

Universität Basel – MAS Marketing und Business Development

- EU- und CH-Internetrecht
 - Gesichtspunkte zur Sorgfaltspflicht der Führungskräfte hinsichtlich der gesetzlichen Anforderungen (Compliance)
-

Lukas Fässler
Rechtsanwalt & Informatikexperte
FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG
Zugerstrasse 76B
CH-6340 Baar
+41 +41 727 60 80
www.fsdz.ch
faessler@fsdz.ch

Inhaltsübersicht. (1)

0. Einleitung

1. Digitale Abhängigkeit im Unternehmen

- Sorgfaltspflichten der Führungskräfte
- Verantwortung der Führungskräfte
- Governance- und Compliance-Grundsätze

2. Das neue Datenschutzrecht in der CH und EU

3. Internetrecht (EU und CH)

- Einführung
- Allgemeine Grundsätze
- CH-Internetrecht im Allgemeinen
- EU-Internetrecht im Allgemeinen
- Gefahren der Nichtkonformität zum EU-Internetrecht

Inhaltsübersicht. (2)

4. Einzelne EU-gesetzliche Anforderungen im eCommerce

- Anbieterkennzeichnung und Impressumspflicht
- Produktkennzeichnungen
- Warenkorb und Bestätigungsmail
- Sondergesetz Deutschland – Button-Gesetz
- Sondergesetz Deutschland – Neue Verpackungsvorschriften
- Influencer-Marketing
- Widerruf und Streitbeilegung
- Allgemeine Geschäftsbedingungen und Datenschutzerklärung
- Rechtswahlklauseln
- Gerichtsstandsklauseln
- Urheberrechte im Onlineshop

Praxisübung

Beurteilung eines Webshops auf EU-Gesetzeskonformität

Praxisübung

- Beurteilung eines Online-Shop auf EU-Konformität



Lukas Fässler

Rechtsanwalt und Informatikexperte

faessler@fsdz.ch

+41 41 727 60 80

+41 79 209 24 32

Profil

1975 – 1980	Studium an der Universität Fribourg/CH
1982	Anwaltspatent des Kantons Luzern
1982 – 1984	Gerichtsschreiber am Amtsgericht Hochdorf
1984 - 1987	Gerichtsschreiber am Verwaltungsgericht Luzern
1987 - 1992	EDV-Beauftragter im Gerichtswesen Kanton Luzern
1992 - 1997	Informatikchef des Kantons Luzern
1997	Selbständiger Spezialanwalt seit September 1997
1999 - 2000	Universität Zürich, Nachdiplomstudium, Internationales Wirtschaftsrecht (Spezialisierungskurs Immaterialgüterrecht, Technologie- und Informationsrecht)

Rechtsanwalt Lukas Fässler gilt als einer der bekanntesten und renommiertesten Informatik-Experten der Schweiz mit langjähriger Praxiserfahrung. Seit 1982 befasst er sich hauptberuflich mit Informatik und Telekommunikation, Governance und Compliance von Unternehmen, insbesondere auch im Bezug auf das Informations-Management (Information Governance - Records Management und digitale Langzeitarchivierung).

Von 1992 bis 1997 leitete er als Informatikchef des Kantons Luzern die Organisations- und Informatik-Dienste (OID) des Kantons.

Dozententätigkeit

Universität Bern, Master of Advanced Studies (MAS) for Archival an Information Management

Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel; Hochschule für Wirtschaft, CAS eCommerce und Online-Marketing: Online-Marketing, Webshop, Social Media & Co.

Fachhochschule Nordwestschweiz in Olten; Hochschule für Wirtschaft: CAS Informations- und Records-Management

Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel, Hochschule für Wirtschaft: CAS Information Security & Risk Management (CISSP/BSI): Professionelles Security & Risk Management mit BSI-Zertifizierung und Vorbereitung auf die CISSP-Prüfung.

Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel, Hochschule für Wirtschaft: CAS IT Service Management & IT Controlling (ITIL V3, COBIT):

Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel, Hochschule für Wirtschaft: CAS Operational Risk Management:

Hochschule für Wirtschaft HSW in Luzern, Fachkurs Gemeindefinanzen (Submissionsrecht)

0. Einleitung

Ausgangslage

- Hinsichtlich eCommerce, Webshops und Online-Marketing hat
 - die Schweiz **sehr wenig** geregelt;
 - die EU **fast alles sehr detailliert** geregelt.

Abgrenzung 1

- Wir betrachten die Anforderungen an den eCommerce im B2C (**Consumer**)-Bereich
- Wir betrachten nicht die Anforderungen für den Online-Handel im B2B-Bereich

Achtung: hier trat am 12.7.2020 die P2B-Verordnung (EU-Verordnung zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten und Online-Suchmaschinen) in der EU in Kraft – Regelungen für Plattformbetreiber im Verhältnis zu ihren kommerziellen Nutzern (Online-Shop-Anbieter).

Gute Einführungsunterlagen finden sich unter:

<https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Fachthemen/Digitalisierung/P2B/start.html>

Abgrenzung 2

- Wer als CH-Unternehmen „**wettbewerblich**“ in der EU tätig ist und Konsumenten **aktiv bewirbt** oder **beliefert**, untersteht der EU-eCommerce-Gesetzgebung.
- Nach EU-DSGVO zusätzlich: Wer EU-Konsumenten „**beobachtet**“ (Cookies), untersteht dem EU-Datenschutzrecht.
- Werbung nach „Marktortprinzip“ und „Auswirkungsprinzip“

B2B versus B2C

Fernabsatz

Verträge, bei denen der **Unternehmer** oder eine in seinem Namen oder Auftrag handelnde Person und der Verbraucher für die Vertragshandlungen und den Vertragsschluss **ausschliesslich Fernkommunikationsmittel** verwenden (§ 312c BGB).

Business to Consumer B2C

Verbraucher ist jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschliesst, die **überwiegend** weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können (§13 BGB).

Business to Business B2B

Unternehmer ist eine natürliche oder juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft, die bei Abschluss eines Rechtsgeschäfts **in Ausübung ihrer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit handelt** (§14 BGB).

Gerichtsentscheide zu B2B oder B2C

URTEIL DES deutschen Bundesgerichtshofes BGH zum B2B-eCommercerecht

BGH-Urteil vom 11.5.2017 – I ZR 60/16 vom 28.9.2017

Keine technischen Sondervorkehrungen für Online-Händler mehr notwendig, um Verbraucher von einer B2B-Einkaufsplattform auszuschliessen.

*«..... genügt es im **B2B-Handel**, wenn der Online-Händler in seinem Shop reine Texthinweise vorsieht, dass die Waren nur an Gewerbetreibende verkauft werden. Er ist nicht verpflichtet, den Verkauf an Verbraucher (Konsumenten) durch zusätzliche technische Mittel auszuschliessen.»*



Anwendbare Rechtsordnungen

- CH-Onlinehändler mit CH-Konsumenten -> CH-Recht (OR)
- CH-B2B-Händler mit CH-B2B-Unternehmen -> CH-Recht (OR)
- CH-Onlinehändler mit EU-Konsumenten -> Recht des „Verbraucherstaates“
.....wenn der Onlinehändler seine berufliche oder gewerbliche Tätigkeit auf diesen Staat ausrichtet (Art. 6 Rom I-VO) (Konsumenten)
- > **zwingende Gesetzesnorm** (kann nicht durch AGB übersteuert werden).

Abweichende Rechtswahl innerhalb EU zulässig, darf aber nicht dazu führen, dass dem Verbraucher ein höherer Schutz nach dem Recht seines Staates entzogen wird. -> es gilt innerhalb der EU immer das **nationale Wohnsitzrecht**, wenn dieses besser ist für den Konsumenten.

Anwendbare Rechtsordnungen (2)

- AGB mit Gerichtsstandsklausel „*es gilt CH-Recht*“ oder „*Gerichtstand ist Wallisellen...*“ ist bei Handel mit Konsumenten in der EU **ungültig**.
- Solche Bestimmungen sind **unsinnig** und gefährden den ganzen Vertrag -> **Nichtigkeit des Vertrages**.

- EuGH-Urteil vom 28.7.2016 c-191/15:

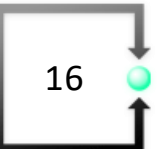
„Es gilt luxemburgisches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts...“ ist unwirksam. Rechtsanwendung nach den Bestimmungen des Rechts am Gerichtsstand des Wohnsitzes des Konsumenten, sofern dieses besser ist.....“

- OLG Oldenburg Beschluss vom 23.09.2014 6 113/14

„Die Klausel „es gilt deutsches Recht“ kann so verstanden werden, dass jede Bestimmung des Heimatrechts eines Verbrauchers aus Spanien ausgeschlossen ist. Diese Klausel ist unzulässig, weil sie die Sonderbestimmungen für Konsumenten mit Wohnsitz in Spanien zum vornherein ausschliesst.....“

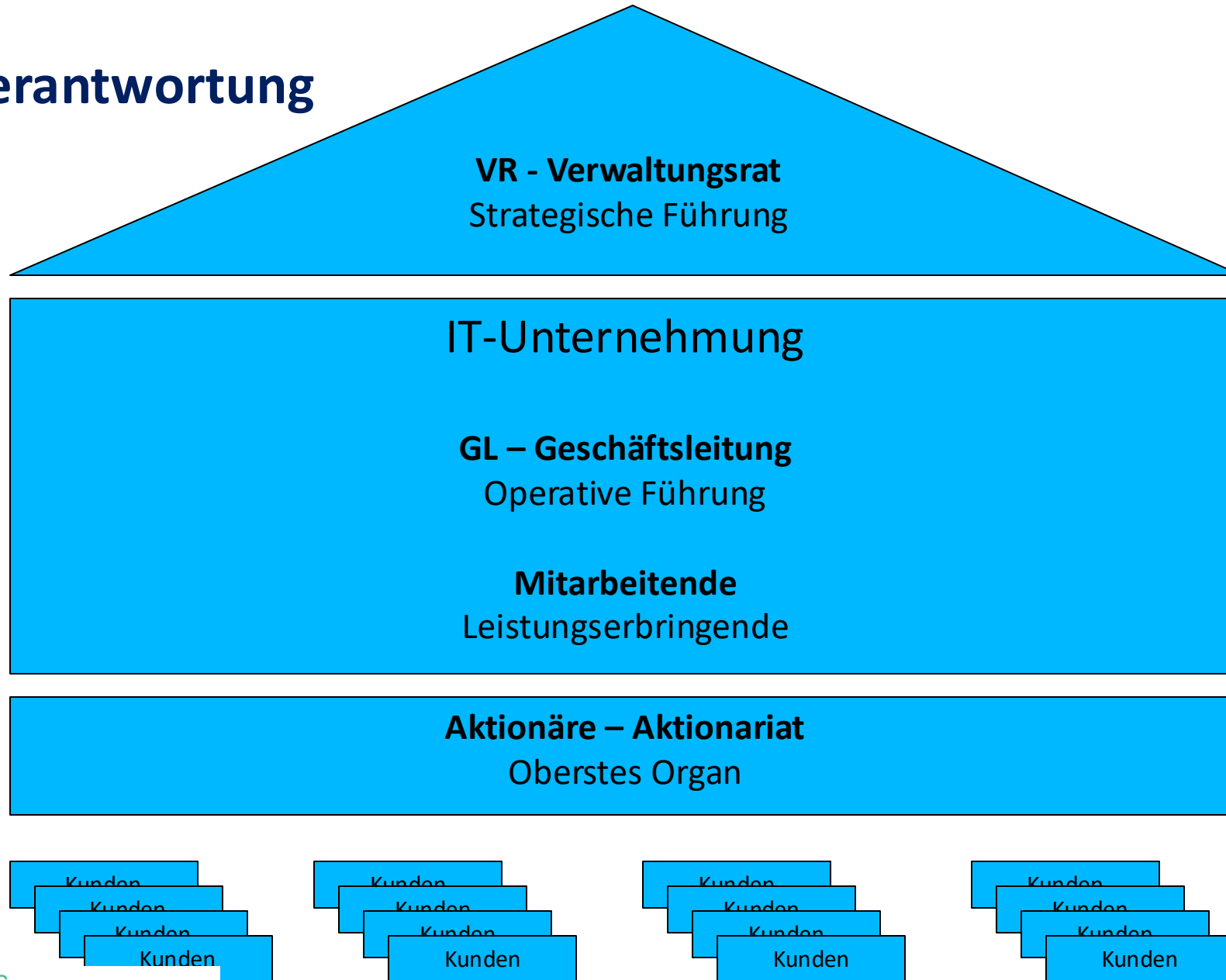
1. Digitale Abhängigkeit im Unternehmen

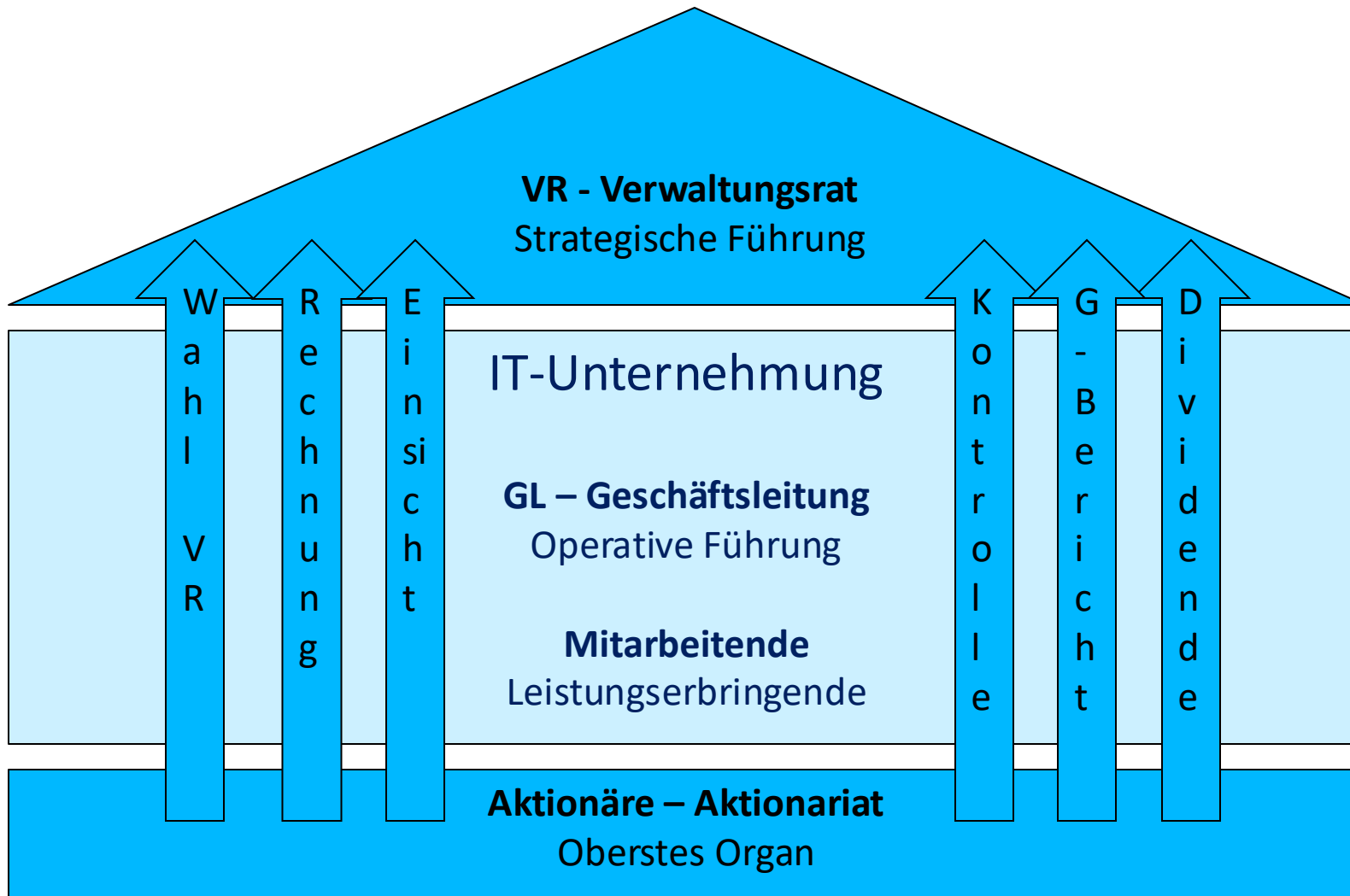
- Sorgfaltspflichten der Führungskräfte
- Verantwortung der Führungskräfte
- Governance- und Compliance-Grundsätze

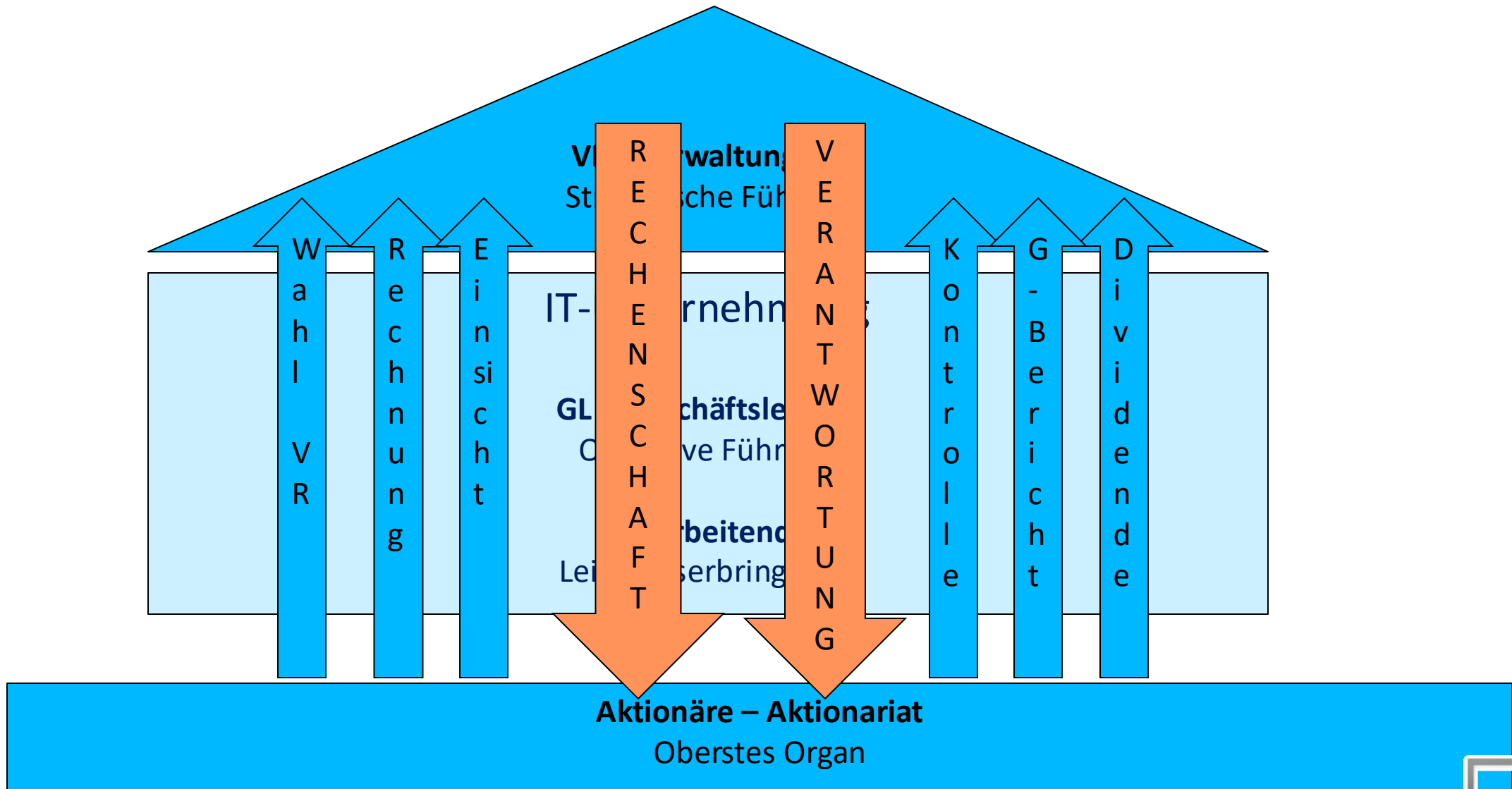


Teil I

Organe & Verantwortung







Dritter Abschnitt: Organisation der Aktiengesellschaft

A. Die Generalversammlung

Art. 698

I. Befugnisse

¹ Oberstes Organ der Aktiengesellschaft ist die Generalversammlung der Aktionäre.

² Ihr stehen folgende unübertragbare Befugnisse zu:

1. die Festsetzung und Änderung der Statuten;

2. die Wahl der Mitglieder des Verwaltungsrates und der Revisionsstelle;

3.⁴¹⁸ die Genehmigung des Lageberichts und der Konzernrechnung;

4. die Genehmigung der Jahresrechnung sowie die Beschlussfassung über die Verwendung des Bilanzgewinnes, insbesondere die Festsetzung der Dividende und der Tantieme;

5. die Entlastung der Mitglieder des Verwaltungsrates;

6. die Beschlussfassung über die Gegenstände, die der Generalversammlung durch das Gesetz oder die Statuten vorbehalten sind.⁴¹⁹

Aktionäre – Aktionariat
Oberstes Organ

Art. 697a⁴⁰²

¹ Jeder Aktionär kann der Generalversammlung beantragen, bestimmte Sachverhalte durch eine Sonderprüfung abklären zu lassen, sofern dies zur Ausübung der Aktionärsrechte erforderlich ist und er das Recht auf Auskunft oder das Recht auf Einsicht bereits ausgeübt hat.

² Entspricht die Generalversammlung dem Antrag, so kann die Gesellschaft oder jeder Aktionär innert 30 Tagen den Richter um Einsetzung eines Sonderprüfers ersuchen.

Aktionäre – Aktionariat
Oberstes Organ



Der Verwaltungsrat **Oberste strategische Führung**

VR - Verwaltungsrat Strategische Führung

Art. 716a⁴³⁰

2. Unübertragbare Aufgaben

¹ Der Verwaltungsrat hat folgende unübertragbare und unentziehbare Aufgaben:

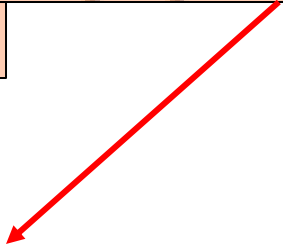
1. die Oberleitung der Gesellschaft und die Erteilung der nötigen Weisungen;
2. die Festlegung der Organisation;
3. die Ausgestaltung des Rechnungswesens, der Finanzkontrolle sowie der Finanzplanung, sofern diese für die Führung der Gesellschaft notwendig ist;
4. die Ernennung und Abberufung der mit der Geschäftsführung und der Vertretung betrauten Personen;
5. die Oberaufsicht über die mit der Geschäftsführung betrauten Personen, namentlich im Hinblick auf die Befolgung der Gesetze, Statuten, Reglemente und Weisungen;
6. die Erstellung des Geschäftsberichtes⁴³¹ sowie die Vorbereitung der Generalversammlung und die Ausführung ihrer Beschlüsse;
7. die Benachrichtigung des Richters im Falle der Überschuldung.

