

E-Commerce und Recht



Wer ins Internet geht, unterliegt (unter Umständen) einer Vielzahl von Rechtsordnungen und Gesetzen. Dies kann für die Betroffenen fatale Folgen haben, weil Rechtsverstöße im Internet oft erbarmungslos geahndet werden. Im Folgenden sollen daher die wichtigsten Fallstricke für den Gewerbetreibenden im Dschungel des Internetrechts aufgezeigt werden.

1. Die Flags

Man kann sich das so vorstellen: da ist ein Praktikant aus Japan, der nichts zu tun hat. Was macht man mit dem? Man überträgt ihm die Aufgabe, die Firmenhomepage ins Japanische zu übersetzen. Stolz präsentiert das Unternehmen die verschiedenen Sprachfassungen der Website mit so genannten Flaggenzeichen, die man anklicken kann. Schwupps ist man bei einer englischen, französischen oder gar japanischen Sprachversion des Unternehmensauftritts. So einfach und schnell dies geht, so gefährlich ist dies juristisch. Jede Flagge bedeutet, dass der Unternehmensinhaber auch das hinter der Sprache stehende nationale Recht berücksichtigen möchte und muss. Und wer kennt schon

das japanische Verbraucherschutzrecht? Wer eine Homepage in englischer Sprache hat, ist dringend angehalten, im Impressum zu erläutern, warum er dies tut. Ansonsten bedeutet eine englische Website automatisch, dass man sich an alle Rechtsordnungen halten will und muss, in denen Englisch gesprochen wird. Will man dies beschränken, muss man dies auf der Homepage deutlich machen. So kann z. B. eine Sparkasse in Münster eine englischsprachige Homepage führen und dort erläutern, dass sich diese Homepage nicht an den Internationalen Markt wendet, sondern in der englischen Fassung an britische Soldaten mit Wohnsitz Münster.

2. Das Impressum

Herum gesprochen hat es sich schon, doch viele tun es nicht richtig: die Errichtung eines Impressums auf der Website. Auf jede Unternehmenshomepage gehört ein deutlich sichtbarer, durchlaufender Button „Impressum“. Im Impressum sind dann die Firma, Vor- und Nachname des Geschäftsinhabers/Vorsta des/Geschäftsführers, die Handelsregister-Nummer und Umsatzsteuer-Ident Nummer

Ein Leitfaden durch das Dickicht des Internetrechts

Kaum ein Unternehmen kommt heute noch ohne eine Website aus. Homepages gehören zum betrieblichen Standard und ermöglichen Geschäftskontakte bis hin zu anderen Kontinenten. Das Web hat aber auch eine Kehrseite: das Recht.

sowie die Anschrift aufzuführen. Auch muss sich dort eine Möglichkeit finden, direkt mit dem Unternehmen Kontakt aufzunehmen, sei es über eine Telefonnummer oder eine sofortbenutzbare E-Mail Adresse. Diese Impressumspflicht gilt auch im Rahmen von Portalen; auch hier muss jeder Kleinhändler sein eigenes Impressum neben dem des Portalbetreibers führen. Ferner gilt dies auch für Facebook-Einträge des Unternehmens wie für mobile Anwendungen. Hinzu kommt ein weiteres Fenster zur Datenschutzerklärung, indem der Website-Inhaber verrät, wie er mit personenbezogenen Daten des jeweiligen Homepagebesuchers umgeht (z. B. Cookies).

3. Widerrufsbelehrungen nach dem Fernabsatzrecht

Wer auch an Verbraucher verkauft, muss im Internet eine Widerrufsbelehrung aufführen. Hierin erläutert er dem potenziellen Kunden, dass dieser die Möglichkeit hat, ohne Angabe von Gründen und intern kostenlos einmal gekaufte Ware zurückzugeben. Bei der Formulierung dieser Belehrung sollte man nicht innovativ sein. Der Gesetzgeber hat vielmehr ein eigenes Muster für die Belehrung verabschiedet, das entsprechend (und ohne Veränderungen) zu übernehmen ist.

Abweichungen von diesem Muster sind stets schädlich; ohnehin ist das Rechtsgebiet des Fernabsatzrechts durch zahlreiche Abmahnwellen „vermint“.

4. Und da war noch das Urheberrecht

Kommt man nun zur Gestaltung der Homepage, ist vor allem das Urheberrecht zu beachten. Im Internet grassieren Kartenausschnitte und Fotos, die scheinbar kostenlos sind. Wer sie aber verwendet, erlebt sein blaues Wunder. Er bekommt eine Abmahnung und soll zum Teil fünfstelligen Eurobeträge bezahlen. Denn jedwedes Foto ist urheberrechtlich geschützt (unabhängig von dessen Originalität); auch gelten die meisten Kartenausschnitte als schutzfähig. Dieses Material ist bei weitem nicht kostenlos, auch wenn dies manchmal so scheint. Wird man nach dem Copy & Paste erwischt, drohen hohe Schadensersatzforderungen.

