

## Einige Ratschläge für den Geschäftsverkehr mit Konsumenten im Internet

**Das Internet revolutioniert in vielen Bereichen die Geschäftsabwicklung. Während aber – völlig zu recht – das Thema des Konsumentenschutzes in diesem Zusammenhang viel beachtet ist, bedenken die meisten Unternehmer, die sich dieses neuen Mediums bedienen, nicht, dass darin auch für Sie viele Gefahren lauern. Dieser Beitrag soll helfen, Problembewusstsein zu wecken, um so manchen – oftmals teuren – Fehler zu vermeiden.**

### 1 Einleitung

Das vorliegende Merkblatt soll eine erste Orientierung zu den Rechtsfragen geben, die mit einer **Geschäftstätigkeit über das Internet**, insbesondere mit dem **Verkauf von Waren an Endverbraucher**, verbunden sein können. Diese Rechtsfragen weichen in vielen Bereichen von jenen im „normalen“ Geschäftsleben ab, unliebsame (und teure) Überraschungen für Sie als Unternehmer können die Folge sein.

Ziel ist es, die wichtigsten Fragen aufzuzeigen, die mit diesem speziellen Geschäftsfeld verbunden sind. Die hier anzuwendenden besonderen Vorschriften, die teilweise erst im Entstehen begriffen sind, sollten schon bei der **Gestaltung Ihrer Website** und der Planung Ihres Angebotes mitbedacht werden.

In diesem Sinne wollen wir Problembewusstsein wecken und helfen, ein Gespräch mit dem beratenden Rechtsanwalt für die Gestaltung Ihres Online-Geschäfts fundiert vorzubereiten.

**Keinesfalls kann dieses Merkblatt aber die, auf den Betrieb, die Produkte und den Kundenkreis Ihres Unternehmens zugeschnittene individuelle Beratung und die juristische Prüfung Ihrer Website und insbesondere Ihrer Geschäftsbedingungen ersetzen.**

### 2 Wichtige Rechtsvorschriften

Neben den „klassischen“ Bestimmungen des **Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuches – ABGB** und des **Handelsgesetzbuches – HGB** wurden in letzter Zeit Sondervorschriften geschaffen, die besonders auf die spezifische Situation des Internet eingehen.

Der Fernabschluss von Verbraucherverträgen (das heißt: Ihr Kunde ist selbst kein Unternehmer) über das Internet ist Gegenstand der jüngsten Novelle zum **Konsumentenschutzgesetz - KSchG** (in der Folge KSchG), welche mit 01.06.2000 in Kraft trat. Durch diese Novelle ist die **Fernabsatzrichtlinie der Europäischen Union** im österreichischen Recht umgesetzt worden.

Änderungen des geltenden Konsumentenschutzrechtes sind in weiterer Folge durch das **Gewährleistungsrechts-Änderungsgesetz – GewRÄG** eingetreten durch welches seit 1.1.2002 ein (für den Kunden) besseres Gewährleistungsrecht gilt. (Wichtigste Neuerungen: Die **Gewährleistungsfrist** wurde von bisher sechs Monaten auf mindestens **zwei Jahre** verlängert. Für den Inhalt von Prospekten und Montageanleitungen wird gehaftet. Zwischenhändler haben ein Regressrecht gegen Lieferanten innert zwei Monaten nach Gewährleistung durch insgesamt fünf Jahre. Vorrang von Verbesserung und Austausch vor Minderung und Wandlung)

Weiters gilt seit 1.1.2002 das **E - Commerce -Gesetz – ECG** (BGBl. I Nr. 152/2001), welches wesentliche Bedingungen für den Betrieb von sogenannten Fernabsatzsystemen (zu denen alle Internet - basierten Verkaufssysteme jedenfalls gehören) regelt.