² Der Verwaltungsrat kann die Vorbereitung und die Ausführung seiner Beschlüsse oder die Überwachung von Geschäften Ausschüssen oder einzelnen Mitgliedern zuweisen. Er hat für eine angemessene Berichterstattung an seine Mitglieder zu sorgen.



B. Der Verwaltungsrat⁴¹⁴

- 5. die Obergaufsicht über die mit der Geschäftsführung betrauten Personen, namentlich im Hinblick auf die Befolgung der Gesetze, Statuten, Reglemente und Weisungen;



Compliance-Verantwortung

VR - Verwaltungsrat
Strategische Führung

B. Der Verwaltungsrat⁴¹⁴

Art. 717⁴⁶⁰

IV. Sorgfalts-
und Treuepflicht

¹ Die Mitglieder des Verwaltungsrates sowie Dritte, die mit der Geschäftsführung befasst sind, müssen ihre Aufgaben mit aller Sorgfalt erfüllen und die Interessen der Gesellschaft in guten Treuen wahren.

² Sie haben die Aktionäre unter gleichen Voraussetzungen gleich zu behandeln.



Bundesgericht
Tribunal fédéral
Tribunale federale
Tribunal federal

Urteilkopf

139 III 24

4. Auszug aus dem Urteil der I. zivilrechtlichen Abteilung i.S. A. und Mitb. gegen X. AG
(Beschwerde in Zivilsachen)
4A_375/2012 vom 20. November 2012

Regeste a

Art. 754 OR; aktienrechtliche Verantwortlichkeit.

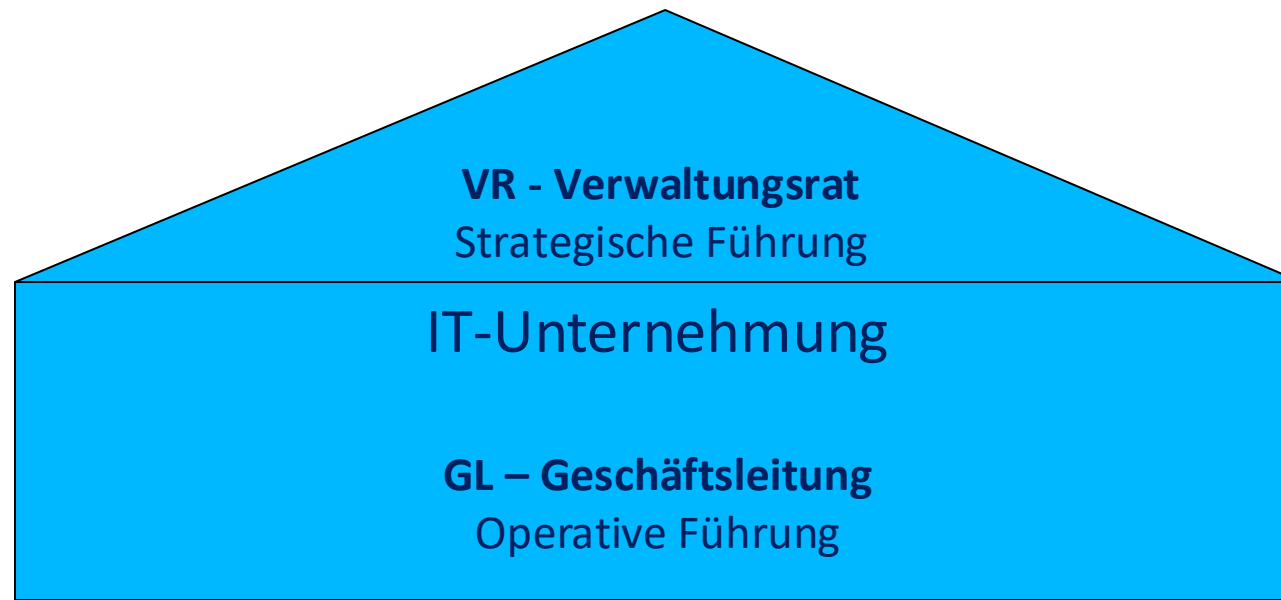
Haftung des Verwaltungsrats für die Kosten eines erfolglos geführten Prozesses über die Eintragung von Namenaktien im Aktienbuch der Gesellschaft, in dem erkannt wurde, die Verweigerung der Eintragung sei nicht im Interesse der Gesellschaft erfolgt und habe gegen das Gleichbehandlungsgebot der Aktionäre sowie gegen das Rechtsmissbrauchsverbot verstossen (E. 3).



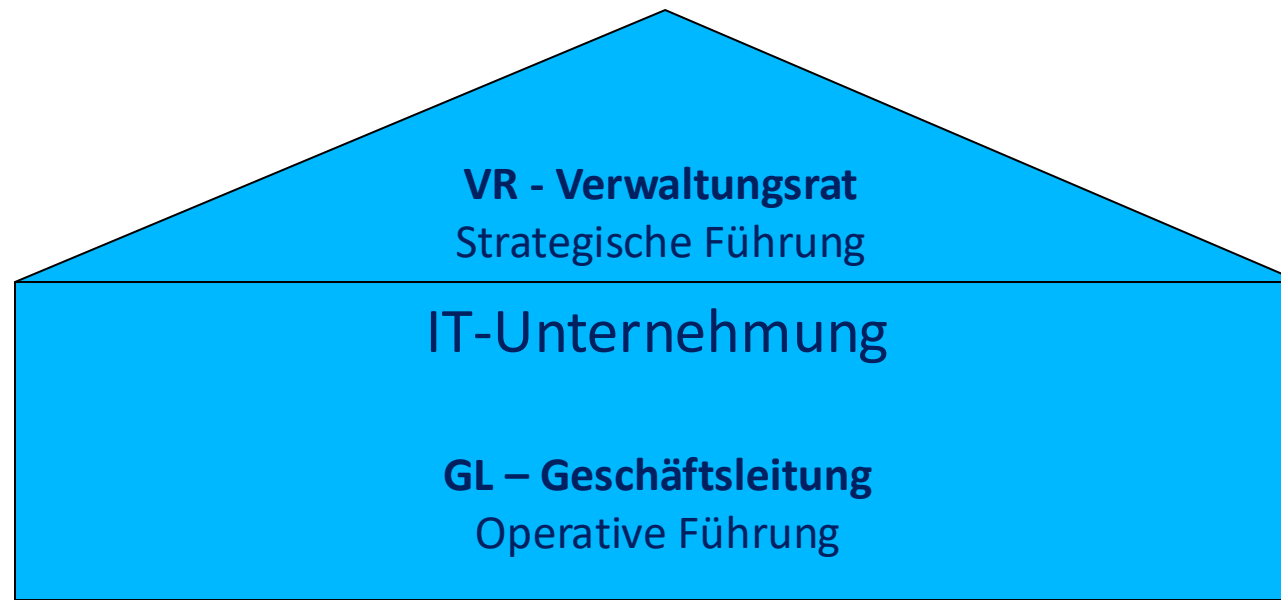
Bundesgericht
Tribunal fédéral
Tribunale federale
Tribunal federal

3.2 Nach **Art. 717 Abs. 1 OR** müssen die Mitglieder des Verwaltungsrats, sowie Dritte, die mit der Geschäftsführung befasst sind, ihre Aufgaben mit aller Sorgfalt erfüllen und die Interessen der Gesellschaft in guten Treuen wahren. Die gesetzlich normierte Treuepflicht verlangt, dass die Mitglieder des Verwaltungsrats ihr Verhalten am Gesellschaftsinteresse ausrichten. Für die Sorgfalt, die der Verwaltungsrat bei der Führung der Geschäfte der Gesellschaft aufzuwenden hat, gilt ein objektiver Massstab. Die Verwaltungsräte sind zu aller Sorgfalt verpflichtet und nicht nur zur Vorsicht, die sie in eigenen Geschäften anzuwenden pflegen (**BGE 122 III 195 E. 3a S. 198**; **BGE 113 II 52 E. 3a S. 56**). Das Verhalten eines Verwaltungsratsmitglieds wird deshalb mit demjenigen verglichen, das billigerweise von einer abstrakt vorgestellten, ordnungsgemäss handelnden Person in einer vergleichbaren Situation erwartet werden kann (PETER BÖCKLI, Schweizer Aktienrecht, 4. Aufl. 2009, § 13 N. 575).

Die Sorgfalt richtet sich nach dem Recht, Wissensstand und den Massstäben im Zeitpunkt der fraglichen Handlung oder Unterlassung. Bei der Beurteilung von Sorgfaltspflichtverletzungen hat mithin eine *ex ante* Betrachtung stattzufinden (vgl. Urteile 4A_74/2012 vom 18. Juni 2012 E. 5.1; 4A_467/2010 vom 5. Januar 2011 E. 3.3; BERNARD CORBOZ, in: Commentaire romand, Code des obligations, Bd. II, 2008, N. 22 zu **Art. 754 OR**; GERICKE/WALLER, in: Basler Kommentar, Obligationenrecht, Bd. II, 4. Aufl. 2012, N. 31c zu **Art. 754 OR**; WATTER/PELLANDA, in: Basler Kommentar, Obligationenrecht, Bd. II, 4. Aufl. 2012, N. 6 zu **Art. 717 OR**).



<p>III. Haftung für Verwaltung, Geschäfts- führung und Liquidation</p>	<p>Art. 754⁵⁰³</p> <p>¹ Die Mitglieder des Verwaltungsrates und alle mit der Geschäftsführung oder mit der Liquidation befassten Personen sind sowohl der Gesellschaft als den einzelnen Aktionären und Gesellschaftsgläubigern für den Schaden verantwortlich, den sie durch absichtliche oder fahrlässige Verletzung ihrer Pflichten verursachen.</p>
	<p>² Wer die Erfüllung einer Aufgabe befugterweise einem anderen Organ überträgt, haftet für den von diesem verursachten Schaden, sofern er nicht nachweist, dass er bei der Auswahl, Unterrichtung und Überwachung die nach den Umständen gebotene Sorgfalt angewendet hat.</p>



C. Solidarität
und Rückgriff

Art. 759⁵¹¹

¹ Sind für einen Schaden mehrere Personen ersatzpflichtig, so ist jede von ihnen insoweit mit den anderen solidarisch haftbar, als ihr der Schaden aufgrund ihres eigenen Verschuldens und der Umstände persönlich zurechenbar ist.

² Der Kläger kann mehrere Beteiligte gemeinsam für den Gesamtschaden einklagen und verlangen, dass der Richter im gleichen Verfahren die Ersatzpflicht jedes einzelnen Beklagten festsetzt.

³ Der Rückgriff unter mehreren Beteiligten wird vom Richter in Würdigung aller Umstände bestimmt.

tz
um
etr
es
Für
lie Ergänzung
erischen Zivilgesetzbuches
il: Obligationenrecht)

220

um 30. März 1911 (Stand am 1. Januar 2017)

III. Haftung für
Verwaltung,
Geschäfts-
führung und
Liquidation

sofern er nicht nachweist, dass er bei der Auswahl, Unterrichtung und
Überwachung die nach den Umständen gebotene Sorgfalt angewendet
hat.

Sorgfalt in der Auswahl	=	Evaluiieren
Sorgfalt in der Unterrichtung	=	Kommandieren
Sorgfalt in der Überwachung	=	Kontrollieren
Sorgfalt in der Verbesserung	=	Korrigieren

Das digitale Ressourcen- und Daten-Management ist weg von der Abhängigkeit der
Unternehmung in eine zentrale Führungsaufgabe der LEADER

Softlaw: Standards, Normen und Richtlinien

**Bundesgesetz
betreffend die Ergänzung
des Schweizerischen Zivilgesetzbuches
(Fünfter Teil: Obligationenrecht)**

vom 30. März 1911 (Stand am 1. Januar 2016)

Art. 962 Abs. 4 OR

Regelungen zur kaufmännischen Buchführung

4 Das oberste Leitungs- oder Verwaltungsorgan ist für die Wahl des anerkannten Standards zuständig, sofern die Statuten, der Gesellschaftsvertrag oder die Stiftungsurkunde keine anderslautenden Vorgaben enthalten oder das oberste Organ den anerkannten Standard nicht festlegt.

Diese Zuständigkeit gilt für alle Verantwortungsbereiche, nicht nur für die Regelungen zur kaufmännischen Buchführung.



swiss code of best practice for corporate governance

Swiss Code of Best Practice (economiesuisse)

Seit dem 1. Juli 2002 existiert zudem der *Swiss Code of Best Practice* (oder "*Swiss Code*") vom Dachverband der Schweizer Wirtschaft (*economiesuisse*). Dieser listet Verhaltensregeln auf, die für eine vorbildliche Corporate Governance notwendig sind. Die Anwendung des Codes basiert auf Freiwilligkeit. Dieser *Swiss Code of Best Practice* wurde 2007 um zehn Empfehlungen zur Vergütung von Verwaltungsräten und oberstem Management erweitert.^[8]



Aufgaben des Verwaltungsrats

9

Der von den Aktionären gewählte Verwaltungsrat nimmt die Oberleitung und Oberaufsicht der Gesellschaft bzw. des Konzerns wahr.

- Der Verwaltungsrat bestimmt die strategischen Ziele, die generellen Mittel zu ihrer Erreichung und die mit der Führung der Geschäfte zu beauftragenden Personen.
- Der Verwaltungsrat prägt die Corporate Governance und setzt diese um.
- Er sorgt in der Planung für die grundsätzliche Übereinstimmung von Strategie, Risiken und Finanzen.
- Der Verwaltungsrat lässt sich vom Ziel der nachhaltigen Unternehmensentwicklung leiten.



Umgang mit Risiken und Compliance, internes Kontrollsystem

20

Der Verwaltungsrat sorgt für ein dem Unternehmen angepasstes Risikomanagement und ein internes Kontrollsystem. Das Risikomanagement bezieht sich auf finanzielle, operationelle und reputationsmässige Risiken.

- Das interne Kontrollsystem ist der Grösse, der Komplexität und dem Risikoprofil der Gesellschaft anzupassen.
- Das interne Kontrollsystem deckt, je nach den Besonderheiten der Gesellschaft, auch das Risikomanagement ab.
- Die Gesellschaft richtet eine interne Revision ein. Diese erstattet dem Prüfungsausschuss («Audit Committee») und gegebenenfalls dem Präsidenten des Verwaltungsrats Bericht.



21

Der Verwaltungsrat trifft Massnahmen zur Einhaltung der anwendbaren Normen (Compliance).

- Der Verwaltungsrat ordnet die Funktion der Compliance nach den Besonderheiten des Unternehmens und erlässt geeignete Verhaltensrichtlinien.
- Er orientiert sich dabei an anerkannten Best Practice-Regeln.
- Der Verwaltungsrat gibt sich mindestens einmal jährlich darüber Rechenschaft, ob die für ihn und das Unternehmen anwendbaren Compliance-Grundsätze hinreichend bekannt sind und ihnen dauernd nachgelebt wird.

2. Das neue Datenschutz-Recht in CH und EU



VERORDNUNGEN

Datenschutz-Grundverordnung ab 2018

VERORDNUNG (EU) 2016/679 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom 27. April 2016

zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung)

**Seit 1.9.2023 gilt neben der EU-DSGVO
(seit Mai 2018) nun auch in der Schweiz
das neue CH-Datenschutzrecht.**

Entstehungsgeschichte (1)

- Datenschutzrecht stammt in EU und CH aus 1995
- Januar 2012: EU-Kommission schlägt Massnahmen vor zur Aktualisierung und Modernisierung der Datenschutz-Richtlinie 95/46/EG und des Rahmenbeschlusses (polizeiliche und justizielle Zusammenarbeit) 2008/977/JI
- **Ziel:**
EU-weit einheitliche, an das digitale Zeitalter angepasste Regeln für alle EU-Staaten, um Rechtssicherheit zu verbessern und Vertrauen von Bürgerinnen und Bürger in den digitalen Binnenmarkt zu stärken.

Entstehungsgeschichte (2)

Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27.4.2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG

- Am 24.4.2016 vom EU-Parlament angenommen.
- **Bereits seit 25.5.2018 (!!)** in Kraft
- Gilt ab diesem Datum für **alle Akteure, die auf dem Gebiet der EU tätig sind**

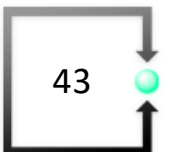
- EU-Verordnung ist in Gesamtheit verbindlich
- EU-Verordnung ist in jedem EU-Land unmittelbar anwendbar (keine nationalen Gesetze mehr notwendig)
- **Aber zahlreiche Ausnahmetatbestände** (Öffnungsklauseln) **eingeführt** (z.B. Ausdehnung auf juristische Personen möglich -> Österreich)



Sachlicher Geltungsbereich

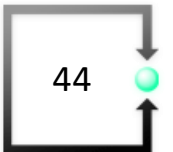
Art. 2 § 1 DSGVO

- DSGVO gilt für die ganz oder teilweise automatisierte Verarbeitung **personenbezogener Daten** (nur noch dieser Begriff) sowie für die nichtautomatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten, die in einem Dateisystem gespeichert sind oder werden.
- Gilt auch für **Profiling-Daten**
Erstellung, Aktualisierung und Verwendung von Profilen durch Sammlung von (auch im Internet gewonnener) Daten, sowie deren anschließende Analyse und Auswertung, zum Zwecke der Identifikation und Überwachung von Personen, auch zur Optimierung und Vorhersage des (Direkt)-Marketings oder zum Zwecke der Wahl-, Verhaltens- und Meinungs-beeinflussung.
- Gilt für jede Bearbeitung personenbezogener Daten, die sich auf identifizierte oder identifizierbare natürliche Personen beziehen
- Gilt für **alle natürlichen Personen** oder **juristische Personen des öffentlichen Rechts** oder des **privaten Rechts**, die Daten verarbeiten.



Art. 3 DSGVO

- Erweiterter Anwendungsbereich gegenüber RL 95/46/EG
- Extraterritoriale Anwendung (EuGH 2014: Google Spanien)
- Kriterium **Niederlassung**
Wenn der Verantwortliche seine **Niederlassung in der EU** hat, unabhängig davon wo die Datenbearbeitung stattfindet. (§ 3 Abs. 1 DSGVO)
- Kriterium **Zielmarkt**
Wohnort der von Datenbearbeitung **betreffenen Person in der EU** (§ 3 Abs. 2 DSGVO)
Die Niederlassung des Verantwortlichen ist ausserhalb EU, aber die Datenbearbeitung betrifft Waren oder Dienstleistungen, die für Personen in der EU bestimmt sind oder die Bearbeitung betrifft Beobachtung des Verhaltens einer betroffenen Person, soweit deren Verhalten in der Union erfolgt (Achtung Cookieinsatz).



Gewerbliche Ausrichtung

Wann richtet ein CH-Unternehmen seine gewerblichen Tätigkeiten in ein EU-Land aus?

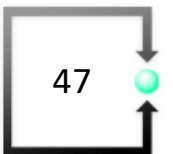
EuGH-Urteil vom 07.12.2010 Rs. C-585/08 und C-144/09

- Nennung von Versandkosten in dieses Land
- Definition des Liefergebietes (z.B. in den AGB)
- Länderflaggen (z.B. im Webauftritt)
- Angepasste Dokumente (z.B. Produktebeschreibungen)
- Sprache des Webshops (z.B. Wahlmöglichkeiten; Achtung CH: Französisch, Italienisch)
- Top-Level-Domain für das jeweilige Land
- Währungsangaben
- Gezielte Werbung

Die neuen Instrumente des EU- und CH- Datenschutzes

Übersicht

- Recht auf Information (Art. 13 / 14 DSGVO)
- Auskunftsrecht (Art. 15 DSGVO)
- Recht auf Berichtigung (Art. 16 DSGVO)
- Recht auf Löschung («**Recht auf Vergessenwerden**») (Art. 17 DSGVO)
- Recht auf Einschränkung der Bearbeitung (Art. 18 DSGVO)
- Recht auf Mitteilung (Art. 19 DSGVO)
- **Recht auf Datenübertragbarkeit** (Art. 20 DSGVO)
- **Widerspruchsrecht zur Datenbearbeitung** (Art. 21 DSGVO)
- **Recht auf Verzicht auf automatisierte Entscheidung** (Art. 22 DSGVO)
- **Recht auf Benachrichtigung über DS-Verletzungen** (Art. 34 DSGVO)
- **Schutz von Kindern (Altersgrenze zw. 13-16) durch Zustimmung der Inhaber der elterlichen Verantwortung** (Art. 8 DSGVO)



Auftragsverarbeiter

Auftragsverarbeiter

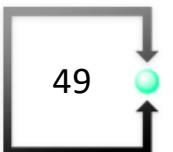
Art. 4 § 8 DSGVO / Art. 5 Lit. k und Art. 9 nDSG

- **Auftragsverarbeiter** ist eine natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle,
 - welche die personenbezogenen Daten
 - im Auftrag des Verantwortlichen
 - verarbeitet.

Es ist der Dritte, der im Auftrag des Verantwortlichen personenbezogene Daten wo auch immer verarbeitet.

Er kommt in eine neue umfassende Mitverantwortung im Rahmen des Datenschutzes

Der **Verantwortliche** muss den **Auftragsverarbeiter** kontrollieren (**Joint Controllingship**)



Art. 28 (2 und 3a-h) DSGVO / 9 nDSG

Zusammenarbeit mit Auftragsverarbeiter

Auftragsdatenverarbeitungs-Vertrag (ADV) (ADV)

Verantwortlicher braucht (neue) Verträge (ausdrücklich in Art. 28 Abs. 3 DSGVO) mit Auftragsverarbeiter, welche

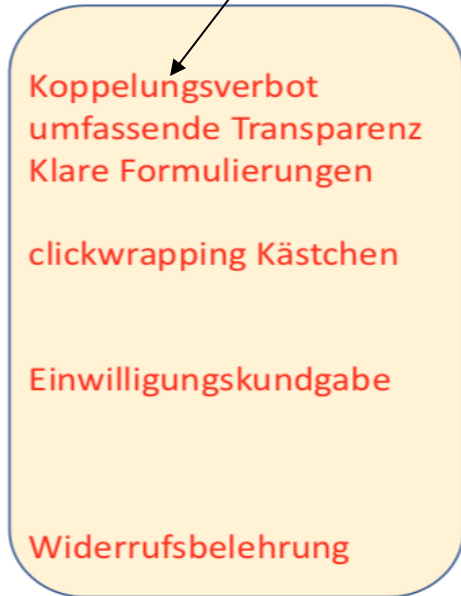
- im Detail die aus der Datenschutz-Folgeabschätzung abgeleiteten organisatorischen oder technischen Massnahmen vertraglich überbinden,
- Selber notwendige und aktuelle Massnahmen sicherstellt,
- Gegenstand und Dauer der Verarbeitung regelt (3),
- Art und Zweck der Verarbeitung regelt (3),
- Nur auf dokumentierte Weisung verarbeitet (3a),
- Bearbeitende Personen zur Vertraulichkeit verpflichtet werden (3b),
- Art der personenbezogenen Daten festlegt (3),
- Kategorien betroffener Personen festlegt (3),
- die Rechte und Pflichten des Auftragsverarbeiters dafür statuiert,
- die Service Levels für die Massnahmen definiert,
- die Gewährleistung des Auftragsverarbeiters festlegt,
- die Informationspflichten bei Verletzungen regelt,
- die Haftung des Auftragsverarbeiters definiert,
- ein jederzeitiges Auditrecht (Kontrollrecht bez. Einhaltung der vertraglichen Auflagen) sicherstellt.

