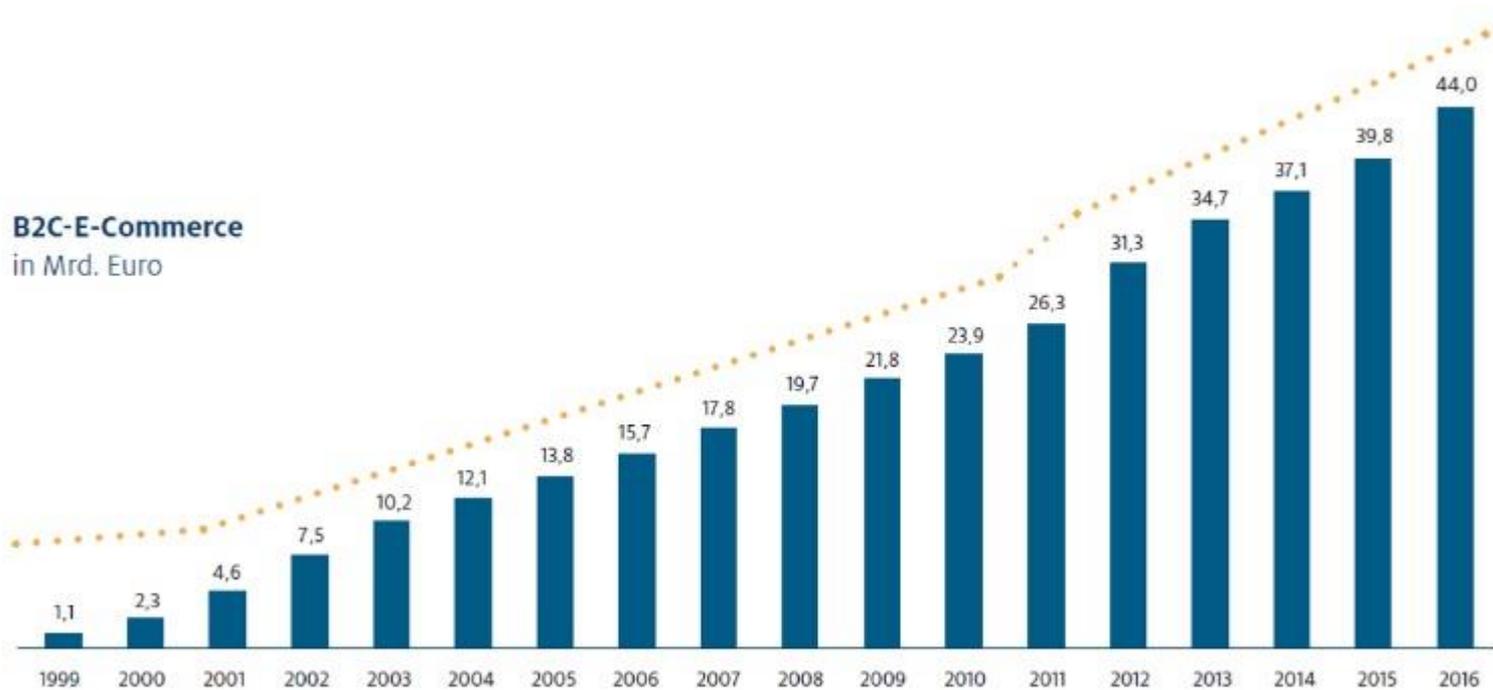
Online-Shop Informationspflichten und häufige Abmahngründe im internationalen E-Commerce

Auf was müssen Online-Händler besonders achten?

Wie gehe ich mit einer Abmahnung um?

STABILES WACHSTUM IM ONLINE-HANDEL

B2C-E-Commerce
in Mrd. Euro



Quelle: HDE: GfK; HDE-Prognose 2016; ohne Umsatzsteuer;
Angaben für Nonfood, FMCG, Entertainment, Tickets, Downloads, Reisen (ohne Urlaubsreisen)

Sämtliche Elemente des Web-Shops wie Bestellvorgang, Produktauszeichnung, Rücktritts-/Widerrufsbelehrung, Allgemeine Geschäftsbedingungen, Datenschutzerklärung, Produktkennzeichnung udgl. müssen den Rechtsordnungen jener Länder entsprechen, auf die die Verkaufsaktivität ausgerichtet ist.

Bei Verbraucherverträgen kann die günstigere Vorschriften im Aufenthaltsland des Konsumenten nicht ausgeschlossen werden können

Vollharmonisierung der Verbraucherrechte und einheitliche Regelung von Rücktritts-/Widerrufsrecht und Rücktritts-/Widerrufsbelehrung auf europäischer Ebene

Auf was müssen Online-Händler besonders achten?

- Verletzung von Schutzrechten
- Werberecht/Direktwerbung/
Nutzung fremder Inhalte
- Informationspflichten

Häufige Abmahngründe

- **Verletzung von UWG Bestimmungen, copyright- oder Markenrechten**
- **Fehler im Impressum**
- **Mangelhafte Informationspflichten**
- **Fehlerhafte Preisangaben**
- **Unzulässige Klauseln (Einlagerungsgebühr, Gefahrübergang)**
- **Fehlende Angaben zu Lieferzeit etc**
- **Falsche Buttonlösung**
- **Falsche Rücktrittsbelehrung/fehlendes Formular**
- **in Zukunft: Datenschutzverletzungen**

Schutzrechte

- **Marke**
- **Urheberrecht**
- **Firma**
- **Name, etc.**

registrierte
Rechte

Marke!

Design

Patent/
GebrMu

nicht-
registriertes
Recht

Urheber-
Recht

Firma

Firma im juristischen Sinn ist der in das Firmenbuch eingetragene Name eines Unternehmers bzw. Unternehmens, unter dem er seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt, gemeint.

zB OMV Aktiengesellschaft

Name

§ 43 ABGB gewährt ein subjektives Recht, das den Namensträger schützt.

