Universität Kaiserslautern
AG Datenbanken und Informationssysteme

Seminar im Wintersemester 2001/2002

Datenbankaspekte des E-Commerce, Schwerpunkt: Anwendungen

http://wwwdbis.informatik.uni-kl.de/courses/seminar/

Rechtliche Grundlagen

E-Commerce-Richtlinie der EU, internationales Privat-/Vertrags-/Wettbewerbsrecht

Andreas Riethe
a_riethe@informatik.uni-kl.de

Inhaltsverzeichnis

1 Rechtliche Rahmenbedingungen für den E-Commerce 3

1.1 Einleitung 3
1.2 Die Struktur der deutschen Gesetzgebung 3
1.3 Struktur und Zielsetzung der Europäischen Union 4
2 Die E-Commerce-Richtlinie der EU und Vertragsrecht 4

2.1 Definition des Niederlassungsorts eines Anbieters 5
2.1.1 Direkte Steuern 5
2.1.2 Indirekte Steuern 5
2.2 Informationspflichten des Anbieters 6
2.3 Offenbarungspflichten bzgl. Kommerzieller Kommunikation 6
2.4 Abschluß und Gültigkeit eines Vertrages 7
2.4.1 Der Vertragsabschluß 8
2.4.1.1 Abgabe von elektronischen Willenserklärungen 8
2.4.1.2 Zugang von elektronischen Willenserklärungen 8
2.4.1.3 Anfechtung und Unwirksamkeit elektronischer Willenserklärungen 9
2.4.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) 10
2.4.3 Verbraucherschutz 10
2.4.3.1 Außergerichtliche Streitbeilegung 10
2.4.3.2 Fernabsatzrichtlinie 10
2.4.3.3 Datenschutz 11
3 Internationales Privatrecht 12

3.1 Zuständigkeit 12
3.2 Rechtswahl bei Verträgen 13
3.3 Rechtswahl bei unerlaubter Handlung 13
3.4 Rechtswahl bei Urheberrechts-/Markenrechtsverletzungen 14
3.5 Rechtswahl bei Wettbewerbsrecht 14
3.6 Ordre Public 14
4 Kennzeichenrecht 14

4.1 Unterscheidungskraft 15
4.2 Zeitliche Priorität 15
4.3 Verwechslungsgefahr 15
4.4 Verwässerungsgefahr 16
5 Wettbewerbsrecht 16

5.1 Bestehende Fallgruppen 16
5.2 Rechtschutzansprüche 17
6 Urheberrecht 17

6.1 Geschützte Werke 17
6.1.1 Ausnahmen zur Benutzung geschützter Werke 18
6.1.2 Entscheidungsbaum zur Benutzung geschützter Werke 19
6.2 EU-Richtlinie zum Urheberrecht 19
6.3 Strafmaße bei Verstoß gegen das Urhebergesetz 19
7 Schlußwort 20

Quellenverzeichnis 21

1 Rechtliche Rahmenbedingungen für den E-Commerce

1.1 Einleitung

Die Anfangseuphorie des elektronischen Geschäftsverkehrs, oder E-Commerce, ist nach dem Platzen der „Internet-Blase“ und den damit verbundenen Kursstürzen am Neuen Markt wohl endgültig verflogen. Andere Meinungen hingegen sprechen von der längst überfälligen Trennung der Spreu vom Weizen. Tatsache ist, daß E-Commerce inzwischen zu einem fest integrierten Bestandteil der Wirtschaft geworden ist. Weiterhin ist damit zu rechnen, daß der Anteil der E-Commerce-basierten Geschäftsvorfälle in Zukunft wohl eher zu- als abnimmt. Viele, vor allem kleine und mittelständische, Unternehmen, die keine eigene Rechtsabteilung unterhalten, sehen in der Möglichkeit einer weltweiten Präsenz ihrer Produkte über das Internet auch die Gefahr, sich mit den Rechtssystemen verschiedener Länder auseinandersetzen zu müssen. Andere wiederum gehen etwas zu blauäugig an die Sache heran und halten das Internet für eine gänzlich rechtsfreie Zone. [1]

Das Problem bei E-Commerce ist, daß es noch kein Rechtsgebiet gibt, das sich exklusiv mit dieser Thematik auseinandersetzt. Vielmehr handelt es sich um ein Querschnittsrechtsgebiet, das von einer Schar von Gesetzen, Verordnungen und Richtlinien auf nationaler und internationaler Ebene bestimmt wird. Für die bereits oben erwähnte Rechtsunsicherheit wäre es ratsam, mehr Transparenz in den gesetzlichen Dschungel zu bringen und auch globale Regelungen, in Form von internationalen Abkommen, zu treffen. Dies wird zur Zeit auch zumindest auf europäischer Ebene angestrebt. [8]

1.2 Die Struktur der deutschen Gesetzgebung

Gesetze wären in unserer Gesellschaft überflüssig, wenn es kein Unrecht gäbe. Die Erfahrung lehrt uns aber leider, daß diese Aussage rein utopischer Natur ist. Deshalb ist die Einrichtung eines Rechtsorgans notwendig.

Das deutsche Recht unterscheidet generell zwischen Privatrecht (ius privatum) und öffentlichem Recht (ius publicum). Das Privatrecht befaßt sich mit den Rechtsbeziehungen der Menschen untereinander. Es legt fest, welche Freiheiten, Rechten, Pflichten und Risiken die Menschen untereinander haben. Das öffentliche Recht hingegen befaßt sich mit der staatlichen Organisation und dem hoheitlichen Handeln des Staates. Beide Rechtsbereiche sind nicht streng voneinander getrennt, sondern können auch in bestimmten Situationen überlappen. Die Zuordnung ist aber vor allem für die Gesetzgebung und die Gerichtszuständigkeit bedeutsam.

Das Privatrecht wird wiederum unterteilt in ein allgemeines Privatrecht und ein Sonderprivatrecht. Inhalt des allgemeinen Privatrechts ist vor allem das Bürgerliche Gesetzbuch (BGB), welches die wichtigsten allg. Rechtsbeziehungen zwischen Privatpersonen regelt, und seine Nebengesetze, wie zum Beispiel das AGB-Gesetz oder das Verbraucherkreditgesetz. Die Sonderprivatrechte haben sich im Laufe der Zeit und mit sich ändernden Umweltbedingungen herauskristallisiert und behandeln diejenigen Bereiche, für die das allgemeine Privatrecht nicht ausreicht. So gesehen könnte man sie als Subklasse des allg. Privatrechts ansehen, da hierbei bei keiner anders lautenden Regelung stillschweigend die Regeln des allg. Privatrechtes gelten. Zum Sonderprivatrecht zählen etwa das Wettbewerbsrecht, das Urheberrecht, das Arbeitsrecht, etc. [2].

Dies soll einmal einen Eindruck von der Struktur der deutschen Gesetzgebung geben. Natürlich wäre eine, besonders im Hinblick auf internationale Beziehungen, noch viel feinere Aufgliederung denkbar. Folgendes Diagramm soll noch einmal die Beziehung graphisch darstellen:

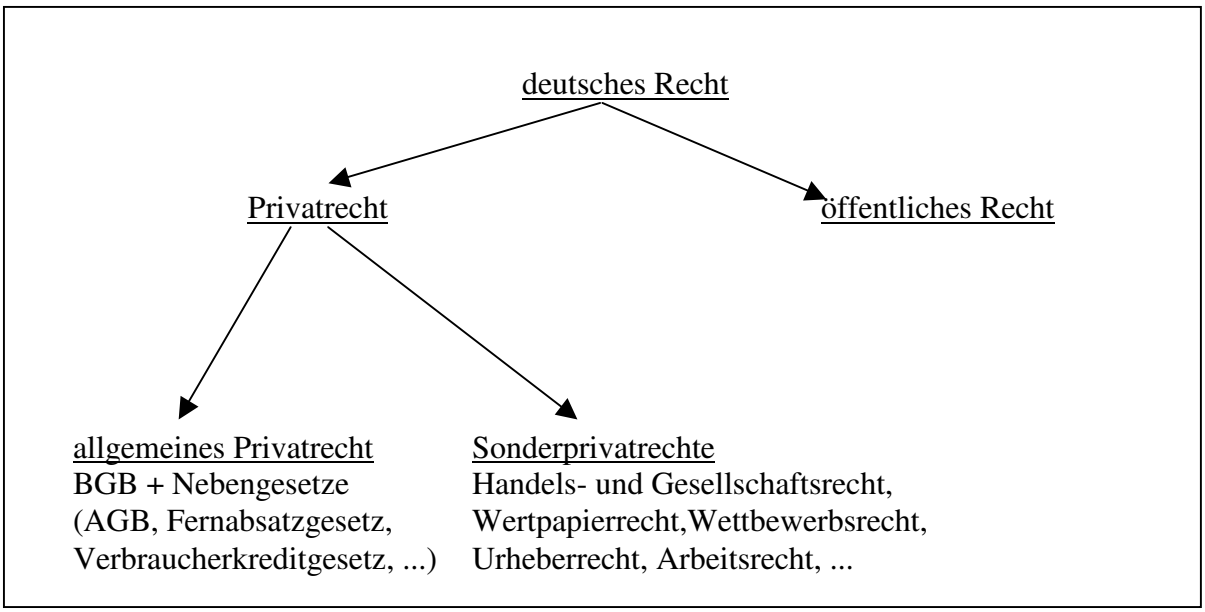

Abb.1 Grobe Struktur des deutschen Rechts

1.3 Struktur und Zielsetzung der Europäischen Union

Die Europäische Union, so wie sie heute existiert, ist ein fortlaufender Prozeß, der ursprünglich bereits 1951 in Paris mit der Gründung der Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl (EGKS) begann. Hierbei waren die Länder Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien, Luxemburg und die Niederlande beteiligt.

