

## **Wie gestalte ich meinen Webauftritt gesetzeskonform?**

### **Teil I: Für alle Besitzer einer kommerziellen Homepage**

#### **1. Ihre Domain:**

Haben Sie ein Recht zur Führung dieses Domainnamens?

Verwenden Sie eine von Ihnen registrierte Marke oder Ihren (Firmen)namen?

Nur dann können sie sich bei Klagen von anderen Marken- oder Firmennamenbesitzern wehren!

Selbst wenn eine Domain noch frei ist - der Grundsatz „Wer zuerst kommt, mahlt zuerst“ (auch „first come first served“ genannt) gilt nicht bei Kollision mit Marken- oder Namensrechten. Genau erkundigen!

- Firmenbuchabfrage
- Markenrecherche
- Branchenverzeichnisse

Alles noch unbenutzt? Dann schaut es ganz gut aus.

Wenn sie missverständliche oder allgemeingebäuchliche Domainnamen verwenden, weisen sie auf der ersten Seite auf mögliche andere Berechtigte hin, um einer möglichen Verwechslungsgefahr/Irreführung zu begegnen.

#### **2. Urheberrecht**

- Stammen alle Inhalte der Website (Grafiken, Logos, Texte, Bilder, Java-Applets uä) von Mitarbeitern des Unternehmens oder von Ihnen selbst?
- Wenn nicht: Wurden entsprechende Werknutzungsverträge (inklusive Verwendung im Internet) mit den Urhebern geschlossen?

Wenn Sie bereits Werbeunterlagen haben erstellen lassen (bei einer Agentur, Fotos vom Fotografen...), die Sie nun auch im World Wide Web anbieten wollen, beachten Sie folgendes:

- Überprüfen Sie, ob Sie sich bei der damaligen Gestaltung der Unterlagen von Dritten (Fotos, Grafiken, Texte) das Recht auf öffentliche Wiedergabe einräumen haben lassen. Nach ersten Gerichtsurteilen ist die Nutzung im Internet eine neue Nutzungsart und muss vom Urheber gesondert eingeräumt werden.
- Haben Sie selbst ein Werk geschaffen, so entsteht der Schutz mit der Schöpfung. Es ist keine Registrierung erforderlich. Achten Sie bei der Nutzung im Internet darauf, dass die

einzelnen Dateien von Dritten leicht ausgedruckt werden können. Fügen Sie deshalb in Ihre Unterlagen Namen und Kontaktadresse als Urheberrechtshinweise (Copyright) ein!

Auch aufwendige Webseiten genießen Urheberrechtsschutz! Nicht abkupfern mittels copy & paste!

- Wenn Sie sich Ihre Webseite gestalten lassen, achten Sie darauf, sich eine Schad- und Klagloshaltung gegenüber Ansprüchen Dritter einräumen zu lassen.

### **3. E-Commerce-Gesetz: Wer bin ich?**

#### **Anbieteridentifizierung nach § 5 Abs. 1 ECG**

Jeder E-Commerce-Diensteanbieter, dh jeder, der über eine kommerzielle Homepage verfügt, sei es, dass es sich um einen echten Webshop handelt, sei es, dass Sie nur sich und Ihr Unternehmen im WWW präsentieren, muss sich zu erkennen geben, und zwar mit seiner „realen“ Identität. Die Angabe allein einer Mailadresse (zB [webmaster@xyz.at](mailto:webmaster@xyz.at)) genügt nicht, folgende Informationen sind verlangt:

- Name oder Firma (nicht nur Etablissementbezeichnung!! zB nicht nur „Hotel Brauner Hirsch“, sondern auch Fa. Franz Moser KEG)
- Adresse (nicht nur Postfach, geographische Anschrift!)
- Kontaktdaten: Mail/Telefon/Fax
- Kammerzugehörigkeit
- berufsrechtliche Vorschriften und Zugang zu diesen, wenn vorhanden: Nicht die Gewerbeordnung 1994 ist gemeint, sondern besondere Berufsausübungsvorschriften, zB für Immobilienmakler die Immobilienmaklerverordnung 1996. Tipp: Alle Rechtsvorschriften sind unter <http://www.ris.bka.gv.at> zugänglich. Auch ein Link auf die berufsrechtlichen Vorschriften auf der Seite Ihres Fachverbandes (zB Bundesinnung Immobilientreuhänder)
- Firmenbuchnummer, wenn im Firmenbuch eingetragen
- Firmenbuchgericht, wenn im Firmenbucheingetragen
- Aufsichtsbehörde, wenn vorhanden: Gemeint sind Aufsichtsbehörden wie die Finanzmarktaufsicht oder die Telekom Control oder die E-Control.
- UID-Nummer, wenn vorhanden
  
