

Wer sein Unternehmen mit einer eigenen Website im Internet präsentiert, muss eine Vielzahl rechtlicher Bestimmungen beachten. Schon kleine Versäumnisse können sehr teuer werden. Bereits bei der Planung sollten Sie deshalb darauf achten, Ihre Website möglichst rechtssicher zu gestalten.



von Ingo Striepling

Achten Sie auf die Fallstricke der Website

Die eigene Website gehört heute quasi zur „Grundausstattung“ eines Unternehmens. Ob als virtuelle Visitenkarte, als weltweit sichtbare Litfaßsäule, als 24-Stunden-Verkaufstheke, als Dialogforum oder zu anderen Zwecken – die Internet-Präsenz bietet vielfältige Möglichkeiten, sich zu präsentieren und mit Kunden oder Interessenten in Kontakt zu kommen. Allerdings geschieht dies nicht im rechtsfreien Raum – wie im klassischen Geschäftsleben, sind auch im elektronischen Auftritt bestimmte Regeln einzuhalten.

Diese Regeln werden allerdings bei Planung und Gestaltung einer Website häufig nicht berücksichtigt. Man kümmert sich in erster Linie um Design und Usability (Anwenderfreundlichkeit). Der Nutzer soll ja eine einfach zu bedienende und optisch ansprechende, im Corporate Design gehaltene Website vorfinden, die ihn unmittelbar zur Kontaktaufnahme oder zum Kauf verleitet. Gedanken über die rechtlichen Aspekte macht man sich meist erst dann, wenn die erste Abmahnung eines bisher unbekanntes Mitbewerbers eintrudelt, die schon im ersten Kontakt mit erheblichen Anwaltskosten verbunden ist – oft höher als die eigentlichen Erstellungskosten des Webauftritts ...

Erster Pflichtbestandteil für jede noch so kleine Website ist ein ausführliches und leicht auffindbares Impressum. Dieses soll vollumfänglich über den Betreiber der Website informieren, so dass bei Rechtsverstößen schnell ein Ansprechpartner gefunden werden kann. Die frühere Forderung, dass das Impressum von jeder Seite aus

Globale Präsenz rund um die Uhr:

Der eigene Webauftritt kann für Unternehmen Gewinn bringend sein – allerdings nur, wenn er auch „rechtssicher“ gestaltet ist.



Foto: Bildbox

direkt anklickbar sein muss, gilt heute nicht mehr. Sie können es auch mit anderen Dokumenten, etwa unter einem Menüpunkt „Rechtliches“, zusammenfassen. Die Pflichtangaben ergeben sich momentan aus § 5 Telemediengesetz sowie den für die jeweilige Rechtsform spezifischen Gesetzen (z.B. HGB, GmbH-Gesetz).

Mindestangaben sind:

- vollständiger Vor- und Nachname des für die Website rechtlich Verantwortlichen
- ladungsfähige Anschrift (kein Postfach!)
- Telefon und Telefax
- E-Mail-Adresse
- alle Vertretungsberechtigten (bei der AG also kompletter Vorstand sowie der Aufsichtsratsvorsitzende)

Weitere Angaben für Kaufleute:

- Firma mit Rechtsform
- Registergericht
- Registernummer
- Umsatz-/Wirtschaftsidentifikationsnummer

Für das Impressum wie für alle anderen in der Folge vorgestellten Dokumente beziehungsweise Informationen gilt: Es muss eine einfache Download- und Druckmöglichkeit geben. Das Drucken ist über die Funktionen des Browsers gegeben. Zum Download stellt man am günstigsten ein pdf-Dokument zur Verfügung, da dieses am einfachsten dauerhaft gespeichert werden kann. Wichtig ist ein Link auf eine entsprechende Quelle, bei der ein kostenloser Reader für die pdf-Dokumente heruntergeladen werden kann.

Nur nebenbei sei bemerkt, dass die Website selbstverständlich keine rechtswidrigen Inhalte enthalten darf – etwa Verstöße gegen das Heilmittelwerbegesetz oder allgemeine Wettbewerbsverstöße in Form von unerlaubten Vergleichen mit Mitbewerbern.

Fremde Inhalte

Vorsicht bei der Verwendung von Fremdmaterial aus dem Internet, ob Fotos, Straßenkarten, Texten oder anderen Dokumenten. Das einfache Kopieren von Material aus fremden Auftritten ist grundsätzlich verboten. Auch das „ge-

heime“ Herunterladen von Agenturbildern für interne Zwecke ist eine heikle Angelegenheit. Einerseits werden bei den meisten Bildanbietern mittlerweile die Zugriffe protokolliert und ausgewertet und so der Verwender schnell gefunden. Andererseits existieren spezielle Programme, die Bildsignaturen und Textfolgen im Internet finden und so die illegale Verwendung von Material schnell ans Tageslicht fördern.