In den Römischen Verträgen wurde dann erstmals die politische Einheit Europas als Ziel festgesetzt. Daraus folgte die Gründung der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft (EWG) und der Europäischen Atomgemeinschaft (EAG), was die Zusammenarbeit der beteiligten Staaten weiter förderte. Im Laufe der Zeit haben sich immer mehr Staaten dieser Gemeinschaftsidee angeschlossen und sind der EU beigetreten. [3]

Neben der politischen wird aber vor allem auch eine wirtschaftliche Einheit Europas angestrebt. Durch Abbau von zwischenstaatlichen Unterschieden und fortwährende Vereinheitlichung soll der Handel profitieren. So wurde zum Beispiel auch 1992 im Vertrag von Maastricht eine Europäische Währungsunion festgelegt, deren Umsetzung wir in diesen Tagen deutlich spüren. Mittlerweile ist die EU auf 15 Mitgliedstaaten angewachsen und die nächste Erweiterung schon geplant.

Die EU hat ihr eigenes Rechtsorgan, und im Falle einer Rechtskollision zwischen nationalem Recht und Europarecht hat das Europarecht Vorrang. Ein wichtiges Instrumentarium des EU-Rechts sind Richtlinien. Diese werden vom Rat der EU beschlossen und bei Erfolg im Gesetzesblatt der Europäischen Kommission veröffentlicht. Sie enthalten eine bestimmte Zielsetzung, die von den Mitgliedstaaten binnen einer bestimmten Frist nach Veröffentlichung (gewöhnlich 2 Jahre) in nationales Recht umgesetzt werden muß, wobei die Art der Umsetzung nicht vorgeschrieben ist.[1]

Eine dieser Richtlinien ist zum Beispiel die E-Commerce-Richtlinie, die im Folgenden näher betrachtet werden soll.

2 Die E-Commerce-Richtlinie der EU und Vertragsrecht

Die E-Commerce-Richtlinie wurde am 8. Juni 2000 vom Europäischen Rat verabschiedet und muß bis zum 17. Januar 2002 in innerstaatliches Recht umgesetzt werden. Ziel der Richtlinie ist es, Dienste der Informationsgesellschaft von den Regeln des Binnenmarktes profitieren zu lassen. Vorteile dieses Binnenmarktes sind insbesondere die Dienstleistungsfreiheit, der freie Warenverkehr und die Freiheit des Personenverkehrs. Dienste der Informationsgesellschaft sollen, sofern sie konform zu den Gesetzen des Staates

des Anbieters sind, uneingeschränkt angeboten werden dürfen. Der einzelne Staat hat jeweils dafür Sorge zu tragen, daß die Dienstleistungsfreiheit nicht eingeschränkt wird. Hiermit sind Maßnahmen gemeint, welche die Attraktivität von Diensten aus anderen Mitgliedstaaten behindern oder reduzieren.[4]
Die Gültigkeit dieser Richtlinie erstreckt sich nur auf die Europäische Gemeinschaft mit ihren Mitgliedstaaten. Alle anderen Staaten, sogenannte Drittstaaten, sind nicht an diese Richtlinie gebunden. Allerdings ist man bemüht, langfristig auch eine internationale Abstimmung zu erreichen.
Die folgende Auflistung zeigt die Eckpfeiler der E-Commerce-Richtlinie auf, die im Anschluß noch einmal aufgegriffen und vertieft werden:[1]

- Definition des Niederlassungsorts eines Anbieters
- Informationspflichten des Anbieters
- Offenbarungspflichten bzgl. Kommerzieller Kommunikation
- Abschluß und Gültigkeit eines Vertrages
- Verantwortlichkeit des Dienstanbieters
- Außergerichtliche Beilegung von Streitigkeiten

2.1 Definition des Niederlassungsorts eines Anbieters

Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes ist eine Niederlassung der Ort, an dem der Dienstanbieter mittels einer festen Einrichtung auf unbestimmte Zeit eine Wirtschaftstätigkeit tatsächlich ausübt.[5] Eine Niederlassung ist also immer mit einer physischen Präsenz verbunden. Die Definition impliziert aber auch, daß sich der Server des Dienstanbieters nicht zwingend an dem Ort der Niederlassung befinden muß. Interessant ist im Zusammenhang mit der Niederlassung auch die steuerrechtliche Regelung.

2.1.1 Direkte Steuern

Direkte Steuern sind zum Beispiel Einkommenssteuer, Unternehmenssteuer, Gewinnsteuer usw.. Viele Unternehmen haben Niederlassungen in mehreren EU-Staaten, um einen möglichst großen Kundenkreis abzudecken. Die physische Präsenz in verschiedenen Mitgliedstaaten hat auch automatisch eine steuerliche Präsenz zur Folge. Das heißt, das Unternehmen muß sich mit mehreren landesspezifischen Steuerrechten auskennen und für jede Niederlassung eine dementsprechende Steuererklärung anfertigen. Für Niederlassungen, in denen eigentlich keine physische Präsenz notwendig wäre, bietet der elektronische Geschäftsverkehr ein großes Sparpotential. Eine steuerliche Präsenz ohne Niederlassung in dem Staat ist nur nötig, wenn der Unternehmer zugleich Eigentümer oder Mieter eines lokalen Servers ist und die Geschäftstätigkeit, die über diesen Server abgewickelt wird, den Hauptumsatz am Unternehmen ausmacht.[1]

2.1.2 Indirekte Steuern

Bei den indirekten Steuern ist vor allem die Mehrwertsteuer interessant. Hierbei gibt es eine weitere Klassifizierung in Produkte und Dienstleistungen, die unterschiedliche Mehrwertsteuersätze haben. Produkte beziehen sich in diesem Zusammenhang auf Sachgüter. Alle elektronisch gelieferten Produkte, wie zum Beispiel Zeitungsartikel oder Software, werden der Einfachheit halber mit in die Sparte der Dienstleistungen übernommen.

Bei Produkten bzw. Waren, die lediglich über das Internet bestellt werden, dann aber ähnlich einer Katalogbestellung geliefert werden, gelten die bereits bestehenden Steuerregelungen. Findet ein Produktverkauf an einen Verbraucher statt, wobei sowohl Verkäufer als auch Käufer in der EU ansässig sind, dann kommen die mehrwertsteuerlichen Regelungen für Fernabsatzverträge zur Anwendung. Diese legen gewisse Schwellenwerte für jedes Mitgliedland fest. Sollte der Verkäufer mit seinem Jahresumsatz über dem Schwellenwert des Landes, in das er Produkte geliefert hat, kommen, so muß er dort eine steuerliche Präsenz anmelden. Gleichzeitig muß er auch damit die dort anfallende Mehrwertsteuer als Berechnungsbasis benutzen. Andernfalls führt er die in seinem Land geltende Mehrwertsteuer auch dort ab. Auch wenn die Mehrwertsteuer nur eine durchlaufende, also erfolgsneutrale Steuer für das Unternehmen ist, so kann ein niedriger Steuersatz trotzdem bei der Preisgestaltung einen wichtigen Wettbewerbsvorteil bringen. Im Hinblick auf die noch stark variierenden Mehrwertsteuersätze innerhalb der EU, nämlich 15-25 %, ist es oft eine Überlegung wert, die Schwellenwerte übertreten zu wollen oder deren Übertretung zu meiden.