- Die Anbieteridentifizierung muss leicht zugänglich sein! Deswegen link nicht irgendwo verstecken, sondern gleich auf die Startseite setzen.
- Am besten, Sie nennen den Link auch gleich „Informationen nach ECG“ oder schreiben die Informationen bei „Kontakt“ oder „Wir über uns“ dazu.

Sie können diese Informationsseite selbst gestalten, aber als Mitglied der Wirtschaftskammer haben Sie auch die Möglichkeit, diese Pflichten durch Verlinkung Ihrer Homepage auf Ihren persönlichen Eintrag im Firmen A-Z von WKO.AT zu erfüllen. Wie? Siehe auch <http://firmena-z.wko.at/udbysql/firmena-ztipps.asp>

- Einstieg mit Mitgliedsnummer und PIN-Code in <http://wko.at>
- auf Karteikarte Firmen A-Z, „editieren“ auswählen
- eigenen Eintrag um die fehlenden Daten ergänzen (UID-Nummer, AGB wenn vorhanden, Kontaktdaten)
- Aktionsbutton in die eigene Homepage einbauen (auf die Startseite, nicht verstecken!), diesen mit dem Eintrag im Firmen A-Z verlinken, siehe <http://wko.at/stmk/ikt/ecg.htm>

**Muss ich das machen? Gilt das E-Commerce-Gesetz für mich überhaupt? Ich habe ja gar keinen Webshop!**

Das E-Commerce-Gesetz gilt für Diensteanbieter, das sind „Unternehmen, die elektronisch im Fernabsatz auf individuellen Abruf in der Regel gegen Entgelt Dienste der Informationsgesellschaft anbieten“. In der Regel gegen Entgelt ist weit zu verstehen, es genügt Drittfinanzierung (zB Bannerwerbung) oder auch nur Umwegrentabilität (zB Werbefläche, damit mehr Kunden in Ihr Geschäft kommen; Gratis-Newsletter, um Ihre Bekanntheit zu steigern...). Also, lieber nicht versuchen, sich aus dem Anwendungsbereich des ECG hinauszuinterpretieren, sondern die Anbieteridentifizierung vornehmen. Mehr ist vom ECG gar nicht verlangt, wenn Sie keine Online-Bestellmöglichkeit haben.

#### **4. Kommerzielle Kommunikation (Werbung) - § 6 ECG**

Kommerzielle Kommunikation (das sind alle Maßnahmen zur Absatzförderung wie Werbung, Banner, Gewinnspiele, Rabatte etc.) ist klar als solche erkennbar zu machen:

- Räumliche Trennung (zB ganz oben, ganz unten, Werbeleiste, Werbekasten) oder
- optisch klar erkennbar (marktschreierische Aufmachung, zB minus 20%) oder
- wenn Sie lieber ganz sicher gehen wollen: ein verbaler Hinweis durch hinzufügen von „bezahlte Anzeige“ oder „Werbung“
- der Auftraggeber der Werbung ist erkennbar (bei Werbung von Dritten auf Ihrer Seite sollten Sie vertraglich diesem die Identifizierungspflicht übertragen!)
- Bei Gewinnspielen und Preisausschreiben: Teilnahmebedingungen anführen
- Bei Zugaben und Geschenken: Bedingungen für Inanspruchnahme anführen

**Achtung: Was offline untersagt ist, dürfen Sie online auch nicht!**

Beachten Sie bei der Gestaltung von Werbung Beschränkungen in anderen Gesetzen, zB für sensible Produkte (Alkohol, Tabak, Arzneimittel....). Hinsichtlich Zugaben und Gewinnspielen ist insbesondere auf § 9a UWG zu achten, hinsichtlich irreführender oder vergleichender Werbung auf § 2 UWG.