Geschützt ist der Nachname, Deckname,
Firmenname, Handelsname etc.

Handelsname = Etablissementbezeichnung

zB Gasthof zum Goldenen Hirsch

Der Erwerb der Verkehrsgeltung des Firmennamens ist dann nicht erforderlich, wenn die Firma unterscheidungskräftig ist

Urheberrecht

- § 1 ff UrhG: „Werke iSd Gesetzes sind eigentümliche geistige Schöpfungen auf den Gebieten der Literatur, der Tonkunst, der bildenden Künste und der Filmkunst.“
- § 10 ff UrhG: „Urheber“ eines Werkes ist, wer es geschaffen hat

- **... bei Photographie**
- **Personenbildnisse („Recht am eigenen Bild“):**
 - Abgebildeter bzw. Angehörige, wenn berechnigte Interessen bestehen (§ 78 UrhG)
- **Bildrechte**
 - Lichtbildhersteller, Photograph
 - Bildagenturen

- **Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)**
 - (1) **Bildnisse von Personen dürfen ohne Zustimmung des Abgebildeten**
 - (2) **weder öffentlich**
- **ausgestellt** noch auf eine andere Art, wodurch sie der **Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, verbreitet werden**, wenn dadurch **berechtigte Interessen** des Abgebildeten oder, falls er gestorben ist, ohne die **Veröffentlichung gestattet oder angeordnet zu haben**, eines nahen Angehörigen verletzt würden.
- **zB Bloßstellung, Verwendung zu Werbezwecken, etc.**
- **zusätzlich Datenschutzrecht**

Neu: Bildverarbeitung § 12 und § 13 DSGVO 2018

Schon bisher galten Fotos als Daten, die praktische Relevanz fehlte aber

Eine Aufnahme (Bild- und Bildton) ist zulässig

- **wenn** Einwilligung des Betroffenen vorliegt
- für lebenswichtiges Interesse einer Person erforderlich
- überwiegendes berechtigtes Interessen des Verantwortlichen
- durch besondere gesetzliche Bestimmungen erlaubt

Bildaufnahmen nach dem GSG neu

- **Datensicherungsmaßnahmen**
- **Protokollierungspflicht**
- **Löschungspflicht**
- **Kennzeichnungspflicht**

Immer unzulässig

- **ohne ausdrückliche Einwilligung im höchstpersönlichen Lebensbereich**
- **zur Kontrolle von Arbeitnehmern**
- **automationsunterstützter Abgleich von Bild und personenbezogenen Daten**
- **Auswertung von Bildaufnahmen nach Auswahlkriterium „besondere Kategorien“ = sensible Daten**

Folgen bei Urheberrechtsverletzungen

- **Zivilrechtlich:**
- **Unterlassungsanspruch** (evtl. einstweilige Verfügung,)
- **Vernichtung** von Vervielfältigungsstücken und –mitteln
- **Urteilsveröffentlichung**
- **Angemessenes Entgelt** in Form einer ersparten fiktiven Lizenzgebühr, verschuldensunabhängig
- **Schadenersatz inkl. entgangenen Gewinn** Verschulden erforderlich, mangels Nachweis eines höheren Schadens das **Doppelte des angemessenen Entgelts**
- Bei empfindlicher Kränkung: **immaterieller Schadenersatz** (zB Zuschlag von 100 % zum angemessenen Entgelt)
- **Auskunft und Rechnungslegung**

- **Strafrechtlich:**
- bis zu 6 Monaten FS oder Geldstrafe bis zu 360 Tagessätzen

Werberecht, Direktwerbung

E-Mail Werbung

- **SPAM: Zusenden unerbetener e-Mails zu Werbezwecken oder Massenmail verboten (§ 107 TKG)**
- **-> Werbemail** ist auch als „aggressive Geschäftspraktik“ verboten (P.26 Anhang zum UWG)
- **... es sei denn...**

Direktwerbung per Mail

- **Erlaubt, wenn**

- bereits Kunde und
- Werbung für ähnliche Produkte und
- Empfänger von vornherein bei deren Erhebung und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos jederzeit die Möglichkeit hat weitere Zusendung abzulehnen und
- Empfänger nicht bereits von vornherein abgelehnt hat, zB durch Eintrag auf Robinsonliste der RTR-GmbH:
eintragen@ecg.rtr.at;
http://www.rtr.at/web.nsf/deutsch/Telekommunikation_Konsumenservice_E-Commerce-Gesetz
- Identität des Absenders muss immer klar erkennbar sein

- **Keine irreführenden Angaben!**
- **Es gibt eine „schwarze Liste“ von irreführenden Geschäftspraktiken (Anhang zum UWG)**
 - 23 Fälle -> diese sind jedenfalls verboten
- **Ansonsten verboten (§ 2 UWG) alles, was:**
 - **Unrichtige Angaben enthält**
 - **Sonst geeignet ist über das Produkt zu täuschen**
- **Keine Werbung mit Selbstverständlichkeiten**

- Ankündigung: jede Äußerung mit objektiv feststellbarem bzw nachprüfbarem Inhalt. Nicht: Nichtsagende Anpreisungen, bloße Werturteile oder marktschreierische Reklame fallen grundsätzlich nicht darunter "Österreichs bester Kaffee"
- Eine Ankündigung ist zur Irreführung geeignet, wenn sie für einen nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise einen unrichtigen Eindruck macht, also eine falsche Vorstellung von der Wirklichkeit bewirkt. Der Geschäftsverkehr muss eine Angabe als wesentlich ansehen. Entscheidend ist unabhängig von der objektiven Richtigkeit, ob die Ankündigung nach ihrem Gesamteindruck bei flüchtiger Betrachtung durch einen Kunden mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit einen irrigen Eindruck erwecken kann.
- Bei Mehrdeutigkeit eines Ausdrucks muss der Ankündigende die für ihn ungünstigste Auslegung gegen sich gelten lassen
- **Beispiele:**
„Last Minute“, „update Service“, Restpostenangebot und Bevorratung

Werbung mit „Statt-Preisen“ (zB durchgestrichenen Preisen)?