Ausdrückliche Einwilligung Cookies Koppelungsverbot

Ausdrückliche Einwilligung

Art. 4 § 11 DSGVO / Art. 6 Abs. 6 nDSG

- **Ausdrückliche Einwilligung** ist
 - jede **freiwillig** für den bestimmten Fall,
 - in **informierter** Weise und
 - **unmissverständlich** abgegebene Willensbekundung
 - in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen bestätigenden **Handlung**,
 - mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten **einverstanden** ist.
 - Die ausdrückliche Einwilligung ist **jederzeit widerrufbar** (Betroffenenrechte → eingeschränkte Nutzung → Anspruch auf Löschung meiner gespeicherten und verarbeiteten personenbezogenen Daten).



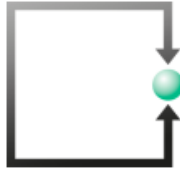
Koppelungsverbot
umfassende Transparenz
Klare Formulierungen

clickwrapping Kästchen

Einwilligungskundgabe

Widerrufsbelehrung

EuGH-Urteil vom 1.10.2019 – Az. C-673/17



Rechtsanwälte
ATTORNEYS @ LAW

FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

Zugerstrasse 76b | 6340 Baar | Tel. +41 41 727 60 80 | Fax +41 41 727 60 85 | E-Mail sekretariat@fsdz.ch

[i Impressum](#) [🛡️ Datenschutzbestimmungen](#)

[Profil](#) [Kompetenzen](#) [Team](#) [Aktuell](#) [Publikationen](#) [Referenzen](#) [Kontakt](#)

[« Zurück zur Übersicht](#)

Voreingestellte Einwilligung in Cookies ist unzulässig

Verfasst am 01.10.2019

Der EuGH hat mit einem Urteil entschieden, dass die voreingestellte Einwilligung in Cookies unzulässig ist. Die Internetnutzer müssen demzufolge beim Besuch von Webseiten dem Setzen der Cookies aktiv zustimmen.

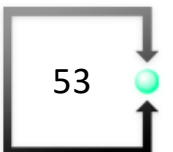
[Weiterlesen](#)



Jetzt anrufen 041 727 60 80
oder E-Mail schreiben

FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

Zugerstrasse 76b
6340 Baar
Telefon +41 41 727 60 80
Fax +41 41 727 60 85
sekretariat@fsdz.ch
[Karte Google Maps](#)





! **Wir sind für Sie da!** Unsere Hilti Stores sind bundesweit für Sie geöffnet **Mehr >**

NEUPRODUKTE & INNOVATIONEN

Entdecken Sie unsere neuesten Hilti Produktinnovationen

[Zu den Neuprodukten >](#)



PROFITIEREN SIE VON PERSONALISIERTEN WEBANGEBOTEN - DURCH DEN GEZIELTEN EINSATZ VON COOKIES

Mit Ihrer Erlaubnis nutzt Hilti Cookies, um die Verwendung unsere Webseiten/Apps einfacher und komfortabler für Sie zu machen.

[COOKIE-EINSTELLUNGEN ANNEHMEN](#)

[WÄHLEN SIE IHRE INDIVIDUELLEN COOKIE-EINSTELLUNGEN](#)




IHRE COOKIE-EINSTELLUNGEN

Mit Hilfe von Cookies können wir speziell für Sie ausgewählte Inhalte auf unseren Webseiten/Apps bereitstellen.

Mehr erfahren >

Performance Cookies

Performance Cookies helfen uns zu verstehen, wie Sie unsere Webseiten und Apps verwenden. Wir nutzen diese Erkenntnisse, um das Verwenden unserer Webangebote für Sie noch einfacher und komfortabler zu gestalten.

- Individualisierte ID 
- Pseudonymisierte ID 
- Anonymisierte Cookies 

Marketing Cookies

Marketing Cookies ermöglichen es uns, für Sie passende Anzeigen auf von Ihnen verwendeten Webseiten und Apps anzuzeigen. In der Regel werden Sie dort auch dann Anzeigen eingeblendet sehen, wenn Sie Marketing Cookies nicht erlauben. In diesem Fall sind die Anzeigen nur allgemeiner Natur. Sie weisen nicht gezielt auf für Sie relevante Angebote hin.

- Ja Nein

Social Media Cookies

Mit Social Media Cookies ermöglichen Sie uns, für Sie passende Hilti Angebote in Ihren bevorzugten sozialen Netzwerken anzuzeigen. In der Regel werden Sie dort auch dann Anzeigen eingeblendet sehen, wenn Sie Social Media Cookies nicht erlauben. In diesem Fall sind die Anzeigen nur allgemeiner Natur. Sie weisen nicht gezielt auf für Sie relevante Angebote hin.

- Ja Nein

**SPEICHERN &
WEITER**



Einstellungen zum Datenschutz

Wir tauschen personenbezogene Daten, wie z.B. IP-Adressen, mit [Drittanbietern](#) aus, die uns helfen, unser Webangebot zu verbessern, zu finanzieren sowie personalisierte Inhalte darzustellen. Hierfür werden von uns und unseren Partnern Technologien wie Cookies verwendet. Um bestimmte Dienste verwenden zu dürfen, benötigen wir Ihre Einwilligung. Indem Sie „Akzeptieren“ Klicken, stimmen Sie (jederzeit widerruflich) dieser Datenverarbeitung zu. Unter „Einstellungen“ können Sie Ihre Einstellungen ändern oder die Datenverarbeitung ablehnen. Weitere Informationen finden Sie in unserer [Datenschutzerklärung](#) und im [Impressum](#).

Sie können Ihre Präferenzen jederzeit anpassen, indem Sie auf den Link im Footer klicken.

Wir verwenden Ihre Daten für:

Informationen auf einem Gerät speichern und/oder abrufen

Für die Ihnen angezeigten Verarbeitungszwecke können Cookies, Geräte-Kennungen oder andere Informationen auf Ihrem Gerät gespeichert oder abgerufen werden.

Personalisierte Anzeigen und Inhalte, Anzeigen- und Inhaltsmessungen, Erkenntnisse über Zielgruppen und Produktentwicklungen

Anzeigen und Inhalte können basierend auf einem Profil personalisiert werden. Es können mehr Daten hinzugefügt werden, um Anzeigen und Inhalte besser zu personalisieren. Die Performance von Anzeigen und Inhalten kann gemessen werden. Erkenntnisse über Zielgruppen, die die Anzeigen und Inhalte betrachtet haben, können abgeleitet werden. Daten können verwendet werden, um Benutzerfreundlichkeit, Systeme und Software aufzubauen oder zu verbessern.

Funktional, Analytik, Werbung (nicht IAB-Anbieter), Soziale Medien und strikt erforderliche Cookies

Daten können verwendet werden, um ein verbessertes Benutzererlebnis zu ermöglichen, um relevante

Einstellungen

Akzeptieren



Kostenlos weiterlesen Wir benötigen Ihre Zustimmung

DER TAGESSPIEGEL

Um Ihnen die redaktionellen und werblichen Inhalte anzuzeigen, die Sie wirklich interessieren, werden von uns und unseren Partnern personenbezogene Daten für die genannten Zwecke mittels Cookies und anderen Technologien verarbeitet.

OK

Transparenz ist uns wichtig. Diesen Verarbeitungszwecken stimmen Sie zu:

- Informationen auf einem Gerät speichern und/oder abrufen
- Personalisierte Anzeigen und Inhalte, Anzeigen- und Inhaltsmessungen, Erkenntnisse über Zielgruppen und Produktentwicklungen
- Einbindung von externen Inhalten für journalistische Zwecke

Natürlich geben wir Ihnen auch die Möglichkeit, Ihre Auswahl in den Einstellungen anzupassen und dort auch unsere Partner einzusehen oder Sie können alles ablehnen. Sie können Ihre Einstellungen jederzeit unter Datenschutz anpassen.

Der BGH hat im Urteil vom 1.2.2018, III ZR 196/17 neu Folgendes festgehalten:

- Es braucht in jedem Fall eine **ausdrückliche Einwilligung**
- Das Markieren eines Feldes in einem Online-Shop kann dieses Kriterium erfüllen (Clickwrapping - “Klickkasten-Einwilligung“)
- Die Einwilligung muss für den Konsumenten klar sein, d.h. er muss wissen **für welche Produkte** und **Dienstleistungen welcher Unternehmung** er einwilligt
- Wirksame Einwilligung darf **keine anderen Erklärungen** oder **Hinweise** enthalten als die konkrete Zustimmungserklärung
- Es braucht also **eine ausdrückliche und gesonderte Erklärung**
- Die **Widerspruchshinweis** darf nicht fehlen
- In dieser Erklärung kann der Konsument somit **auch für mehrere Kanäle in einer Erklärung zustimmen.**

EU ePrivacy-Verordnung in der Pipeline

Koppelungsverbot

(Cookies-Auswahl)

Empfehlung

Koppelungsverbot streng anwenden und auch bei «ersetzbaren» und «verzichtbaren» Informations-angeboten jenen Benutzern, die keine Einwilligung zur Erhebung von Personendaten erteilen, einen **alternativen Zugang** zum Service **ohne Einsatz von Cookies, Social Media Plug-Ins oder Tracking-Tools** zur Verfügung stellen.

Leitfaden des EDÖB betreffend Datenbearbeitungen mittels Cookies und ähnlichen Technologien

22. Januar 2025

EU-Datenschutz-Vertreter

EU-Datenschutz-Vertreter

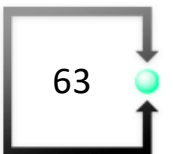
Nach **Art. 27 DSGVO** benötigen Schweizer Unternehmen, welche personenbezogene Daten von natürlichen Personen mit Niederlassung in der EU verarbeiten oder verarbeiten lassen (Auftragsverarbeiter) **zwingend** einen **Datenschutz-Vertreter** im EU-Land, in welchem sie tätig sind.

Insbesondere **CH-Online-Shops**, welche Waren oder Dienstleistungen an **Konsumenten in EU-Länder** verkaufen.

Der Vertreter muss in dem Land niedergelassen sein, in dem der Käufer wohnt oder in das die Waren exportiert werden.

Spezialität Datenschutz-Vertreter

- Für **CH-Unternehmen**, die nicht in EU niedergelassen sind: (Art. 27 DSGVO)
 - **Datenschutz-Vertreter in EU-Mitgliedstaat** schriftlich **benennen**, in welchem die natürlichen Personen ihren Wohnsitz haben, deren personenbezogene Daten oder Profiling-Daten bearbeitet werden (Deutschland, Frankreich etc. -> separater Flyer mit Angebot)
 - Ist Ansprechpartner für Aufsichtsbehörden und Betroffene
 - Koordinationsstelle
 - Muss Register aller Kategorien von Tätigkeiten der UN führen
 - Verantwortliche/Bearbeiter bleibt verantwortlich

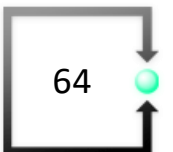


EU-Datenschutz-Vertreter

Art.27 – EU-DSGVO – Vertreter von nicht in der Union niedergelassenen Verantwortlichen oder Auftragsverarbeitern

3. Der Vertreter muss in einem der Mitgliedstaaten niedergelassen sein, in denen die betroffenen Personen, deren personenbezogene Daten im Zusammenhang mit den ihnen angebotenen Waren oder Dienstleistungen verarbeitet werden oder deren Verhalten beobachtet wird, sich befinden.

4. Der Vertreter wird durch den Verantwortlichen oder den Auftragsverarbeiter beauftragt, zusätzlich zu diesem oder an seiner Stelle insbesondere für Aufsichtsbehörden und betroffene Personen bei sämtlichen Fragen im Zusammenhang mit der Verarbeitung zur Gewährleistung der Einhaltung dieser Verordnung als Anlaufstelle zu dienen.



Neue und erweiterte EU-Sanktionen

Aufsichtsbehörden in EU-Ländern

- **Direktes Sanktionierungsrecht** gegenüber UN

- Katalog von Sanktionen

(Art. 58 § 2 DSGVO)

- Mahnung
- Verwarnung
- Förmliche Bekanntmachung der UN und des Verstosses
- Vorübergehende Beschränkung der Datenbearbeitung
- Dauerhafte Beschränkung der Datenbearbeitung
- **Geldbussen** von bis zu € 20 Mio oder 4% des weltweiten Jahresumsatzes

- Weitergehender Schaden (Schadenersatz und Zinsen) aus einem Gerichtsverfahren bleibt zusätzlich vorbehalten.

ARTIKEL-29-DATENSCHUTZGRUPPE



17/DE

WP 253

**Leitlinien für die Anwendung und Festsetzung von Geldbußen im Sinne der
Verordnung (EU) 2016/679**

angenommen am 3. Oktober 2017

https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/wp/20171003_wp253.pdf



Anzeigen von Datenschutzverletzungen

Art. 33 und 34 DSGVO

2 neue Benachrichtigungspflichten für Verantwortliche

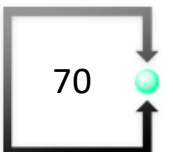
- **Meldung** von Verletzungen an die **Aufsichtsbehörden** (Art. 33 DSGVO)
- **Benachrichtigung betroffener Personen** (Art. 34 DSGVO)

Art. 33 DSGVO

Meldung von Verletzungen an die **Aufsichtsbehörden** (Art. 33 DSGVO)

Im Falle der **Verletzung des Schutzes** personenbezogener Daten meldet der **Verantwortliche**

- **unverzüglich** und **möglichst binnen 72 Stunden**,
- nachdem ihm die Verletzung bekannt wurde,
- diese der **zuständigen Aufsichtsbehörde** (Art. 55 DSGVO), **es sei denn**, dass
 - die Verletzung voraussichtlich nicht zu einem Risiko für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen führt. (**Achtung nur „Risiko“, nicht „erhebliches Risiko“**)
- Erfolgt die Meldung nicht binnen 72 Stunden, muss die **Verzögerung** gegenüber der Aufsichtsbehörde **begründet werden**.
- **Gleiche Informationspflicht** trifft den **Auftragsverarbeiter** gegenüber dem Verantwortlichen



Umsetzung und Vorgehen



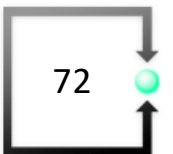
1. **Inventar der Personendaten in Applikationen** (interne und externe) und **Ablagen** erstellen
2. **Datenschutzerklärungen auf den neuesten Stand bringen**; prüfen ob alle Fälle abgedeckt sind, wo das Unternehmen Personendaten beschafft und bearbeitet.
3. **Verzeichnis der Bearbeitungstätigkeiten** erstellen (Wer macht was mit welchen Daten wie -> Prozesslandkarte und Prozessbeschreibung)
4. **Vertrag zu Auftragsdatenverarbeitungen** (externe) identifizieren und Verträge (ADDV) mit Service-Providern anpassen.
5. Auslandstransfers identifizieren und offenlegen (DSE)
6. **Prozess für Datenschutz-Folgeabschätzung** einführen
7. **Datenschutz-Folgeabschätzung** durchführen
8. **Verzeichnis Technische und Organisatorische Massnahmen** (intern und extern) festlegen (allenfalls in neue SLA des ADVV mit Providern einbinden)

Muss-
Dokument

Muss-
Dokument

Muss-
Dokument

Muss-
Dokument



10. **Prozesse zur Meldung und Benachrichtigung** von Verletzungen des Datenschutzes und der Datensicherheit einführen
11. Vorgaben und **Prozesse für alle Ersuchen von Betroffenen** erstellen oder anpassen.
12. Automatisierte Einzelentscheide im Unternehmen identifizieren und – sofern vorhanden – neu regeln.
13. periodische **Awareness-Schulung** durchführen, dokumentieren und **Weisungen** an Mitarbeiter anpassen sowie **allenfalls interne Audits** vorsehen und dokumentieren.
14. **Datenschutzerklärungen** (auf Websites, Onlineshops etc.) anpassen.
15. Online-Shops **umfassende Informationspflichten** bezüglich Einsatz von Cookies, Profiling-Tools, Targeting-Tools oder Einsatz weiterer Erfassungswerkzeuge prüfen und Datenschutzbestimmungen anpassen.
16. **Einwilligungen des Benutzers durch „clickwrapping“** einholen (Modell der diversifizierten Zustimmung vorsehen)

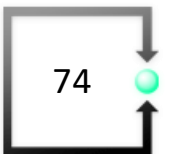
Muss-
Dokument



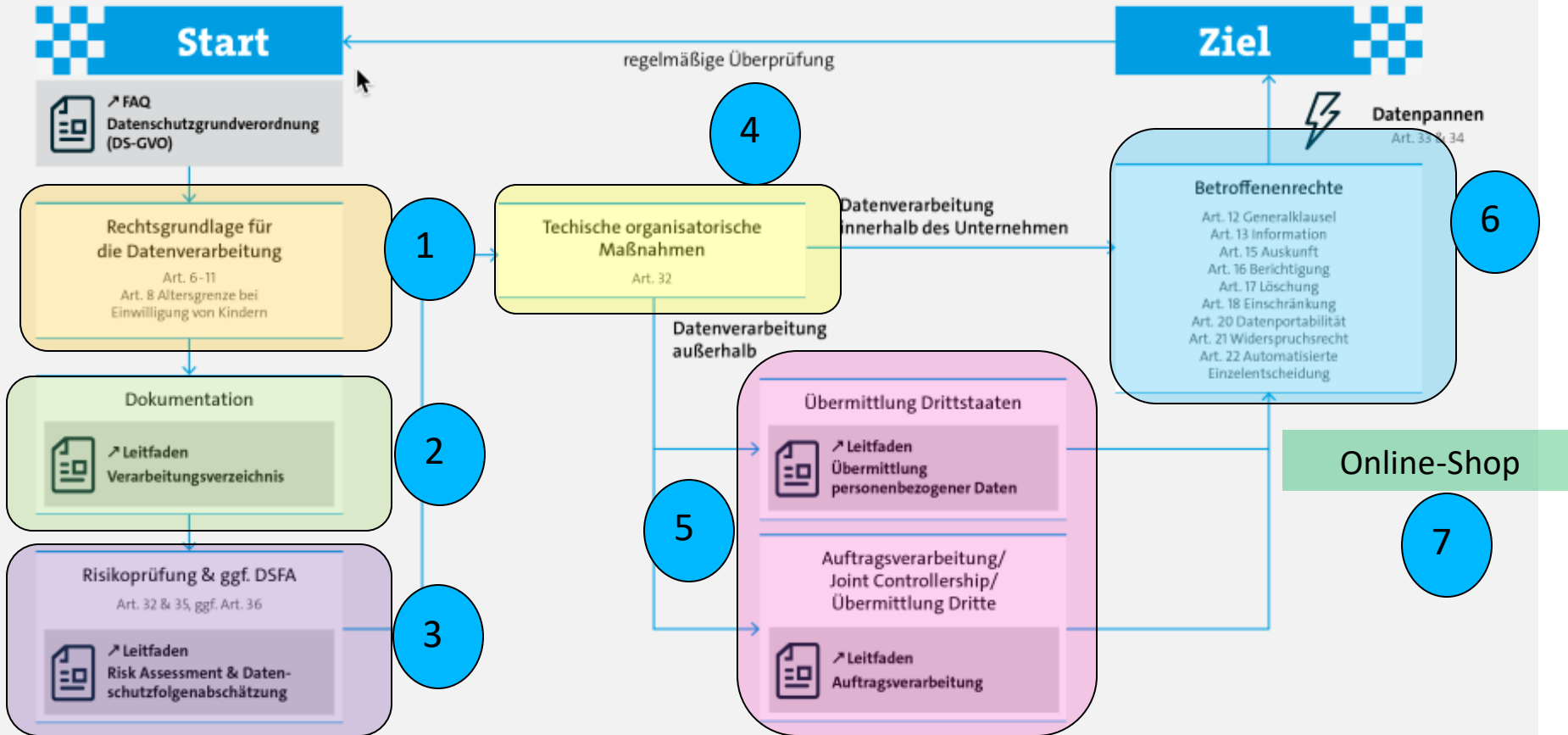
Leitfaden zu den technischen und organisatorischen Massnahmen des Datenschutzes (TOM)

https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/de/home/kurzmeldungen/km2024/23012024_leitfaden_tom.html

15. Januar 2024



Art. 5 Datenschutzprinzipien & Art. 25 Datenschutz durch Technikgestaltung

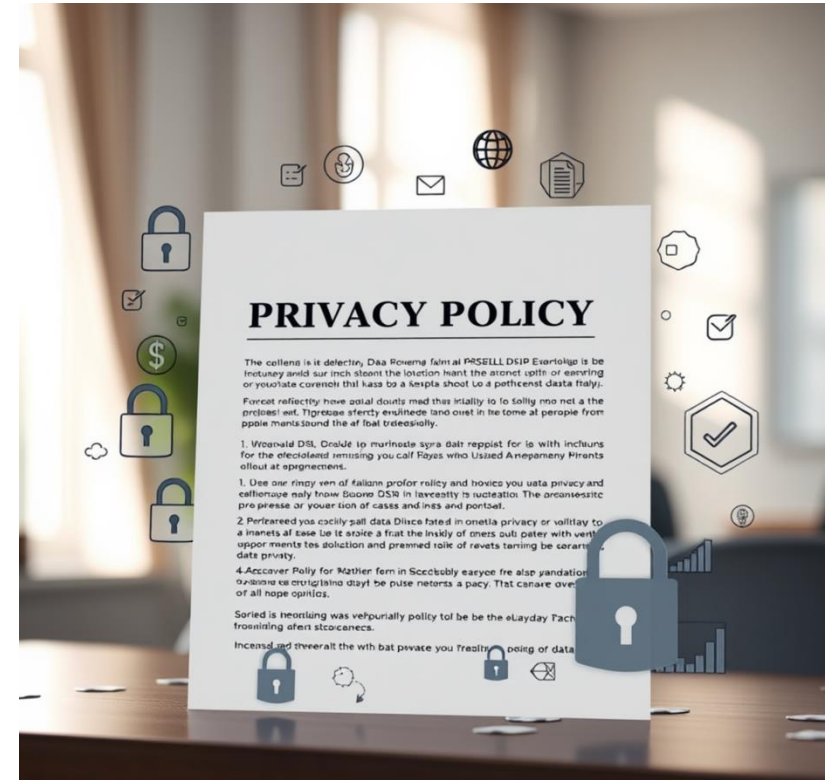


Quelle: <https://www.bitkom.org/Themen/Datenschutz-Sicherheit/Datenschutz/Inhaltsseite-2.html>

Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (Bitkom)

Hier sind die wichtigsten Punkte, die Marketingleute einer schweizerischen Unternehmung mit einem Webshop bei der Umsetzung des neuen Datenschutzgesetzes (DSG), das am 1. September 2023 in Kraft trat, beachten sollten:

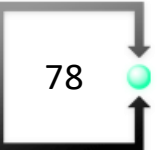
- 1. Transparente Datenschutzerklärung:** Die Datenschutzerklärung muss klar und verständlich sein. Sie sollte Informationen darüber enthalten, welche Daten gesammelt werden, zu welchem Zweck sie verwendet werden und wie lange sie gespeichert werden.
- 2. Einwilligung zur Datenverarbeitung:** Vor der Erhebung personenbezogener Daten muss die ausdrückliche Zustimmung der Nutzer eingeholt werden. Dies gilt insbesondere für Marketingmaßnahmen wie Newsletter-Anmeldungen oder personalisierte Werbung.
- 3. Recht auf Auskunft und Löschung:** Nutzer haben das Recht, Auskunft über die gespeicherten Daten zu erhalten und können die Löschung ihrer Daten verlangen. Unternehmen müssen Verfahren implementieren, um diesen Anforderungen nachzukommen.
- 4. Datensicherheit:** Es müssen angemessene technische und organisatorische Maßnahmen getroffen werden, um die Sicherheit der personenbezogenen Daten zu gewährleisten und Datenpannen zu vermeiden.
- 5. Datenverarbeitung durch Dritte:** Wenn Dritte (z.B. Dienstleister für Marketing oder Zahlungsabwicklung) mit personenbezogenen Daten arbeiten, muss sichergestellt werden, dass auch diese Dritten die Datenschutzbestimmungen einhalten. Verträge zur Auftragsverarbeitung sind erforderlich.
- 6. Cookies und Tracking:** Bei der Verwendung von Cookies und Tracking-Technologien muss die Zustimmung der Nutzer eingeholt werden. Nutzer sollten die Möglichkeit haben, ihre Cookie-Einstellungen anzupassen.
- 7. Profiling und automatisierte Entscheidungen:** Wenn personenbezogene Daten für Profiling oder automatisierte Entscheidungen verwendet werden, müssen die Nutzer darüber informiert werden und haben das Recht, dem zu widersprechen.
- 8. Schulung der Mitarbeiter:** Alle Mitarbeiter, die mit personenbezogenen Daten arbeiten, sollten in den neuen Datenschutzbestimmungen geschult werden, um sicherzustellen, dass sie die Anforderungen verstehen und einhalten.
- 9. Dokumentation und Nachweis:** Unternehmen sollten alle Prozesse und Maßnahmen zur Einhaltung des Datenschutzgesetzes dokumentieren, um im Falle von Prüfungen oder Anfragen nachweisen zu können, dass sie compliant sind.
- 10. Regelmäßige Überprüfung:** Die Datenschutzpraktiken sollten regelmäßig überprüft und aktualisiert werden, um sicherzustellen, dass sie den aktuellen gesetzlichen Anforderungen entsprechen.