**5. Preisauszeichnung - § 5 Abs. 2 ECG:**

In der Werbung sind Sie nicht verpflichtet, Preise anzugeben. Wenn Sie aber Preise freiwillig angeben, dann gelten die allgemeinen Preisauszeichnungsvorschriften des **Preisauszeichnungsgesetzes!**

- Sofern Sie (auch) an Verbraucher verkaufen, müssen Sie alle Preise als Bruttopreise, also inklusive aller Steuern (MWSt.) angeben.
- Währungseinheit angeben (zB EUR), falls andere Währungen möglich sind: angeben, dass die Umrechnung zum Tageskurs am Tag der Bestellung erfolgt.
- Nach dem Fernabsatzgesetz sind zusätzlich auch alle Lieferkosten anzugeben.

Sie verkaufen nur an Unternehmer?

- Dann müssen Sie die Preise nicht Brutto auszeichnen, Angabe des Nettopreises genügt. Allerdings muss klar erkennbar sein, dass es sich um Nettopreise handelt! (zB excl. MWSt.).

**Man kann bei mir nichts online bestellen**

Sie haben keinen Webshop und keine Online-Bestellmöglichkeit? Wenn Sie nur eine Homepage haben, auf der Sie sich, Ihr Unternehmen und Ihre Produkte präsentieren, ohne dass der User online bestellen kann (eine Mailadresse, an die der User seine frei formulierten Wünsche, auch was er gerne bei Ihnen kaufen würde, an Sie schicken kann, schadet nicht), dann ist die Angelegenheit damit für Sie in der Online-Welt erledigt.

Aber Achtung: Es braucht nicht unbedingt einen mit allen Feinheiten programmierten Webshop mit allem drum und dran! Eine Online-Bestellmöglichkeit genügt, dann ist auch Teil II für Sie zu beachten.

**Ganz allgemein gilt:**

Sind Sie in Österreich niedergelassen, so gilt für Ihren Webauftritt österreichisches Recht (§ 20 ECG). Sonderrecht für Online-Anbieter in dem Sinne gibt es nicht, das E-Commerce-Gesetz regelt nur einige besondere Aspekte.

Sie müssen aber selbstverständlich alle österreichischen Gesetze einhalten, die auch im Offline-Bereich zu beachten wären!

Eine eigene Online-Zulassung oder E-Commerce-Berechtigung gibt es nicht, Sie brauchen jene Gewerbeberechtigung, die Ihre Tätigkeit erfordern würde, wenn Sie sie offline ausüben würden (§ 4 ECG).

## Wie mache ich meinen Webauftritt gesetzeskonform?

### Teil II: Ich habe auch einen Webshop oder eine Online-Bestellmöglichkeit

Wenn Sie auch eine Online-Bestellmöglichkeit (Online-Datenbankzugang, Online-Buchung etc.) anbieten, dann treffen Sie auch die Informationspflichten der §§ 9 bis 11 E-Commerce-Gesetz.

Wenn Sie Waren oder Dienstleistungen an Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes verkaufen, dann haben - falls nicht eine Ausnahme zutrifft - Sie zusätzlich auch die Bestimmungen des Fernabsatzgesetzes (§§ 5a bis j KSchG) zu beachten.

#### 1. Allgemeine Geschäftsbedingungen - § 11 ECG

AGB sind vorformulierte Vertragsbedingungen, da im heutigen Geschäftsverkehr nicht mit jedem einzelnen Kunden ein detaillierter Vertrag ausgehandelt werden kann. Typischerweise bestellt der Kunde aus einem fertigen Warenkatalog zu den Bedingungen des Anbieters.

**Sie müssen keine AGB verwenden**, Sie können dies aber tun. § 11 ECG verpflichtet Sie nicht dazu, überhaupt AGB zu haben. Wenn Sie aber welche verwenden, dann müssen Sie diese online stellen.

Weiters müssen Sie nur jene AGB online zur Verfügung stellen, die für Ihr Online-Angebot, für die online angebotenen Dienste, relevant sein sollen.

- Am besten gleich auf der Startseite ein Button/Link: „AGB“
- AGB online stellen
- AGB müssen speicher- und ausdrückbar sein (Html-Format genügt - ist speicher- und ausdrückbar. Vorsicht: Der Kunde sollte die AGB nicht ändern können! Lieber kein Word oä verwenden. Pdf eignet sich dafür zwar gut und schaut gedruckt besser aus, nur braucht der Kunde Acrobat Reader zum lesen, also vielleicht doch lieber bei html-bleiben).
- Datum in den AGB angeben (zB Fassung vom 1.1.2002 oder letzte Aktualisierung: 1.1.2002), damit kein Streit über die Version anbricht!