Zulässig, der Statt-Preis-Werbeankündigung muss aber eindeutig zu entnehmen sein, auf welche Preise zu Vergleichszwecken hingewiesen wird und für welchen Zeitraum sie gilt.

Der Bezugspreis muss richtig und darf nicht künstlich erzeugt sein.

Wird auf die bisherigen Preise des Ankündigenden verwiesen, muss der Werbende den höheren Preis vorher eine angemessene Zeit lang ernsthaft verlangt haben.

Ehemalige unverbindliche Preisempfehlung

Die Bezugnahme auf eine ehemalige unverbindliche Preisempfehlung ist nicht generell irreführend, da ja auch ehemalige Preisempfehlungen eine sachgerechte Orientierung böten – zwar nicht hinsichtlich der aktuellen Preisverhältnisse am Markt, aber doch allgemein für die Preisüberlegungen der Kunden (vgl Urteil des BGH vom 15.09.1999, Az. I ZR 131/97).

Verkauf unter dem Einstandspreis

- Jedermann berechtigt, den Preis seiner Ware nach freiem Ermessen zu wählen, soweit er nicht durch eine gesetzliche oder gültige vertragliche Preisbindung (zB Buchpreisbindung) eingeschränkt ist.
- Der Verkauf unter dem Einstandspreis ist zulässig, auch bei Unterschreitung um 33 %, außer im Fall eines marktbeherrschenden Unternehmens.
- Unlauter ist aber zB der Versuch, durch Unterbieten des Preises gezielt bestimmte Mitbewerber zu verdrängen oder zu vernichten, um sich der Kontrolle durch den Wettbewerb zu entziehen (bei kurzfristigen oder gelegentlichen Aktionen, wie sie sich auch andere Unternehmen leisten können, nicht zu erwarten)
- Verboten ist auch ein Scheinräumungsverkauf oder die Beschreibung eines Produktes als "gratis", "umsonst", "kostenfrei" oder ähnlich, wenn das nicht zutrifft.

Was ist eine bait-and-switch Technik und Lockvogelwerbung und ist das erlaubt?

- Ein nachfragekräftiges beim konkreten Händler aber nicht verfügbares Produkt wird beworben und so Kunden angelockt, um anschließend ein anderes Produkt zu verkaufen.
- Bei der bait-and-switch Technik ist das Produkt fehlerhaft,
- bei der Lockvogelwerbung nicht oder sehr schnell nicht mehr vorrätig.

Beides ist unzulässig.

Darf mit Gütesiegeln geworben werden?

Ja, wenn die Werbung mit Gütesiegeln richtig und vollständig ist:

Die Werbung damit ist nur dann zulässig, wenn Ihr Unternehmen für die beworbene Ware oder Dienstleistung das Gütesiegel erhalten hat und die von der Zertifizierungsstelle aufgestellten Bedingungen eingehalten werden.

Hintergründe und Maßstäbe der der Siegelvergabe zugrunde liegenden Untersuchungen oder ein Verweis auf eine derartige Fundstelle sind anzugeben.

Der Verbraucher soll weiterführende Informationen zu diesen Tests einholen können, um insbesondere nachvollziehen zu können, auf welcher Grundlage das Produkt oder die Dienstleistung mit dem jeweiligen Ergebnis bewertet wurde.

Darf man Waren als „Privatkaufgelegenheit“ anbieten?

Unzulässig ist für einen Unternehmer das Vortäuschen einer Privatkaufgelegenheit. Als „privat“ darf nur eine private Person einzelne Stücke verkaufen.

Werbung mit dem Begriff "Garantie"?

Mit dem Gewähren einer „Garantie“ darf nur dann geworben werden, wenn dem Konsumenten vom Unternehmer weitere, über zwingende gesetzliche Gewährleistungsrechte hinausgehende Ansprüche eingeräumt werden. Werbung mit rechtlichen Selbstverständlichkeiten ist unzulässig.

Die Rechte des Verbrauchers aus Gewährleistung und Garantie oder die Risiken, denen er sich möglicherweise aussetzt, müssen vollständig und richtig angegeben werden.

Darf mit „24 Monaten Gewährleistung“ geworben werden?

Nein, in Österreich sind 2 Jahre Gewährleistung gesetzlich vorgegeben. Die Werbung mit dem gesetzlich zustehenden Recht wird als Werbung mit Selbstverständlichkeiten als wettbewerbswidrig und sohin unzulässig beurteilt.

Darf mit dem Begriff "nickelfrei" beim Verkauf von Schmuck geworben werden?

Nein, Werbung mit Selbstverständlichkeiten ist unzulässig.

Darf mit den Begriffen "CE", "CE-Konformität", "CE-konform", "CE-Geprüft", "CE-zertifiziert" geworben werden?

Auf zahlreichen Artikeln befindet sich die CE-Kennzeichnung, welche notwendig ist, um einen Artikel im europäischen Wirtschaftsraum anbieten zu dürfen. Dieses CE-Zeichen wird von den Herstellern selbst auf dem Artikel angebracht und sagt aus, dass der Artikel unter Einhaltung der EU-Normen hergestellt worden ist.

- Gerade die Beschreibung als "CE-geprüft" ist nach Ansicht verschiedener deutscher Gerichte unzulässig. Durch die Verwendung der Bezeichnung "CE-geprüft" neben der Produktabbildung werde dem Verbraucher suggeriert, dass der Artikel von einer unabhängigen Stelle überprüft worden sei.
- Eben dies ist jedoch nicht der Fall, da das CE-Kennzeichen vom Hersteller selbst "vergeben" wird. Insoweit handelt es sich nach der Meinung der Gerichte um eine Irreführung des Kunden und um Werbung mit einer Selbstverständlichkeit.