3. Internetrecht I (EU und CH)

- Einführung
- Allgemeine Grundsätze
- CH-Internetrecht im Allgemeinen
- EU-Internetrecht im Allgemeinen
- Gefahren der Nichtkonformität zum EU-Internetrecht

CH-Internetrecht



CH-Internetrecht

CH-Recht

- Wenige Regeln im UWG und FMG
- Kaufrecht (OR) mit allen branchenspezifischen Anforderungen wie im stationären Handel
- Konsument ist grundsätzlich stark und mündig und weiss was er bestellt
- Grundsätze wie
 - Impressumspflicht (ja, aber Minimum nach UWG)
 - Kein gesetzliches Widerrufsrecht (freiwillig in vielen AGB)
 - Bestellvorgang: muss mit einer Bestätigungsmail abgeschlossen werden
 - Anforderungen an Marketing-Instrumente (Werberecht und Datenschutzrecht werden laufend verschärft und an EU angeglichen)
- Wohnsitzgerichtsstand für Konsument in CH
- Wenig bis gar keine Urteile zum Online-Recht

E-Commerce: Die Gesetze der Schweiz und der EU

Mit Ausnahme des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb gibt es in der Schweiz kein Gesetz, das speziell den elektronischen Geschäftsverkehr erfasst. Die Europäische Union hat sich ihrerseits Regeln auferlegt, die dem Verbraucherschutz dienen sollen.

Im Gegensatz zur Europäischen Union hat die Schweiz kein eigenes Gesetz für den elektronischen Geschäftsverkehr. Einige Regelungen finden sich jedoch im Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, das 2012 in neuer Fassung in Kraft getreten ist. Es gelten jedoch die Bestimmungen im Obligationenrecht, die für traditionelle Kaufverträge anzuwenden sind.

CH eShops mit CH-Kunden

- Innerhalb der Schweiz gegenüber Schweizer KundInnen gilt **schweizerisches Recht**:
 - **Vertragsrecht = Obligationenrecht**
 - Konsumentinformationsgesetz = KIG SR 944.0
 - Waren- & Dienstleistungsdeklarationen
 - Preisbekanntgabe-Verordnung
 - Produkthaftungsgesetz = PHG SR 221.112.944
 - Fernmeldegesetz (FMG) - Konsumentenschutz
 - Unlauterer Wettbewerb (UWG)
 - Bundesgesetz über Pauschalreisen = SR 944.3
 - Weitere Spezialgesetze
 - Es gibt kein eCommerce-Gesetz in der Schweiz



CH-Internetrecht

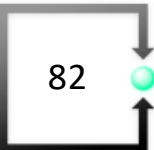
Mit einem Klick zum Kaufvertrag

Mit dem Klick auf den Button "Bestellung abschicken" schliesst der Kunde eines Schweizer Webshops einen Kaufvertrag gemäss Artikel 197 ff. des Obligationenrechts. Die Schriftform ist nicht erforderlich, ein einziger Klick genügt.

Die Regelungen des Obligationenrechts können im Vertrag und in den Vertragsbedingungen verändert werden. Diese Dokumente, die der Händler erstellt, haben Vorrang vor dem Gesetz, sofern der Käufer die Möglichkeit hatte, sie bei Vertragsabschluss zur Kenntnis zu nehmen. Die neuen Regeln können als "allgemeine Geschäftsbedingungen" (AGB) formuliert werden.

AGB für CH-Konsumenten dürfen aber nicht zwingenden gesetzlichen Normen widersprechen (Ausschluss der Haftung -> Art. 100 OR) oder gegen Treu und Glauben im Geschäftsverkehr verstossen (Art. 8 UWG, nachfolgend).

AGB können zugunsten der CH-Konsumenten bessere Bedingungen vorsehen, z.B. ein freiwilliges Widerrufsrecht einräumen. AGB sind daher zu lesen



CH-Internetrecht

2. Weg-
bedingung der
Haftung

Art. 100

¹ Eine zum voraus getroffene Verabredung, wonach die Haftung für rechtswidrige Absicht oder grobe Fahrlässigkeit ausgeschlossen sein würde, ist nichtig.

² Auch ein zum voraus erklärter Verzicht auf Haftung für leichtes Verschulden kann nach Ermessen des Richters als nichtig betrachtet werden, wenn der Verzichtende zur Zeit seiner Erklärung im Dienst des anderen Teiles stand, oder wenn die Verantwortlichkeit aus dem Betriebe eines obrigkeitlich konzessionierten Gewerbes folgt.

CH-Internetrecht

Einige Schweizerische Bestimmungen

- Es gibt kein e-Commerce-Gesetz
- Einzelne verstreute Bestimmungen zum Online-Shopbetrieb

- **Fernmeldegesetz (FMG)**

Die Änderung des Fernmeldegesetzes (FMG) vom 30. April 1997 wurde am 24. März 2006 vom Parlament verabschiedet. Das neue Gesetz verbessert den Konsumentenschutz insbesondere im Bereich der **elektronischen Massenwerbung (Spam)** und der Mehrwertdienste. Das neue Gesetz ist am 1. April 2007 in Kraft getreten.

Art. 45a Unlautere Massenwerbung

¹ Die Anbieterinnen von Fernmeldediensten bekämpfen die unlautere Massenwerbung (Art. 3 Bst. o des BG vom 19. Dez. 1986⁹ gegen den unlauteren Wettbewerb).

² Der Bundesrat kann die zur Bekämpfung geeigneten und erforderlichen Massnahmen bestimmen.

Änderung bisherigen Rechts

Die nachstehenden Bundesgesetze werden wie folgt geändert:

1. Bundesgesetz vom 19. Dezember 1986¹⁴ gegen den unlauteren Wettbewerb

Art. 3 Bst. o

Unlauter handelt insbesondere, wer:

- o. Massenwerbung ohne direkten Zusammenhang mit einem angeforderten Inhalt fernmeldetechnisch sendet oder solche Sendungen veranlasst und es dabei unterlässt, vorher die Einwilligung der Kunden einzuholen, den korrekten Absender anzugeben oder auf eine problemlose und kostenlose Ablehnungsmöglichkeit hinzuweisen; wer beim Verkauf von Waren, Werken oder Leistungen Kontaktinformationen von Kunden erhält und dabei auf die Ablehnungsmöglichkeit hinweist, handelt nicht unlauter, wenn er diesen Kunden ohne deren Einwilligung Massenwerbung für eigene ähnliche Waren, Werke oder Leistungen sendet.

Durch eine Änderung des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) werden die Kundinnen und Kunden besser vor fernmeldetechnisch gesendeter unlauterer Massenwerbung (Spamming) geschützt. Neu müssen die Absender solcher Massenwerbung vor dem Versand die Einwilligung der Kundinnen und Kunden einholen («**Opt-in-Modell**»). Die Anbieter von Fernmeldediensten sind verpflichtet, die unlautere Massenwerbung zu bekämpfen.

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Juli 2012)

s.¹³ Waren, Werke oder Leistungen **im elektronischen Geschäftsverkehr anbietet** und es dabei unterlässt:

1. klare und vollständige Angaben über seine Identität und seine Kontaktadresse einschliesslich derjenigen der elektronischen Post zu machen,
2. auf die einzelnen technischen Schritte, die zu einem Vertragsabschluss führen, hinzuweisen,
3. angemessene technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit denen Eingabefehler vor Abgabe der Bestellung erkannt und korrigiert werden können,
4. die Bestellung des Kunden unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen;

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Juli 2012)

u.¹⁵ den Vermerk im Telefonbuch nicht beachtet, dass ein Kunde keine Werbemitteilungen von Dritten erhalten möchte und dass seine Daten zu Zwecken der Direktwerbung nicht weitergegeben werden dürfen.

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Juli 2012)

Art. 8²⁰ Verwendung missbräuchlicher Geschäftsbedingungen

Unlauter handelt insbesondere, wer allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet, die in Treu und Glauben verletzender Weise zum Nachteil der Konsumentinnen und Konsumenten ein erhebliches und ungerechtfertigtes Missverhältnis zwischen den vertraglichen Rechten und den vertraglichen Pflichten vorsehen.

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Juli 2012)

Art. 9 Klageberechtigung²²

1 Wer durch unlauteren Wettbewerb in seiner Kundschaft, seinem Kredit oder beruflichen Ansehen, in seinem Geschäftsbetrieb oder sonst in seinen wirtschaftlichen Interessen bedroht oder verletzt wird, kann dem Richter beantragen:

- a. eine drohende Verletzung zu verbieten;
- b. eine bestehende Verletzung zu beseitigen;
- c. die Widerrechtlichkeit einer Verletzung festzustellen, wenn sich diese weiterhin störend auswirkt.

2 Er kann insbesondere verlangen, dass eine Berichtigung oder das Urteil Dritten mitgeteilt oder veröffentlicht wird.

3 Er kann ausserdem nach Massgabe des Obligationenrechts²³ auf Schadenersatz und Genugtuung sowie auf Herausgabe eines Gewinnes entsprechend den Bestimmungen über die Geschäftsführung ohne Auftrag klagen.

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Juli 2012)

Art. 10

Klageberechtigung von Kunden und Organisationen sowie des Bundes²⁴

¹ Die Klagen gemäss Artikel 9 stehen ebenso **den Kunden** zu, die durch unlauteren Wettbewerb in ihren wirtschaftlichen Interessen bedroht oder verletzt sind.

² Ferner können nach Artikel 9 Absätze 1 und 2 klagen:

- a. **Berufs- und Wirtschaftsverbände**, die nach den Statuten zur Wahrung der wirtschaftlichen Interessen ihrer Mitglieder befugt sind;
- b. **Organisationen von gesamtschweizerischer oder regionaler Bedeutung**, die sich statutengemäss dem Konsumentenschutz widmen;

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Juli 2012)

³ Nach Artikel 9 Absätze 1 und 2 kann auch der Bund klagen, wenn er es zum Schutz des öffentlichen Interesses als nötig erachtet, namentlich wenn:

- a. das Ansehen der Schweiz im Ausland bedroht oder verletzt ist und die in ihren wirtschaftlichen Interessen betroffenen Personen im Ausland ansässig sind; oder
- b. die Interessen mehrerer Personen oder einer Gruppe von Angehörigen einer Branche oder andere Kollektivinteressen bedroht oder verletzt sind.²⁶

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

942.211

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Januar 2013)

Des Weiteren wurde die Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen verändert. Seit April 2012 sind Veterinäre, Hörgeräteanbieter, Notare, Bestattungsinstitute und Fluggesellschaften gehalten, die Verrechnungssätze oder den Gesamtpreis der von ihnen angebotenen Dienstleistungen anzugeben. Für Dienstleistungen bei der Abgabe von Arzneimitteln oder Medizinprodukten sind ebenfalls die tatsächlich zu zahlenden Preise zu nennen.

942.211

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Januar 2013)

2. Kapitel: Waren

1. Abschnitt: Bekanntgabe des Detailpreises

Art. 3 Bekanntgabepflicht

¹ Für Waren, die der Konsumentin oder dem Konsumenten zum Kauf angeboten werden, ist der **tatsächlich zu bezahlende Preis in Schweizerfranken (Detailpreis)** bekanntzugeben.

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Januar 2013)

Art. 4 **Öffentliche Abgaben, Urheberrechtsvergütungen,
vorgezogene Entsorgungsbeiträge, Vergünstigungen⁹**

¹ Überwälzte öffentliche Abgaben, Urheberrechtsvergütungen, vorgezogene Entsorgungsbeiträge sowie weitere nicht frei wählbare Zuschläge jeglicher Art müssen im Detailpreis inbegriffen sein.¹⁰

^{1bis} Bei Änderung des Mehrwertsteuersatzes muss innert drei Monaten nach deren Inkrafttreten die Preisanschrift angepasst werden. Die Konsumentinnen und Konsumenten sind während dieser Frist mit einem gut sichtbaren Hinweis darüber in Kenntnis zu setzen, dass in der Preisanschrift die Steuersatzänderung noch nicht berücksichtigt ist.¹¹

² Vergünstigungen wie Rabatte, Rabattmarken oder Rückvergütungen, die erst nach dem Kauf realisiert werden können, sind gesondert bekanntzugeben und zu beziffern.

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Januar 2013)

3. Kapitel: Dienstleistungen

Art. 10 Bekanntgabepflicht

Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekannt zu geben:

- a. Coiffeurgewerbe;
- b. Garagegewerbe für Serviceleistungen;
- c. Gastgewerbe und Hotellerie;
- d.²¹ Kosmetische Institute und Körperpflege;
- e.²² Fitnessinstitute, Schwimmbäder, Eisbahnen und andere Sportanlagen;
- f. Taxigewerbe;
- g. Unterhaltungsgewerbe (Theater, Konzerte, Kinos, Dancings und dgl.), Museen, Ausstellungen, Messen sowie Sportveranstaltungen;
- h. Vermietung von Fahrzeugen, Apparaten und Geräten;
- i.²³ Wäschereien und Textilreinigungen (Hauptverfahren und Standardartikel);
- k. Parkieren und Einstellen von Autos;
- l. Fotobranche (standardisierte Leistungen in den Bereichen Entwickeln, Kopieren, Vergrössern);
- m.²⁴ Kurswesen;
- n.²⁵ Flug- und Pauschalreisen;

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Januar 2013)

Art. 11 Art und Weise der Bekanntgabe

¹ Preisanschläge, Preislisten, Kataloge usw. müssen leicht zugänglich und gut lesbar sein.

1bis ...³⁶

² Aus der Bekanntgabe muss hervorgehen, auf welche Art und Einheit der Dienstleistung oder auf welche Verrechnungssätze sich der Preis bezieht.

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Januar 2013)

Art. 11c⁴⁹ Art und Weise der Preisbekanntgabe von Flugreisen

¹ Wer den Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz Flugpreise in irgendeiner Form – auch im Internet – für Flugdienste ab einem Flughafen in der Schweiz oder der Europäischen Union anbietet, hat die anwendbaren Tarifbedingungen zu nennen.

² Der tatsächlich zu bezahlende Preis ist stets auszuweisen. Er muss den eigentlichen Flugpreis sowie alle Steuern, Gebühren, Zuschläge und Entgelte, die unvermeidbar und zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vorhersehbar sind, einschliessen.

**Verordnung
über die Bekanntgabe von Preisen
(Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹**

vom 11. Dezember 1978 (Stand am 1. Januar 2013)

7. Kapitel: Strafbestimmungen

Art. 21⁶⁴

Widerhandlungen gegen diese Verordnung werden nach den Bestimmungen des Bundesgesetzes vom 19. Dezember 1986 gegen den unlauteren Wettbewerb und des Bundesgesetzes vom 9. Juni 1977⁶⁵ über das Messwesen bestraft.

Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Januar 2013)

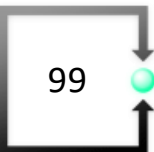
4. Kapitel: Strafbestimmungen

Art. 23⁴² Unlauterer Wettbewerb

¹ Wer vorsätzlich unlauteren Wettbewerb nach Artikel 3, 4, 4a, 5 oder 6 begeht, wird auf Antrag mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft.⁴³

² Strafantrag stellen kann, wer nach den Artikeln 9 und 10 zur Zivilklage berechtigt ist.

³ Der Bund hat im Verfahren die Rechte eines Privatklägers.⁴⁴



Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

vom 19. Dezember 1986 (Stand am 1. Januar 2013)

Art. 24 Verletzung der Pflicht zur Preisbekanntgabe an Konsumenten

¹ Wer vorsätzlich:

- a.⁴⁵ die Pflicht zur Preisbekanntgabe (Art. 16) oder zur Grundpreisbekanntgabe (Art. 16a) verletzt;
- b. den Vorschriften über die Preisbekanntgabe in der Werbung (Art. 17) zuwiderhandelt;
- c. in irreführender Weise Preise bekannt gibt (Art. 18);
- d. die Auskunftspflicht im Zusammenhang mit der Preisbekanntgabe (Art. 19) verletzt;
- e.⁴⁶ den Ausführungsvorschriften des Bundesrates über die Preisbekanntgabe oder die Grundpreisbekanntgabe (Art. 16, 16a und 20) zuwiderhandelt,

wird mit Busse bis zu 20 000 Franken bestraft.⁴⁷

² Handelt der Täter fahrlässig, so ist die Strafe Busse.

EU-Internetrecht



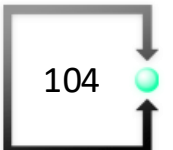
EU-weit identische Regelungen für

- Informationspflichten im Fernabsatz
- Button-Lösung
- Widerrufsrecht
- Muster-Widerrufsformular
- Zwingende Angaben über Streitschlichtung

Nicht vollharmonisiert in EU für

- Impressumsangaben (**zusätzliche nationale Pflichten**)
- Datenschutzrecht (DSGVO ab 25.5.2018) mit 50-60 Öffnungsklauseln (z.B. Österreich unterstellt auch die juristischen Personen unter dem Schutz der DSGVO)
- Preisangaberecht (z.B. wo muss auf **Versandkosten** verlinkt werden; D sehr streng)
- Produkterecht (**spezielle Kennzeichnungspflichten, Rückrufbestimmungen**)
- Sanktionen bei Rechtsverstößen (Abmahnung, Bussgeld)

Gefahren der Nichtkonformität zu EU- Internetrecht (eCommerce-Recht)



Gefahren von Nichtkonformitäten

Verstöße gegen gesetzliche Bestimmungen der EU und der nationalen Gesetze von EU-Ländern können folgende **Rechtsfolgen** zeigen:

- a. **Bussengelder bis EUR 20 Mio im Einzelfall oder 4% des Jahresumsatzes eines Konzerns**
- b. **Abmahnung durch Konkurrenten**
- c. **Abmahnung durch Verbände**
- d. **Abmahnung durch Verbraucher- der Wettbewerbszentralen**
- e. **Aussergerichtliche Unterlassungserklärungen gegenüber Konkurrenten, Verbänden, Zentralen mit Konventionalstrafe für Wiederholungsfall**
- f. **Urteil wegen Marken- (9%), Urheberrechts- (18%) oder Wettbewerbsverstößen (>70%) mit Gerichtskosten, eigenen und fremden Anwaltskosten**
- g. **Administrativverfahren von zuständigen Behörden mit Sanktionen bis zu Marktauftrittsverböten (inkl. temporäre oder permanente Schliessung des Online-Shops)**

Kosten der Abmahnungen

- Kosten einer Abmahnung und des sich evtl. anschliessenden Prozesses richten sich nach dem sog. **Gegenstands- oder Streitwert**
- Dieser wird im Prozess vom Gericht nach freiem Ermessen geschätzt und festgelegt (Kostenrisiko) und richtet sich nach der wirtschaftlichen Bedeutung des Verstosses
- Verbände dürfen für eine Abmahnung nur eine Pauschale in Höhe von ca. € 200.– geltend machen
- Konkurrenten mit Anwälten dürfen nach Gegenstandswert die Abmahnung verrechnen
- Alle Kosten, die dem Auftraggeber für die Abmahnung entstehen, sind grundsätzlich vom Abgemahnten zu erstatten, sofern die Abmahnung berechtigt war

Kostenübersicht der Abmahnungen

Gegenstandswert	Anwaltsgebühren
Bis 5'000.— EUR	492,54 EUR
Bis 10'000.— EUR	887,03 EUR
Bis 15'000.— EUR	1'029,35 EUR
Bis 20'000.— EUR	1'171.67 EUR
.....
Und so weiter	und so weiter

Nur Abmahngebühren, nicht Gerichts- und Anwaltskosten eines nachfolgenden Prozesses, sofern der Abgemahnte nicht freiwillig einlenkt (z.B. Unterlassungserklärung mit bedingter Konventionalstrafe pro jeden nächsten Einzelfall)

4. Einzelne EU-gesetzliche Anforderungen im eCommerce

(nicht abschliessend)

Anbieterkennzeichnung Impressumspflichten

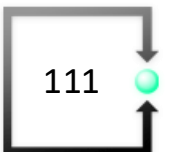
Impressumspflichten

- Impressumspflicht trifft jeden Diensteanbieter für geschäftsmässige, gegen Entgelt angebotene Waren und Dienstleistungen gegenüber Konsumenten.
- 2 Nr. 1 Telemediengesetz Deutschland:
- Diensteanbieter ist jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereit hält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt.