Für den Bereich der Dienstleistungen gelten die Fernabsatzverträge naturgemäß nicht. Online gelieferte Dienstleistungen sind derzeit steuerlich nur unbefriedigend geregelt. Als Faustregel kann man sagen, daß solche Dienstleistungen, die aus dem EU-Raum kommen, immer mehrwertsteuerpflichtig sind, unabhängig davon wo sie „konsumiert“ werden. Dienstleistungen, die von außerhalb der EU kommen, sind nicht mehrwertsteuerpflichtig, selbst wenn sie in der EU „konsumiert“ werden. Diese Benachteiligung der EU-Staaten bedarf einer baldigen Klärung.[1]

2.2 Informationspflichten des Anbieters

Die allgemeinen Informationspflichten eines Dienstanbieters sind im Artikel 5 der Richtlinie festgelegt. Neben den sonstigen Informationsanforderungen nach dem Gemeinschaftsrecht, gelten noch weitere Bestimmungen. Demnach muß der Anbieter seinen Namen und geographische Anschrift, das heißt den Ort seiner Niederlassung angeben. Weiterhin ist gefordert Angaben zu machen, mit deren Hilfe man den Anbieter schnell erreichen kann. Üblicherweise wird dies wohl durch Nennung einer Telefonnummer oder e-mail-Adresse erfolgen. Sollte der Anbieter in einem öffentlichen Register wie dem Handelsregister eingetragen sein, so ist auch die jeweilige Kennung, im Beispielsfall also die Handelsregisternummer, anzugeben. Ähnliche Angaben sind auch für reglementierte Berufe (d. h. Berufe, die zur Ausübung einen bestimmten Fähigkeitsnachweis verlangen) oder Tätigkeiten, die eine Zulassung erfordern, zu machen. Im ersten Fall muß man die Einrichtung, zum Beispiel den Berufsverband, nennen, dem der Dienstanbieter angehört, sowie die korrekte Berufsbezeichnung mit Angabe des Mitgliedstaates, von der sie verliehen worden ist. Schließlich ist noch ein Verweis auf die geltenden berufsrechtlichen Regeln gefordert. Im zweiten Fall hingegen, ist die zuständige Aufsichtsbehörde zu nennen. Bei mehrwertsteuerpflichtigen Tätigkeiten ist zusätzlich die Angabe einer EU-weit einheitlichen Steuernummer nötig, die für einen solchen Dienstanbieter auf Anfrage erhältlich ist. Letztendlich ist bei der Bezugnahme auf Preise noch darauf zu achten, daß diese unmißverständlich sind und Angaben bzgl. Steuern und Versandkosten gemacht wurden.[6]

2.3 Offenbarungspflichten bzgl. Kommerzieller Kommunikation

Diese Pflichten fallen unter besondere Informationspflichten des Anbieters und sind im Artikel 6 und 7 der Richtlinie verankert. Unter kommerzieller Kommunikation versteht man im allgemeinen Werbung, die in unerwünschter Form oft auch als „Spam“ bezeichnet wird. Die Richtlinie fordert auch hier wieder neben den

sonstigen Informationsanforderungen nach dem Gemeinschaftsrecht weitergehende Angaben. Demnach muß die Werbung als solche und die dahinterstehende juristische oder natürliche Person eindeutig erkennbar sein. Angebote zur Verkaufsförderung, hierunter fallen zum Beispiel Preisnachlässe und Zugaben, sowie die Bedingungen für deren Inanspruchnahme müssen klar erkennbar sein. Gleiches gilt auch für Preisausschreiben oder Gewinnspiele.[6]

Artikel 7 der Richtlinie beschäftigt sich mehr mit nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation. Generell läßt die Richtlinie jedem Mitgliedstaat die Wahl, solcher Werbung mittels eines „opt-in"- oder „opt-out"-Verfahrens zu begegnen. Ersteres untersagt die Versendung solcher Werbemails solange, bis der Empfänger seine Genehmigung in sogenannten opt-in-Listen dazu gibt. Letzteres erlaubt die Versendung solcher Werbemails solange, bis der Empfänger seine Genehmigung in sogenannten opt-out-Listen entzieht. Das opt-out-Verfahren ist aber, gemäß der Richtlinie, als Mindeststandard anzubieten.[1]

2.4 Abschluß und Gültigkeit eines Vertrages

Die wesentlichen Aspekte eines Vertrages werden jeweils noch vom nationalen Recht bestimmt. Die E-Commerce-Richtlinie sieht vor, daß jedes Mitgliedland den elektronischen Vertragsabschluß ermöglicht und ihn nicht gegenüber herkömmlichen Vertragsabschlüssen nachteilig behandelt. Bestimmte Verträge sind optional von deren elektronischem Pendant auszunehmen. Hierunter fallen vor allem Familienrechts-, Erbrechts-, Bürgschafts-, Immobilien- und Verträge, die eine Mitwirkung von Gerichten, Behörden oder ähnliches erfordern. Für die ausgenommenen Vertragsarten ist gemäß Richtlinie ein Rechenschaftsbericht an die europäische Kommission einzureichen, der bei fortwährendem Ausschluß alle fünf Jahre wiederholt werden muß.

Um das jeweils geltende Recht zu ermitteln, wird üblicherweise das Ursprungslandprinzip angewendet. Dieses legt das geltende Recht desjenigen Mitgliedstaates zu Grunde, in dem der Dienstanbieter seine Niederlassung hat. Aufgrund noch zu großer Unterschiede innerhalb der EU sind aber bestimmte Rechtsgebiete von dieser Regelung ausgenommen. Hierunter fallen zum Beispiel Verbraucherverträge, Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Die Frage des Gerichtsstandes, d. h. des Orts, an dem die vertragliche Verpflichtung zu erfüllen ist, für diese Rechtsgebiete wird später noch (Kapitel 3) im Rahmen des internationalen Privatrechts geklärt.[1]

Weiterhin macht die Richtlinie noch Aussagen über die speziellen Informationspflichten des Dienstanbieters bei Vertragsabschluß und über dessen Verhalten bei Abgabe einer Bestellung. Diese Aussagen sind nicht verbindlich, wenn eine abweichende Vereinbarung zwischen den beteiligten Parteien besteht und diese nicht Verbraucher sind. Ebenso ausgenommen sind Verträge, die ausschließlich aus dem Austausch elektronischer Post zustande kommen, weil diese Art von Vertragsabschluß mit einer individuellen Kommunikation vergleichbar ist. Für alle anderen Fälle müssen die Schritte, die zu einem Vertragsabschluß führen, deutlich aufgezeigt werden. Daneben muß auch Auskunft darüber gegeben werden, ob der Vertragstext als solcher gespeichert wird und ob dieser auch zugänglich sein wird. Neben weiteren Angaben über Mittel zur Erkennung und Korrektur von Eingabefehlern und die zur Verfügung stehenden Sprachen ist vor allem noch die verpflichtende Angabe von Verhaltenskodizes und Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) interessant. Die AGB sind in einer für den Dienstnutzer speicherbaren Form darzustellen. Für den Bereich der Bestellung ist festgelegt, daß angemessene Mittel zur Verfügung gestellt werden müssen, die eine vor dem Abschicken der Bestellung geeignete Möglichkeit bieten, eventuelle Eingabefehler zu erkennen und zu korrigieren. Einmal

abgeschickt soll der Dienstanbieter unverzüglich eine Bestätigungsmail schicken, welche als eingegangen gilt, sobald der Empfänger sie abrufen kann.[6]

2.4.1 Der Vertragsabschluß

Zum Abschluß eines Vertrages sind immer zwei deckungsgleiche Willenserklärungen nötig. Üblicherweise sind diese auf die Rollen von Angebot und Annahme verteilt. Bei einem Vertragsabschluß über das Internet sind im allgemeinen drei Vertragsszenarien vorstellbar:

- Verbindliches Webseitenangebot wird vom Kunden durch Senden einer e-mail angenommen,
- Bestellformular der Webseite wird direkt ausgefüllt und vom Kunden bestätigt oder,
- Vertrag kommt durch Austausch von e-mails zwischen Kunde und Anbieter zustande.

2.4.1.1 Abgabe von elektronischen Willenserklärungen

Bei der Abgabe einer elektronischen Willenserklärung ist zu entscheiden, ob es sich hierbei bereits um ein wirksames Angebot von Seiten des Dienstanbieters handelt und damit ein rechtswirksamer Vertrag zustande kommt oder nur eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes vorliegt. Letzteres wird im rechtlichen Fachjargon auch als „invitatio ad offerendum“ bezeichnet. Ein Unterscheidungskriterium bietet hier die visuelle Darstellung des Angebotes. Sollte die Darstellung mehr in Form eines Warenkatalogs daherkommen, so wird damit der Werbeaspekt betont, wodurch es sich wahrscheinlich nur um eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes handelt. Hinweise wie „unverbindlich“ oder „solange Vorrat reicht“ sind nicht notwendigerweise anzugeben, da diese bereits implizit gegeben sind.
Um ein wirksames Angebot handelt es sich allerdings, wenn zum Beispiel die Eingabe der Kreditkartennummer gefordert wird und die Vertragsabwicklung damit vollautomatisch abläuft. Hierbei können Hinweise wie „solange Vorrat reicht“ notwendig werden.
Bis vor einiger Zeit gab es noch ein schwerwiegendes Problem bei den elektronischen Willenserklärungen. Manche Verträge, besonders im Verbraucherkreditgeschäft, erfordern eine eigenhändig zu unterzeichnende Urkunde. Dieser Forderung konnte der E-Commerce lange Zeit nicht Rechnung tragen, so daß bei einem solchen Vertrag, wenn überhaupt, bisher die erforderlichen Urkunden zeit- und kostenintensiv per „snail-mail“ hin und her geschickt wurden und der eigentliche Vorteil auf der Strecke blieb. Mit dem neuen Signaturgesetz (SigG), das die rechtliche Wirksamkeit von digitalen Signaturen regelt, ist zumindest das Problem der Unterschrift gelöst. Hiernach dürfen nun auch Verträge, die unter das Verbraucherkreditgeschäft fallen, elektronisch abgeschlossen werden. Strittig ist allerdings noch, ob ein elektronisch gespeichertes Dokument die gleiche Wirksamkeit wie eine Urkunde haben soll.[8]