### 3 Tips für die Gestaltung Ihrer Website

#### 3.1 Verwendung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen

In **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** werden wesentliche Elemente des mit dem Kunden abzuschließenden Vertrages festgelegt, die nicht jedes Mal im einzelnen besprochen werden. Gerade in einem Geschäftszweig, in dem es gar keinen direkten Kontakt zwischen Unternehmer und Kunden gibt, kommt diesen AGB daher besondere Bedeutung zu.

Sehr oft verlassen sich allerdings Unternehmer auf ihre AGB, um dann im Ernstfall – meist einer gerichtlichen Auseinandersetzung mit einem Kunden – feststellen zu müssen, dass diese gar nicht Vertragsbestandteil wurden. Es ist daher ganz besonders wichtig, **sicherzustellen, dass die AGB tatsächlich Vertragsbestandteil werden!** Dies ist nur dann der Fall, wenn dem Konsumenten noch **vor der Bestellung** klar war (oder zumindest klar sein musste), dass der Vertragsabschluß vom Unternehmer nur auf der Basis der AGB erfolgt und wenn der Konsument gleichzeitig die Möglichkeit hat, ohne besondere Erschwernisse in den vollständigen Text der AGB Einblick zu nehmen (es genügt also nicht, auf die Website zu schreiben :“Der Vertragsabschluß erfolgt zu unseren AGB, in die Sie in unseren Geschäftsräumlichkeiten Einblick nehmen können...“). Es genügt auch nicht, die AGB irgendwo auf der Website hinter einem mehr oder weniger unauffälligen Link zu „verstecken“.

Daher empfiehlt sich zur Sicherstellung der Wirksamkeit der AGB eine sogenannte „**Portallösung**“: Wenn der Kunde zur Bestellseite gelangen will, wird er zunächst auf eine Seite geleitet, auf welcher er ausdrücklich auf die allgemeinen Geschäftsbedingungen hingewiesen wird und gleichzeitig die Möglichkeit erhält, diese im Volltext einzusehen, auszudrucken etc.. Diese Möglichkeit kann durchaus in Form eines Links geboten werden. Die Kenntnisnahme der AGB muss der Kunde dann **aktiv**, das heißt durch Anklicken eines entsprechenden Buttons **bestätigen** (ob er sie tatsächlich gelesen hat, ist dann unerheblich). Erst dann sollte eine Bestellung technisch möglich sein (ein gutes Beispiel für derartige Lösungen sind die Lizenzbedingungen, wenn Sie auf Ihrem Computer neue Software – z.B. Microsoft-Produkte – installieren).

Die **AGB** müssen nach dem E-Commerce – Gesetz so präsentiert werden, dass sie **auch für Laien ohne weiteres angezeigt gedruckt und gespeichert** werden können (etwa durch entsprechende Buttons)

#### 3.2 Verbraucherinformation

Für die Anbahnung und den Abschluss gewerblicher Verträge mit Endverbrauchern über das Internet ergeben sich aus den §§ 5a – 5j KSchG und dem E-Commerce – Gesetz folgende Anforderungen, die im Rahmen von AGB bzw. bei der Gestaltung Ihrer Web-Seiten unbedingt Berücksichtigung finden müssen.

Grundsätzlich sollen alle (elektronische) Kontakte zum Kunden

- als kommerzielle **erkennbar** sein,
- den **Absender** angeben und
- **Angebote zur Absatzförderung** und **Geschenke, Preisausschreiben etc.** samt den **Bedingungen** der Teilnahme als solche erkennen bzw. auffinden lassen.

**Unaufgeforderte (Massen-)Sendungen** per elektronischer Post müssen auch deutlich als kommerzielle erkennbar sein und dürfen nicht an Personen gesandt werden, die sich in eine zu diesem Zweck bei der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) geführte **Sperrliste** eingetragen haben.