Impressumspflichten

(2)

- Impressumspflicht gilt auch für **Portale** (Ebay, Amazon).
 - Wer dort einen Shop betreibt, muss ein Impressum bereithalten.
- gilt auch für **kommerzielle Seiten in Sozialen Netzwerken** wie Twitter, Facebook etc.
 - Der Shop, der hier Seiten unterhält, muss alle Impressumsangaben über diese Seiten **erreichbar** und **abrufbar halten**.



Impressumspflichten

(3)

- **Keine Impressumspflichten**
- Keine Impressumspflicht besteht **für rein private Websites**.
- Sobald „**Geschäftsmässigkeit**“ vorliegt ist **keine** private Website mehr vorhanden.
- Gerichte: Begriff wird weit ausgelegt. Bereits gegeben, wenn z.B. Werbebanner vorhanden sind oder wiederholt über eine Internetadresse Waren angeboten werden oder Waren mit Preisen beschildert werden.

Impressumspflichten

(4)

- Formelle Anforderung
 - Das Impressum sollte einfach und jederzeit auffindbar sein. Hierzu sollte **ein Klick** auf den Link IMPRESSUM genügen.
 - Der Kunde darf nicht erst lange scrollen müssen, um den Link zum Impressum aufzufinden.
- OLG München Urteil vom 12.2.2004 – 29 U 4564/03

Impressumspflichten

(5)

- **BGH-Urteil vom 20.7.2006 – I ZR 185/03**
 - Es reicht aus, wenn das Impressum von jeder Unterseite der Website über **zwei Klicks** erreichbar ist. Dabei ist es unschädlich, wenn der erste Link mit „Kontakt“ und erst der zweite Link mit „Impressum“ bezeichnet wird.

Impressumspflichten

(6)

- Praxistipps
 - Setzen Sie einen Link in einen Footer, der an jedem Ort der Website zu sehen ist oder bieten Sie eine Leiste an der Seite an, von der man überall auf das Impressum zugreifen kann.
 - Das Impressum darf nicht in den AGB oder Datenschutzerklärung integriert werden.
 - Verwenden Sie die Bezeichnung „IMPRESSUM“ um Missverständnisse auszuschliessen.

Impressumspflicht

(7)

- Inhalt des Impressums (**Muss-Anforderung**)
 - Name und Anschrift
 - Kontaktinformationen
 - Angaben zur zuständigen Aufsichtsbehörde
 - Registerangaben (Handelsregister)
 - Berufsrechtliche Angaben (Branchenverband)
 - Angaben zur MwSt
 - UID – Wirtschafts-Identifikationsnummer

Impressumspflichten

(8)

- Name und Anschrift
 - Natürliche Personen:
 - Vor- und Familiennamen
 - Ladungsfähige Postanschrift (Postfach ungenügend)
 - UID (Einzelfirma) und MwSt.-Nummer
 - Juristische Personen:
 - Vollständiger und korrekter Firmennamen
 - Rechtsform
 - Sitz
 - Name des Vertretungsberechtigten
 - UID und MwSt.-Nummer

Impressumspflichten

(9)

- Kontaktinformationen
 - E-Mail Adresse
 - Ein weiteres elektronisches oder nicht-elektronisches Kommunikationsmittel (z.B. Telefonnummer)
 - Weitere Kontaktmöglichkeiten (Fax, ICQ, Facebook, Skype etc.)
 - Anrufbeantworter ist zulässig, sofern ein zeitnaher Rückruf erfolgt (keine sofortige Reaktion nötig, nicht ausserhalb Geschäftszeiten)

Rechtsprechung

§ 312d Abs. 1 BGB, Art. 246a § 1 Abs. 1 EGBGB, § 5 TMG, Art. 14 ODR-VO

- **Impressum** muss **leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar** und **ständig verfügbar bereitgehalten** werden
- Bezeichnung "Impressum" oder verständliche andere Bezeichnung („Anbieterkennzeichnung“)
- **Unzulässige Bezeichnungen:**
 - OLG Hamburg, Beschluss vom 20.11.2002, 5 W 80/02 „Backstage“
 - OLG Düsseldorf Beschluss vom 13.8.2013 I-20 U 75/13 „Information“ oder „Info“
 - OLG Naumburg Urteil vom 13.8.2011 1 U28/10 „**Ich freue mich auf E-Mails**“
 - OLG München Urteil 11.9.2003, 29 U 2681/03 und BGH-Urteil vom 20.7.2006 (unten) „**Kontakt**“ **genügt**
- BGH vom 20.7.2006 (I ZR 228/03):
 - Nicht zu beanstanden, wenn das Impressum erst durch mehrere Links von der Startseite aus zu erreichen ist
 - **Es reicht, wenn die Erreichbarkeit über 2 Links gewährleistet ist**
- LG Stuttgart Urteil vom 11.3.2003 (20 O 12/03)
 - **Das Bereitstellen der Anbieterkennzeichnungen in den AGB genügt nicht**

TIP: Idealerweise ist das Impressum von jeder Seite der Webseite aus mit nur einem Klick erreichbar (dauerhafte Sichtbarkeit in Header- oder Fusszeilenbalken)

Rechtsprechung

§ 312d Abs. 1 BGB, Art. 246a § 1 Abs. 1 EGBGB, § 5 TMG, Art. 14 ODR-VO

Informationen durch „sprechende Links“

- Grundsätzlich ist der Einsatz der Link-Technologie im Onlineshop zulässig
- Die gewählten Begriffe des Links müssen aber sprechend, d.h. inhaltlich zutreffend sein

BGH-Urteil vom 7.4.2005 I ZR 314/02

(Internetversand 1)

„Ein ... Verbraucher verfügt erfahrungsgemäss über die Fähigkeit, einen elektronischen Verweis (Link) zu erkennen..... Muss aber durch klare und unmissverständliche Hinweise auf den Weg bis hin zum Vertragsschluss geführt werden..“

OLG Frankfurt Urteil vom 23.2.2011 6 W 111/10

Die Aufklärung über einen sogenannten Mouseover-Effekt ist unzureichend., weil es vom Zufall abhängt, ob die Besucher den Link überhaupt wahrnehmen.

Rechtsprechung

§ 312d Abs. 1 BGB, Art. 246a § 1 Abs. 1 EGBGB, § 5 TMG, Art. 14 ODR-VO

Linkbezeichnung bei Youtube

Wenn im Youtube z.B. Produktfilme angeboten werden, gelten die Pflichten zur Anbieterkennzeichnung auch.

LG Trier Urteil vom 1.8.2017 11 O 258/16

“Es reicht ein Link auf die Website des Anbieters, auf der dann ein Impressum sprechend verlinkt ist..“

Rechtsprechung

§ 312d Abs. 1 BGB, Art. 246a § 1 Abs. 1 EGBGB, § 5 TMG, Art. 14 ODR-VO

Einige inhaltliche Fehler im Impressum

- OLG München Urteil vom 14.11.2013 6U 1888/13: „Bezeichnung eines Einzelunternehmers als „Geschäftsführer“ ist **Wettbewerbsverstoss**. Gibt es nicht bei der Einzelunternehmung“
- BGH-Urteil vom 18.4.2013 I ZR 180/12: „Die Rechtsform ist gemäss § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG (D) zwingend anzugeben. Fehlt diese, liegt ein **Wettbewerbsverstoss** vor“
- OLG Frankfurt Urteil vom **14.3.2017**: „Dummy-Handelsregisternummer wie Registergericht: Amtsgericht 000 oder Registernummer HR 000 ist **wettbewerbswidrig**“
- OLG Naumburg Urteil vom 13.8.2010 1 U 28/10 und andere Gerichte: „keine funktionierende E-Mail-Adresse ist **wettbewerbswidrig**“
- OLG Hamm Beschluss vom **3.8.2017** 4 U 50/17 und andere Gerichte: „Link auf OS-Plattform fehlt oder ich nicht klickbar ist **wettbewerbswidrig**“

Impressumspflicht

- Angaben des Registers
 - Im Handelsregister eingetragene Anbieter müssen das **Register** und die **Registernummer** angeben.
 - Das gilt auch für ausländische Registereingetragene Firmen (CH-Online-shop: www.zefix.ch)

Impressumspflicht

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

DE FR IT EN

Zefix – Zentraler Firmenindex

Firmensuche SHAB-Suche Handelsregisterämter Ortschaften Publikationen EHRA Kontakt

Firmenname oder UID
Brack GmbH

erweiterte Suche

Löschen Suchen

Seite 1 / 1 Treffer 1 - 10 von 1 (1 total) Resultate pro Seite 10 25 50 100 10

Firma	Auszug	UID / UID-Register	Rechtsform	Sitz	Kanton / HRA
Brack GmbH		CHE-107.360.776	GmbH	Waltenschwil	AG - Aargau

Impressumspflichten

- Berufsrechtliche Angaben

- Nach § 5 Abs. 1 Nr. 5 TMG müssen die Träger sämtlicher Berufe, deren Zulassung gesetzlich geregelt ist oder die eines Diploms oder eines Befähigungsnachweises bedürfen, spezielle Angaben in das Impressum aufnehmen.
- Ärzte, Apotheker, Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Optiker, Akustiker, Psycho-therapeuten, Heilsberufe (Logopäden, Hebammen, Physiotherapeuten etc.)
- Pflichtangabe: Zulassungskammer, Gesetzlich richtige Berufsbezeichnung, Staat der Verleihung, Verweis auf berufsrechtliche Regelungen

Impressumspflichten

- Steuernummer und UID

- Gemäss § 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG muss der Diensteanbieter eine **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer** (MwST-Nummer) angeben, wenn er eine besitzt
- (Umsatz > CHF 100'000.--):

Achtung wenn im laufenden Geschäftsjahr Umsatz zunimmt und CHF 100'000.– übersteigt: sofortige Registrierungspflicht bei EStV, Abteilung MwSt.

- UID ist heute gleich MwSt-Nummer

Impressumspflichten

- Liquidationsvermerk

- Unternehmen, die sich in der Abwicklung bzw. in der Liquidation befinden, müssen in ihr Impressum einen **Liquidationsvermerk** aufnehmen.
- Art. 725 OR: Bilanzdeponierung und Anzeigepflicht gegenüber dem Richter
- Hälfte des Aktienkapitals durch Aktiven (Bilanz) nicht mehr gedeckt, sofern keine Aussicht auf Sanierung besteht (Entscheid VR).

Impressumspflichten

- Sanktionen bei Nichtbeachtung
 - Falsches oder fehlendes Impressum sind häufig Grund für **Abmahnungen** (Konsumentenschutzverbänden, Konkurrenz) => hohe **Kosten des Prozesses (unlauterer Wettbewerb) vor ausländischen Gerichten** (Kläger: **Wettbewerbszentralen, Konsumentenschutzorganisationen oder Konkurrenten**)
 - **Ordnungswidrigkeit** nach § 16 Abs. 3 TMG: Bussgeld durch **Aufsichtsbehörde** in Höhe von bis zu € 50'000.– im Einzelfall möglich

Impressumspflichten

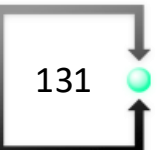
- **Unnötige und wertlose Angaben im Impressum**
 - Disclaimer
 - Urheberrechtshinweise
 - Markenrechte
 - AGB und Nutzungsbestimmungen
 - **Gehören nicht in das Impressum und sind im Übrigen wertlos.**
 - Disclaimer mit Haftungsbeschränkung bedarf der Zustimmung des Konsumenten, keine einseitige Erklärung möglich.

Produktebezeichnungen

Produktebeschreibungen

- **Grundsatz 1: alles wie im stationären Handel anführen**
- **Grundsatz 2: alle wesentlichen Merkmale der Produkte/Dienstleistungen anführen**

- Produktebilder sind verbindlich
- Ambientefotos: **Achtung bezüglich Leistungsumfang**
- Energiekennzeichnungen
- Lebensmittel gesetzliche Informationspflichten
- Textilien gesetzliche Kennzeichnungspflichten
- Kosmetikas gesetzliche Informationspflichten
- Spielzeug-Richtlinie beachten
- Batterie-Gesetz beachten
- Nahrungsmittelergänzungsrecht
- Biozid-Verordnung etc.



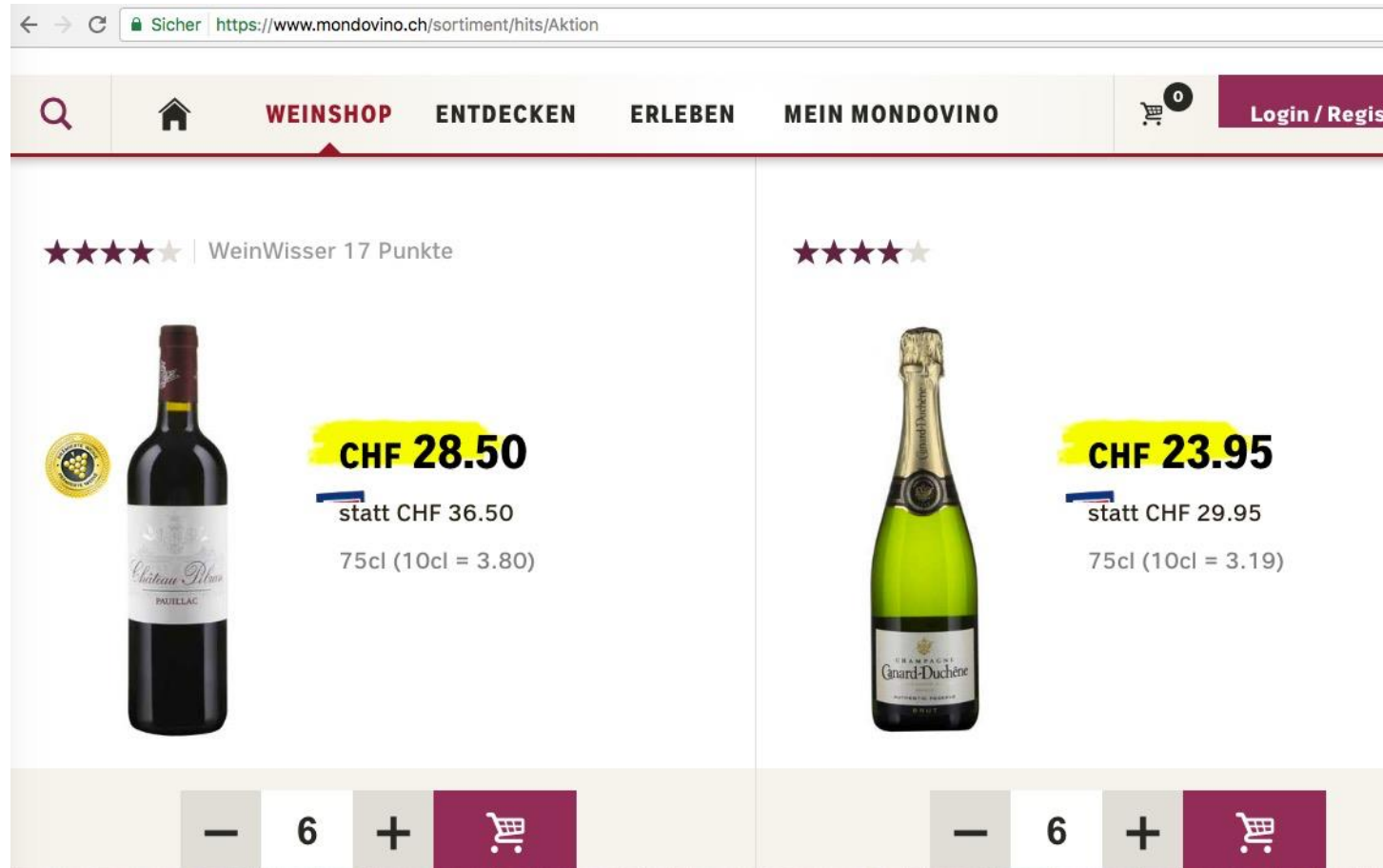
Waren und Dienstleistungen (1)

- Präsentation
 - Darlegung aller **wesentlichen Wareneigenschaften** (Haupt- und Nebeneigenschaften)
 - Hauptstichworte auf Erstauswahlseite
 - Details auf Folgeseiten (Verlinkung zulässig)
 - Zwingende Angabe nach gesetzlichen Vorschriften (z.B. Lebensmittel, Zusammensetzung)

Gleiche Anschriftspflichten wie im stationären Handel

Waren und Dienstleistungen

(2)



Bilder alleine genügen der Produktebeschreibungspflicht nicht


Waren und Dienstleistungen

(3)

- Weitere Angaben
 - Wahrheit und Klarheit
 - Aktionen auszeichnen
 - Zeitliche Beschränkungen wie beim normalen (Teil-) Ausverkauf (allenfalls mit behördlicher Bewilligung und Auflagen)
 - Warn- und Gefahrenhinweise (Kinder, Alkohol, Tabak etc.) wie im stationären Handel
 - Angebote müssen vorhanden sein / Verbindung mit Lagerhaltung (**Lockvogelangebote unzulässig**)
 - Aktionen ohne Lagerbestände wettbewerbswidrig

Waren und Dienstleistungen

(4)




21%


Château Pibran Pauillac AOC 2012


★★★★★ (7 Bewertungen)

Dunkles Rubinrot, in der Nase noch etwas verhalten, Aromen von Pflaume, Cassis und Pfingstrose, dezente Röstaromatik von Kaffee, am Gaumen für einen so jungen Bordeaux geschmeidig, mit reifbeerigen Noten und schön eingebundener Barriquenote, im Abgang zeigt sich der Cabernet mit würzigen Noten und kräftiger Struktur, sehr gut gelungen.

CHF 28.50
statt CHF 36.50
75cl (10cl = 3.80)


– 6 +  In den Warenkorb

 Zoom

 Aktion online gültig und in Ihrer Verkaufsstelle in der Westschweiz. Prüfen Sie die Verfügbarkeit in Ihrer Verkaufsstelle. [Filialen anzeigen](#)

Wein Steckbrief

Jahrgang: 2012
Genussreife: 2017 - 2025
Land: Frankreich
Region: Pauillac
Produzent: Château Pibran
Rebsorte: Cabernet Sauvignon, Merlot
Prämierung: WeinWisser: 17 Punkte
Passt zu: Grilladen, Braten, Wild, Käse, edle Fleischspeisen
Alkoholgehalt: 13%
Trinktemperatur: 16-18
Sortenrein: Nein
Ausbauart: Barrique 225lt.
Flaschenverschluss: Naturkork
Besonderes: Die Appellation Pauillac steht innerhalb des Bordeaux für kräftige, strukturbetonte Weine mit viel Tannin. Das macht die Weine dieser Appellation besonders langlebig. Mit gleich drei von den fünf premiers grand crus classés (Latour, Mouton Rothschild und Lafite Rothschild) ist Pauillac sicherlich das bekannteste Gebiet im Bordeaux.

 Teilen

Verwendung von Bildern

- **Produktebeschreibung und Bilder**
 - Verwendung nur von Abbild des zu verkaufenden Artikels und nicht ein Bild, das dem Originalprodukt lediglich ähnlich ist.
 - Ist ein Produkt erst in Entwicklung, muss bei der Bilderlegende der Hinweis erfolgen „Konstruktionszeichnung“ oder ähnlich
 - Keine Bilder verwenden die mit Urheberrechten geschützt sind
 - Keine Bilder von markengeschützten Produkten
- **Bundesgerichtshof (D) hat im Jahre 2011 entschieden, dass ein Bild ebenso wie die textliche Beschreibung verbindlich sein kann, wenn der Kunde auf eine bestimmte Eigenschaft vertraut (BGH-Urteil vom 12.1.2011 – VIII ZR 346/09)**

Produktbilder

BGH Urteil vom 12.1.2011 VIII ZR 346/09

- Produktbilder im Online-Shop sind verbindlich
- „Aufgrund der Abbildung des Fahrzeugs im Internet war das von der Verkäuferin angenommene Kaufangebot auf den Erwerb eines Fahrzeugs mit Standheizung gerichtet“.



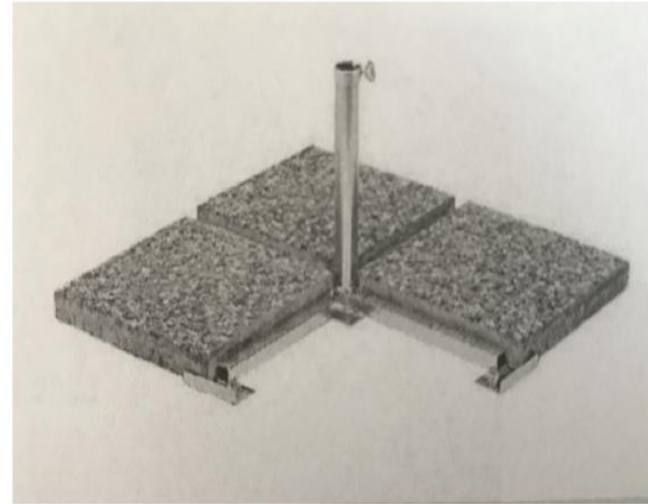
OLG Hamm Urteil vom 5.6.2014 I-4 U 152/13

- Wird mit einer blickfangmässigen Abbildung eines Produktes geworben, aber nicht alle auf dem Bild abgebildeten Gegenstände gehören zum Angebot, ist darüber in einem klaren, unmissverständlichen und am Blickfang teilhabenden Hinweis aufzuklären (**Abgrenzungsinformationspflicht**)

Produktebilder (2)

OLG Hamm Urteil vom 4.8.2015 I-4 U 66/15

- Wird auf einem Produktbild im Online-Shop ein Sonnenschirm inklusive Betonplatten abgebildet, die tatsächlich aber nicht zum Lieferumfang gehören und wird auf diesen Umstand lediglich in der Produktebeschreibung hingewiesen, handelt es sich um eine **spürbare Irreführung** über die **wesentlichen Merkmale der Ware**.



Produktbilder (3)

- Es muss eine klare Abgrenzung zwischen dem Kaufgegenstand und Ambiente-Teilen hergestellt werden.
- Mit einem „Ausgrauen“ der nicht zum Kaufgegenstand gehörenden Zusatzelemente kann diesem Erfordernis entsprochen werden.