Selbst Google kann dafür als Notlösung verwendet werden. Geben Sie einen zentralen ganzen Satz aus Ihrer eigenen Website oder auch aus diesem Artikel einfach einmal in Anführungsstrichen in die Suchmaschine ein. Google zeigt dann innerhalb kürzester Zeit sämtliche Fundstellen dieser Phrase an. Werden tatsächlich nur Ihre Quellen gefunden?

Die illegale Verwendung von Material lohnt sich also nicht, insbesondere da Bilder bei entsprechenden Agenturen (www.fotolia.de, www.imagepoint.biz, ...) für Preise ab einem Euro ganz legal erworben und verwendet werden können. Beachten Sie dabei die jeweiligen Nutzungsbedingungen, die aber leicht einzuhalten sind.

Kontaktformular

Für Unternehmen ist es ein natürliches Bedürfnis, über die Website Daten ihrer Besucher zu generieren. Am besten natürlich alle Adressdaten bis hin zu Familienstand und Geburtsdatum, um den Besucher möglichst auch in Zukunft gezielt ansprechen zu können. Das ist auch durchaus möglich. Nur: Aufklärung muss sein.

So muss der Besucher die Möglichkeit haben, sich ausführlich über die gesammelten Daten, deren Verwendung und den Übertragungsweg (z.B. SSL-Verschlüsselung) zu informieren. Und er muss in die jeweilige Verwendung ausdrücklich einwilligen – und zwar aktiv (so genanntes *opting-in*). Die Formulierung „Sofern Sie nicht widersprechen, werden wir Ihre Daten wie folgt verwenden...“ ist nicht ausreichend. Am sichersten fahren Sie, wenn Sie den Besucher eine individuell auf die Webpräsenz abgestimmte Datenschutzerklärung bestätigen lassen.

In der Datenschutzerklärung muss etwa dargestellt sein, welche Informationen beim einfachen Besuch gesammelt werden (besuchte Seiten, Klickfolge, ...), ob Cookies verwendet werden oder welche Verschlüsselungsverfahren angewandt werden. Es empfiehlt sich auch, eine Kontaktadresse anzugeben, unter der ein Besucher die über ihn gespeicherten Daten abfragen und gegebenenfalls ändern oder löschen lassen kann.

Beim eigentlichen Kontaktformular darf es außer der E-Mail-Adresse des Besuchers keine Pflichtfelder geben. (Bei Webshops sieht das natürlich anders aus. Aber dazu gleich.) Freiwillig darf der Besucher natürlich alles preisgeben.

Haftungsausschluss

Es ist ein grundlegendes Missverständnis, dass man mit einem so genannten Disclaimer im Impressum die Haftung für externe Links ausschließen kann. Das hierfür gerne in Bezug genommene Urteil des Landgerichts Hamburg wird komplett missverstanden. Es gilt vielmehr: Wenn Sie eine fremde Seite über einen Link in Ihre Website einbinden, haften Sie auch für deren Inhalt. Sind dort zum Beispiel urheberrechtlich geschützte Inhalte missbräuchlich verwendet, können Sie wegen deren Verbreitung haftbar gemacht werden.

Für nachträgliche Änderungen auf der fremden Seite, die ja meist unbemerkt geschehen, kann das nur ausgeschlossen werden, indem jeder einzelne externe Link gleich einer Fußnote mit einem entsprechenden Symbol und einem entsprechenden Hinweis gekennzeichnet wird.

Der Webshop

Um den Problembereich nur kurz zu umreißen, sei angemerkt, dass hier die AGB- und Fernabsatzregeln des BGB (Bürgerliches Gesetzbuch) mit den Vorschriften der BGB-InfoV, der PAngV (Preisangabenverordnung), möglicherweise weiteren produktbezogenen Gesetzen, dem UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb) und den von der Rechtsprechung hierzu entwi-



Foto: Bildbox

ckelten Grundsätzen zusammenwirken. Denkbar schwierig, überhaupt den Überblick zu behalten. Entsprechend liegt die Messlatte, einen rechtssicheren Webshop zu gestalten, besonders hoch. In jedem Fall sind folgende Mindestinhalte erforderlich:

- Beschreibung zum Ablauf des Bestellvorgangs: Wann kommt der Vertrag zustande? Wann wird wie bezahlt?
- Widerrufsbelehrung mit korrekter (!) Widerrufsfrist (abhängig vom Vertragsschluss und der Vertragsart). Hierzu sollte man sich trotz aller immer noch geäußelter Kritik an dem Muster mit Erläuterungen der BGB-InfoV orientieren. Die Konsequenz einer fehlenden oder falschen Widerrufsbelehrung kann ein quasi ewiges Widerrufsrecht sein.