2.4.1.2 Zugang von elektronischen Willenserklärungen

Bei der Versendung von e-mails handelt es sich um eine asynchrone Kommunikation, d. h., der Mailempfänger erhält die Nachricht für gewöhnlich etwas zeitverzögert und hat dann erst die Möglichkeit, wieder asynchron zu antworten. Elektronische Erklärungen werden erst mit dem Zeitpunkt des Zugangs, d. h. sobald sie sich im Machtbereich des Empfängers befinden, wirksam. Der Zeitpunkt des Zugangs ist ein wichtiges Kriterium bei vertraglich festgelegten Fristen. Im Geschäftsbereich wird der Zugang während der Geschäftszeiten spätestens am Ende dieses Werktages angenommen. Der Empfänger hat eine sogenannte Obliegenheitspflicht, aufgrund

derer er regelmäßig seine Mailbox auf neue Nachrichten prüfen muß. Kommt er dieser Pflicht nicht nach, oder kann er wegen technischen Schwierigkeiten keine e-mails lesen, so gilt die e-mail trotzdem als zugegangen. Falls aufgrund von Providerproblemen keine e-mails empfangen werden können, so ändert auch das nichts an dem Zugang der e-mail. Allerdings können hier eventuelle Schadenersatzansprüche an den Provider gestellt werden.
Im privaten Bereich wird der Zugang einer e-mail viel laxer gehandhabt. Hier gilt eine e-mail erst bei Kenntnisname als zugegangen.[8]

2.4.1.3 Anfechtung und Unwirksamkeit elektronischer Willenserklärungen

Durch die Fehlbarkeit von Menschen kommt es manchmal zu Willenserklärungen, die so eigentlich nie wirklich gemeint waren. Die Rechtssprechung unterscheidet hier drei Irrtumsfälle: den Motivirrtum, den Inhaltsirrtum und den Erklärungsirrtum. Unter Motivirrtum wird die Angabe von Daten verstanden, die bereits auf falschen Ausgangsdaten beruhen. Ein Beispiel hierfür ist, wenn ein Angestellter von seinem Vorgesetzten eine Liste mit Bestellpositionen bekommt. Die Aufgabe des Angestellten, oder sein Motiv, ist es, diese Bestellung auszuführen. Angenommen einige Bestellpositionen seien vom Vorgesetzten bereits fehlerhaft angegeben worden, und der Angestellte übernimmt genau diese Daten, also auch die Fehler. Dann handelt der Angestellte in dem Glauben, seine Aufgabe, oder auch Motiv, richtig ausgeführt zu haben. Genau hierin besteht der Irrtum. Dieser Irrtumstyp ist nicht anfechtbar, d. h., die Willenserklärung ist somit rechtswirksam. Beim Inhaltsirrtum wurde versehentlich eine Willenserklärung gesendet. Um bei dem vorherigen Beispiel zu bleiben, wird nun angenommen, daß unser Angestellter neu in der Firma ist und das Ausführen einer Bestellung erst mal als Trockenübung durchführen möchte, ohne wirklich eine Bestellung abzuschicken. Begeistert und ganz in die Materie vertieft, vergißt unser Angestellter, daß es sich um eine Trockenübung handelt und schickt seine auf Phantasiewerten beruhende Bestellung tatsächlich ab. Während sämtliche Kollegen schon über den „gelungenen“ Einstand schmunzeln, beruhigt ihn sein Vorgesetzter, denn dieser Irrtumstyp ist generell anfechtbar. Als letztes gibt es noch den wohl häufigsten Fall des Erklärungsirrtums. Hier hat sich ein Tippfehler, wie er beim Gebrauch einer Schreibmaschine auch vorkommt, in die Willenserklärung eingeschlichen. Der Erklärungsirrtum ist generell auch anfechtbar. Damit ist als einziger der Motivirrtum nicht anfechtbar, wobei man ihn äußerlich wohl auch als Inhaltsirrtum servieren könnte. Das heißt, da der Irrtumstyp immer erst hinterher festgelegt wird, kann man äußerlich nicht unterscheiden, ob der Angestellte nun eine auf falschen Daten beruhende Bestellung aufgegeben hat oder, ob er mal wieder mal aus Versehen die Trockenübung zu ernst nimmt.
Einen weiteren Grund zur Anfechtung liefern eventuell durch die Übertragung verursachte Fehler, sofern diese nicht vom Computer oder der Software des Absenders ausgehen. Computer und verwendete Software stellen den persönlichen Risikobereich des Absenders dar.
Für die rechtliche Wirksamkeit einer Willenserklärung muß man geschäftsfähig, d. h. volljährig, oder in Ausnahmefällen zumindest beschränkt geschäftsfähig, d. h. mindestens sieben Jahre alt sein. Ebenfalls nicht geschäftsfähig sind nach §104 Ziffer 2 krankhaft geistig Gestörte, sofern deren Zustand nicht vorübergehend ist. Eine Willenserklärung, die von nicht geschäftsfähigen Personen getätigt wird, ist nichtig. In einem solchen Fall gibt es auch keinen Schutz für den Dienstanbieter.
Ebenfalls nichtig nach §134 BGB und §138 Abs.1 BGB sind Verträge, die gegen ein gesetzliches Verbot verstoßen oder als sittenwidrig angesehen werden. Das Ansehen als Sittenwidrigkeit ist im Laufe der Zeit allerdings einem ständigen Wertewandel unterworfen.[9]

2.4.2 Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Die allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) enthalten bereits vorformulierte Vertragsbedingungen, die der Dienstanbieter als Basis für gewöhnliche Verträge benutzt. Damit müssen die jeweiligen Vertragsbestandteile wie Gewährleistung, Haftung, Eigentumsvorbehalt usw. nicht mit jedem Vertrag erneut aufgesetzt werden. Allerdings sind an die AGB vom Dienstanbietern gewisse Auflagen geknüpft. Sie müssen leicht auffindbar, knapp und gut verständlich und, wie bereits in 2.4 erwähnt, in abspeicherbarer Form dargestellt werden. Üblicherweise geschieht dies über einen direkten Hyperlink zu den AGB im Navigationsmenü der Webseite. Die AGB müssen dem Kunden auch spätestens bei Vertragsabschluß vorliegen, damit sie durch die kundenseitige Anerkennung Bestandteil des Vertrages werden können. In diesem Zusammenhang ist noch eine Besonderheit beim Softwarekauf zu nennen. Oft ist es hier so, daß erst bei der Installation des Programmes, also nachdem der Kauf bereits stattgefunden hat, nochmals eine Aufforderung zum Akzeptieren weiterer AGB auf dem Bildschirm erscheint. Die Installation läßt sich dann nur fortsetzen, wenn diese AGB akzeptiert werden. Hier findet, mangels Alternative, keine freie Willensentschließung statt. Die abgerungene Erklärung ist zumindest sittenwidrig herbeigeführt und damit nichtig. Die angeführten AGB müssen daher nicht beachtet werden.[9]

2.4.3 Verbraucherschutz

Die Mitgliedstaaten der EU haben zum Teil sehr unterschiedliche Regelungen, die den Verbraucherschutz betreffen. Einige Länder wollen auch nicht von ihren Regelungen abweichen, und so kommt es, daß EU-weit noch kein Standard für den Verbraucherschutz existiert. Allerdings gibt es verschiedene Ansätze, eine Harmonisierung oder zumindest einen einheitlichen Mindeststandard herbeizuführen.

2.4.3.1 Außergerichtliche Streitbeilegung

Im Bereich des E-Commerce entsteht die Mehrzahl der Streitfälle aufgrund von Mißverständnissen. Weiterhin charakteristisch ist, daß der Streitwert eher gering und der Kläger nicht selten im Ausland ansässig ist. Die Idee der außergerichtlichen Streitbeilegung ist es nun, aufwendige Gerichtskosten zu vermeiden, die den eigentlichen Streitwert übersteigen würden, und statt dessen eine Streitschlichtungsstelle zu beauftragen. Solche Schlichtungsstellen kommen meistens schnell und kostengünstig zu einem einvernehmlichen Ergebnis. In der Praxis sieht es so aus, daß sich Dienstanbieter einer Schlichtungsstelle anschließen können, einen entsprechenden Vermerk auf ihrer Webseite vornehmen und eventuelle Kläger dann diese Schlichtungsstelle gegen eine geringe Gebühr in Anspruch nehmen können. Diese Maßnahme bietet also Vorteile sowohl für die Dienstanbieter, da sie eine unkomplizierte Streitschlichtungsstrategie fahren können, als auch für die Kunden, da für sie eine kompetente und oft kundenfreundliche Ansprechstelle zur Verfügung steht.
Inzwischen gibt es auch eine Initiative der Europäischen Kommission, mit Namen „European Extra-Judicial Network – EEJ-NET“, die versucht, die Zusammenarbeit bereits bestehender, nationaler Schlichtungssysteme auszubauen. Hierbei steht die Vernetzung der Streitschlichtungssysteme im Vordergrund und nicht etwa der Versuch, einen einheitlichen Standard aufzuzwingen.[1]