Nur die AGB online stellen genügt nicht immer - es muss auch sichergestellt werden, dass der Kunde vor Bestellung Gelegenheit hatte, die AGB zur Kenntnis zu nehmen. Sonst erlangen die AGB keine Geltung. Um Beweisschwierigkeiten zu vermeiden daher folgendes:

- Geltung von AGB: Beim Bestellformular (vor Absenden der Bestellung durch den Kunden, also vor dem „finalen

Mouseklick"!) den Satz anfügen „Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die ich mit meiner Bestellung akzeptiere.“ Link auf den Text der AGB.

- Oder noch besser: „Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die ich hiermit akzeptiere“. Link auf Text der AGB und Kontrollkästchen zum ankreuzen. Tut der Kunde das nicht, Meldung: „Wir liefern nur zu unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen, wenn Sie bei uns bestellen möchten, müssen Sie diese akzeptieren.“

### **Achtung - Inhaltskontrolle von AGB:**

Nicht alle beliebigen Klauseln dürfen in AGB verwendet werden! Das hat mit E-Commerce gar nichts zu tun, bestimmte, den Kunden benachteiligende Bestimmungen sind einfach nicht zulässig, ob online oder offline:

- Nachteilige, ungewöhnliche und überraschende Klauseln werden nicht Vertragsinhalt, wenn sie sich nur in den AGB finden (§ 864a ABGB).
- Gröblich benachteiligende Bestimmungen sind nichtig (§ 879 Abs. 3 ABGB).
- Bei Verbrauchergeschäften ist die Klausel-Liste des § 6 KSchG zu beachten.

## **2. Und wo bekomme ich jetzt meine AGB her? Gibt es Muster?**

Leider, leider, die perfekten Muster-AGB für alle denkbaren Geschäftsfälle, die man nur online stellen muss, die gibt es nicht und kann es auch gar nicht geben. Denn die AGB müssen ganz genau auf Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zugeschnitten sein! Es wird Ihnen nicht erspart bleiben, sich Ihre eigenen AGB zusammenzustellen. Oder natürlich, Sie beauftragen Ihren Rechtsanwalt damit.

- Manche Fachverbände empfehlen AGB für Ihre Mitglieder, jedoch auch hier ist es anzuraten, diese noch einmal genau auf die eigenen Bedürfnisse anzupassen.
- Die Wirtschaftskammer Österreich gibt eine Broschüre mit Textbausteinen heraus „Allgemeine Geschäftsbedingungen“. Diese wird gerade umfassend aktualisiert (neue Gewährleistung, Fernabsatz, ECG) und wird ca. im März 2002 im Mitgliederservice der WKÖ unter <http://wko.at/webshop> oder Tel.: 01 50105 DW 5050 erhältlich sein.
- Ein guter Tipp ist es auch, sich bei anderen Unternehmen zu inspirieren (inspirieren, nicht abschreiben!), zum Beispiel bei jenen, die schon das E-Commerce-Gütezeichen verliehen bekommen haben und deren AGB daher für gesetzeskonform befunden worden sind, zu finden unter <http://www.guetezeichen.at>

- Wenn Sie sich um das E-Commerce-Gütezeichen bewerben, erhalten Sie auch Muster-AGB zur Verfügung gestellt.

Als Faustregel gilt: Je einfacher formuliert, desto besser. AGB müssen nicht in - auch Ihnen unverständlichem - juristischem Kauderwelsch abgefasst sein. Ihr Kunde soll beim Durchlesen erfahren, wie man konkret bei Ihnen bestellt, bezahlt, Lieferbedingungen, Datenschutz, was tun bei Reklamationen....

### **3. Bestellhilfe - Informationen nach § 9 ECG**

Wie bestellt der Kunde bei mir?