Dürfen Waren als "Leder" beworben werden?

Waren sollten weder in der Artikelbezeichnung (Artikelüberschrift) noch in der Artikelbeschreibung als "Leder" bezeichnet werden, wenn der betreffende Artikel nicht aus Echtleder, sondern aus Kunstleder, PU-Leder, Lederfaserstoff, etc. besteht.

- **Preisauszeichnung (PrAG, FAGG):**
wenn im realen oder virtuellen (= Webshop) Schaufenster und zum Verkauf angeboten;
gilt nicht für reine Werbung
- **Bruttopreise (PrAG): Angaben inkl USt**
ausg Angebot ausdrücklich nur an Unternehmer
- **Steuern + Versandkosten beim Webshop (ECG, FAGG):**
 - Preise müssen leicht lesbar und zuordenbar sein
 - klare Info, ob USt, Abgaben, Zuschläge, Versandkosten enthalten
 - Bei Sachgütern, die nach Volumen, Gewicht, Länge oder Fläche angeboten werden, ist in der Regel neben dem Verkaufspreis auch der **Preis je Maßeinheit** (je Kilogramm, Liter, Meterauszuzeichnen (Grundpreis)).

- **Was Werbung ist, muss als Werbung erkennbar sein**
- **Verbot der Verschleierung**
 - Produktbesprechungen durch Dritte ohne Wissen des Kunden vom Hersteller finanziert oder gar gestaltet
 - Werbung als amtliche Zustellung getarnt
 - Werbung als private Mitteilung getarnt
 - auch untersagt, wenn Werbecharakter erst bei genauem Lesen / Betrachten erkennbar ist, aber bei flüchtiger Betrachtung eben ein anderer Eindruck entsteht

Internetspezifische Werbeformen

- Keyword Advertising (Werbung mit bestimmten Suchwörtern)
- Word Stuffing (Verbergen von Suchwörtern im html-Text)
- Hyperlinks
- Powershopping (hohe Rabatte bei gemeinsamen Einkauf)
- Interstitials (pop-ups)
- **Keine dieser Werbemethoden ist grundsätzlich verboten**

Keyword-Advertising:

Internet-Werbeform, bei der Werbemittel auf den Webseiten abhängig von den individuellen Schlüsselwörtern (Keywords) angezeigt werden. Der Werbende bucht (kauft) ein Keyword. Wenn der Nutzer dieses Keyword in die Suchmaschine eingibt, erscheint zusätzlich zu den normalen Suchergebnissen (Trefferliste) die Werbung des Werbenden.

Irrtümlich wird oft davon ausgegangen, dass dadurch die Trefferliste manipuliert werden kann.

Trefferliste wird nach dem Algorithmus der Suchmaschine erstellt.

Die Anzeigen des Werbenden erscheinen (so ist es zumindest gesetzlich vorgesehen) getrennt von der Trefferliste und als solche gekennzeichnet oberhalb oder neben der Trefferliste.

Keyword Advertising ist grundsätzlich zulässig. Problematisch kann es dann sein, wenn fremde Kennzeichen einschließlich Marken als Keywords gebucht werden.



cafe

Suche

[Erweiterte Suche](#)
[Einstellungen](#)

Web-Suche Suche Seiten auf Deutsch

Web Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 305.000.000 für cafe. (0,05 Sekunden)

Verwandte Suchvorgänge: [metacafe](#) [cafe.co.yu](#)

[Café – Wikipedia](#)

Das **Café** (französisch für Kaffee, von arabisch qahwa) ist ursprünglich eine Gaststätte, in der unter anderem Kaffee angeboten wird (deutsch auch Kaffeehaus) ...

de.wikipedia.org/wiki/Café - 38k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[Dating Cafe](#)

Die Testsieger-Singlebörse: Seriöse Partnersuche mit Fotos & km-Entfernung. Dazu Singlereisen, Single-Events uvm.

www.datingcafe.de/ - 4k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)



[An Cafe - Escapism](#)

An Cafe - Escapism pv...An Antic Antique Cafe

4 Min. und 54 Sek. - ★★★★★

www.youtube.com/watch?v=3xOt1As-Jel

[Cafe & Bar Celona](#)

Die **Cafe & Bar Celona** - Seite benötigt das kostenlose FLASH-Plugin mindestens in Version 8. Sie können das Plugin unter folgendem Link kostenlos ...

www.cafe-bar-celona.de/ - 2k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

[C A F E Overview- \[Diese Seite übersetzen \]](#)

Corporate Average Fuel Economy (CAFE) is the sales weighted average fuel economy, expressed in miles per gallon (mpg), of a manufacturer's fleet of ...

www.nhtsa.dot.gov/cars/rules/cafe/overview.htm - 37k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Anzeigen

[Eduscho - Für Genießer](#)

Kaffeespezialitäten und Zubehör
 Erntefrischer Kaffegenuß - Eduscho!
www.eduscho.at

- Wird das fremde Kennzeichen als Keyword gebucht, ist **dies dann jedenfalls unzulässig**, wenn das fremde Kennzeichen im **Anzeigentext** aufscheint.
- Wenn das fremde Kennzeichen nicht im Anzeigentext aufscheint, kommt es auf die Ausgestaltung der Anzeige an: Für den Internetnutzer muss klar sein, dass der Werbende mit dem Kennzeicheninhaber nichts zu tun hat.
- Den Firmennamen meines Konkurrenten oder dessen Marken darf ich sohin nur dann als Keyword verwenden, wenn dieser Firmenname oder die Marken nicht im Anzeigentext vorkommen und dem Nutzer klar ist, dass meine Anzeige nicht von diesem Mitbewerber stammt.
- Den Herstellernamen darf ich als Wort in Keyword-Werbeanzeigen verwenden, wenn dem Nutzer klar ist, dass ich dieses Produkt vertreibe (repariere), aber nicht der Hersteller bin.