Ungeachtet dessen sind aber auch die Bestimmungen des **Telekommunikationsgesetzes - TKG** zu beachten, wonach jede **Zusendung einer elektronischen Post als Massensendung** oder auch **nur zu Werbezwecken** der vorherigen - jederzeit widerruflichen - **Zustimmung** des Empfängers bedarf. Wenn Sie derartige Werbemaßnahmen planen, wird es nötig sein, die Möglichkeit zu einer **ausdrücklichen Zustimmung** in Ihre **Bestellformulare** aufzunehmen. Für manche Berufsgruppen ist jedoch diese Art der Werbung standesrechtlich überhaupt untersagt oder stark eingeschränkt.

Auf Ihrer **Website** müssen dem Verbraucher folgende **Informationen über das Unternehmen** zwingend zur Verfügung stehen:

- **Name** (eventuell **Firma**) und ladungsfähige postalische **Anschrift** des Unternehmers;
- **E- Mail** und sonstige Kommunikationsdaten (**Telefon-, Faxnummer** etc.);
- **Firmenbuchnummer** und **Firmenbuchgericht** sowie die **Umsatzsteuer Identifikationsnummer (UID)**;
- Angaben über eine allenfalls zuständige **Aufsichtsbehörde** sowie die **Kammer, der Berufsverband etc.** deren Mitglied der Anbieter ist; dies unter gleichzeitigem
- Hinweis auf die für den Berufsstand geltenden **gewerbe- oder berufsrechtlichen Vorschriften** und den **Zugang** zu diesen und
- den **elektronischen Zugang** zu den **freiwilligen Verhaltenskodizes**, denen das Unternehmen sich unterwirft.

Rechtzeitig **vor Abgabe der Vertragserklärung** (Bestellung) sind weiters folgende Informationen **nachweisbar** zu erteilen:

- Die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung (**Produktinformation**);
- **Preis** der Ware oder Dienstleistung **einschließlich aller Steuern**;
- Allfällige den Verbraucher treffende **Lieferkosten**;
- **Zahlungs- und Lieferbedingungen**;
- **Rücktrittsrecht** (vgl. dazu unten 4.2);
- Allenfalls **Kosten** für den Einsatz des Fernkommunikationsmittels (jedoch *nur* wenn gesonderte Kosten verrechnet werden, etwa bei einem kostenpflichtigem Infotelefon);
- **Gültigkeitsdauer** des Angebotes oder des Preises;
- **Mindestlaufzeit** des Vertrages, wenn dieser eine dauernde oder wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat (Abonnements, etc.) und allfällige Kündigungsbedingungen;
- **Geographische Anschrift** der Niederlassung des Unternehmers, bei der der Verbraucher allfällige Beanstandungen vorbringen kann und
- Information über den **Kundendienst** und geltende **Garantiebedingungen**.

Weitere nach dem E-Commerce – Gesetz notwendige Informationen sind

- Beschreibung der einzelnen **technischen Schritte**, die **zum Vertragsabschluss** führen;
- **die Mitteilung, ob** der **Vertragstext** nach Vertragsabschluss vom Unternehmer **gespeichert** wird sowie gegebenenfalls den **Zugang** zu einem solchen Vertragstext;
- die **technischen Mittel** zur Erkennung und **Berichtigung** von **Eingabefehlern** vor Abgabe der Vertragserklärung, sowie
- die **Sprachen**, in denen der Vertrag abgeschlossen werden kann.

Die bislang aufgelisteten Informationen sind – je nach dem konkreten Geschäftsgegenstand - **teils zur Aufnahme in die AGB geeignet**, teils sollten sie im Rahmen der allgemeinen Information über das Unternehmen bzw. die angebotenen Produkte Berücksichtigung finden. Wenn eine generelle Information nicht möglich oder wegen der Bedeutung für den Vertragsinhalt nicht geboten erscheint, müssen diese Informationen aber in den individuellen **Anbots- und Vertragstext** integriert und mit diesem **übermittelt** werden.