- In einfachen Worten die wichtigsten Bestellschritte wiedergeben - am besten als Hilfe-Funktion (Icon mit Fragezeichen), die der Kunde vor und während der Bestellung jederzeit aufrufen kann. ZB: „Bestellen bei uns ist ganz einfach: Wenn Sie das Produkt gefunden haben, das Sie bestellen möchten, dann klicken Sie auf das Symbol „Warenkorb“ rechts oben....etc.).
- Informieren Sie in der Bestellhilfe auch darüber, wie der Kunde seine Bestellung ändern/korrigieren kann.
- Wenn Sie sich einem Verhaltenskodex unterwerfen - Link auf dessen Bedingungen (zB E-Commerce-Gütezeichen).

Wird der Vertragstext (die Bestellung des Kunden) bei Ihnen gespeichert und ist dieser Text zugänglich?

- Wenn ja: Hinschreiben, dass gespeichert wird und wie der Kunde seine Bestellung wieder aufrufen kann.
- Wenn nein: Hinschreiben, dass nicht gespeichert wird, und dass sich der Kunde seine fertige Bestellung ausdrucken/selber speichern soll.

Vertragssprache:

- Wenn der Kunde bei Ihnen in mehreren Sprachen bestellen kann, dann weisen Sie drauf hin. Achten Sie darauf, dass nicht nur die Bestellung selbst, sondern auch die dazugehörigen Informationspflichten in dieser Sprache gegeben werden.
- Wenn man bei Ihnen nur auf Deutsch bestellen kann, dann weisen Sie auch darauf hin, zB ganz simpel „Die Vertragssprache ist deutsch“.

### **4. Bestellvorgang selbst - § 10 Abs. 1 ECG**

- Optimal: Druck- und Speichermöglichkeit für die fertige Bestellung vorgeben!
- Abbruchmöglichkeit während des gesamten Bestellvorgangs vorsehen
- „Zurück“ Funktion vorsehen

- Korrekturmöglichkeit für Eingabefehler vorsehen: Bevor der „finale Mouseclick“ erfolgt, Bestellung noch einmal darstellen und den Kunden auffordern, diese auf eventuelle Fehler oder Irrtümer zu überprüfen (Artikelmenge, Adresse, Warenauswahl, Preise...). Ähnlich wie bei der Geldbehebung am Bankomaten („Sind Sie sich sicher...Bestätigung“).
- Nach Absenden Fenster: „Ihre Bestellung wurde abgesendet“ oä.

## 5. Empfangsbestätigung - § 10 Abs. 2 ECG

Der Eingang der Bestellung muss unverzüglich per E-Mail bestätigt werden (**Empfangsbestätigung**). Der Kunde soll Gewissheit darüber haben, ob seine Bestellung überhaupt geklappt hat.

Es gibt mehrere Möglichkeiten:

- Empfangsbestätigung „Ihre Bestellung ist bei uns eingelangt und wird bearbeitet.“ oder „Wir haben Ihre Bestellung erhalten.“ Es wird nur der Erhalt der Bestellung (E-Mail) des Kunden bestätigt (der Posteingang), es handelt sich noch nicht um die Annahme der Bestellung. Auch per Autoresponder möglich (sollte die Bestellung dann doch verloren gehen, geht das zu Ihren Lasten!). Der Vertrag kommt erst später zustande (durch Auftragsbestätigung, durch Versendung der Ware....ganz wie Sie es in Ihren AGB spezifiziert haben).
- Empfangsbestätigung kombiniert mit Auftragsbestätigung. Sie arbeiten die Bestellungen der Kunden per E-Mail-Antwort ab und antworten gleich, ob Sie die Bestellung annehmen oder nicht. Der Vertragsschluss erfolgt mit Zugang der kombinierten Empfangs- und Auftragsbestätigung.
- Empfangs- = Auftragsbestätigung = gleichzeitig Detailinformation nach dem Fernabsatzgesetz. Siehe dazu Punkt 7.
- Haben Sie gar keine E-Mail-Adresse zur Verfügung, zB wenn die Erfüllung gleich elektronisch erfolgt (zB Download, online-Zugang zu Datenbanken), dann brauchen Sie keine Empfangsbestätigung schicken! Ansonsten sollten Sie in Ihrer Bestellmaske ein Pflichtfeld „E-Mail-Adresse“ vorsehen, damit Sie dem Kunden die Empfangsbestätigung schicken können.

Gegenüber Unternehmerkunden können Sie die Verpflichtung zur Versendung von Empfangsbestätigungen ausschließen (auch in AGB).