Informationspflichten

Impressum (Anbieteridentifikation)

Anbieteridentifikation: Kleine Website

- Die volle Offenlegungspflicht betrifft neben Newsletter nur jene Websites, die einen über die Darstellung des persönlichen Lebensbereichs oder die Präsentation des Medieninhabers hinausgehenden Informationsgehalt aufweisen, der geeignet ist, die öffentliche Meinungsbildung zu beeinflussen („große Websites“).
- Websites, die sich auf die (Werbe-) Präsentation des Unternehmens selbst oder seiner Leistungen oder Produkte beschränken, gelten daher als **kleine Website**. Der einfache Webshop ohne redaktionelle Beiträge unterliegt daher nicht der vollen, sondern nur einer eingeschränkten Offenlegungspflicht (kleine Website).

Auf kleinen Websites sind anzugeben:

- **Name/Firma des Medieninhabers**
- **Unternehmensgegenstand des Medieninhabers**
- **Wohnort/Sitz des Medieninhabers (volle Postadresse ist nicht notwendig)**
- Bis auf den Unternehmensgegenstand sind diese Angaben ohnehin schon bisher auf Grund des ECG zu machen, da der Medieninhaber idR mit dem Inhaber bzw Betreiber der Website ident sein wird.

Anbieteridentifikation nach GewO, MedienG, UGB und ECG

- Namen oder die **Firma** (inklusive Vornamen)
- für behördliche und gerichtliche Zustellungen taugliche **Anschrift**
- **E-Mail-Adresse** und weitere Angaben, die eine schnelle Kontaktaufnahme ermöglichen (beispielsweise eine Telefonnummer oder eine Faxnummer)
- Angaben zu den zuständigen Aufsichtsbehörden (beispielsweise das Magistratische Bezirksamt des betreffenden Bezirkes)
- **Firmenbuchnummer**
- **Firmenbuchgericht**
- **UID-Nummer**

- Mitgliedschaft der WKO, Fachgruppe Handel mit Waren aller Art
- **DVR** (falls erforderlich): (siehe www.dsb.gv.at)
- Hinweis auf anwendbare gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften und Zugang dazu , z.B. Gewerberechtliche Vorschriften: Gewerbeordnung (www.ris.bka.gv.at)
- Eventuell Freiwillige Verhaltensrichtlinien: z.B. www.guetezeichen.at (Verlinken mit: <https://www.guetezeichen.at/unternehmen/kriterien.html>)
- die **Berufsbezeichnung** und den Mitgliedstaat, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist

- Unternehmensgegenstand
- Vertretungsbefugte Organe: Geschäftsführung/Vorstand
- Gesellschafter mit unmittelbaren oder mittelbaren Beteiligungen über 25 % sowie mittelbaren Gesamtbeteiligungen über 50 %
- Blattlinie: zB Präsentation und Verkauf von Produkten

Informationspflichten nach dem Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetzes – FAGG für FAV und AGV

1. Vorvertragliche und vertragliche Informationspflichten
2. Sonderbestimmung für elektronisch geschlossene Verträge - Button-Lösung
3. Rücktritt nach FAGG

Liste der Informationspflichten

- vor Abgabe einer Vertragserklärung durch Verbraucher
- in klarer und verständlicher Weise
- **Zum Unternehmen**
 - Identität (Namen oder Firma)
 - Kontaktdaten (Telefonnummer und Anschrift)

Liste der Informationspflichten

- **Allgemeine Bedingungen**
 - ggf. Laufzeit des Vertrages oder die Kündigungsbedingungen
 - ggf. die Mindestdauer der Verpflichtungen
 - Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen, Lieferzeitraum
 - ggf. Hinweis auf Kautions- oder sonstige Sicherheiten
 - Hinweis auf Gewährleistungsrecht
 - ggf. Hinweis auf allfällige Garantien und deren Bedingungen

Liste der Informationspflichten

- **Zur Ware**

- wesentliche Merkmale des Produkts
Gesamtpreis inkl. aller Nebenkosten ggf.
Preisberechnungsart) und Zusatzkosten (sonst trägt
Kosten der Unternehmer)
- bei unbefristeten oder Abonnementverträgen die
Gesamtkosten oder die Kosten pro Monat (ggf.
Preisberechnungsart)
- Kosten der für den Vertragsabschluss eingesetzten
Fernkommunikationstechnik, sofern teurer als
Grundtarif
- ggf. Funktionsweise digitaler Inhalte inkl.
Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und
Software

Liste der Informationspflichten

• **Zu Beschwerden**

- ggf. Hinweis auf Bestehen, Bedingungen und Leistungen eines Kundendienstes nach dem Verkauf und
- ggf. Kontaktdaten für Beschwerden (wenn ein Verfahren beim Unternehmer vorgesehen ist)
- ggf. Zugang zu einem außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren
- ggf. Hinweis auf Verhaltenskodizes, wenn der Unternehmer einem solchen unterliegt

Liste der Informationspflichten

- **Zum Widerruf**

- Belehrung über Bestehen oder Nichtbestehen eines Widerrufsrechts inkl. Muster – Widerrufsformular (evtl. Musterwiderrufsbelehrung)
- Hinweis auf die Kosten für die Warenrücksendung
- ggf. Umstände, unter denen der Verbraucher sein Rücktrittsrecht verliert
- Hinweis, dass der Verbraucher für die erfolgte Dienstleistung im Widerrufsfall ein anteiliges Entgelt zu zahlen hat (falls er ausdrücklich wünscht, dass mit der bestellten Dienstleistung innerhalb der Widerrufsfrist begonnen wird)