Ein besonderes Augenmerk sollten Sie auf die Preisangaben legen. Hier fordert das Gesetz eine möglichst genaue Angabe, die auch die Ver-

Hobe Anforderungen:

Für Online-Geschäfte gelten in Deutschland klare Regeln.

Wer einen Webshop betreibt, muss deshalb eine Vielzahl juristischer Bestimmungen beachten.

gleichbarkeit sichert. So müssen bei B-to-C-Shops die Grundpreise (sofern möglich, zum Beispiel der Preis pro Liter) sowie die Endpreise des jeweiligen Produktes (mit dem Hinweis, dass die Umsatzsteuer enthalten ist) angegeben werden.

Hinsichtlich der Versandkosten ist ein Hinweis ausreichend, dass diese überhaupt anfallen und zusätzlich berechnet werden („zzgl. Versandkosten“). Spätestens in der abschließenden Gesamtübersicht müssen sie aber in konkreter Höhe deutlich sichtbar ausgewiesen werden. Sowohl die Preisangabe als auch die Hinweise zur Umsatzsteuer und zu den Versandkosten müssen bei jedem Produkt und auf jeder Seite gut sichtbar sein.

Hat sich der Kunde nach (trotz?) allen Belehrungen entschlossen, bei Ihnen einen Auftrag zu erteilen, müssen Sie ihn nur darauf hinweisen, dass seine Daten zum Zwecke der Vertragsabwicklung gespeichert werden. Eine ausdrückliche Einwilligung ist nur dann erforderlich, wenn Sie die Daten auch zu anderen (Werbe-)Zwecken (Zusendung eines Newsletters, Kundenbefragungen, ...) nutzen wollen.

Hat der Kunde endlich den entscheidenden Klick getan, so sind Ihrerseits weitere Formalien zu beachten:

- Der Vertragstext muss in speicherbarer Form angezeigt werden. Diesen Text sollten auch Sie zu Dokumentationszwecken unbedingt archivieren.
- Dem Kunden muss eine E-Mail-Bestätigung über den Eingang der Bestellung zugesandt werden. Hier senden Sie auch noch einmal den Text der AGB und die Widerrufsbelehrung im vollständigen Text mit.

Achtung: Eine Auftragsbestätigung empfiehlt sich zu diesem Zeitpunkt aus rechtlichen Erwägungen noch nicht. Einerseits verlängern sich dadurch zwingend die Widerrufsfristen. Andererseits können Sie bei einem automatisierten Vorgang beispielsweise nicht die Lieferfähigkeit überprüfen oder entscheiden, ob Sie diesen Kunden überhaupt beliefern wollen. Daher ist bei der Formulierung größte Vorsicht zu üben.

Wenn Sie zu Ihrer Website eine Abmahnung bekommen, sollten Sie rasch reagieren. Die Fris-

ten im Bereich der Abmahnungen und Unterlassungsforderungen sind traditionell sehr kurz. Das ist durch die Gerichte auch anerkannt. Beachten Sie daher unbedingt die gesetzten Termine, da sonst gerichtliche Verfahren drohen, deren Kosten bei einer berechtigten Abmahnung zusätzlich zu tragen wären.

Abmahnung

Prüfen Sie zunächst:

- Ist der Gegner überhaupt abmahnungsbe-rechtigt? Sind Sie also im Geschäftsfeld des Abmahners tätig oder hat dieser, wie etwa Verbraucherzentralen, eine generelle Abmahnbefugnis?
- Ist die Abmahnung inhaltlich richtig? Gibt es den behaupteten Verstoß überhaupt? Hier sollten Sie unter Umständen professionelle Hilfe in Anspruch nehmen.

Achten Sie auch auf die „Preise“. Die Streitwerte liegen bei Abmahnungen je nach Verstoß zwischen 5.000 und 250.000 Euro. Daraus berechnen sich die Anwaltsgebühren. Allerdings muss der Streitwert zur Schwere des Verstoßes passen. Das hängt unter anderem von der Häufigkeit der Rechtsverletzung, dem daraus resultierenden Gewinn/Umsatz und weiteren Begleitumständen ab. Wichtig: Nehmen Sie auch bei einem gegebenen Verstoß die geforderten Summen niemals als endgültig hin. Ich habe bislang noch keinen Fall erlebt, in dem nicht ein Nachlass herausgehandelt werden konnte.

Es lohnt sich

Der Betreiber einer Website muss also auf eine Vielzahl juristischer Fallstricke achten. Verstöße gegen die Regeln können sehr teuer werden. Es lohnt sich also, bei der erstmaligen Erstellung oder bei der Optimierung der eigenen Webpräsenz die rechtlichen Aspekte wohl zu bedenken. ■

Ingo Striepling ist Rechtsanwalt und Mediator in Regensburg (www.striepling.de) sowie HelfRecht-Trainingspartner. Einer seiner juristischen Tätigkeitsschwerpunkte ist der Bereich IT-/EDV-Recht.