## 6. Zahlungsmöglichkeiten

- keine Online-Zahlungsmöglichkeit - Zahlungsbedingungen wie in den AGB vorgesehen (Nachnahme, Rechnung oder bar)

- Online-Zahlungsmöglichkeit: Beschreibung des Zahlungsvorgangs, ausreichende Sicherheit
- Bei Kreditkartenzahlung ausreichende Verschlüsselung
- Bei missbräuchlicher Verwendung von Zahlungskarten (Kreditkarte) hat der Kunde ein Rückbuchungsrecht!

## 7. Fernabsatzgesetz

Und jetzt zum wichtigsten Punkt überhaupt, wenn Sie (zumindest auch) an Konsumenten verkaufen: Auch die Informationspflichten des Fernabsatzgesetzes sind zu beachten!

**Das betrifft mich nicht, ich verkaufe ohnehin hauptsächlich an Unternehmer!**

- Wenn Sie nur an Unternehmer verkaufen wollen, dann ist es am sinnvollsten, eine Registrierung der Kunden mit Login vorzusehen. So können Sie wirklich sicher sein, nur im B2B-Bereich zu handeln.
- Ein Disclaimer „Unser Angebot richtet sich nur an Unternehmer“ ist nur dann wirksam, wenn Sie sich auch selbst daran halten! Sobald Sie eine Bestellung eines Konsumenten akzeptieren, gilt diesem gegenüber das KSchG und damit die Bestimmungen des Fernabsatzgesetzes.

### Informationspflichten vor Vertragsschluss - § 5c KSchG

Folgende Punkte müssen **auf Ihrer Homepage** enthalten sein (§ 5 c KSchG), so dass sie der Konsument **vor Vertragsschluss** (Abgabe seiner Bestellung) zur Kenntnis nehmen kann:

- Name und ladungsfähige Anschrift des Unternehmers (ist durch die Angaben nach § 5 Abs 1 Z 1 und 2 ECG bereits zu erfüllen - auch gegenüber Unternehmern.)
- die wesentlichsten Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung (Produktbeschreibung im Katalog)
- den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern (nach § 5 ECG auch Hinweis, dass es sich um Bruttopreise handelt (inkl. MWSt.))
- allfällige Lieferkosten (Versandkosten)
- die Einzelheiten der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung (sollte sich typischerweise in den AGB und der Bestellhilfe wiederfinden)
- das Bestehen eines Rücktrittsrechts, außer in den Fällen des § 5f KSchG (die Rücktrittsbelehrung nach dem Fernabsatzgesetz sollte sich sinnvollerweise auch in den AGB wiederfinden, wenn es kein Rücktrittsrecht gibt, dann muss auch nicht darüber belehrt werden. Hinweis auf die AGB vor dem „finalen Mouseclick“!)

- die Kosten für den Einsatz des Fernkommunikationsmittels, sofern sie nicht nach dem Grundtarif berechnet werden (trifft nur auf kostenpflichtige Telefonnummern zu, die Kosten des „Surfens“ im Internet sind nicht anzugeben)
- die Gültigkeitsdauer des Angebotes oder des Preises
- die Mindestlaufzeit des Vertrages, wenn dieser eine dauernde oder wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat (zB Datenbankzugang, Abonnements etc.)

Diese Informationen muss der Kunde also online zur Verfügung haben, **bevor** er überhaupt seine Bestellung abgibt.

#### **Detailinformation – schriftliche Bestätigung nach § 5d KSchG**

Zusätzlich ist ihm **nach Vertragschluss** (nach Absendung seiner Bestellung) rechtzeitig während der Erfüllung eine Detailinformation zu übermitteln, die schriftlich noch einmal folgende Punkte enthält:

- Name und ladungsfähige Anschrift des Unternehmers
- Die Bestellung des Konsumenten, nämlich:
  - die wesentlichsten Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung
  - den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern
  - allfällige Lieferkosten (Versandkosten)
  - die Einzelheiten der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung
- Die Rücktrittsbelehrung, siehe Punkt 8.
- Geografische Anschrift für Reklamationen
- Information über Kundendienst, Garantiebedingungen
- bei unbestimmter oder mehr als einjähriger Vertragsdauer: die Kündigungsbedingungen

#### **Was heisst „rechtzeitig während der Erfüllung“ und „schriftlich“?**

Diese Detailinformation muss schriftlich oder auf einem dauerhaften Datenträger (CD-Rom, Diskette) erfolgen. Nur auf der Homepage genügt nicht, wohl aber