Information über Rücktrittsrecht § 4 (1) Z 8, Anhang I A FAGG

- **Im Falle des Bestehens eines Rücktrittsrechts vorvertragliche Information über:**
 - Bedingungen, Fristen und Verfahren für Ausübung des RR
 - Zurverfügungstellung des Musterwiderrufsformulars (Anhang I Teil B) auch die **Möglichkeit**, entweder dieses Widerrufsformular oder eine anders formulierte Rücktrittserklärung **auf der Website des Unternehmers elektronisch auszufüllen und abzuschicken (Bestätigungspflicht über Eingang)**
- **Tipp! Musterbelehrungsformular (Anhang I Teil A) Muster Textbausteine**

Rücktrittsrecht - Frist: 14 Kalendertage - § 11 FAGG

- bei Verträgen über Dienstleistungen, die Lieferung von Wasser, Gas, Strom, Fernwärme oder nicht auf materiellen Datenträger gelieferten digitalen Inhalten ab dem Tag des Vertragsschlusses
- Tag des Fristbeginns (Erhalt der Ware, Vertragsschluss) wird nicht mitgezählt

Rücktrittsrecht - Frist: 14 Kalendertage - § 11 FAGG

- bei Kaufverträgen 14 Tage ab dem Tag, an dem der Verbraucher den physischen Besitz über die Waren erlangt hat der
- bei Bestellung mehrerer Waren in einheitlicher Bestellung aber getrennter Lieferung ab Erhalt der letzten Ware
- bei Lieferung einer Ware in mehreren Teilsendungen oder Stücken, ab dem Tag an dem der Verbraucher in den letzten Stücks gelangt,
- bei Verträgen über regelmäßige Warenlieferungen über festgelegten Zeitraum ab dem Tag, an dem Verbraucher in Besitz der ersten Ware gelangt ist

Abmahnfälle Widerrufsbelehrung

– tausende Anbieter potentiell betroffen:

Kombination mehrerer Varianten zum
Fristbeginn in einer Belehrung kann
wettbewerbswidrig sein

Ausnahmen von Rücktrittsrecht - z.B. § 18 FAGG

- **DL-Verträge, wenn DL vollständig erbracht! und**
 - aufgrund ausdrücklichen Verlangens des Verbrauchers und
 - dessen Kenntnisnahme über Verlust des Rücktrittsrechtsinnerhalb der RR-Frist begonnen wurde
- **digitale Inhalte (Downloads)**
 - eigene Ausnahme für diese

Digitale Inhalte

- **„Daten, die in digitaler Form hergestellt oder bereitgestellt werden“**

Beispiele dafür Computerprogramme, Anwendungen (Apps), Spiele, Musik, Videos oder Texte , und zwar unabhängig davon, ob auf sie durch Herunterladen oder Herunterladen in Echtzeit (Streaming), von einem körperlichen Datenträger oder in sonstiger Weise zugegriffen wird. Wenn digitale Inhalte auf einem körperlichen Datenträger wie einer CD oder einer DVD bereitgestellt werden, sollten sie als Waren betrachtet werden.

- **bei Leistungserbringung vor Ablauf der Rücktrittsfrist:**
 - ausdrückliche Zustimmung
 - Kenntnisnahme vom Verlust des Rücktrittsrechts
- **Sonst: Keine Zahlungspflicht des Verbrauchers!**

Ausdrückliches Verlangen auf „vorzeitige“ Erbringung - § 10 FAGG

- **Wenn Verbraucher wünscht, dass DL oder Lieferung von Gas, Wasser, Strom, Fernwärme während der Rücktrittsfrist beginnt,**
 - Erklärung eines entspr. „ausdrücklichen Verlangens“ des Verbrauchers erforderlich
- **Auch bei Vorliegen eines ausdrücklichen Verlangens auf Erbringung der DL bzw. Lieferung bei Versorgungsverträgen besteht (grundsätzlich) ein RR**

Sonstige Ausnahmen vom Rücktrittsrecht

- Waren oder Dienstleistungen, deren Preis von **Schwankungen auf dem Finanzmarkt** abhängt
- Waren, die nach Kundenspezifikationen angefertigt werden **oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind**,
- Waren, die **schnell verderben können** oder deren Verfallsdatum schnell überschritten würde,
- Waren, die **versiegelt geliefert** werden und aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder aus Hygienegründen nicht zur Rückgabe geeignet sind, sofern deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- Waren, die nach ihrer Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern **vermischt** wurden,
- alkoholische Getränke, deren Preis bei Vertragsabschluss vereinbart wurde, die aber nicht früher als 30 Tage nach Vertragsabschluss geliefert werden können und deren aktueller Wert von Schwankungen auf dem Markt abhängt,
- Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware, die in einer **versiegelten Packung** geliefert werden, sofern deren Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- Zeitungen, **Zeitschriften** oder Illustrierte mit Ausnahme von Abonnement-Verträgen über die Lieferung solcher Publikationen,
- **Dienstleistungen** in den Bereichen Beherbergung zu anderen als zu Wohnzwecken, Beförderung von Waren, Vermietung von Kraftfahrzeugen sowie Lieferung von Speisen und Getränken und Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit Freizeitbetätigungen erbracht werden, sofern jeweils für die Vertragserfüllung durch den Unternehmer ein bestimmter Zeitpunkt oder Zeitraum vertraglich vorgesehen ist,

Folgen der mangelhaften Information über das Rücktrittsrecht - §§ 12, 15 (4), 16 (2) FAGG

- **Verlängerung der Rücktrittsfrist,**
 - um 12 Monate (12 Monate +14 Tage)
 - wenn Belehrung binnen 12 Monaten nachgeholt -> 14 Tage nach Erhalt dieser Belehrung
- **keine! Zahlungspflicht des Verbrauchers für während der RR-Frist erbrachte DL oder Lieferung von Gas, Strom, Wasser, Fernwärme im Rücktrittsfall**
- **keine Haftung des Verbrauchers für Wertverlust bei Waren im Rücktrittsfall**