2.4.3.2 Fernabsatzrichtlinie

Die Fernabsatzrichtlinie wurde vom Europäischen Rat am 20. Mai 1997 veröffentlicht. Das Ziel dieser Richtlinie ist ein verstärkter Verbraucherschutz bei modernen Distanzbetriebsformen wie dem Internet. Am 30. Juni 2000 trat diese Richtlinie dann in Deutschland als Fernabsatzgesetz in Kraft. Dieses Gesetz schafft mit dem

Fernabsatzvertrag einen neuen Vertragstypus. Ein wesentlicher Bestandteil dieses Gesetzes ist das Widerrufsrecht des Verbrauchers, d. h. des Kunden. Ein Verbraucher mit Fernabsatzvertrag hat in Deutschland ein Rücktrittsrecht von 14 Tagen, ohne daß eine Angabe von Gründen erforderlich ist. Dies ist gemessen an der Richtlinienvorgabe von sieben Tagen recht lange. Der Lieferant darf das Rücktrittsrecht nicht mit horrenden Kosten für den Verbraucher sanktionieren, sondern lediglich die mit der Rücksendung der Ware direkt anfallenden Kosten vom Verbraucher zurückverlangen.[10] Erwähnenswert ist auch noch, daß bestimmte Produkte vom Rücktrittsrecht ausgeschlossen sind. Hierunter fallen vor allem „verderbliche“ Waren wie Gemüse oder Tageszeitungen, individuell angefertigte Produkte, z. B. eine Tasse mit persönlicher Widmung, und versiegelte Produkte, deren Siegel bereits aufgebrochen wurde.[9]
Beim Versäumnis des Dienstanbieters, auf seiner Webseite vorgeschriebene Angaben, wie etwa AGB oder Firmenadresse, zu machen, verlängert sich das Rücktrittsrecht sogar auf vier Monate. Damit wird wohl versucht, seriöse Anbieter zum Umsetzen der E-Commerce-Richtlinie zu bewegen und gleichzeitig auch unseriöse Anbieter zu entlarven.[11]
Eine weitere Neuerung des Fernabsatzgesetzes ist, daß die Beweislast beim Mißbrauch von Kreditkarten nun nicht mehr beim Karteneigentümer, sondern bei der jeweiligen Bank liegt. Insbesondere wird hiermit wohl versucht, den bisher noch eher schleppenden Gebrauch von Kreditkarten im Internet anzukurbeln.[10]

2.4.3.3 Datenschutz

Das Sammeln von persönlichen Daten hat sich in der Zeit des Internets stark vereinfacht. Viele Marketing- und Forschungsumfrageunternehmen haben diese Möglichkeit für sich entdeckt. Da die datensammelnden Unternehmen immer an die nationalen Datenschutzrechte ihrer Niederlassungsstätte gebunden sind und EU-weit die Vorschriften bezüglich des Datenschutzes erheblich schwanken, wurde der dies betreffende Informationsfluß innerhalb der europäischen Union stark gehemmt. Genau diesem Problem begegnet die Datenschutz-Richtlinie der EU. Gleichzeitig sollen aber auch die Freiheiten und Rechte des Individuums geschützt werden. Offensichtlich ist dieser Spagat nur mit einem sehr sensiblen Umgang mit den Daten zu realisieren. Die Erhebung von Daten ist nach [1] nur zulässig, wenn

- es durch ein Gesetz erlaubt ist
- die betreffende Person unmißverständlich und klar ihr Einverständnis hierzu gegeben hat,
- es für die Erfüllung eines Vertrages notwendig ist,
- erfolgt, um ein für das Leben des Betroffenen wesentliches Interesse zu schützen, oder
- der Verantwortliche oder ein Dritter unter Abwägung aller Umstände ein rechtmäßiges Interesse an der Verarbeitung hat.

Die auf diese Weise erhobenen Daten dürfen nicht ohne Einwilligung des Betroffenen an Dritte weitergegeben werden. Sie dürfen nur für den eigens erhobenen Zweck benutzt und sollen nur für die notwendige Dauer gespeichert werden.
Der Betroffene hat jederzeit das Recht, sich über den Verarbeitungsstand seiner Daten zu informieren, Änderungen mitzuteilen, die auch umgesetzt werden müssen, und auch die weitere Verarbeitung seiner Daten zu untersagen.

Neben diesen Bestimmungen ist auch dafür Sorge zu tragen, daß die Daten gemäß ihrer Sensibilität entsprechend geschützt und schwer zugänglich gemacht werden.
Die Datenschutz-Richtlinie verbietet den Transfer persönlicher Daten von Individuen in Drittstaaten mit inadäquatem Datenschutzstandard. Die USA gelten mangels gesetzlicher Datenschutzregelung als inadäquat, aber auch als zu wichtig, um den Datenfluß gänzlich zu unterbinden. Hierfür hat die Europäische Kommission die USA-spezifische „Safe Harbour"-Richtlinie entwickelt. Sie legt gewisse datenschutzrechtliche Grundsätze fest, die in ihrer Gesamtheit als adäquat zum europäischen Datenschutzstandard angesehen wird. Damit können amerikanische Firmen, sofern sie sich der „Safe Harbour"-Richtlinie verschreiben, Daten aus Europa beziehen.[1]

3 Internationales Privatrecht

In Fällen mit Auslandsberührung bestimmt nach Art. 3 Abs. 1 S. 1 EGBGB das Internationale Privatrecht (IPR), welche Rechtsordnung zur Anwendung kommt.
Die Notwendigkeit des Privatrechts ist vor allem darin begründet, daß

- es verschiedene Staaten gibt,
- in verschiedenen Staaten unterschiedliches Privatrecht gilt.

Wenn einer der oberen Punkte nicht mehr erfüllt wäre, es also nur einen Weltstaat oder viele Staaten, aber nur ein Weltprivatrecht gäbe, dann wäre das IPR überflüssig. Weiterhin gibt es nicht einmal ein einheitliches IPR, sondern jeder Staat hat sein eigenes IPR. Beispielsweise sieht das IPR von China seltener die Anwendung fremden Rechts vor, als das IPR von der Bundesrepublik Deutschland.[12]
Insofern ist die Bezeichnung IPR etwas verwirrend, da es sich tatsächlich um nationales Recht handelt, welches aussagekräftiger auch als Kollisionsrecht bezeichnet wird.

3.1 Zuständigkeit

Viele der über den E-Commerce getätigten Geschäfte erfolgen länderübergreifend und qualifizieren sich somit für die Anwendung des IPR. Zunächst einmal muß dann die Frage der Zuständigkeit geklärt werden. Hier unterscheidet man örtliche und internationale Zuständigkeit. Beide sollen das räumlich „beste" Gericht bestimmen. Bei örtlicher Zuständigkeit ist die Verschiedenheit der Gerichte nach Bezirken innerhalb desselben Staates entscheidungsrelevant. Bei internationaler Zuständigkeit hingegen die Verschiedenheit der Gerichte nach Staaten. Die Frage, welches internationale Privatrecht anzuwenden ist, wird durch die internationale Zuständigkeit bestimmt. Oft ist es so, daß die örtliche Zuständigkeit die internationale Zuständigkeit induziert. Angenommen der Anbieter eines Internetkatalogs schickt ein Produkt an einen „ausländischen" Kunden, der die Zahlung verweigert. So bestimmt die örtliche Zuständigkeit welcher Gerichtsbezirk im Staate des Anbieters zuständig ist. Gleichzeitig induziert dies auch, daß das internationale Privatrecht des Anbieterstaates zur Anwendung kommt, also die internationale Zuständigkeit.
Neben dem allgemeinen Grundsatz, daß die örtliche Zuständigkeit auch die internationale Zuständigkeit induziert, gibt es noch viele staatsvertragliche Übereinkommen und gesetzliche Regelungen, die insgesamt wenig zusammenhängend und daher eher undurchsichtig sind.[13]
Die nun folgenden Ausführungen beziehen sich alle auf das deutsche IPR.

3.2 Rechtswahl bei Verträgen

Die Regelung für den Vertragsabschluß, auch über Staatsgrenzen hinweg, sind im Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) festgelegt. Gemäß Art. 27 EGBGB haben die Vertragspartner die freie Wahl darüber welches Recht dem Vertrag zugrunde liegen soll. Die Rechtswahl kann auch noch im Nachhinein einvernehmlich geändert werden. Wichtig ist allerdings, daß die Rechtswahl ausdrücklich im Vertrag genannt wird. Sollte dies nicht der Fall sein, dann kann die Rechtswahl nur aus Indizien, wie der Vereinbarung eines Erfüllungsortes oder der Vertragssprache, vermutet werden. Allerdings ist zum Beispiel bei der Vielzahl der in englisch gehaltenen Verträge nicht immer das englische Recht zugrunde gelegt. Wenn die Indizien nicht aufschlußreich sind, wird das geltende Recht des Vertrages nach dem Staatsrecht bestimmt, mit dem der Vertrag die engste Bindung hat. Die engste Bindung ist hierbei definiert als der Staat, in dem die Partei mit der vertragscharakteristischen Leistung, d. h. meistens der Nicht-Geld-Leistung, ihren Aufenthalt oder Niederlassung hat.