- ein E-Mail, wenn Ihnen der Kunde eine E-Mail-Adresse angegeben hat (Pflichtfeld vorsehen!).
- Anstelle von E-Mail können Sie die Detailinformation auch herkömmlich schriftlich übermitteln, als Fax oder Brief.
- Bei Waren reicht es aus, wenn die schriftliche Information spätestens mit der Ware mitgeliefert wird (als „Beipackzettel“ mit der Warenlieferung).
- „rechtzeitig“ heißt bei Waren spätestens mit Lieferung,

- bei Dienstleistungen so bald wie möglich nach dem Vertragsschluss (der Bestellung).

**Was ist die Konsequenz, wenn die Detailinformation fehlt, unvollständig oder nicht rechtzeitig ist?**

Die Rücktrittsfrist beginnt erst mit korrekter Erfüllung der Informationspflichten zu laufen und verlängert sich auf bis zu drei Monate!!!

**8. Belehrung über das Rücktrittsrecht**

Sie müssen den Kunden darüber belehren, dass er nach Fernabsatzgesetz ein gesetzliches Rücktrittsrecht hat. Deshalb einen Hinweis wie unten vorgeschlagen:

- in die AGB hineinschreiben  
 beim Bestellvorgang darauf hinweisen  
 in die Detailinformation aufnehmen

**Formulierungsvorschlag für Online-Bestellung von Waren:**

*„Besteller, die Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes sind, können binnen einer Frist von sieben Werktagen ab Erhalt der Lieferung der bestellten Ware von einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag (oder einer im Fernabsatz abgegebenen Vertragserklärung) zurücktreten. Für Verbraucherkunden aus Deutschland gewähren wir ein gesetzliches Rückgaberecht von 14 Tagen ab Erhalt der Lieferung.*

*Es genügt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist ohne Angabe von Gründen abgesendet wird, Samstage zählen nicht als Werktage.*

*Im Falle des Rücktritts findet eine gänzliche oder teilweise Rückerstattung des Kaufpreises nur Zug um Zug gegen Zurückstellung der vom Besteller erhaltenen Waren statt. Die Kosten der Rücksendung gehen zu Lasten des Kunden.*

*Die Ware sollte in ungenutztem und als neu wiederverkaufsfähigem Zustand und in der Originalverpackung zurückgeschickt werden. Bei Artikeln, die durch Gebrauchsspuren beeinträchtigt sind oder deren Verpackung beschädigt ist, wird von uns ein angemessenes Entgelt für die Wertminderung erhoben. Gleiches gilt, wenn bei Rückgabe der Ware Zubehör oder Teile fehlen.“*

**Formulierungsvorschlag für Online-Bestellung von Dienstleistungen:**

*„Kunden, die Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes sind, können binnen einer Frist von sieben Werktagen von einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag (oder einer im Fernabsatz abgegebenen Vertragserklärung) zurücktreten. Die Rücktrittsfrist beginnt mit dem Tag des Vertragsschlusses zu laufen, wobei Samstage nicht als Werktage*

*zählen. Für Verbraucherkunden aus Deutschland gewähren wir ein gesetzliches Rückgaberecht von 14 Tagen ab Vertragsschluss. Es genügt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist ohne Angabe von Gründen abgesendet wird. Das Rücktrittsrecht besteht jedoch nicht, wenn mit der Ausführung der Dienstleistung vereinbarungsgemäß bereits innerhalb der Rücktrittsfrist begonnen wird."*

## **9. Gilt für mich das Fernabsatzgesetz?**

Selbst wenn Sie an Konsumenten verkaufen/leisten, kann es sein, dass Sie unter eine der Ausnahmen des Fernabsatzgesetzes fallen. Im Zweifel aber lieber Punkt 7. und 8. beachten!

### **Vom gesamten Fernabsatzgesetz ausgenommen sind:**

- Finanzdienstleistungen (für diese wird es aber eine eigene Fernabsatzrichtlinie in Kürze geben!), dh Versicherungen, Bank- und Wertpapierdienstleistungen
- Immobiliengeschäfte ausgenommen Vermietung
- Automatengeschäfte
- Versteigerungen: echte Versteigerungen mit Zuschlag!