Man darf Dritte nur anrufen oder per E-Mail kontaktieren, wenn dieser vorab ausdrücklich mit dieser Ansprache einverstanden war. Die Beweislast trägt der Versender, so dass die Rechtsprechung heutzutage ein so genanntes Double-Opt-In verlangt.

So können Newsletter z. B. nur verschickt werden, wenn sich der entsprechende Interessent selbst anmeldet und

dann noch eine Bestätigungse-Mail bekommt, die er entsprechend wieder anklicken muss. Diese Rechtslage gilt nicht nur für den Kontakt zu Verbrauchern, sondern auch B2B.

5. Und was ist mit Mitarbeiterfotos?

Sehr gerne werden Homepages garniert mit den Fotos von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Dieses ist aus vielen Gründen verboten. Zum einen stellt sich die Frage, woher das Foto überhaupt stammt. Der Fotograf, der das Foto gemacht hat, kann klagen, wenn er nicht ausdrücklich um eine internetbezogene Einwilligung zur Verwendung der Fotos gebeten worden ist. Zum anderen sind da aber auch die Rechte des Abgebildeten, der seinerseits, bezogen auf die Internetverwendung, seine Einwilligung gegeben haben muss. So verbieten sich die Koteletten-Fotos der 70iger Jahre aus Personalakten, wenn es um die Präsentation von Mitarbeitern im Web geht. Ohnehin sind die Mitarbeiter durch die Rechtsordnung gut geschützt. Sie können z. B. auch der Angabe ihrer privaten Telefonnummern auf der Homepage widersprechen. Der schleswig-holsteinische Datenschutzbeauftragte hat sogar



verboten, ein konzernweites Telefonverzeichnis mit den Diensttelefonnummern ins Intranet zu stellen.

6. Und sie surfen, surfen, surfen

Wer gelangweilt am Freitagnachmittag im Büro sitzt, kommt schnell auf die Gedanken, das Internet zum privaten Surfen zu nutzen. Der Unternehmer sieht dies mit großen Argusaugen. Aber ihm sind die Hände gebunden. Wenn er nicht von vornherein ausdrücklich die private Nutzung von Internet und E-Mails verboten hat, darf der Mitarbeiter auch zu privaten Zwecken surfen. Wollte der Unternehmer dies mitprotokollieren oder aus dem privaten Surfen rechtliche Schritte ableiten, wäre dies streng verboten. Und

selbst wenn er das private Surfen verboten und entsprechend sanktioniert hätte, ist nur das exzessive private Surfen ein Kündigungsgrund.

7. Wer haftet für alles?

Die größte Sorge eines Unternehmers ist natürlich die Frage, ob er nun (gegebenenfalls auch privat) für Rechtsverletzung haftet. Und in der Tat gibt es hier sehr viel Ärger: der Unternehmer haftet nämlich mit seiner Firma für alle eigenen Inhalte; dazu zählen auch Inhalte der Tochtergesellschaften und Zweigniederlassungen. Er haftet ferner für Links, wenn er sich die gelinkten Inhalte zu eigen macht. Derjenige, der im Unternehmen als Admin-C geführt wird, trägt besondere Sorgfaltspflichten; ein Admin-C ist derjenige, der bei der

Vergabestelle für die DE-Domains Denic als administrativer Kontakt geführt wird. Der Unternehmer trägt ferner besondere Sorgfaltspflichten für den Bereich des WLANs. Hackt sich jemand in sein WLAN ein, muss er nachweisen, dass er eine Firewall eingerichtet und das herstellerseitig eingerichtete Originalpasswort einmal abgeändert hat.

Alle diese Hinweise zeigen, wie schwierig es für einen Unternehmer ist, eine eigene Website ins Netz zu stellen. Besonders gefährlich ist die Unbedarftheit zu meinen, man könne hier mal eben schnell sich im Netz profilieren, ohne gleichzeitig auch die damit verbundenen Sorgfaltspflichten zu übernehmen.

Prof. Dr. Thomas Hoeren
Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster

Anmerkung

Weitere Infos gibt es im Skript „Internetrecht“, das im Netz kostenlos erhältlich ist und alle sechs Monate aktualisiert wird. Zum Download unter www.uni-muenster.de/Jura.itm/Hoeren - Rubrik „Materialien“

FESTSPIELSOMMER **TECKLENBURG 2011**

CRAZY FOR YOU

JESUS CHRIST SUPERSTAR

PETER PAN

Saisonauftritt mit unserer **Pfingstgala am 13.06.11**

TICKETS: Sichern Sie sich jetzt Ihren **Musicalabend** unter 05482-220 | www.freilichtspiele-tecklenburg.de