Besonders angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel, mit denen **Eingabefehler** noch vor endgültiger Vertragserklärung erkannt und berichtigt werden können müssen dem Kunden in jedem Fall zur Verfügung stehen. Überdies muss jedem Kunden der **Zugang** seiner elektronischen **Vertragserklärung unverzüglich elektronisch bestätigt** werden (Über eine automatisch generierte, **druck- und speicherbare Webseite** oder über **Bestätigungsmail**).

## **4 Empfehlenswerte Elemente für Ihre AGB**

### **4.1 Schriftliche Verbraucherinformation**

Die unter Punkt 3.2 oben erwähnten Informationen sind spätestens bei Erfüllung des Vertrages zusammen mit der zu liefernden Ware oder bei Erbringung der Dienstleistung nochmals **schriftlich** dem Verbraucher mitzuteilen.

Dies wird in der Regel in Form einer gesonderten schriftlichen **Auftragsbestätigung**, eines **Lieferscheins** oder einer **Rechnung** geschehen, die die Bestellinformationen (Bestelldatum, Produkte oder Dienstleistungen, Stückanzahl, Preis, einzelvertragliche Vereinbarungen wie Liefertermine etc.) wiederholen und (etwa auf der Rückseite oder beigeschlossen) auch nochmals die **AGB** enthalten.

## 4.2 Rücktrittsrecht

Gemäß § 5e Abs. 2 KSchG kann der Verbraucher von einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag binnen **7 Werktagen** ab Eingang der Lieferung bei Verbraucher, bei Verträgen über Dienstleistungen ab Vertragsabschluß zurücktreten. Ist diese Information nicht entsprechend (siehe oben) an den Verbraucher erteilt worden, würde sich die Rücktrittsfrist auf insgesamt **3 Monate** ab den genannten Zeitpunkten verlängern.

Es darf vertraglich vereinbart werden, dass der Konsument die Kosten der Rücksendung der Ware zu tragen hat.

**Kein Rücktrittsrecht** besteht jedoch bei Verträgen über

- **Kurzfristige Dienstleistungen**, die **innerhalb von 7 Werktagen erbracht** werden müssen;
- Waren oder Dienstleistungen, deren Preis nicht im vorhinein bestimmt ist, sondern von Finanzmärkten oder Faktoren abhängig ist, auf die der Unternehmer selbst keinen Einfluß hat (**Marktpreise**);
- Waren, die nach Angaben des Kunden gefertigt werden und eindeutig auf seine persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind (**Maßarbeiten**);
- Waren, die aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung in Frage kommen, etwa weil sie ein **kurzes Verfallsdatum** haben und durch die Rücksendung dieses Verfallsdatum überschritten würde
- **Entsiegelte Audio- oder Videoaufzeichnungen** oder **Software**;
- **Zeitschriften**, Zeitungen, Illustrierten mit Ausnahme von Verträgen über periodische Druckschriften;
- **Wett- und Lotteriedienstleistungen**
- Lieferungen im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten („**Hauslieferung**“) von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen **Gegenständen des täglichen Bedarfs**, die am Wohnsitz, Aufenthaltsort oder Arbeitsplatz des Verbrauchers geliefert werden sowie
- Dienstleistungen in den Bereichen Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie Freizeitgestaltung, wenn bereits bei Vertragsabschluß die Erbringung der Dienstleistung zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines genau angegebenen Zeitraumes fixiert wird (sog. **Freizeitdienstleistungen**).

Sollte das Angebot des Unternehmers also in einem der genannten Bereiche fallen, wäre im Rahmen der AGB (mit kurzer Begründung) ausdrücklich festzustellen, dass ein Rücktrittsrecht grundsätzlich **nicht** besteht.