„Button-Lösung“

- Button „zahlungspflichtig bestellen“ oder gleichartige eindeutige Formulierung
- wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistungen
- Gesamtpreis inkl. aller Nebenkosten
- bei unbefristeten oder Abonnementverträgen die Gesamtkosten oder pro Monat

Achtung: Bei Nichterfüllung ist der Verbraucher nicht an Bestellung gebunden und muss nicht zahlen, auch **kein Bereicherungsanspruch**

Außergerichtliche Streitbeilegung seit Jänner 2016 B2C

Notwendige Umsetzungsschritte, wenn Sie **sich nicht einem AS-Verfahren unterwerfen:**

- Link zur sogenannten „Online Streitbelegungsplattform“ (OS-Plattform oder online dispute resolution platform / ODR-platform): <http://ec.europa.eu/odr>.
- Angabe einer E-Mail-Adresse des Unternehmens.

Zusätzlich müssen Sie den Verbraucher im konkreten Streitfall (wenn keine Einigung erzielt werden kann) auf Papier oder einem anderen dauerhaften Datenträger (E-Mail) auf die für den Streitfall zuständige(n) AS-Stelle(n) (im Internet also in der Regel Internet-Ombudsmann und Schlichtung für Verbrauchergeschäfte) hinweisen. Gleichzeitig müssen Sie angeben, ob Sie an einem AS-Verfahren teilnehmen werden.

Notwendige Umsetzungsschritte, wenn Sie sich einem AS-Verfahren unterwerfen:

- Link zur OS-Plattform und Angabe einer E-Mail-Adresse wie zuvor
- Wenn Sie sich freiwillig einem AS-Verfahren unterwerfen, haben Sie Ihre Kunden auf Ihrer Website und gegebenenfalls in Ihren AGB – unabhängig von einem konkreten Streitfall - davon zu informieren.
- Diese Informationen habe auch einen Link zur jeweiligen AS-Stelle (bzw zu den jeweiligen AS-Stellen) zu enthalten.
- [Wer sich nicht einem Schlichtungsverfahren unterwirft, braucht darüber vorweg auf seiner Website nicht zu informieren.]
- Zusätzlich müssen Sie auch bei einer Unterwerfung unter ein AS-Verfahren den Verbraucher im konkreten Streitfall (wenn keine Einigung erzielt werden kann) auf Papier oder einem anderen dauerhaften Datenträger (E-Mail) auf die für den Streitfall zuständige(n) AS-Stelle(n) (im Internet also in der Regel Internet-Ombudsman und Schlichtung für Verbrauchergeschäfte) hinweisen. Gleichzeitig müssen Sie angeben, ob Sie an dem AS-Verfahren teilnehmen werden.

Datenschutz neu und Auswirkungen auf WebShops

Für Cookies und Online-Direktwerbung (z.B. E-Mail-Newsletter) wird es eine eigene Datenschutz-Verordnung elektronische Kommunikation – E-DSVO) geben. Bis dahin gelten die Bestimmungen des Telekommunikationsgesetzes (TKG).

- Rechtsgrundlage für die Zulässigkeit der Verwendung
- Informationspflichten bei der Datenerhebung bzw – verwendung (**Datenschutzerklärung**)
- **Privacy by design/privacy by default**
- **Datenportabilität**
- Verträge mit Auftragsverarbeitern und Rechtmäßigkeit für Übermittlung in Drittstaaten
- Allenfalls **Zustimmungserklärungen** der Kunden
- Dokumentationspflicht

Zulässigkeit der Datenverwendung (Art 5 DSGVO)

Wenn Sie (auf Ihrer Website) [personenbezogene Daten](#) verarbeiten (insbesondere Erheben, Erfassen, Speichern, Auslesen, Abfragen, Verwenden, Ändern, Abgleichen, Übermitteln, Bereitstellen, Verknüpfen) haben Sie die geltenden Datenschutzbestimmungen einzuhalten. Die IP-Adresse gilt als personenbezogenes Datum.

Wenn Sie einen Webshop betreiben, verarbeiten Sie jedenfalls personenbezogene Daten und haben daher die jeweils geltenden Datenschutzbestimmungen einzuhalten. Jede Datenverarbeitung hat den in der DSGVO normierten [Grundsätzen](#) zu entsprechen. Dazu gehört neben einem gerechtfertigten Zweck und dem Grundsatz der Datenminimierung (auch im Hinblick auf Speicherdauer) unter anderem die Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung.

Allgemeine Grundsätze

- **Rechtmäßigkeit, Verarbeitung nach Treu und Glauben, Transparenz:**
- **Zweckbindung**
- **Datenminimierung**
- **[Speicherbegrenzung](#)**
- **Integrität und Vertraulichkeit**

Daten dürfen nur verarbeitet werden, wenn Befugnis besteht und schutzwürdige Geheimhaltungsinteressen der Betroffenen nicht verletzt werden.

Eine Datenverarbeitung ist also dann rechtmäßig

,wenn einer der folgenden Punkte vorliegt:

- Einwilligung des Betroffenen für einen oder mehrere genau bezeichnete und bestimmte Zwecke
- Verarbeitung ist zur Erfüllung des Vertrages unmittelbar notwendig (zB zur Abwicklung eines Online-Kaufes; Marketing nach dem Kauf ist aber bereits nicht mehr zur Vertragserfüllung notwendig; es dürfen auch nicht mehr Daten als unbedingt erforderlich erhoben werden)
- Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung des Datenverarbeiters
- Erfüllung einer Aufgabe im öffentlichen Interesse
- berechtigtes Interesse des Verantwortlichen (des Datenverarbeiters), sofern nicht die Interessen des Betroffenen überwiegen (vom Datenverarbeiter vorzunehmende Interessenabwägung)

Informationspflicht

Im Zusammenhang mit einem Internetauftritt werden "personenbezogene Daten" erhoben, d.h. festgehalten und gespeichert.