Eine besondere Regelung kommt noch für Verbraucherverträge, d. h. mindestens einem Vertragspartner kann nicht ein berufliches oder gewerbliches Interesse zugerechnet werden, hinzu. Diese Regelung erstreckt sich auf die Lieferung beweglicher Sachen, die Erbringung von Dienstleistungen und Finanzierungsverträge. Hierbei darf zwar auch eine freie Rechtswahl vorgenommen werden, allerdings darf dem Verbraucher unter bestimmten Bedingungen nicht der Rechtsschutz des Staates entzogen werden, in dem er seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat. Diese Bedingungen sind im folgenden kurz aufgelistet:[2]

- Dem Vertragsabschluß geht ein ausdrückliches Angebot oder eine Werbung im Staat des Verbrauchers voraus.
- Der Vertragsschluß fand im Land des Verbrauchers, durch den Vertragspartner oder dessen Vertreter, statt.
- Beim Verkauf einer abzuholenden Sachleistung findet der Vertragsschluß in einem fremden Staat statt, aber die Anreise des Verbrauchers wurde vom Verkäufer zu diesen Zweck herbeigeführt.

3.3 Rechtswahl bei unerlaubter Handlung

Das auszuwählende Recht bei einer unerlaubten Handlung ist im Art. 40 der EGBGB geregelt. Hiernach ist grundsätzlich das Recht des Staates zu wählen, in dem die unerlaubte Handlung eingetreten ist, auch bekannt als Tatortregel. Allerdings kann der Geschädigte auch das Recht des Staates wählen, in dem der Erfolg eingetreten ist. Mit Erfolg ist hier der Eintritt einer Rechtsverletzung gemeint. Befremdend, aber definitionsgemäß richtig ist zum Beispiel, bei einem Mord die Tötung als Erfolg zu benennen.

Ein nachvollziehbares Beispiel aus dem Bereich des Internets ist etwa, wenn eine persönlich beleidigende Webseite aufgerufen wird, der Server sich aber in einem anderen Staat befindet. Nach der Regel des eingetretenen Erfolgs, ist das Recht des Aufenthaltsortes des Surfers zu wählen, wohingegen nach der Tatortregel das Recht des Staates zu wählen ist, in dem der Server steht. Der Geschädigte kann in diesem Fall die für ihn günstigere Alternative wählen.[13]

3.4 Rechtswahl bei Urheberrechts-/Markenrechtsverletzungen

Der Bereich des internationalen Urheberrechts und Markenrechts ist sehr komplex und noch nicht wirklich anwendbar geregelt. Gemeinhin gilt aber das sogenannte Schutzlandprinzip. Dieses besagt, daß Urheber- und Markenrechte im Internetbereich zumindest national geschützt werden. Das Problem hierbei ist auch wieder, daß zum Beispiel eine Webseite weltweit über das Internet zugreifbar ist, aber weltweit auch viele verschiedene, zum Teil auch widersprüchliche Regelungen bezüglich Urheberrecht und Markenrecht gelten. Demzufolge müßte dann der Betrieb der Webseite komplett eingestellt werden, sobald sie auch nur gegen ein nationales Urheber- oder Markenrecht der vielen Staaten verstößt, weil eine landespezifische Zugriffssperrung nicht garantiert werden kann. Dieser Ansatz ist aber nicht praktikabel.[13]

3.5 Rechtswahl bei Wettbewerbsrecht

Die Rechtswahl bei Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht erfolgt nach dem Recht des Landes, in dem die wettbewerbsrechtlichen Interessen der Mitbewerber auf die Marktgegenseite treffen.[13] Das heißt, also überall dort, wo Verbraucher (=Marktgegenseite) etwa auf die Webseite des widerrechtlich handelnden Mitbewerbers zugreifen können. Hierfür kommt gewöhnlich eine Mehrzahl an Ländern in Frage, und für die Rechtswahl wird dasjenige Land mit dem strengsten Wettbewerbsrecht bestimmt.

3.6 Ordre Public

Die Öffentliche Ordnung oder „Ordre Public“ ist im Art. 6 EGBGB festgelegt. Demnach ist eine Rechtsnorm eines anderen Staates nichtig, wenn diese gegen wesentliche Grundsätze oder gar Grundrechte des deutschen Rechts verstößt. Die Anwendung der „Ordre Public“ ist heutzutage eher selten, da sich die Gesetzgebung im internationalen Vergleich nicht mehr so extrem in ihren Grundsätzen unterscheidet.[1]

4 Kennzeichenrecht

Das deutsche Kennzeichenrecht ist hauptsächlich im sogenannten Markengesetz geregelt. Als Kennzeichen wird dort eine Marke, eine geschäftliche Bezeichnung oder ein Name angenommen.

Die „Marke“, vorher als Warenzeichen bekannt, schützt grundsätzlich alle Zeichen. Das heißt, neben Wörtern auch Abbildungen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen sowie Farben und Farbzusammenstellungen, sofern diese die Anforderungen an ein Kennzeichen erfüllen. Eine Eintragung ist für Schutzansprüche nötig.

Die „geschäftliche Bezeichnung“ wird weiter unterschieden in Unternehmenskennzeichen und Werktitel. Ersteres meint die geschäftsläufige Bezeichnung des Unternehmens, wie etwa „Sanitär-Röhrich“. Letzteres meint eher die förmliche Bezeichnung, wie etwa „Röhrich- Heizungsbau, sanitäre Anlagen, Bad- und Schwimmbadtechnik“. Eine Eintragung ist nicht nötig. Der Schutzanspruch erfolgt hier einfach durch die Benutzungsaufnahme im Geschäftsverkehr.

Der „Name“ ist in seiner geschäftlichen Verwendung schon durch die „geschäftliche Bezeichnung“ abgedeckt. Deshalb beschäftigt sich diese Kategorie, welche ihre Regelung im BGB findet, auch nur mit Bezeichnungen im privaten Bereich. Generell unterscheidet man hier nach bürgerlichem und künstlerischem Namen. Der bürgerliche Name wird durch die Geburt bestimmt und ist auch gleich benutzbar. Die Mehrfachverwendung eines Namens ist ohne weiteres legitim. Ein kurzer Blick ins Telefonbuch, z. B. unter dem Eintrag „Müller“, bestätigt diese Aussage. Bei dem Künstlernamen handelt es sich allerdings um einen Wahlnamen. Hier wird, analog zur Wahl der Geschäftsbezeichnung, eine Benutzungsaufnahme, beispielsweise durch Eintrag des

Namens im Personalausweis, notwendig, sofern man künftig gegen den Namensmißbrauch durch andere vorgehen möchte.
Der rechtliche Schutz, der bei einem rechtmäßig erworbenen Kennzeichen zur Verfügung steht, reicht von einfachen Unterlassungsansprüchen und Auskunftsansprüchen, über Löschungs- und Vernichtungsansprüche bis hin zu handfesten Schadenersatzansprüchen. Interessant ist auch noch folgender Haftungssachverhalt. Wenn in einer Unternehmung Schadenersatzforderungen dieser Art durch einen Mitarbeiter verursacht werden, so wird der Firmeninhaber dafür haftbar gemacht, sofern der Mitarbeiter nicht mit Vorsatz gehandelt hat.[9]

4.1 Unterscheidungskraft

Eine Eigenschaft eines Kennzeichens muß seine Unterscheidungskraft sein. So hat beispielsweise eine Bezeichnung wie Technik eher eine Verwendung im täglichen Gebrauch und keinen prägenden Unterscheidungscharakter. Dieser Begriff wäre damit auch nicht rechtlich schützbar.
Allerdings gibt es zwei Ausnahmen im Umgang mit der Unterscheidungskraft eines Kennzeichens. Die erste Ausnahme liegt dann vor, wenn sich ein eigentlich nicht schützbarer Begriff wie Technik durch die geschäftliche Verwendung bereits derart etabliert hat, daß ihm ein Unterscheidungscharakter zugeschrieben werden kann. Die zweite Ausnahme sieht eine mehrfache Verwendung eines geschützten Kennzeichens vor, wenn dessen Wirksamkeit nur regionale Ausmaße annimmt. Beispielhaft sei hier das typische „Café am Markt“ genannt.[9]

4.2 Zeitliche Priorität

Wenn es zu einem Streitfall zwischen zwei Kennzeichen kommt, hat das ältere der beiden generell einen Schutzanspruch. Im einfachsten Fall handelt es sich bei den beiden Kennzeichen jeweils um Marken. Somit läßt sich leicht der Tag der Markenanmeldung als entscheidungsrelevantes Kriterium heranziehen. Ansonsten können mögliche Schutzansprüche auch im Zusammenhang mit „geschäftlicher Bezeichnung“ oder „Künstlername“ entstehen. Hierbei muß dann festgestellt werden, wann deren Benutzungsaufnahme im Verkehr stattfand. Die Benutzungsaufnahme im Verkehr ist analog zum Tag der Anmeldung zu verstehen. Da allerdings die Benutzungsaufnahme im Verkehr im allgemeinen nicht, oder nicht von Anfang an, schriftlich fixiert wird, ist deren Feststellung mitunter problematisch. So kann zum Beispiel ein Musiker einen Künstlernamen haben, unter dem er auch auftritt, aber dessen Eintragung im Personalausweis er erst später vornimmt. In einem Streitfall wäre hierbei nicht etwa der Tag der Eintragung relevant, sondern der Tag der Benutzungsaufnahme im Verkehr. In unserem Beispiel also der Tag des ersten öffentlichen Auftritts, bei dem er diesen Künstlernamen gebraucht hat.[9]

4.3 Verwechslungsgefahr

Mitunter kann es vorkommen, daß zwischen zwei Kennzeichen eine Verwechslungsgefahr besteht. Damit dieser Fall eintritt, müssen beide folgenden Bedingungen erfüllt sein:

- Die beiden Kennzeichen sind identisch oder zumindest verwechselbar ähnlich.
- Die durch die Kennzeichen dargestellten Waren oder Dienstleistungen sind identisch oder zumindest verwechselbar ähnlich.