Informationspflicht verpackte Lebensmittel

Gemäss Art. 14 Abs. 1 i.V.m. Art. 9 Abs. 1 LMIV (seit 13.12.2014) müssen folgende Angaben angeführt werden:

- Bezeichnung des Lebensmittels (wie im stationären Handel)
- Zutatenverzeichnis
- Alle im Anhang II genannten Zutaten und Erzeugnisse (Allergene)
- Menge bestimmter Zutaten oder Klassen von Zutaten
- Nettofüllmenge des Lebensmittels
- Ggf. besondere Anweisungen für die Aufbewahrung oder Verwendung
- Name oder Firma und die Anschrift des Lebensmittelunternehmens
- Ursprungs- oder Herkunftsland, soweit erforderlich (Art. 26 LMIV)
- Gebrauchsanleitung, sofern es schwierig ist, das Lebensmittel ohne eine solche angemessen zu verwenden
- Angabe des vorhandenen Alkoholgehaltes in Volumenprozenten für alkoholische Getränke mit einem Alkoholgehalt über 1.2 Volumenprozenten
- Nährwertdeklaration (**seit 13.12.2016**)
- FSK- oder USK-Artikel (z.B. Filme, Computerspiele): Strenge Anforderungen an Alterskontrolle; Lieferung darf nur unter Verwendung eines anerkannten AVS (Altersverifikationssystem - <https://www.jugendschutzbeauftragte.net/jugendschutzbeauftragter/altersverifikationssysteme/altersverifikationssysteme-avs.html>)

Unterverlinkung für diese Angaben ist zulässig (jedoch - wenn möglich – nicht mehr als 2 Unterlinks)

Lebensmittelkennzeichnung - Nährwertkennzeichnung

Allgemeine Information

Die EU-Verbraucherinformationsverordnung [Nr. 1169/2011](#) zur Lebensmittel-Kennzeichnung brachte EU-weit Neuerungen u.a. für Mindestschriftgröße, Herkunftskennzeichnung, Kalorien- und Nährwertangaben, Imitate und Allergene.

Die allgemeinen Kennzeichnungsbestimmungen müssen seit 13. Dezember 2014 angewendet werden. Die Bestimmungen über die Nährwertkennzeichnung seit 13. Dezember 2016.

Spezielle Branchen

- Elektronik
 - Deutschland hat ein Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten (**Elektro- und Elektronikgerätegesetz – ElektroG**) verabschiedet, welches am 24.10.2015 in Kraft getreten ist.
 - Trifft alle Onlineshop-Betreiber, welche mindestens 400qm Verkaufs- oder Lagerfläche aufweisen.
 - Registrierungspflicht und Informationspflichten

Spezielle Branchen

- Arzneimittel

- Im Bereich Arzneimittel sind das Heilmittelwerbegesetz (HWG) und das Arzneimittelgesetz (AMG) entscheidend.
- Vertrieb von verschreibungspflichtigen und apothekenpflichtigen Medikamenten darf nur durch einen Apotheker erfolgen.
- Spezielle Strafnormen
- Spezielle Voraussetzungen für den Versand

- **EuGH-Urteil vom 11.12.2003 – C-322/01**

Ein nationales Verbot des Medikamentenversands ins Ausland verstösst gegen das Europarecht

Textilkennzeichnung

OLG München Urteil vom 20.10.2016 6 U 2046/16

- Ein Textilerzeugnis, das als deutsche Textilfaserbezeichnung anstelle des Begriffs gemäss Anhang I Nr. 26 zur TextilKennzVo „**Polyacryl**“ den Begriff „**Acryl**“ bzw. „**Acrylic**“ aufweist, verstösst gegen das Kennzeichnungsgebot gemäss Art. 5 I, 9 I, 15 III, 16 I und III der TextilKennzVO. **Eine solche Textilkennzeichnung ist wettbewerbswidrig.**



Spezielle Branchen

- Kosmetik
 - Kosmetika werden durch die EU-Kosmetik-VO geregelt.
 - Art. 4: Jedes Kosmetikprodukt bedarf einer verantwortlichen Person im Unternehmen.
 - Kennzeichnungspflichten des Kosmetikproduktes einhalten
 - Sprachanforderungen an Beschreibungen beachten
 - Mindesthaltbarkeitsdatum angeben
 - Kein Inverkehrbringen nach Ablauf des Haltbarkeitsdatums

Spezielle Branchen

- Jugendschutz

- Onlinehändler hat das Jugendschutzgesetz (JuSchG) einzuhalten.
- Abgabe von Alkohol, Tabak, Filme und Computerspiele verboten oder eingeschränkt (16/18 Jahre für Alkohol wie in CH)
- Filme und Computerspiele müssen mit Altersbeschränkung gekennzeichnet werden.

Tipp: Zustellung nur über das Post-Ident-Verfahren (D) Identifizierung am Postschalter oder gegen Vorweisung von Pass oder ID vor Abgabe an der Haustüre

Werbefotos

Frankreich Kennzeichnungspflicht für manipulierte Fotos



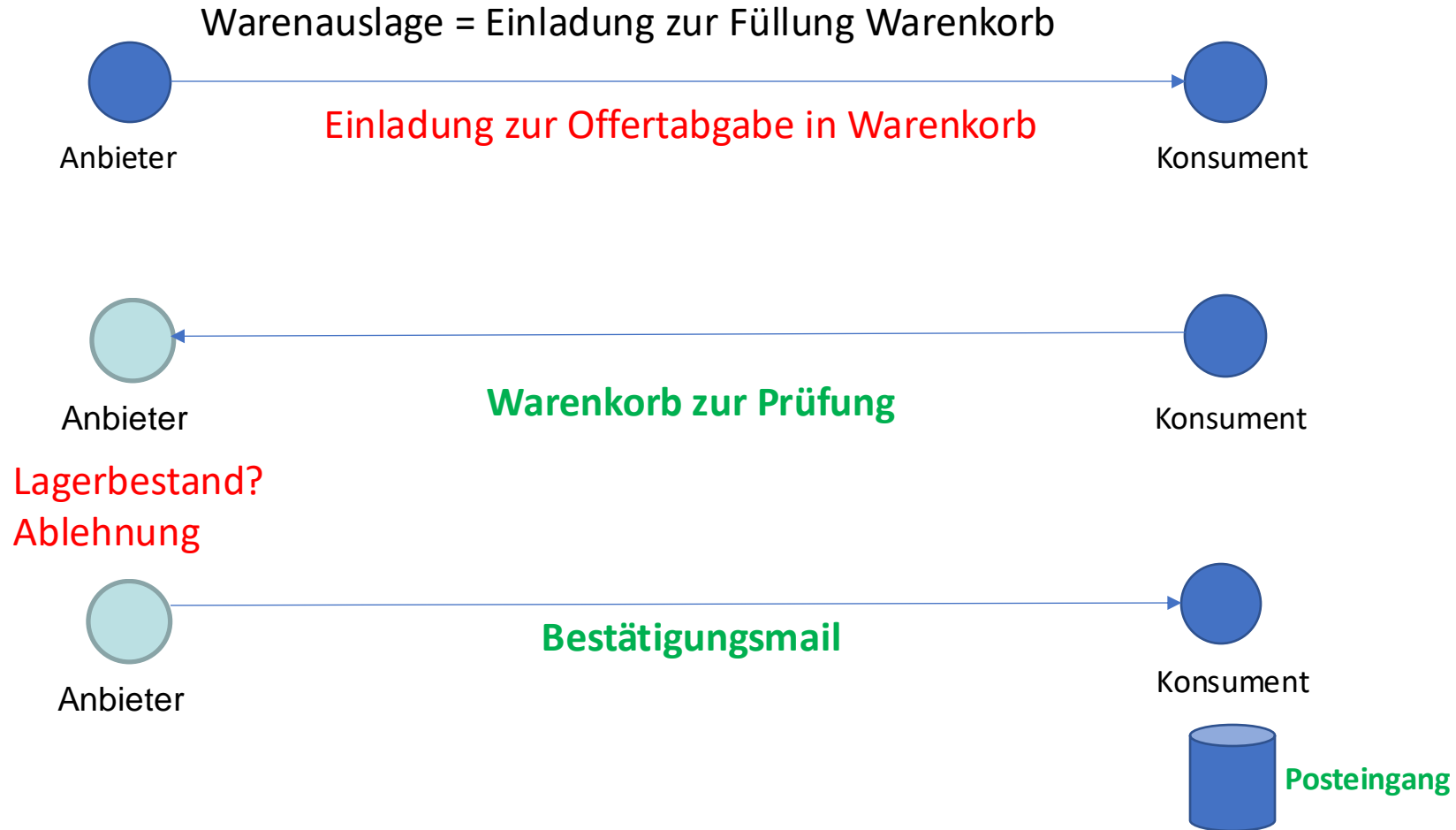
Frankreich

Ab dem **01. Oktober 2017** müssen in Frankreich Modelfotos, die mit Photoshop (oder anderen Programmen) bearbeitet wurden, gekennzeichnet werden. Egal ob männlich, weiblich, jung oder alt - wenn die Figur eines Modells nachträglich per Bildbearbeitung verändert wurde, muss das gekennzeichnet werden.

Strafe: mehrere € 10'000.00 Busse

Warenkorb und Bestätigungsmail

Warenkorb und Bestätigungsmail



Warenkorb und Bestätigungsmail

- Anforderungen an Warenkorb
 - Auflistung der bestellten Waren (Stückzahlen und Preis)
 - Korrekturmöglichkeit auf Auswahlbildschirm
 - Preisangaben mit allen Details (Nettopreis, MwSt, Zusatzkosten, Totalkosten)
 - AGB und DSB einbinden
 - Bestellbutton ganz am Schluss setzen (**Achtung: Buttongesetz D**)

Warenkorb und Bestätigungsmail

- Preisangabenverordnung D (PAngV)
 - Gegenüber dem Konsumenten müssen immer die **Endpreise** angegeben werden. Dies bedeutet, dass die Mehrwertsteuer und andere Preisbestandteile in den angegebenen Preis hineinzurechnen sind.

Wenn der Unternehmer unter Angabe von Preisen wirbt, muss er vollständige Angaben machen. Auch die Werbung in Newslettern muss sich an den Anforderungen PAngV messen lassen

BGH-Urteil vom 10.12.2009 – I ZR 149/07

Warenkorb – Fehler-Plausibilisierungen

- Vor Versand des Warenkorbes müssen
 - Fehler noch korrigiert werden können
 - Die Darstellung der Bestellung muss aktualisiert werden, wenn Bestellung geändert wurde.
- Onlineshop-Programme sollten auch Plausibilisierungen der Bestellungen hinsichtlich unsinniger Bestellungen (Anzahl) durchführen.

Warenkorb und Bestätigungsmail

- Nicht zulässig ist es, die Angaben zu Liefer- bzw. Versandkosten unter Menüpunkten wie „Allgemeine Geschäftsbedingungen“ oder „Service“ bereitzuhalten, wenn der Bestellvorgang keine Zwangsführung über die entsprechenden Seiten vorsieht.

OLG Frankfurt/Main – Urteil vom 6.3.2008 – 6 U 85/7

OLG Hamburg – Urteil vom 12.8.2005 – 5 U 187/02

Warenkorb und Bestätigungsmail

- Es reicht nicht aus, die Angaben zu Liefer- und Versandkosten erst nach Einlegen der Ware in den Warenkorb auf dem Bildschirm erscheinen zu lassen. Die Belehrung muss bereits zu einem früheren Zeitpunkt erfolgen, nämlich dann, wenn sich der Käufer mit dem Angebot näher befasst.

BGH-Urteil vom 4.10.2007 – I ZR 143/04

Warenkorb und Bestätigungsmail

- Unzureichend ist es auch, wenn Angaben zu Liefer- oder Versandkosten erst über zwei Links abgerufen werden können, die nicht deutlich bezeichnet sind.

OLG Köln – Urteil vom 7.5.2004 – 6 U 4/04

- Gleichfalls unzulässig ist es, wenn sich die Angaben am unteren Ende der Internetseite befinden und nur durch Herabscrollen sichtbar werden.

OLG Hamburg – Urteil vom 20.5.2008 – 3 U 225/07

Warenkorb und Bestätigungsmail

- Unzureichend ist es auch, wenn der Grundpreis nur dann angezeigt wird, wenn der Kunden die Computermaus über das abgebildete Produktbild bewegt (sogenannter „Mouseover-Effekt“)

LG Bochum – Urteil vom 19.6.2013 – I-13 O 69/13

- Der Grundpreis muss – ohne Verlinkung – gemeinsam mit dem Endpreis und „auf einen Blick“ wahrnehmbar sein.

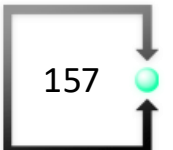
BGH-Urteil vom 26.2.2009 – I ZR 163/09

Versandkosten

Kammergericht Berlin, Beschluss vom 02.12.2015, Az.: 5 W 196/15

Online Händler sind verpflichtet, gegenüber dem Verbraucher innerhalb der EU **alle Transportkosten in die von ihnen belieferten Länder** anzugeben.

Unser Tipp: Stellen Sie in einer Übersicht die Transportkosten für die von Ihnen belieferten Länder zusammen. Weisen Sie in Ihren AGB mit Unterlegung eines Links auf diese Übersicht hin. Geben Sie in der Bestellübersicht (Check-Out Box) diesen Link auf die Transportkosten nochmals an und weisen Sie die effektiven Landesspezifischen Transportkosten im Warenkorb vor dem Kaufen-Button explizit aus.



Zahlungsmittel

- Mindestangaben

- Es muss eine **Angabe auf der Website** zu finden sein, **welche Zahlungsmittel** akzeptiert werden (Rechnung, Nachnahme, Postanweisung, Kreditkarte, Paypal etc.).
- Fallen **zusätzliche Gebühren** für die Nutzung von bestimmten Zahlungsarten an, müssen diese Gebühren **separat angegeben** werden (*Achtung: neue Zahlungsrichtlinie PSD2 ab 14.9.2019 in Kraft*)
- **Zusatzgebühren** für Zahlungsmittel **nur zulässig**, wenn dem Verbraucher **gleichzeitig eine gängige kostenlose Zahlungsmöglichkeit** eingeräumt wird (z.B. Zahlung per Lastschrift).

Lieferung - Lieferzeit

- **Lieferzeitangabe**

- Die Lieferzeit ist bei der Darstellung des Produktes verbindlich mitzuteilen (Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 7 EGBGB).
- Ein genaues Datum muss nicht angegeben werden.
- „Lieferzeit: 2-4 Tage“ ist ausreichend
- „Lieferzeit in der Regel 2-4 Tage ist unzulässig, weil Abweichungen von der Regel nicht im voraus zu erkennen sind

Sondergesetz Deutschland Button-Gesetz

Buttongesetz (D) seit 1.8.2012

Der Unternehmer hat die Bestellsituation bei einem Vertrag nach Absatz 2 Satz 1 so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet.

Erlaubte Bezeichnung sind:

Zahlungspflichtig bestellen

kostenpflichtig bestellen

Kaufen

Zahlungspflichtigen Vertrag abschließen

Weiter

Bestellen

Bestellung abschließen

Anmelden

Los

Buttongesetz (D) seit 1.8.2012

1. Warenkorb Bestimmungen ändern, ausgewählte Artikel entfernen	2. Versenden Login, Rechnungs- & Lieferadresse wählen	3. Bezahlen Versandart und Zahlungsart auswählen	4. Bestellen Bestellung ausführen	
Rechnungsadresse		Lieferadresse		
Max Mustermann Hauptstraße 21 39201 Musterstadt Deutschland		Max Mustermann Hauptstraße 21 39201 Musterstadt Deutschland		
Zahlungsart		Angaben zum Versand		
Überweisung		Standardversand (DHL)		
<input type="checkbox"/> Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.				
Ihnen steht ein 14tägiges Widerrufsrecht zu. Einzelheiten zu Ihrem Widerrufsrecht finden Sie hier.				
Hinweise zu Vertragschluss, Zahlung Korrektur von Eingabefeldern, Lieferung und Vertragssprache finden Sie hier.				
<input type="checkbox"/> Es gelten unsere Datenschutzgrundsätze				
Artikel	Einzelpreis	Menge	MwSt.	Gesamt
 Digitaler Fotorahmen Farbe: Schwarz Speicher: 16 GB inkl. Standfuß Höhe: 20 mm Breite: 250 mm Länge: 185 mm Versandzeit: 3-4 Tage Art.Nr.: 29471880DE	12,95 €	1	19%	15,99 €
Summe Artikel (netto):				12,95 €
zzgl. MwSt. 19% Betrag:				3,04 €
Summe Artikel (brutto):				15,99 €
Versandkosten (netto):				2,48 €
zzgl. MwSt. 19% Betrag:				0,47 €
Gesamtsumme:				18,94 €
<input type="button" value="Kaufen"/>				

Warenkorb und Bestätigungsmail

1 Wein im Warenkorb

Weine

	Château Pibran Pauillac AOC 2012	Einzelpreis pro Flasche (75cl) CHF 28.50 Statt CHF 36.50 (10cl = 3.80)	inkl. 21% Rabatt CHF 171.00 X
---	---	--	---

— 6 +

Versandkosten für das Weinsortiment (?)	CHF 12.90
Versandkosten gesamt	CHF 12.90

Warenwert	CHF 171.00
------------------	-------------------

Sie sparen dank Aktionen:	CHF 48.00
Differenz zu reduzierten Liefergebühren:	CHF 29.00

Alle Produkte entfernen Weiter einkaufen **Zur Kasse**

Ihre Bestellung 400382, am Freitag, 09. November 2018



Brima Modellanlagenbau GmbH <shop@brima-shop.de>

An: Lukas Fässler

AGB.pdf
141.4 KB

Privatsphäre_und_D...
152 KB

Widerrufsrecht.pdf
119.2 KB

Muster-Widerrufsfor...
112.6 KB

Alle herunterladen

Vorschau für alle

Sehr geehrter Herr Lukas Fässler ,

vielen Dank für Ihre Bestellung in unserem Online-Shop!

Ihre Bestellung:

Rechnungsadresse

Lukas Fässler
Garwidenstrasse 7
8932 Mettmenstetten
Switzerland

Lieferadresse

Lukas Fässler
Garwidenstrasse 7
8932 Mettmenstetten
Switzerland

Zahlungsmethode: PayPal

Bestellnummer: 400382
Bestelldatum: Freitag, 09.
November 2018

Kundennummer: 30183

Anzahl	Artikel	Artikel-Nr.	Einzelpreis	Gesamtpreis
1 Stück	Oberleitungsgarnitur für Schiebebühne	4000	41,97 EUR	41,97 EUR

Lieferzeit: ca. 1-3 Tage

Zwischensumme, netto: 41,97 EUR
Deutsche Post (Versand nach CH: (1 x 0.1 kg)): 18,00 EUR
Summe, netto: 59,97 EUR

Anmerkungen:

Bitte beachten Sie, dass die Lieferung in die Schweiz erfolgt und daher wohl keine deutsche MwSt geschuldet ist. Das Paket wird regelmässig an der Grenze vom Zoll herausgenommen und zurückbehalten, bis die schweizerische Mehrwertsteuer plus eine Kontrollgebühr von über CHF 24.-- bezahlt worden ist. Mit Ihren Transportkosten, die CH-Zoll- und den Postöffnungsgebühren kommt der Kauf über über CHF 100.-- zu stehen. Da möchte ich nicht noch zusätzlich die nicht geschuldete deutsche MwSt draufzahlen. Mit freundlichen Grüssen Lukas Fässler Rechtsanwalt Garwidenstrasse 7 8932 Mettmenstetten Schweiz

§ Muster-Widerrufsformular

Unser Muster-Widerrufsformular im PDF-Format: [DOWNLOAD](#)

Um die zum Download angebotenen PDF-Dateien zu öffnen, benötigen Sie ein Zusatzprogramm, wie zum Beispiel den Adobe Reader, welchen Sie im Internet kostenfrei herunterladen können. Die aktuelle Version des Adobe Readers finden Sie [hier](#).

Widerrufsrecht

Widerrufsbelehrung & Widerrufsformular

Verbrauchern steht ein Widerrufsrecht nach folgender Maßgabe zu, wobei Verbraucher jede natürliche Person ist, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können:

A. Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns (brima Modellanlagenbau GmbH, Albert-Einstein-Str. 7, 55435 Gau-Algesheim, Deutschland, Tel.: +49 (0) 67 25 / 308 211, Fax: +49 (0) 67 25 / 308 212, E-Mail: brima@brilmayer.de) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an uns zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden.

Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

Ausschluss bzw. vorzeitiges Erlöschen des Widerrufsrechts

Das Widerrufsrecht besteht nicht bei Verträgen zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.

Das Widerrufsrecht erlischt vorzeitig bei Verträgen zur Lieferung von Waren, wenn diese nach der Lieferung auf Grund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden.

Muster-Widerrufsformular

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

An:

Brima Modellanlagenbau GmbH
Uwe Brilmayer
Albert-Einstein Str 7
55443 Gau-Algesheim
Deutschland

E-Mail: Shop@brima-shop.de

Hiermit widerrufe(n) ich/wir(*) den von mir/uns(*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren(*) / die Erbringung der folgenden Dienstleistung(*):

Bestellt am (*) / erhalten am (*) _____

Name des/der Verbraucher(s)

Anschrift des/der Verbraucher(s)

Datum Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)

(*) Unzutreffendes streichen

Sondergesetz Deutschland Neue Verpackungsvorschriften

Waren und Dienstleistungen

- **Verpackungsvorschriften der EU**

- Jeder Online-Händler in D muss sich gemäss **Verpackungsverordnung** einem DUALEN ENTSORGUNGSSYSTEM anschliessen und sich registrieren lassen (z.B. grüner Punkt)
- Es dürfen ausschliesslich **Verpackungsmaterialien** verwendet werden, welche ökologisch abbaubar sind und umweltgerecht wiederverwertbar sind

Waren und Dienstleistungen

Verordnung über die Vermeidung und Verwertung von Verpackungsabfällen (Verpackungsverordnung - VerpackV)

VerpackV

Ausfertigungsdatum: 21.08.1998

Vollzitat:

"Verpackungsverordnung vom 21. August 1998 (BGBl. I S. 2379), die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 17. Juli 2014 (BGBl. I S. 1061) geändert worden ist"

Stand: Zuletzt geändert durch Art. 1 V v. 17.7.2014 I 1061

https://www.Gesetze-im-internet.de/bundesrecht/verpackv_1998/gesamt.pdf

Neues Verpackungsregime in EU

Neue Verpflichtungen ab 1.1.2019



Rücknahme Lizenzierungen

Unser Tipp: Klären Sie die Lizenzierungsbedingungen in den belieferten Zielländern ab und schliessen Sie entsprechende Lizenzverträge für die Rücknahme Ihres Verpackungsmülls.

Länderspezifische Informationen: <http://www.pro-e.org/index/html>

Influencer-Marketing



Influencer-Marketing

(1)

Für den **Konsumenten** ist **nicht ersichtlich**, ob ein Beitrag von Unternehmen bezahlte und beeinflusste Werbung ist oder ob es sich wirklich um eine Privatperson handelt, die auf einer Social-Media-Plattform ihre Informationen präsentiert und Tipps gibt.

Influencer-Marketing

(2)

Native Advertising – Influencer Marketing – Content Marketing beschreiben eine Art von Werbung, die in einer Form präsentiert wird, die der sonstigen Inhaltsstruktur einer Seite angepasst und so nur schwer von redaktionellen Artikeln zu unterscheiden ist.

Ein Unternehmen handelt **unlauter** nach UWG, wenn es **Werbung als Information tarnt**, also

- **redaktionelle Inhalte** zu Zwecken der **Verkaufsförderung finanziert (Trennungsgebot)**,
- ohne dass sich der **Zusammenhang** aus dem **Inhalt** oder der **Art der Darstellung** eindeutig ergibt (**unlauterer Vergleich**).