» Pflicht zur Verwendung einer gesonderten Datenschutzerklärung
Diese hat zu enthalten:

Name und Kontaktdaten des für die Datenverarbeitung Verantwortlichen

- **Zweck** sowie **Rechtsgrundlage** für die Verarbeitung
- Angabe der berechtigten Interessen zur Datenverarbeitung wenn diese auf einer Interessenabwägung beruht)
- **Empfänger** oder Kategorien von Empfängern
- Absicht, Daten an ein Drittland oder eine internationale Organisation zu übermitteln
- **Speicherdauer**, bzw Kriterien für die Festlegung der Dauer

- Hinweis auf das **Auskunftsrecht**, **Berichtigungsrecht** und **Löschungsrecht** oder **Einschränkung der Verarbeitung** sowie auf **das Widerspruchsrecht** und das Recht auf **Datenübertragbarkeit**

- Hinweis auf das **Widerrufsrecht**, wenn die Daten durch **Einwilligung** erhoben wurden
- Hinweis auf ein allfälliges **Beschwerderecht** bei einer Aufsichtsbehörde
- Hinweis, wie weit die Datenbereitstellung gesetzlich oder vertraglich vorgeschrieben ist oder für den Vertragsabschluss erforderlich ist
- Hinweis, ob die betroffene Person verpflichtet ist, die Daten bereit zu stellen und welche möglichen Folgen die Nichtbereitstellung hätte
- Hinweis, ob die Daten zu einer automatisierten Entscheidungsfindung (einschließlich **Profiling**) verwendet werden und eine allgemein verständliche Darstellung der Entscheidungslogik sowie der Tragweite der Auswirkungen einer derartigen Verarbeitung
- Verwendung der Daten für einen anderen als den ursprünglichen Verwendungszweck

Gültige Einwilligung (Art 7 DSGVO)

Um gültig zu sein, muss eine Einwilligung folgende Kriterien erfüllen:

- freiwillig
- in informierter Weise und unmissverständlich (dies ergibt sich aus den Erläuterungen – „den sogenannten Erwägungsgründen“ - der DSGVO)
- nachweisbar
- inhaltlich und optisch von anderen Erklärungen oder Texten abgegrenzt (nicht in AGB versteckt und nicht mit anderen Erklärungen gekoppelt; dieses sogenannte „Koppelungsverbot“ bedeutet in der Praxis: im Zweifel für jede Datenanwendung eine eigene Checkbox, die aktiv angekreuzt werden muss)
- in verständlicher, leicht zugänglicher Form; in klarer und einfacher Sprache
- jederzeit widerrufbar

Wann muss ich eine Datenübertragbarkeit gewährleisten (Art 20 DSGVO)?

Datenverarbeiter haben die Übertragbarkeit von Daten in andere Portale oder Foren zu gewährleisten ([Datenportabilität](#)).

Welche Datensicherungsmaßnahmen sind bereits beim Webauftritt notwendig?

Datenanwendungen sind nach Möglichkeit so zu konfigurieren, dass bereits durch technische Voreinstellungen oder Konfigurationen der Website ein möglichst hohes Datenschutzniveau erreicht und erhalten wird (privacy by design/privacy by default).

Facebook, Twitter, Google + etc: Single Sign On und Social-Plugins sind datenschutzrechtlich problematisch

Mit Einloggen des Nutzers via Facebook Connect wird eine Verbindung zu den Facebook Servern aufgebaut und die IP-Adresse des Nutzers an Facebook übertragen.

Je nach Konfiguration des Facebook-Accounts und des Webshops sendet Facebook anschließend die „öffentlichen“ (personenbezogene) Daten an den Webshop-Server.

Social Plugins werden als [iFrames](#) in einer Webseite eingebunden. iFrames ermöglichen es, Webinhalte von einer anderen (externen) Webseite in die aufgerufene Webseite einzubinden. Diese Technik wird vielfach auch für das Einbinden von Werbeanzeigen auf Webseiten genutzt.

Empfohlen wird daher, davon abzusehen oder zumindest eine umfassende Zustimmung des users einzuholen. Für die Verwendung der Social-Plugins gibt es die Möglichkeit der [„Zwei-Klick-Lösung“](#)

Verbot des Geoblocking

Wen man keinen berechtigten Grund hat, darf man aufgrund von

- **Staatsangehörigkeit der Kunden**
- **Wohnsitz**
- **Ort der Niederlassung**

nicht diskriminieren, also nicht den Zugriff zum Shop sperren, nicht umleiten etc.

Liefern muss man nicht...

Dann muss der Kunde dem Transport selbst organisieren oder die Ware abholen.

Tipp:

- **Genau auf der Seite angeben wohin geliefert wird und wohin nicht.**
- **Am besten technisch so lösen dass der Kunde eine Rechnungsadresse aus dem ganzen EU-Raum angeben kann, die Lieferadresse aber nur in Ländern welche angeführt sind möglich (Pull-Down mit fixen Vorgaben) sind. „Eine Lieferung ist entsprechend geltendem Recht nur in folgende Länder möglich:.....“.**

Auch zukünftig kann der Verkäufer jede Bestellung (welche ja rechtlich ein Angebot des Kunden ist) ablehnen. Er muss allenfalls nur nachvollziehbar begründen können, dass dies nicht aufgrund der Herkunft des Kunden passiert ist.

Mag. Birgit Noha, LL.M
Zieglergasse 1/18
A-1070 WIEN

zertifizierte
Datenschutzbeauftragte



Tel: +43-1-522 27 29
Fax: + 43-1-5239001-91
E-Mail: office@laws.at
WWW.LAWS.AT