Damit können zwei Unternehmen mit identischem Namen ohne kennzeichenrechtliche Probleme nebeneinander existieren, solange sie keine ähnlichen Waren oder Dienstleistungen anbieten.[9]

4.4 Verwässerungsgefahr

Eine Verwässerungsgefahr besteht dann, wenn das streitfähige Kennzeichen eine gewissen Bekanntheits- oder Berühmtheitsgrad innehält. Hierbei ist, anders als bei der Verwechslungsgefahr, bereits der identische Name alleine für einen Schutzanspruch ausschlaggebend. Die Tatsache, ob ein Kennzeichen den benötigten Bekanntheits- oder Berühmtheitsgrad erfüllt, ist im Einzelfall zu prüfen.[9]

5 Wettbewerbsrecht

Das deutsche Wettbewerbsrecht ist sehr umfangreich. Obwohl das Kernstück, das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG), nur 30 Paragraphen enthält, erstrecken sich alleine die Kommentierungen dazu auf mehr als 1500 Seiten. Ein Grund hierfür ist, daß die Aussagen in den Paragraphen immer sehr auslegungsfreundlich formuliert sind, weshalb sie auch als Generalklauseln bezeichnet werden. Von diesen Generalklauseln wurde dann im Laufe der Zeit und mit zunehmender Urteilszahl ein Fallgruppensystem aufgebaut, das dem amerikanischen Case-Law-System ähnelt. Die für den E-Commerce-Bereich in frage kommenden Generalklauseln sind §§ 1 und 3 UWG.
§ 1 UWG, die große Generalklausel, stuft sämtliche Handlungen im Geschäftsverkehr, die gegen die guten Sitten verstoßen, als wettbewerbswidrig ein. § 3 UWG, die kleine Generalklausel, schützt den Verbraucher vor irreführenden Geschäftspraktiken. Vorraussetzung für das Anwenden der Klauseln ist, daß es sich um einen unlauteren Wettbewerb im geschäftlichen Verkehr und auch zu Zwecken des Wettbewerbs handelt.[9]

5.1 Bestehende Fallgruppen

Bestehende Fallgruppen für die Generalklausel § 1 sind:

- Kundenfang:
  Hiermit ist der Kundenfang mittels unsachlicher Werbemethoden gemeint. Weiter unterschieden werden hier Irreführung, Nötigung und Verlockung, sowie eine Ablenkung von der eigentlichen Leistung.
- Behinderung von Konkurrenten:
  Eine über den normalen Konkurrenzkampf hinausgehende Schädigung einzelner Mitstreiter. Ein Beispiel hierfür ist etwa der Boykott, oder die vergleichende Werbung mit unsachlichen oder destruktiven Inhalten.
- Ausbeutung:
  Alles, was über die Nachahmungsfreiheit hinaus geht, zum Beispiel die Übernahme und Verwertung eines Arbeitsergebnisses, ohne daß der Hersteller Zeit hatte, die dafür aufgebrachten finanziellen Mittel wieder am Markt zurück zu verdienen.

- Rechtsbruch:
  Die bewußte Mißachtung von gesetzlichen Bestimmung, um sich einen Vorsprung vor anderen Mitbewerbern zu erschummeln. Dies betrifft vor allem den Bruch außervertraglicher Rechtsnormen, wie die Werbebeschränkungen in freien Berufen, da der vertragliche Rechtsbruch bereits anderen zivilrechtlichen Regelungen unterliegt.
- Marktstörung:
  Hier wird versucht, den Markt insgesamt in seinem Gleichgewicht zu stören. Eine ständige kartellrechtliche Überwachung versucht, solche Störversuche frühzeitig zu erkennen und zu verhindern. Ein Beispiel ist eine Preisstrategie, welche die Mitbewerber durch verlustschaffende Kampfpreise aus dem Markt verdrängen soll.

Für § 3 UWG ist die Tatsache der Irreführung alleine schon eine Wettbewerbswidrigkeit. So ist zum Beispiel das Vortäuschen einer großen Unternehmung, welches durch den Internetauftritt als Bemessungsgrundlage leicht möglich ist, bereits als wettbewerbswidrig nach § 3 UWG anzusehen.[9]

5.2 Rechtschutzansprüche

Die rechtlichen Schutzansprüche des geschädigten Wettbewerbers sind gemäß §§ 1, 3 und 13 UWG:[9]

- Anspruch auf Unterlassung,
- Anspruch auf Auskunft,
- Anspruch auf Schadensersatz.

6 Urheberrecht

Das Urheberrecht ist im Urhebergesetz (UrhG) geregelt und sichert dem Werkschöpfer eigentumsähnliche Rechte an seinem individuellen geistigen Werk. Dieser Schutz hat einen positiven Impuls auf die Kreativität der Urheber. Das UrhG unterscheidet generell zwischen einem Urheberrecht und einem Leistungsschutzrecht. Das Urheberrecht erfordert die individuelle und originäre, geistige Tätigkeit an einem Werk. Leistungsschutzrechte, auch verwandte Schutzrechte genannt, hingegen fordern nur eine Leistung meist organisatorischer, finanzieller oder unternehmerischer Art zur Realisierung eines bereits vorgegebenen Werkes. Als Beispiel kann man sich hier einen Schauspieler vorstellen, der ein bereits vorgegebenes Drehbuch inszeniert.

6.1 Geschützte Werke

Das deutsche Urhebergesetz unterscheidet mehrere Arten von schützenswerten Werktypen, welche die zuvor gegebene Definition des Urhebers erfüllen. Die für den E-Commerce-Bereich interessanten sind:[9]

- Sprachwerke:
  Hierunter fallen auch Computerprogramme und Texte in Webseiten, sofern diese eine individuelle schöpferische Leistung enthalten.
- Werke der bildenden Künste:
  Hierunter fallen sowohl am Computer erstellte Bilder als auch etwa Skizzen über den Entwurf einer Webseite, sofern diese ein Mindestmaß an Formgebung aufweisen.

- Bearbeitung eines Werkes:

  Dies setzt voraus, daß das Werk nach der Bearbeitung eine neue, schöpferische Aussagekraft hat. Denkbar ist hier die digitale Bildbearbeitung oder das Weiterentwickeln von Computerprogrammen. Eventuell ist hierfür vorher eine Genehmigung des Urhebers einzuholen.
- Schutz von Datenbanken:

  Der Urheberschutz für Datenbanken ist von einer EU-Richtlinie initiiert worden. Hierbei wird das Sammelwerk der Daten als solches geschützt und nicht etwa die einzelnen Inhalte.

6.1.1 Ausnahmen zur Benutzung geschützter Werke

Wie so oft, gibt es auch im Urheberrecht Ausnahmen, in denen urheberrechtlich geschützte Werke ohne eine notwendige Genehmigung benutzt werden dürfen. Dies ist generell der Fall, wenn die Benutzung im öffentlichen Interesse, im Interesse einer breit angelegten Bildungsmaßnahme oder manchmal auch zum privaten Gebrauch erfolgt. Hierbei sind beispielhaft das Zitatrecht, Presserecht und die legitime Sicherheitskopie im privaten Gebrauch zu nennen.

Eine besondere Stellung nimmt das Anbieten von „Freeware“ und „Shareware“ im Internet ein. Da ein Generalverzicht auf das Urheberrecht im deutschen Recht nicht vorgesehen ist, kann der Urheber von solcher Software lediglich ein Nutzungsrecht weitergeben. Die Kennzeichnung als „Freeware“ steht damit gleichzeitig für ein Nutzungsrechtsangebot. Das Herunterladen wird als Angebotsannahme verstanden und macht dadurch die Nutzungsrechtvereinbarung komplett. Der Ablauf beim Herunterladen von „Shareware“ erfolgt analog, nur daß hierbei kein exklusives Nutzungsrecht verliehen wird, sondern an die Nutzung bestimmte Bedingungen, wie etwa verringerter Funktionsumfang oder zeitliche Nutzungsbeschränkung, geknüpft sind.