Influencer-Marketing

(4)

Influencerin Cathy Hummels kämpft für die Meinungsfreiheit

Veröffentlicht am 09.07.2018 | Lesedauer: 2 Minuten



Cathy Hummels postet auf Instagram regelmäßig Bilder aus ihrem Alltag. Weil sie Werbung dabei nicht ausreichend kennzeichnete, wurde sie jetzt vom „Verband Sozialer Wettbewerb“ verklagt.

Quelle: WELT/ Isabelle Bhuiyan

AUTOPLAY

Influencer-Marketing

(5)

Hummels steht im Mittelpunkt eines Zivilprozesses um das Wettbewerbsrecht, den ihre Anwälte notfalls bis zum Bundesgerichtshof ausfechten wollen. Der Verband Sozialer Wettbewerb (VSW) hatte eine einstweilige Verfügung gegen Hummels erwirkt. Der Vorwurf: Hummels mache auf Instagram verbotene Werbung – sie preise Produkte an, ohne das als Reklame zu kennzeichnen. Dagegen legten Hummels und ihre Anwälte Widerspruch ein.

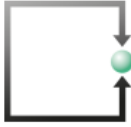


Sofern Hummels von den betreffenden Firmen keine Bezahlung oder sonstige Gegenleistung für die Nennung der Produkte erhält, hält das Gericht das für zulässig, wie die Vorsitzende Richterin Monika Rhein erklärte. „Auch wenn wir das (Influencer-Wesen) für völlig überflüssig halten, heißt das noch lange nicht, dass das gesetzlich verboten wäre“, sagte die Vorsitzende. Ein Urteil gibt es noch nicht, die Klärung im Hauptsacheverfahren steht aus.

Influencer-Marketing

#ad

- OLG Celle Entscheid vom 8.6.2017 (13 U 53/17): „die Verwendung des Hashtags #ad reicht nicht zur Kennzeichnung von Werbung aus“
- Das Gericht bejahte einen Wettbewerbsverstoss gemäss § 5 a Abs. 6 UWG (Deutschland) durch den Instagram-Post.
- Das Gericht rügt, dass der Hashtag #ad am Ende eines Beitrags und lediglich an zweiter Stelle von insgesamt sechs Hashtags („#blackfriday #ad #eyes #shopping #rabatt #40Prozent) steht und führt aus, dass ein durchschnittlicher Nutzer den Hashtag an dieser Stelle nicht unmittelbar zur Kenntnis nimmt.
- Zweifelhaft ist auch, ob Hashtags, die am Ende eines Beitrages stehen, überhaupt genügend wahrgenommen werden.
- Zudem wird der werbliche Charakter des Beitrags dadurch verschleiert, dass sich im Text Symbole wie ein lachendes Gesicht und ein Doppelherz befinden.



Rechtsanwälte
ATTORNEYS @ LAW

FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

Zugerstrasse 76b | 6340 Baar | Tel. +41 41 727 60 80 | Fax +41 41 727 60 85 | E-Mail sekretariat@fsdz.ch

Impressum Datenschutzbestimmungen

Profil Kompetenzen - Team Aktuell Publikationen Referenzen Kontakt

Rechtsberatung

« Zurück zu

Notariat

Influencerinnen vor Gericht: Ist das Werbung oder nicht?

Verfasst am 26.01.2019

Pamela Reif und Kathy Hummels, Vreni Frost oder die Stuttgarter Zwillinge Lisa und Lena: für viele junge Leute Stars auf Instagram mit Millionen von Followern. Fotos der neuesten Mode oder Tipps zur Fitness oder Vorschläge zum Essen. Jetzt sitzen beide anstatt vor ihrem PC nun vor Gericht; die Eine vor dem Landgericht Karlsruhe, die Andere vor Landgericht München und verteidigen sich gegen den Vorwurf der Schleichwerbung.

Pamela Reif, die 22 Jahre alte Karlsruherin, vertritt den klaren Standpunkt, dass nur Werbung sei, wofür sie Geld bekomme. Alles andere müsse sie auch nicht entsprechend kennzeichnen (fehlende Werbekennzeichnung).

Der Verband Sozialer Wettbewerb mit Sitz in Berlin sieht das anders und erwirkte eine Unterlassungsverfügung, über die nun vor der Kammer für Handelssachen verhandelt wurde.

Grundlage der Unterlassungsverfügungen ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. In § 5a Absatz 6 UWG-D heißt es: *"Unlauter handelt, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte."*

Gerade urteilte das Berliner Kammergericht im Fall der Influencerin Vreni Frost, dass Links auf die Instagramseiten von Unternehmen als Werbung gekennzeichnet werden müssen, es sei denn die Posts seien ein grundrechtlich geschützter redaktioneller Beitrag. (Urteil vom 8. Januar 2019, Aktenzeichen 5 U 83/18).

2014 hatten die Richter des Deutschen Bundesgerichtshofes in Karlsruhe (BGH) bereits entschieden - allerdings im Fall eines Printmediums - , dass der Zusatz **"sponsored by"** kein Ersatz für die Kennzeichnung einer Werbung als **"Anzeige"** ist (Urteil vom 6. Februar 2014, Aktenzeichen I ZR 2/11).



Jetzt anrufen 041 727 60 80
oder E-Mail schreiben

FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

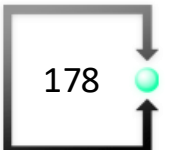
Zugerstrasse 76b
6340 Baar
Telefon +41 41 727 60 80
Fax +41 41 727 60 85
sekretariat@fsdz.ch
Karte Google Maps

Rechtsanwalt
Iic. iur. Lukas Fässler
Telefon +41 41 727 60 80
Mobile +41 79 209 24 32
faessler@fsdz.ch

Rechtsanwältin und Notarin
Iic. iur. Carmen de la Cruz Böhringer
Telefon +41 41 727 60 80
sekretariat@fsdz.ch

Assoziierte selbständige
Anwältin:

Eva Patroncini
Rüri Huster



Widerruf und Streitbeilegung



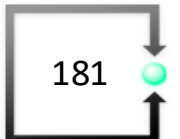
Widerruf - Allgemeines

- **Widerrufsfrist des Verbrauchers** beträgt für alle Verbrauchsgüterkäufe in der EU **14 Tage** ab Vertragsabschluss.
- **Der Verkäufer hat kein Widerrufsrecht.**
- Wird der Kunde nicht ordnungsgemäss über sein Widerrufsrecht belehrt, beginnt die Frist nicht zu laufen und erlischt erst nach 12 Monaten und 14 Tagen (§ 356 Abs. 3 BGB)

Widerruf - Allgemeines

- **Mindestanforderungen**

- **Es braucht eine Widerrufsbelehrung in der Bestätigungs-E-Mail.** Die Widerrufsbelehrung muss wortgenau aus EU-Vorlage übernommen werden.
- Dem Konsumenten muss ein **vorgegebenes Formular für den Widerruf** zur Verfügung gestellt werden.
- Der Widerruf ist an keine Bedingungen geknüpft.



Widerruf - Allgemeines

Anlage 2[1]

(zu Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 und § 2 Absatz 2 Nummer 2)

Muster für das Widerrufsformular

Muster-Widerrufsformular

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

- An [hier ist der Name, die Anschrift und gegebenenfalls die Telefaxnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmers durch den Unternehmer einzufügen]:
- Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (*)/die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*)
- Bestellt am (*)/erhalten am (*)
- Name des/der Verbraucher(s)
- Anschrift des/der Verbraucher(s)
- Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)
- Datum

(*) Unzutreffendes streichen.

Widerruf - Allgemeines

↓ **Muster für die Widerrufsbelehrung bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen mit Ausnahme von Verträgen über Finanzdienstleistungen (Anlage 1 - zu Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 2 EGBGB), gültig seit 13. Juni 2014**
(PDF, 365KB, Datei ist nicht barrierefrei)

↓ **Muster für die Widerrufsbelehrung bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen über Finanzdienstleistungen (Anlage 3 - zu Artikel 246b § 2 Absatz 3 EGBGB), gültig seit 13. Juni 2014**
(PDF, 50KB, Datei ist nicht barrierefrei)

Muster für die Widerrufsbelehrung
bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen
und bei Fernabsatzverträgen mit Ausnahme von Verträgen über Finanzdienstleistungen

Widerrufsbelehrung
Widerrufsrecht
Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.
Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag ^[1] .
Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns ^[2] mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. ^[3]
Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.
Folgen des Widerrufs
Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist. Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. ^[4]
^[5]
^[6]

Gestaltungshinweise:

- ^[1] 1. Fügen Sie einen der folgenden in Anführungszeichen gesetzten Textbausteine ein:
 - im Falle eines Dienstleistungsvertrags oder eines Vertrags über die Lieferung von Wasser, Gas oder Strom, wenn sie nicht in einem begrenzten Volumen oder in einer bestimmten Menge zum Verkauf angeboten werden, von Fernwärme

http://www.bmjv.de/DE/Themen/FinanzenUndAnlegerschutz/Musterbelehrungen/Musterbelehrungen_node.html

Widerruf - Gutschrift auf Kundenkonto

- Bundesgerichtshof Urteil vom 05-10-2005- Az, VIII ZR 382/04
 - In Bezug auf das Rückgaberecht und den **Widerruf** darf der Online-Betreiber nicht in Allgemeinen Geschäftsbedingungen festhalten, dass der Käufer nur eine Gutschrift auf sein Kundenkonto erhält und die bereits geleistete Zahlung nicht zurückerstattet erhält.
 - Wenn Geldleistungen auszugleichen sind, so ist der Gegenseite der Geldwert zurückzuzahlen. Dafür reicht eine Gutschrift nicht, da es sich dabei um ein abstraktes Schuldversprechen handelt, welches lediglich eine neue Forderung des Berechtigten gegenüber dem Verpflichtetem begründen kann.
- **Unser Tipp:** Nach einem Widerruf sind dem Verbraucher alle Geldleistungen auf seine Kreditkarte zurückzuerstatten.

Widerruf – Rückzahlungen

- Rückzahlungsfrist
 - Der Onlineshop-Betreiber muss nach Widerruf die **Rückzahlung innerhalb von 14 Tagen** vornehmen.
 - Händler darf aber bis zum Erhalt der Rücksendung oder dem Nachweis der erfolgten Rücksendung mit der Erstattung zuwarten.
 - **Rückzahlung** hat grundsätzlich mit **demselben Zahlungsmittel** zu erfolgen, das der **Kunde zur Zahlung verwendet hat**.

Ausschluss Widerruf

- **Ausschluss des Widerrufs**
 - Anfertigungen nach Kundenspezifikationen §312d IV Nr. 1 BGB
 - Audio- oder Videoaufzeichnungen, Entsiegelung § 312d Nr. 2 BGB
 - Schwankungen auf dem Finanzmarkt
 - leicht verderbliche Waren
 - Zeitschriften, Zeitungen
 - Nicht für Rücksendung geeignet (Hygieneartikel)
 - Weitere Ausschlussgründe §312d IV Nr. 6 BGB

Ausschluss Widerruf

“ „Das Widerrufsrecht besteht, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht bei Fernabsatzverträgen zur Lieferung von Waren, die nach Kundenspezifikation angefertigt werden oder eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind oder die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind oder schnell verderben können oder deren Verfalldatum überschritten würde.“ ”

Das Amtsgericht Köpenick ist dieser Linie in seiner Entscheidung vom 25.08.2010 (Az. 6 C 369/09) gefolgt. Es hat entschieden, dass der Widerruf für ein nach Kundenwünschen (mit Hilfe eines Baukastensystems) ausgestattetes Notebook nicht ausgeschlossen werden kann. Begründung: Die Konfiguration könne mit zumutbarem Aufwand rückgängig gemacht werden.

Ob für die Lieferung von Strom, Gas und Fernwärme ein Ausschluss des Widerrufsrechts besteht ist derzeit noch ungeklärt. Der Bundesgerichtshof hat diese Frage dem Europäischen Gerichtshof zur Klärung vorgelegt (Beschluss vom 18.03.2009, Az. VIII ZR 149/08).

Einen etwas skurrilen Ausflug in die Botanik mussten kürzlich die Richter des OLG Celle unternehmen: Es war zu entscheiden, ob ein im Versandhandel erworbener Baum als schnell verderbliche Ware zu betrachten und dadurch das gesetzliche Widerrufsrecht ausgeschlossen ist. Mit Blick auf die Lebenserwartung eines durchschnittlichen Baumes kam das Gericht jedoch zu dem Ergebnis dieser sei ein eher langlebiges Produkt (vgl. aktuell OLG Celle, Beschl. v. 04.12.2012, Az. 2 U 154/12).

Ausschluss Widerruf

“ „Das Widerrufsrecht besteht, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht bei Fernabsatzverträgen zur Lieferung von Audio- oder Videoaufzeichnungen oder von Software, sofern die gelieferten Datenträger vom Verbraucher entsiegelt worden sind.“ ”

“ „Mit einer "Entsiegelung" [kann] nur gemeint sein, dass die Benutzung einer auf einem Datenträger gelieferten Software erfolgt, nachdem eine erkennbar zur Wahrung eines Urheberrechts geschaffene Sperre überwunden wurde, etwa indem eine verschlossene und äußerlich durch die Aufschrift damit erkennbar "versiegelte" Hülle um eine CD-ROM geöffnet oder im Menü einer Software das Zustandekommen einer Lizenzvereinbarung zu den Bedingungen des Herstellers der Software bestätigt.“ ”

Wird Software in Form von Downloads vertrieben, so ist Nr. 1 von § 312d Abs. 4 BGB einschlägig und nicht Nr. 2. Letztere setzt einen physischen Datenträger voraus, welcher „entsiegelt“ worden ist (siehe Punkt 3). Im Fall des Downloads ist das Widerrufsrecht des Verbrauchers ausgeschlossen, da die Software weiterbenutzt werden kann und daher nicht rückstandslos zurückgegeben werden kann (BT-Drs. 14/2658, S. 44).

b) Nach dem Landgericht Dortmund ist ein „Tesafilmstreifen“ als Versiegelung nicht ausreichend (Urteil vom 26.10.2006, Az. 16 O 55/06), da dieser jederzeit wieder ersetzt beziehungsweise wiederverwendet werden kann.

Ausschluss Widerruf

Das OLG Hamburg hat bereits mit Urteil vom 20.12.2006 (Az.: 5 U 106/06) eine ähnliche Entscheidung getroffen: So kann das **Widerrufsrecht für Kontaktlinsen- und entsprechende Pflegeprodukte nicht pauschal ausgeschlossen werden**. Zwar dürfen gebrauchte Kontaktlinsen nicht ohne weiteres wieder in den Verkehr gebracht werden, aber ein pauschaler Ausschluss, welcher auch das unbedenkliche Öffnen der Umverpackung miteinschließt geht zu weit.

Ausschluss Widerruf

III. Schwankungen auf dem Finanzmarkt, aleatorischer Charakter: § 312d IV Nr. 6 BGB

Das Landgericht Wuppertal hat mit Urteil vom 26.04.2012 (Az. 9 S 205/10) entschieden, dass bei Festpreisgeschäften das Widerrufsrecht nicht nach § 312d IV Nr. 6 BGB ausgeschlossen ist.

“ Ohne dass es hierauf noch entscheidungserheblich ankäme, dürfte dem Beklagten aber auch ein Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen nach §§ 312 d Abs. 1, 355 BGB zugestanden haben. Die hierzu vertretene Ansicht, bei der **Bestellung von Heizöl sei das Widerrufsrecht nach § 312 d Abs. 4 Nr. 6 BGB ausgeschlossen,** da die Lieferung Waren zum Gegenstand habe, deren Preis auf dem Finanzmarkt Schwankungen unterliegt (so das LG Duisburg, MMR 2008, 356), **überzeugt nicht.** Zwar wird (Heiz-) Öl zweifellos an Börsen gehandelt, ebenso wie nahezu alle anderen Rohstoffe auch. Hintergrund der Regelung des § 312 d Abs. 4 Nr. 6 BGB ist jedoch, dass eine Gewährung der Widerrufsmöglichkeit mit dem aleatorischen (vom Zufall abhängigen) Charakter solcher Verträge im Widerspruch stünde (Wendehorst in Münchener Kommentar, BGB, 6. Aufl., § 312 d, Rn. 45). Das vorliegende Geschäft hat jedoch keinen derartigen aleatorischen Charakter. **Der Preis der hier bestellten konkreten Ware unterlag keinen Schwankungen, sondern war fest vereinbart.** Für beide Parteien war beim Vertragsschluss der Preis der Ware sicher vorhersehbar. Nicht sicher vorhersehbar waren lediglich die Begleitumstände, nämlich die Frage, ob der Preis zum Zeitpunkt der Lieferung noch günstig sein wird. Dies verleiht dem Geschäft jedoch keinen aleatorischen Charakter. Aus diesem Grund ist bei Festpreisgeschäften die Anwendung von § 312 d Abs. 4 Nr. 6 BGB abzulehnen (ebenso: Grüneberg in Palandt, BGB, 71. Aufl., § 312 d, Rn. 14, m. w. N.) und mithin auch auf die vorliegende Bestellung von Heizöl durch einen Endverbraucher (so auch: Wendehorst, aaO, Rn. 46). ”

Ausschluss Widerruf

IV. Ausschluss des Widerrufsrechts nach § 312 b Abs. 3 BGB

§ 312 b Abs. 3 BGB bestimmt, dass die Vorschriften über Fernabsatzverträge bei bestimmten Vertragstypen gar keine Anwendung finden. Demnach muss dem Verbraucher auch kein Widerrufsrecht eingeräumt werden bei Verträgen

- über Fernunterricht (§ 1 des Fernunterrichtsschutzgesetzes).

- über die Teilzeitnutzung von Wohngebäuden (§ 481),

- über Versicherungen sowie deren Vermittlung,

- über die Veräußerung von Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten, die Begründung, Veräußerung und Aufhebung von dinglichen Rechten an Grundstücken und grundstücksgleichen Rechten sowie über die Errichtung von Bauwerken,

- über die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs, die am Wohnsitz, am Aufenthaltsort oder am Arbeitsplatz eines Verbrauchers von Unternehmern im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten geliefert werden,

- über die Erbringung von Dienstleistungen in den Bereichen Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie Freizeitgestaltung, wenn sich der Unternehmer bei Vertragsschluss verpflichtet, die Dienstleistungen zu einem bestimmten Zeitpunkt oder innerhalb eines genau angegebenen Zeitraums zu erbringen,

Ausschluss Widerruf

1. Bahnfahrkarten

Der Kläger ersteigerte im Rahmen einer Internetauktion ein Bahnticket, welches er im Zeitraum vom 16.08. bis zum 31.10.2008 für zwei einfache Bahnfahrten verwenden konnte. Das [% Urteil id="4404" text="OLG Frankfurt (Urteil vom 15.04.2010, Az. 6 U 49/09)" %] hat entschieden, dass in diesem Fall für über das Internet vertriebene **Bahnfahrkarten kein Widerrufsrecht** eingeräumt werden müsse, da die Bereichsausnahme des § 312b Abs. 3 Nr. 6 BGB greife.

2. Zeitschriftenabonnements

Das **Hanseatische OLG** (Urteil vom 17.12.2009, Az. 3 U 55/09) hat entschieden, dass für den Abschluss eines Zeitschriftenabonnements die Ausnahme des § 312b Abs. 3 Nr. 5 BGB nicht greift. Zum einen seien Zeitschriften keine „sonstigen Haushaltsgegenstände des täglichen Bedarfs“ und zum anderen sei Voraussetzung für die Anwendbarkeit des § 312b Abs. 3 Nr. 5, dass die Lieferung durch den Unternehmer im Rahmen von häufigen und regelmäßigen Fahrten erfolge. Letzteres sei dann nicht der Fall – wenn wie hier – ein externes Unternehmen wie die Deutsche Post mit dem Transport beauftragt werde; notwendig sei der Transport durch das Unternehmen selbst.

4. Vermietung von Autos

Grundsätzlich finde § 312b Abs. 3 Nr. 6 BGB auch auf die **Vermietung von Autos** Anwendung (Urteil des AG Hamburg vom 07.06.2006, Az. 644 C 100/06), jedoch nur dann, **wenn eine bestimmte Leistungszeit vereinbart worden ist** und nicht, wenn nur ein Gutschein mit einer bestimmten Gültigkeitsdauer ausgegeben worden ist.

Streitbeilegung

ODR-Verordnung EU - Streitbeilegung

Online-Händler müssen ab 9.1.2016 eine **neue Informationspflicht** erfüllen, welche **Art. 14 ODR-Verordnung Nr. 524/2013 zwingend** vorsieht.

Online-Händler haben die neue Informationspflicht auf ihren **Webseiten und Marktplatzpräsenzen** zu erfüllen und sollten im Interesse einer maximalen Rechtssicherheit zudem ihre Rechtstexte auf den aktuellen Stand bringen.

Streitbeilegung – EU-Plattform

Weiterführende Informationen unter:

<https://ec.europa.eu/consumers/odr/main/index.cfm?event=main.home2.show&lng=DE>

Achtung: Nach einem Urteil des OLG München vom 22.09.2016 ist es erforderlich, dass Sie mittels eines "klickbaren" Links über die OS-Plattform informieren. Das bedeutet, dass der Teil der Information "www.ec.europa.eu/consumers/odr" als anklickbarer Hyperlink ausgestaltet sein muss. Eine bloße Verweisung unter Nennung des URL der OS-Plattform reicht nach der Ansicht des OLG München zur Erfüllung der Informationspflicht leider nicht aus! Achten Sie daher bitte sowohl im eigenen Onlineshop als auch bei Angeboten auf Verkaufsplattformen darauf, dass der Link auf die OS-Plattform anklickbar und funktionsfähig ist, d.h. der Verbraucher bei dessen Anklicken auch tatsächlich zur OS-Plattform geführt wird.

Streitbeilegung



Allgemeine Geschäftsbedingungen AGB Datenschutzerklärung (DSE)

AGB und DSE

(1)

- Grundsätze
 - Für den Betrieb eines Online-Shops braucht es grundsätzlich **keine** AGB. Es gilt das Kaufrecht (... des Landes des Konsumenten)
 - AGB sind einseitig (vom Anbieter meist zu seinen Gunsten) vorformulierte Vertragsbedingungen.
 - AGB unterliegen (im Ausland; insbesondere D) einer **strengen Normenkontrolle**; (in 305-310 BGB).

AGB und DSE

(2)

- OR und BGB (D) regeln das Kaufrecht generell
 - Durch AGB lassen sich – soweit gesetzlich zulässig – Abweichungen von den gesetzlichen Vorgaben erreichen (Grundsatz: Treu und Glauben; Art. 8 UWG).
 - Nicht konforme Regelungen sind rechtlich unwirksam und können nicht durchgesetzt werden.
 - AGB können insbesondere den Konsumentenschutz der EU **nicht ausser Kraft setzen.**

AGB und DSE

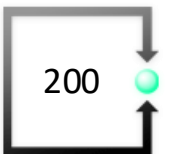
(3)

- Einbezug von AGB
 - Damit AGB überhaupt Vertragsbestandteil werden, müssen sie in den Vertrag einbezogen werden.
 - Der Händler muss den Kunden bei Vertragsschluss ausdrücklich auf die AGB hinweisen.
 - Der Händler muss dem Kunden die Möglichkeit geben, in zumutbarer Weise vom Inhalt der AGB Kenntnis zu nehmen.
 - Der Kunde muss mit der Geltung der AGB einverstanden sein.