## 4.3 Leistungsfrist

Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass gemäß §5i KSchG der Unternehmer verpflichtet ist, soweit nicht ausdrücklich anderes vertraglich vereinbart ist, innerhalb einer Frist von **30 Tagen** nach Eingang einer Bestellung die **Leistung zu erbringen**. Ist ihm dies nicht möglich oder will er das Angebot des Kunden nicht annehmen, so hat er dies dem Kunden **unverzüglich mitzuteilen**.

## 4.4 Besondere Formgebote

Für **wichtige Erklärungen des Konsumenten** wie beispielsweise den Rücktritt vom Vertrag oder die Geltendmachung von Mängeln sollte dieser zu einer Abgabe seiner Erklärungen in **Schriftform** verpflichtet werden.

Es ist in diesem Zusammenhang auch zu empfehlen, dass klargestellt wird, dass auch eine an den Unternehmer gerichtete **E-Mail** als schriftliche Erklärung gilt. E-Mails und Empfangsbestätigungen gelten nach dem Gesetz als **zugegangen**, wenn sie vom Adressaten „unter gewöhnlichen Umständen“ abgerufen werden können.

Im übrigen dürfen Erklärungen der Kunden **nicht von weiteren Formerfordernissen abhängig** (etwa Einschreibsendung oder Sendung an eine bestimmte Adresse oder einen bestimmten Mitarbeiter des Unternehmers) abhängig gemacht werden.

Für **Erklärungen des Unternehmers** hingegen gilt, dass diese auch verbindlich sind, wenn sie in keiner bestimmten Form erfolgen. Auch weitreichende Erklärungen wie etwa die Zusage einer Mängelbehebung, einer Vertragsrückabwicklung, etc. sind für den Unternehmer verbindlich, wenn sie etwa nur **mündlich** abgegeben wurden. Entscheidend ist hier lediglich, dass der Kunde

beweisen kann, dass ihm die Zusage gegeben wurde. Entgegenstehende Bestimmungen in den AGB wären unwirksam!

#### 4.5 Konkludente Erklärungen – „Zustimmung durch Schweigen“

Gerade bei Verträgen über wiederkehrende Leistungen besteht auch oft ein Interesse seitens des Unternehmers, ein **bestimmtes Verhalten** des Konsumenten als **Zustimmungserklärung** zu werten. So soll etwa die **Entgegennahme einer Lieferung** und das **Unterbleiben einer Rüge** binnen eines bestimmten Zeitraumes so interpretiert werden, dass die Ware als mängelfrei akzeptiert wurde.

Eine derartige Wertung von „Schweigen als Zustimmung“ ist jedoch **nur** möglich, wenn

- **im Rahmen der AGB klar** zum Ausdruck gebracht wird, in welchen Situationen Schweigen als Erklärung gedeutet wird und
- **welcher Inhalt** dem „Schweigen“ von den Parteien **beigemessen wird**.
- Überdies muss **bei jeder einzelnen Lieferung oder Leistung**, bei welcher diese Regelung zur Anwendung kommen soll, eine **ausdrückliche Belehrung des Kunden** über die in den AGB bereits enthaltene Regelung erfolgen.

#### 4.6 Datenschutzrechtliche Bestimmungen

Aus Gründen des Datenschutzrechts sollte in die Geschäftsbedingungen auch eine Bestimmung aufgenommen werden, welche klar angibt, **welche Daten** des Kunden gespeichert und verarbeitet werden und an welche – namentlich zu nennenden oder ohne besonderen Aufwand bestimmbar – Unternehmen die Daten des Verkäufers **weitergegeben** werden dürfen.

Für die **Weitergabe** von persönlichen Daten an Dritte (auch im Konzern) oder für ihre **Verwendung zu Werbezwecken** muss jedoch **gesondert** eine **ausdrückliche Zustimmung** des Kunden nachweisbar eingeholt werden.