### **Die Informationspflichten vor (auf der Homepage) und nach Vertragsschluss (die schriftliche Detailinformation) und das Rücktrittsrecht entfallen bei:**

- Hauslieferungen, das sind Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs an den Wohnsitz, an den Aufenthaltsort oder den Arbeitsplatz des Verbrauchers im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten: zB Online-Pizzadienst, Online-Supermarkt.....
- Freizeit-Dienstleistungen, das sind Dienstleistungen in den Bereichen Beherbergung, Beförderung, Catering, Freizeitgestaltung, wenn der Unternehmer sich verpflichtet, diese zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines bestimmten Zeitraums zu erbringen: zB Hotelzimmerreservierung, Konzertkarten (für ein bestimmtes Konzert, nicht aber Wahlabonnement oä), Tauchkurs, Tanzkurs etc. Es kommt auf die Disponierung von knappen Plätzen an (beschränkte Teilnehmerzahl). Ist der Unternehmer in seiner zeitlichen Disposition nicht eingeschränkt, dann gilt die Ausnahme nicht! zB Aerobickurs von 1.5. bis 1.7., jeweils Montags von 17 bis 19h - Ausnahme; Mitgliedschaft in Fitnesscenter für 6 Monate, die zu beliebigem Trainieren berechtigt - keine Ausnahme.
- Dienstleistungen, die unmittelbar durch den Einsatz eines Fernkommunikationsmittels erbracht werden. Gemeint sind Mehrwertnummern.

Hier muss der Kunde lediglich die Möglichkeit haben, eine geographische Anschrift jener Niederlassung zu erfahren, bei der er sich beschweren kann (Reklamationsstelle).

**Wohl müssen die Informationspflichten (vor Vertragsabschluss und Detailinformation!) erfüllt werden, aber der Kunde hat kein Rücktrittsrecht bei:**

- Audio- oder Videoaufzeichnungen (CDs, DVD..) oder Software, wenn diese entsiegelt wurden
- verderbliche Waren oder Waren, deren Verfallsdatum überschritten würde (Lebensmittel, Kosmetika, Naturprodukte..)
- maßgefertigte oder auf besonderen Kundenspezifikationen gefertigte Waren (Maßhemden, Maßmöbel...)
- Waren, die aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind
- Zeitungen und Zeitschriften (weil sie zu rasch unaktuell werden)
- Wett- und Lotteriedienstleistungen (weil jeder zurücktreten würde, der nichts gewonnen hat)

Liegt eine solche Ausnahme vor, dann hat der Kunde kein Rücktrittsrecht und Sie sparen sich auch die Belehrung darüber in der Detailinformation. Die anderen Informationen sind aber zu geben! Sinnvoll ist aber, um späteren Streitigkeiten schon vorzugreifen, in die AGB oder die Bestellinformation den Hinweis aufzunehmen, das aus diesen oder jenen Gründen kein Rücktrittsrecht besteht.

Ebenfalls kein Rücktrittsrecht hat der Kunde bei Dienstleistungen, mit deren Ausführung vereinbarungsgemäß schon vor Ablauf der Rücktrittsfrist begonnen wird, darüber muss er aber schon belehrt werden - siehe Formulierungsvorschlag unter Punkt 8., Dienstleistungen! (zB Konsument bucht einen Sprachkurs, der schon nach vier Tagen beginnen wird. Er hat kein Rücktrittsrecht, weil der Kurs (die Dienstleistung) schon innerhalb der sieben Werktage Rücktrittsrecht beginnt.)

## 10. Datenschutz

- Meldepflicht an DVR besteht nicht, wenn im Rahmen einer Standardanwendung, zB Sammlung von Kundendaten zu eigenen Marketingzwecken
- Informieren Sie über die Art der Daten, die sie von ihren Kunden erheben und/oder verwerten.
- Informieren sie über den Zweck der Daten. Jede einzelne Datenart wird bei der Erhebung an den Zweck gebunden, für den sie erhoben wurde!

- Ansprechstelle für Informationen über oder Widersprüche gegen Datenverarbeitungen
- Daten werden nicht an Dritte weitergegeben, außer es ist zur Vertragserfüllung notwendig
- Eventuell Information, ob Cookies gesetzt werden und dass man dies über die Einstellungen des Webbrowsers verhindern kann