AGB und DSE

(4)

- **Ausdrücklicher Hinweis**
 - Das Setzen eines Hyperlinks ist ausreichend.
 - **Hyperlink muss ohne Umwege zu einem Dokument oder zu einer separaten Seite mit den AGB führen.**
 - Die AGB müssen sich in unmittelbarer räumlicher und zeitlicher Nähe zum Bestellformular befinden.



AGB und DSE

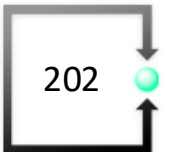
(5)

- Tipp 1: Ein Footer oder Link, von welchen aus die AGB von jeder Seite der Website aus erreichbar sind.
- Tipp 2: Es reicht nicht aus, dass der Link nur auf der Startseite des Shops angezeigt wird.
- Tipp 3: Das Bestellformular muss mit einem deutlich gestalteten und formulierten Hinweis auf die AGB versehen werden.

AGB und DSE

(6)

- Tipp 4: Dem Kunden muss es möglich sein, die AGB zur Kenntnis zu nehmen. Ein Link auf ein PDF mit den AGB reicht.
- Tipp 5: Die AGB sind mit Version und Gültigkeitsdatum (gültig ab bis Widerruf) zu versehen.
- Tipp 6: Alte AGB sind aufzubewahren (10 Jahre).
- Tipp 7: Vermeiden Sie Linkketten. Direkter Aufruf ist sicherzustellen.





AGB und DSE

(7)

- Einverständnis zu AGB
 - Der Kunde muss der Geltung der AGB **zustimmen**.
 - Mittels Checkbox über das Setzen eines Häkchens (sog. Klickkasten oder clickwrapping)
 - **Checkbox von Gesetz und Rechtsprechung zwar nicht verlangt, aber aus Beweisgründen für Onlinehändler wichtig**
 - Keine Voreinstellung des Häkchens, sondern Setzen lassen vom Kunden
 - **Checkbox darf nicht unterhalb des Bestellbuttons liegen.**

AGB und DSE

(8)



Merkliste 0
Warenkorb CHF 32.00 

- IT-Hardware
- Software & Büro
- Multimedia & HIFI
- Telefon & Elektro
- Haus & Garten
- Familie & Freizeit
- RC & Modellbau
- Musik & Instrumente

WARENKORB > LIEFERART > ADRESSE > ZAHLUNGSART >

ZUSAMMENFASSUNG

Zusammenfassung

	Bezeichnung	Artikel-Nr.	Verfügbar	Einzelpreis	Menge	Preis
	Olympia Aktensvernichter PS 36, weiss	552529	8	32.00	1	32.00
	Kleinmengenzuschlag (bis CHF 50.-)					9.00

Aktions-/Gutscheincode

Total: **CHF 41.00**
inkl. Mehrwertsteuer, Versand und Zahlungsgebühren

Rechnungsadresse
Lieferadresse
Bestellbestätigung an
Lieferart
Zahlungsart
Referenz
Bemerkung für den Verkauf

Lukas Fässler, Garwidenstrasse 7, 8932 Mettmenstetten
Lukas Fässler, Garwidenstrasse 7, 8932 Mettmenstetten
faessleranwalt@bluewin.ch
Post
Rechnung

Bestellung abschicken

Durch das Abschicken der Bestellung erkläre ich mich mit den AGB einverstanden.

AGB und DSE

(9)



Ich akzeptiere die -> allgemeinen Geschäftsbedingungen

Achtung Abmahngefahr:

Verzichten Sie auf weitergehende Klauseln wie „*ich habe die AGB gelesen und verstanden und bin mit der Geltung einverstanden...*“

Derartige Klauseln sind nach § 309 Nr. 12 b BGB (D) unwirksam, da es sich um Tatsachenbestätigungen handelt, für die ein gesetzliches Klauselverbot gilt.

AGB und DSE

(10)

- Verspäteter Hinweis
 - Wenn erst im Bestätigungsmail auf die AGB hingewiesen wird, ist das zu spät.
 - AGB würden hier nur gültig, wenn der Kunden nachträglich ausdrücklich nachweisbar den zugestellten AGB zustimmt.

- Überraschende Klauseln

- Wird in den AGB eines Software-Verkäufers eine Klausel „versteckt“, die den Käufer zur Abnahme und Bezahlung zukünftiger Updates der Software verpflichtet, so ist das eine **überraschende Klausel gemäss § 305 Abs. 1 BGB, die nicht Vertragsbestandteil wird.**
- **Dasselbe gilt, wenn sich eine Zahlungspflicht des Kunden ausschliesslich aus den AGB eines Gewinnspielanbieters ergibt (Kammergericht Urteil vom 18.9.2009, 5 U 81/07).**

- Inhalt von AGB
 - Alle AGB-Klauseln, welche im B2C-Bereich den Konsumenten schlechter stellen, dürften vor § 307 bis 309 BGB nicht Stand halten.
 - Tipp: Das Netz wimmelt von AGB mit unwirksamen Klauseln. Übernehmen Sie daher unter keinen Umständen ungeprüft die AGB eines anderen Anbieters.

- Beispiele unwirksamer Klauseln
 - Lieferfrist „.....in der Regel 1-2 Werktage....“ Es fehlt an hinreichender Bestimmtheit
OLG Bremen Urteil vom 8.9.2009 – 2 W 55/09
 - „.....der Vertrag wahlweise durch schriftliche Bestätigung (E-Mail, Fax, Brief) oder durch Versenden der Ware zustande kommt.....“
LG Leipzig Urteil vom 4.2.2010 – 8 O 1799/09

- Beispiele unwirksamer Klauseln (2)
 - „.....Die Haftung für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit ist ausgeschlossen.....“
 - Jeder Haftungsausschluss für Vorsatz, Grobe Fahrlässigkeit, Personenschäden und Produkteschäden etc. ist verboten (100 OR)
 - Die Haftung kann nur – wenn überhaupt – für leichte Fahrlässigkeit ausgeschlossen werden.
 - **Tipp: lassen Sie Ihre Haftungsbestimmungen anwaltlich überprüfen.**

- Beispiele unwirksamer Klauseln:
 - Ausschluss der Gewährleistungsrechte: Der Shopbetreiber kann durch seine AGB die gesetzlichen Gewährleistungsrechte nicht einschränken oder ausschliessen, soweit es um Neuware geht (§ 309 Nr. 8b BGB)
 - Gesetzliche Gewährleistung beträgt 2 Jahre.
 - Nur bei Gebrauchsgütern ist eine Verkürzung auf 1 Jahr zulässig.

- Unwirksame Klauseln:
 - Unwirksam sind Klauseln, die kurzfristige Preiserhöhungen vorsehen.
 - Jede Preisanpassung muss so formuliert werden, dass sie sich auf nachträgliche Kostenerhöhungen beschränkt und die Erzielung eines „zusätzlichen Gewinnes“ ausschliesst.
BGH-Urteil vom 11.10.2007 – III ZR 63/07

- Unwirksame Klauseln:
 - *„Sollte ein bestimmter Artikel nicht lieferbar sein, senden wir Ihnen in Einzelfällen einen qualitativ und preislich gleichwertigen Artikel (Ersatzartikel) zu....“*
 - BHG-Urteil vom 21.9.2005 – VIII ZR 284/04

- Unwirksame Klauseln:
 - Im B2C-Bereich trägt der Online-Shopbetreiber das Risiko für Transportschäden (§474 Abs. 4 BGB).
 - Es ist daher unzulässig, das Transportrisiko auf den Kunden abzuwälzen.
 - Ebenso unzulässig ist die Rechnungsstellung für eine Transportversicherung. Diese ist nicht nötig, weil der Anbieter das Transportrisiko trägt.

- AGB in mehreren Sprachen
 - Wenn der Onlineshop in mehreren Sprachen angeboten wird, sollten die AGB ebenfalls in mehreren Sprachen lesbar gehalten werden.
 - **Onlineshop-Betreiber** hat zu **beweisen**, dass der Konsument die AGB zur Kenntnis nehmen konnte, weil er sich darauf beruft (Art. 8 ZGB).

Rechtswahlklauseln

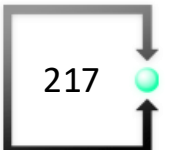
Rechtswahlklauseln

In der **Rom-1 Verordnung** der EU finden sich Regelungen zum anwendbaren Recht bei grenzüberschreitenden Verträgen.

Rechtswahlklauseln entfalten jedoch nur Wirkungen im B2B-Bereich.

Verbraucherschutznormen können durch eine Rechtswahl nicht ausgeschlossen werden. Der **Konsument kann sich immer auf das Recht seines gewöhnlichen Aufenthalts resp. Wohnsitzes berufen.**

Im B2C-Bereich bringen Rechtswahlklauseln („Es gilt Schweizerisches Recht...“) **NICHTS.**



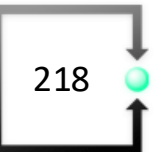
Rechtswahl in den AGB

OLG Oldenburg, Beschluss vom 23.09.2014, Az.: 6 U 113/14

Ein Online-Händler, dessen Angebote sich auch an Verbraucher im Ausland richten, darf in seinen AGB nicht ohne Weiteres die Rechtswahlklauseln "*Diese Vertragsbedingungen unterliegen deutschem Recht*" verwenden.

In den AGB muss zusätzlich der Hinweis erfolgen, dass für den Verbraucher günstigere nationale Bestimmungen davon nicht berührt sind.

Unser Tipp: Passen Sie Ihre AGB in Bezug auf die Formulierung der Rechtswahl sofort an.



Gerichtsstandsklauseln

Gerichtsstandsklauseln

Art. 23 der EU-Verordnung über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen (EuGV-VO) lässt schriftliche Gerichtsstandsvereinbarungen zu.

Gerichtsstandsklauseln entfalten jedoch nur Wirkungen im B2B-Bereich.

Der **Konsument kann nach Art. 16 EuGV-VO nur im Staat verklagt werden, in dem er seinen Wohnsitz hat.** Im B2C-Bereich bringen Gerichtsstandsklauseln (z.B. „Zuständig für alle Streitigkeiten aus diesem Vertrag sind die Gerichte am Sitz des Anbieters....“) **NICHTS.**

Urheberrechte im Online-Shop

Verwendung von Bildern

- Produktebeschreibung und Bilder
 - Verwendung nur von Abbild des zu verkaufenden Artikels und nicht ein Bild, das dem Originalprodukt lediglich ähnelt
 - Keine Bilder mit **Urheberrechten** Dritter publizieren
 - Keine Bilder von markengeschützten Produkten

- Bundesgerichtshof (D) hat im Jahre 2011 entschieden, dass ein Bild ebenso wie die textliche Beschreibung verbindlich sein kann, wenn der Kunde auf eine bestimmte Eigenschaft vertraut (BGH-Urteil vom 12.1.2011 – VIII ZR 346/09)

KANZLEI LANGE

KANZLEI FÜR GEWERBLICHEN RECHTSSCHUTZ, MEDIENRECHT UND IT-RECHT

KANZLEI LANGE · OLDEKOPSTRASSE 70 · 30659 HANNOVER

EINSCHREIBEN 0053TL-2021 14/04/2021

SCHWEIZ

- vorab per Telefax: [REDACTED]

- vorab per E-Mail: [REDACTED]

Hannover, den 14.04.2021

Unser Zeichen: 0053TL-2021 (Bitte stets angeben)

EILT!! Bitte sofort vorlegen!

Eyeland Design Network, u. a. ./ [REDACTED]
Urheberrechtsverletzung
Unterlassung

RECHTSANWALT
TIMO LANGE
FACHANWALT FÜR
GEWERBLICHEN RECHTSSCHUTZ

FACHANWALT FÜR
URHEBER- UND MEDIENRECHT

OLDEKOPSTRASSE 70
30659 HANNOVER
GERMANY

TELEFON: +49 (0) 511 - 64 20 70 -96
TELEFAX: +49 (0) 511 - 64 20 70 -99

EMAIL: INFO@KANZLEI-LANGE.INFO
INTERNET: WWW.KANZLEI-LANGE.INFO

BÜRO HANNOVER MITTE:

RUMANNSTRASSE 8
30161 HANNOVER

IN BÜROGEMEINSCHAFT MIT:

RECHTSANWALT
HANNS ZINKE
FACHANWALT FÜR
URHEBER- UND MEDIENRECHT

7. Weiterhin haben wir Sie aufzufordern, an unsere Mandanten für die bereits jetzt feststehende unberechtigte Nutzung ihrer Werke bis spätestens

Freitag, den 23.04.2021
(hier eingehend)

eine Schadensersatzzahlung in Höhe von

60.000,00 EUR

zu leisten.

Bei diesem Betrag handelt es sich ausdrücklich um ein entgegenkommendes Angebot unserer Mandanten, welche Ihnen hierdurch die Gelegenheit bieten, die Angelegenheit

8. Im Übrigen haben wir Sie aufzufordern, unseren Mandanten ebenfalls bis spätestens

Freitag, den 23.04.2021
(hier eingehend)

Ersatz der entstandenen Rechtsverfolgungskosten in Höhe von **5.018,94 EUR** zu zahlen.

Diese erforderlichen Aufwendungen sind in Form des anwaltlichen Honoraranspruchs aufgrund unserer Inanspruchnahme entstanden. Die Gebühren berechnen sich nach dem deutschen Rechtsanwaltsvergütungsgesetz (RVG) entsprechend nachstehender Aufstellung:

9. Nach alledem stehen unseren Mandanten Zahlungsansprüche gegen Sie in folgender Höhe zu:

Schadensersatz gemäß dem obenstehenden Angebot:

pauschaler Abgeltungsbetrag (statt Lizenzanalogie zzgl.
Zuschlag wegen unterlassener Urhebernennung) 60.000,00 EUR

Aufwendersersatz gemäß § 97 Abs. 3 Satz 1 UrhG:

Anwaltliches Honorar (vgl. o.) 5.018,94 EUR

Gesamtsumme: 65.018,94 EUR

Namens uns in Vollmacht unserer Mandanten fordern wir Sie auf, die vorstehende Summe bis spätestens

Freitag, den 23.04.2021
(hier eingehend)

Zusammenfassung

Zusammenfassung

- eCommerce & Online-Marketing in CH, insbesondere aber in EU (grenzüberschreitende Werbung und Kundenbedienung), unterliegen vielen und zum Teil sehr detaillierten Vorgaben.
- Diese Vorgaben müssen zwingend eingehalten werden, weil sie gesetzliche Vorgaben sind. Das Unternehmen – insbesondere VR und GL – tragen die Verantwortung für die Gesetzeskonformität in allen Ländern der Marktpräsenz und Kundenakquise.
- **Staatliche Regulierungsbehörden** (Wettbewerbsaufsichten; nationale Konsumentenschutzorganisationen) und die **Konkurrenz** (Abmahnungen und Klagen wegen Wettbewerbsverletzung und unlauterem Wettbewerb) und sowie die **Konsumenten** (mit Klagerecht am Wohnsitz) überwachen und haben sehr starke Eingriffsrechte.
- Es drohen aus den verschiedensten Rechtsgründen (neu auch Datenschutz) sehr hohe Bussen und massive Eingriffe in die Tätigkeiten der Unternehmen (auch CH-Unternehmen)



FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

Zugerstrasse 76b | 6340 Baar | Tel. +41 41 727 60 80 | Fax +41 41 727 60 85 | E-Mail sekretariat@fsdz.ch

Impressum | Datenschutzbestimmungen

- Profil
- Kompetenzen
- Team
- Aktuell
- Publikationen
- Referenzen
- Kontakt



Umsetzung der DSGVO

X Hinweis schliessen

Als Anwaltskanzlei mit Schwerpunkt vor allem im Datenschutzrecht ist uns ein verantwortungsbewusster Umgang mit Ihren personenbezogenen Daten wichtig. FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG verzichtet vollständig auf den Einsatz von Social Media-Plugins, Webanalyse-Tools und Anzeigen sowie Marketing-Tools (ohne Cookies, keine Google Analytics etc.). Sie können ohne Angabe von personenbezogenen Daten unsere Webseite besuchen.

FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG, Baar/Zug

Wir sind die Anwaltskanzlei für digitale Rechtsfragen mit den Schwerpunktgebieten

- Informatikrecht,
- IP-Recht (insbesondere Marken-, Urheber-, Lizenzrecht),
- Cyberkriminalität und Forensik Computing,
- Datenschutz und Datensicherheit,
- Submissionsrecht im Informatik-Technologiebereich.

Ferner sind wir spezialisiert in den Bereichen

- Europäisches E-Commerce-Recht für Onlineshops,
- ICT-Security und Risikomanagement
- Records Management und digitale Langzeitarchivierung sowie
- Europäisches (DSGVO) und Schweizerisches Datenschutzrecht.

Jetzt anrufen 041 727 60 80 oder E-Mail schreiben

FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

Zugerstrasse 76b
6340 Baar
Telefon +41 41 727 60 80
Fax +41 41 727 60 85
sekretariat@fsdz.ch
Karte Google Maps

Rechtsanwalt
Ic. iur. Lukas Fässler
Telefon +41 41 727 60 85
Mobile +41 79 209 24 32
faessler@fsdz.ch

Rechtsanwältin und Notarin
Ic. iur. Carmen de la Cruz Böhlinger
Telefon +41 41 727 60 80
sekretariat@fsdz.ch

Assoziierte selbständige Anwältin:

Eva Patroncini
Büro Uster
Imkerstrasse 7
Postfach 1280
CH-8610 Uster
Telefon +41 44 380 85 85
patroncini@fsdz.ch

Partnerkanzlei de la cruz beranek Rechtsanwälte AG, Zug

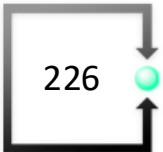
de la cruz beranek Rechtsanwälte AG
Industriestrasse 7
CH 6300 Zug
Telefon: +41 41 710 28 50
Fax: +41 41 710 90 76
E-Mail: info@goelacruzberanek.com
Website: >>>

Partnerkanzlei Lichtsteiner, Zug

Lichtsteiner Rechtsanwälte und Notare
Baarerstrasse 10
Postfach 7517
CH-6302 Zug
Telefon +41 41 726 90 00
Fax +41 41 726 90 05
info@lilaw.ch
Website: >>>

Rechtsanwältin

www.fsdz.ch





Umsetzung und Einführung DSGVO

e-comtrust international ag begleitet Ihr Unternehmen bei der Umsetzung der Vorgaben aus der DSGVO. Unsere erfahrenen ICT-Spezialisten unterstützen Sie in allen Umsetzungsphasen und finden für Ihr Unternehmen rechtskonforme Lösungen. Dabei werden die Vorgaben der DSGVO sowie des Entwurfs der Revision zum Schweizerischen Datenschutzgesetz (E-DSG) berücksichtigt. Wir gehen dabei nach unserem angepassten Vorgehensmodell vor.

Datenschutzvertreter in der Europäischen Union EU

Mit der neuen Datenschutz-Grundverordnung der EU benötigen Schweizer Onlineshop-Betreiber zwingend einen Datenschutzvertreter in der EU, wenn sie Waren in EU-Länder verkaufen. Der Vertreter muss in dem Land niedergelassen sein, in dem der Käufer wohnt und in das die Waren exportiert werden.

e-comtrust international vermittelt Schweizer Onlineshop-Betreibern einen solchen Datenschutzvertreter.

Erfahren Sie mehr dazu und bestellen Sie bei e-comtrust international Ihren Datenschutzvertreter.

- Flyer zur neuen Pflicht für CH-Online-Shopbetreiber
- Formular für die Bestellung EU-Datenschutzvertreter



Jetzt beraten lassen

+41 41 727 00 70



Webshop zertifizieren

Jetzt mehr erfahren

Aktuell bei e-comtrust

Verpackung mit Lizenz

18.10.2018 - Am 1. Januar 2019 wird das neue Verpackungsgesetz in Deutschland in Kraft treten. Welche Pflicht(en) bringt das neue Verpackungsgesetz für Online-Händler?

[» zum kompletten Artikel](#)

Impressum | erstellt durch Snapdesign

www.eu-datenschutz-vertreter.ch



When trust is on your side

HOME DIENSTLEISTUNGEN URTEILE INFO BLOG ÜBER UNS KONTAKT IMPRESSUM



Zweigniederlassung Bremen

Spezialistin für Ihre DSGVO-Anforderungen - EU-Datenschutz-Vertreter



Gestärkte Verbraucherrechte: Muster-Widerrufsbelehrungen müssen zwingend eine Servicetelefonnummer enthalten

Urteil des OLG Schleswig vom 10.1.2019 - 6 U 37/17 – Quelle: <https://www.schleswig-holstein.de/DE/Justiz/OLG/Presse/PI/201901Verbraucherrechte.html>

Muster-Widerrufsbelehrung: Bereits vorhandene Servicetelefonnummern müssen genannt werden.

Unternehmer, die Waren und Dienstleistungen über das Internet vertreiben und dabei die gesetzlich angebotene Muster-Widerrufsbelehrung verwenden, müssen in dieser Belehrung eine bereits vorhandene Servicetelefonnummer angeben. Ansonsten verstossen sie gegen obliegende Belehrungspflichten gegenüber den Verbrauchern.

Löschung in Suchmaschinen nach Unterlassungserklärung erforderlich

OLG Dresden, Urteil vom 24.4.2018, Az.: 14 U 50/18

Nach Unterzeichnung einer Unterlassungserklärung besteht die Pflicht, die abgemahnten Verstösse auch in allen Suchmaschinen entfernen zu lassen.

Gruppenarbeit

Wir prüfen in Gruppen einen oder mehrere Online-Shop auf EU-Konformität in Bezug auf folgende Anforderungen:

- Anbieterkennzeichnung und Impressumspflichten
- Produktebezeichnungen
- Einsatz von Cookies mit Sammlung von Personendaten
- Verwendung von Photographie und anderen urheberrechtlich geschützten Darstellungen
- Warenkorb (AGB-Einbindung, DSE-Einbindung inkl. Hinweise auf DS-Anlaufstellen im Ausland, clickwrapping, Button-Gesetz (D), Verpackung und Recycling)
- Bestätigungsmail (soweit möglich)
- Einsatz von Influencern (Social Media Kanäle)
- Widerruf und Widerrufsbelehrungen
- Hinweise auf Streitbeilegung
- AGB-Inhalte (Haftungsbestimmungen gemäss Art. 100 OR, Rechtswahlklauseln und Gerichtsstandsklauseln gegenüber Konsumenten)



Besten Dank

Lukas Fässler
Rechtsanwalt & Informatikexperte
FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG
Zugerstrasse 76B
6340 Baar / Zug
+41 41 727 60 80
www.fsdz.ch
faessler@fsdz.ch