Eine weitere interessante Frage ist auch, ob durch die Digitalisierung eines Werkes der Urheberrechtschutz entfällt. Mögliche Anwendungen wären hier etwa das Digitalisieren eines Bildes, das mit Hilfe eines Scanners eingelesen wird, oder etwa die Speicherung von Musik; möglicherweise sogar in einem verlustbehafteten Komprimierungsformat wie MP3. Urheberrechtlich gesehen handelt es sich hierbei allerdings um eine Vervielfältigung in Form einer digitalen Kopie. Dabei ist es nicht entscheidend, in welcher Form die Speicherung erfolgt, solange sie mittelbar zur Wahrnehmung des Werkes führt.[9]

6.1.2 Entscheidungsbaum zur Benutzung geschützter Werke

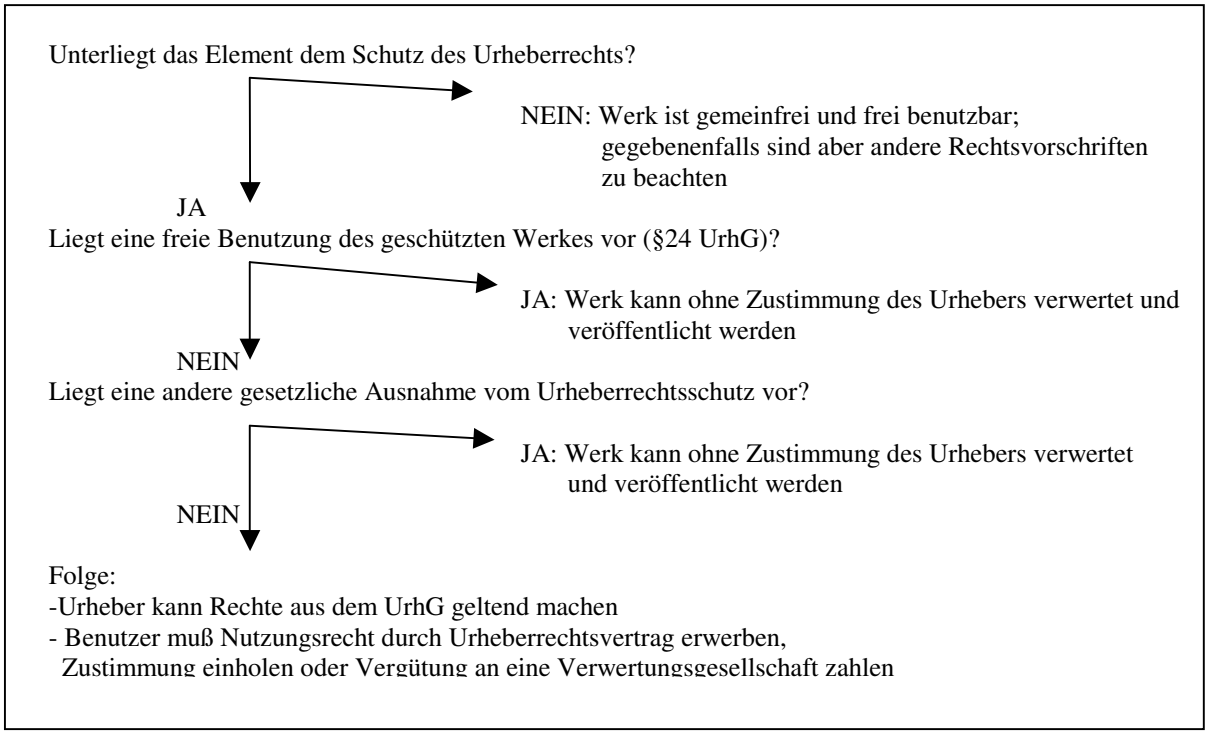

Abb.2 Entscheidungsbaum; Ref. [9] Cyberlaw (S.218)

6.2 EU-Richtlinie zum Urheberrecht

Am 9. April 2001 wurde vom Europäischen Rat die Richtlinie „zur Harmonisierung von bestimmten Aspekten des Urheberrechts und verwandten Schutzrechten in der Informationsgesellschaft“ verabschiedet. Ziel der Richtlinie ist eine europaweite Angleichung der Urheberrechte und somit eine Verbesserung des grenzüberschreitenden Handels mit urheberrechtlich geschützten Gütern und Dienstleistungen. Eine Neuerung gegenüber dem in Deutschland bereits geltenden Urheberrecht ist die zwingende Ausnahme zum Vervielfältigungsrecht bei vorübergehenden Vervielfältigungshandlungen. Dies hört sich kompliziert an, aber eigentlich ist damit nur die verfahrenstechnisch bedingte Erstellung von temporären Kopien zwecks „browsing“ und „caching“ gemeint. Diese Kopien wurden zwar bisher auch immer gemacht, aber erst mit der Umsetzung der Richtlinie in nationales Recht werden sie in Zukunft auch legal sein. [1]

6.3 Strafmaße bei Verstoß gegen das Urhebergesetz

Bestraft nach dem Urhebergesetz wird derjenige, der nicht in einem gesetzlich zugelassenem Fall und ohne Einwilligung des Urhebers ein geschütztes Werk vervielfältigt, verbreitet, öffentlich wiedergibt oder auch nur eines der drei Dinge versucht. Im privaten bzw. geschäftlichem Umfeld kann das Strafmaß auf bis zu 2 bzw. 5 Jahre Haft oder jeweils eine Geldstrafe festgesetzt werden.

Im Falle eines unerlaubten Eingriffs in die Urheberrechte eines Datenbankeigentümers ist ein vorsätzliches, d. h. absichtliches Handeln des Eingreifers vorauszusetzen, bevor die Annahme einer Straftat erfolgen darf. Eine sogenannte Strafbarkeit erfolgt nicht, wenn sich der Eingreifer keiner Urheberrechtsverletzung bewußt war (Tatbestandsirrtum) oder die Auslegung der Urheberrechte falsch verstanden hat (Verbotsirrtum).[9]

7 Schlußwort

Natürlich gab es schon vor dem Aufkommen des E-Commerce internationalen Handel und Verträge, aber nicht in der breiten Zugangsform und den relativ geringwertigen Vertragsabschlüssen wie sie im E-Commerce üblich sind.

Mit den rechtlichen Problemen, die der E-Commerce mit sich bringt - hier sind vor allem grenzüberschreitende Verträge, Kennzeichen-, Wettbewerbs- und Urheberrecht zu nennen -, erkennt man, daß diese Probleme hauptsächlich auf den in verschiedenen Staaten geltenden, unterschiedlichen Gesetzgebungen beruhen. Diese sind historisch gewachsen und haben sich immer an territorialen Grenzen orientiert.

Da man dem E-Commerce für die Zukunft eine bedeutende Rolle zuspricht, wird versucht, diese internationalen Diskrepanzen in der Rechtsprechung zu harmonisieren. Zur Zeit geschieht das vor allem im Bereich der Europäischen Union. Langfristig wird aber auch eine weltweite Angleichung angestrebt, um genau die bereits erwähnten Probleme zu vermeiden oder zumindest zu reduzieren. Vielleicht wird dann ja eines Tages das internationale Privatrecht tatsächlich überflüssig.

Quellenverzeichnis

[1] Corinna Schulze und Jeffrey Baumgartner: Do E-Commerce
Eine Einführung in die rechtlichen Grundlagen des elektronischen Geschäftsverkehrs in Europa, Projektträger des BMBF für Informationstechnik beim Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt, Köln, August 2001

[2] Redaktionelle Verantwortung: Verlag C. H. Beck oHG: Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) (49. Auflage), Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG, München, 2001

[3] Homepage der Bundesregierung Deutschland
http://www.bundesregierung.de/top/sonstige/Themen_AZ/EU_neu/Daten_und_Fakten/ix5897_36050.htm

[4] Eur-Lex
http://europa.eu.int/comm/internal_market/de/finances/general/ecomfaq.htm#3

[5] Sakowski –Rechtsberatung Online: EU E-Commerce Richtlinie
http://www.sakowski.de/onl-r/onl-r44.html

[6] Eur-Lex
http://europa.eu.int/eur-lex/de/lif/dat/2000/de_300L0031.html

[7] Linux Magazin
http://www.linux-magazin.de/ausgabe/2000/08/Recht/Recht.html

[8] Friedhelm Bliemel/Georg Fassott/Axel Theobald: Electronic Commerce - Herausforderungen,
Anwendungen, Perspektiven (3. überarbeitete und erweiterte Auflage)
Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 2000

[9] Schwerdtfeger/Evertz/Kreuzer/Peschel-Mehner/Poeck: Cyberlaw: Grundlagen, Fallbeispiele
und Checklisten zum Online Recht
Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH, Wiesbaden 1999

[10] Sakowski – Rechtsberatung Online: Fernabsatzgesetz
http://www.sakowski.de/onl-r/onl-r67.html

[11] Jürgen Seeger: IX, Magazin für professionelle Informationstechnik,
E-Commerce-Gesetz schützt Verbraucher
Verlag Heinz Heise GmbH & Co KG, Hannover, Ausgabe 06/2000

[12] Gerhard Kegel: Internationales Privatrecht, 6. Auflage
C. H. Beck Verlag, München, 1987

[13] Internationales Privatrecht
http://www.e-recht24.de/ipr.htm