#### 4.7 Haftungsbeschränkungen

In die allgemeinen Geschäftsbedingungen sollte unbedingt auch eine Haftungsbeschränkung des Unternehmers aufgenommen werden, wonach er jede Haftung, **ausgenommen** Fälle grober Fahrlässigkeit oder des Vorsatzes sowie jene Fälle, in denen es zu einer Verletzung eines Menschen kommt, ausschließt

#### 4.8 Sondervereinbarungen

Einer besonderen, im Rahmen etwa des Bestellformulars (und somit nicht in den AGB!) nötigen Vereinbarung bedürfen Vertragsbestimmungen, die

- dem Unternehmer ein besonderes **Rücktrittsrecht** oder die Möglichkeit, den Vertrag vollständig auf Dritte zu überbinden einräumen oder
- dem Unternehmer ermöglichen, in wesentlichen Punkten die zu erbringende **Leistung einseitig abzuändern** sowie
- weitere ähnlich **schwerwiegende Bestimmungen zu Lasten** des Verbrauchers.

#### 4.9 Rechtswahl

Jedenfalls sollte – auch wegen des im E-Commerce – Gesetz geltenden **Herkunftslandprinzip** - in die allgemeinen Geschäftsbedingungen eine Bestimmung aufgenommen werden, wonach auf den Vertrag ausschließlich **österreichisches Recht – und zwar sinnvollerweise mit Ausnahme des UN-Kaufrechtes und der Verweisungsnormen** auf ausländische Rechtsordnungen – anzuwenden ist.

#### 4.10 Gerichtsstand

Die Vereinbarung eines besonderen Gerichtsstandes ist bei Verbrauchergeschäften nur sehr eingeschränkt möglich, da der Unternehmer den Verbraucher nur an bestimmten, in **§ 14 KSchG** aufgezählten, Orten klagen kann. Hat **der Konsument** seinen **Wohnsitz, gewöhnlichen Aufenthalt oder Arbeitsplatz im Inland**, so kann er nur an einem Ort geklagt werden, an dem eines dieser drei Elemente gegeben ist.

#### 4.11 Nichtigkeits Klauseln

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass Vertragsbestimmungen, die nicht eine der Hauptleistungen festlegen jedenfalls nichtig sind, wenn sie unter Berücksichtigung aller Umstände des Falles **einen Teil gröblich benachteiligen**.

Nach § 6 Abs 3 KSchG sind überdies Klauseln unwirksam, deren Inhalt unverständlich oder auch nur unklar ist (diese Bestimmung wird von den Gerichten meist zu Gunsten des Konsumenten ausgelegt!).

## **5 Änderungen der AGB und der vereinbarten Preise**

### **5.1 AGB**

Wollen Sie sich die **spätere Änderung der AGB** auch für laufende Verträge vorbehalten, so müssen Sie dies schon jetzt in den AGB ausdrücklich festhalten. Es ist auch zu regeln, dass bzw. **in welcher Form** der Kunde dann von der Änderung **verständigt** wird, es ist ihm für den Fall der Änderung ein **außerordentliches Rücktrittsrecht** vom Vertrag einzuräumen und er ist auf dieses Recht auch **ausdrücklich hinzuweisen**.

### **5.2 Preisanpassungen**

Wollen Sie sich bei länger dauernden Verträgen (z.B. Bezugsverträge, Abonnements,...) die spätere Änderung der Preise vorbehalten, so muss dies ebenfalls **bereits bei Vertragsabschluss vereinbart** (in den AGB enthalten) sein. Es muss **ausdrücklich festgehalten** sein, aufgrund welcher nachprüfbaren objektiven und sachlich gerechtfertigten Elemente (Lohnkosten, Steuern, Lieferantenkosten, etc.) die Änderung der Preise erfolgt (diese Elemente dürfen nicht vom Unternehmer selbst abhängen) und es muss vereinbart werden, dass bei Änderung dieser Einflussgrößen gegebenenfalls auch eine Verbilligung eintritt.

**Dr Georg Röhner, Rechtsanwalt in Wien**

© Dr Georg Röhner, 2002