

22. DTB/VDT- Bundeskongress der Tennislehrer

Vortrag zum Internetrecht am 3.1.2009

Referentin: Rechtsanwältin Sonja Würz

Bei der Erstellung und Gestaltung seiner Homepage sieht sich der Ersteller mit zahlreichen rechtlichen Vorschriften konfrontiert, deren Existenz ihm oftmals gar nicht bewusst ist, deren Nichtbeachtung aber erhebliche rechtliche Konsequenzen hat und empfindliche finanzielle Folgen haben kann. Dieser Vortrag dient dazu, rechtliche Fallstricke zu erkennen und Fehler zu vermeiden.

I. Adressenvergabe – Kennung einer Homepage (Domainrecht)

1. Vergabe einer Internetadresse

- Internetadressen müssen eindeutig sein, damit der Zugang zur elektronischen Post und zur Information gewährleistet ist
- sie sind ein knappes Gut und bergen die Gefahr zahlreicher rechtlicher Konflikte

2. Formale Gestaltung des Domainnamens und Finden einer freien Domain

- Internetadressen werden auf deutscher Ebene durch die DENIC eG vergeben
- Beschaffenheit eines Domainnamens hat DENIC genau festgelegt

3. Markenrechtlicher Schutz des Domainnamens

- Registrierung und/oder Nutzung eines Domainnamens kann mit marken-, namens- oder wettbewerbsrechtlichen Vorschriften kollidieren (**Stichwort: Abmahnung**)
- Verantwortung für marken- und namensrechtliche Folgen aus Registrierung des Domainnamens liegt beim Nutzer
- doppelte Adressvergabe wird durch die DENIC nicht verhindert

a) Definition des Begriffs „Marke“ und Entstehung einer Marke

- **Marke** = unterscheidungskräftiges Zeichen, das geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden

b) Spannungsfeld Markenrecht und Domainname

- **§ 5 Abs. 1 MarkenG** (Markengesetz) schützt Unternehmenskennzeichen
- **Unternehmenskennzeichen** = Zeichen, die im geschäftlichen Verkehr als Name, Firma oder als besondere Kennzeichnung eines Geschäftsbetriebs oder eines Unternehmens dienen
- wird **Domain genutzt**, die das Kennzeichen eines anderen Unternehmens oder ein ähnliches Zeichen gemäß § 5 II 2 enthält **und besteht** dadurch eine **Verwechslungsgefahr kann der Verwender auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (betrifft konkurrierende Unternehmen)**
- **auch ohne** Verwechslungsgefahr (**also bei nicht konkurrierenden Unternehmen**) ist es Dritten **untersagt, fremde Zeichen zu benutzen**, wenn es sich um ein im Inland bekanntes Unternehmenskennzeichen handelt und dieses Zeichen durch die fremde Nutzung in seiner Unterscheidungskraft oder Wertschätzung **in unlauterer Weise ausgenutzt** (Stichwort: Rufausbeutung) **oder beeinträchtigt** wird (§ 15 Abs. 3 MarkenG)

4. Rechtsfolgen einer Markenrechtsverletzung

- handelt der Verwender bei der Nutzung des Domainnamens vorsätzlich oder fahrlässig, ist er gegenüber dem geschädigten Unternehmen nicht nur zur Unterlassung, sondern auch zum Schadensersatz verpflichtet (§ 15 Abs. 5 MarkenG)

II. Inhalt einer Website (Immaterialgüterrecht - Urheberrecht)

1. Verstöße gegen das Marken- und Urheberrecht

a) durch Meta-Tags

- Meta-Tags = Begriffe oder Schlagworte, die Suchmaschinen dabei helfen sollen, eine Internetseite zu finden; Meta-Tags werden im Head-Bereich der Website platziert und sind für normale Nutzer unsichtbar
- auch bei Wahl der Meta-Tags Vorsicht geboten, auch diese können mit den schon genannten rechtlichen Folgen gegen das Markenrecht verstoßen

b) durch Texte, Bilder, Graphiken oder Songs

- Deutsches Urheberrecht schützt so genannte Werke, also persönliche geistige Schöpfungen; Schutz tritt bereits mit der Schöpfung des Werkes ein
- unter den Schutz des Urheberrechts fallen auch selbst erstellte Webseiten, darüber hinaus u.U. auch Texte, Bilder oder Graphiken

2. Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen das Urheberrecht

- auch bei Verstoß gegen Urheberrecht drohen Abmahnungen, Unterlassungsforderungen und u.U. sehr hohe Schadensersatzforderungen; hinzu kommen können auch noch strafrechtliche Sanktionen

3. Wirksamkeit von Disclaimern

- Disclaimer = Haftungsausschlussklauseln
- pauschaler Disclaimer ist nicht dazu geeignet sich bei Verlinkung mit fremden Seiten von deren Inhalt zu distanzieren

III. Wettbewerbsrechtliche Verstöße im Internet

- Verstöße gegen Informationspflichten im Internet werden von vielen Gerichten gleichzeitig auch als wettbewerbsrechtlichen Verstoß (UWG= Gesetz gegen den Unlauteren Wettbewerb) gesehen

1. Werbung

- Verbot irreführender Werbung
 - betrifft Verfügbarkeit der Waren oder Dienstleistungen;
„sog. Lockvogelangebote“ müssen mindestens 2 Tage vorrätig sein
 - Angebote zur Verkaufsförderung müssen klar erkennbar sein und ihre Inanspruchnahme leicht zugänglich sowie klar und unzweideutig (§ 6 Abs. 1 Nr. 2 TMG)
- Verbot unzumutbarer Belästigung (Stichwort „Spam-E-Mails“
§ 6 Abs. 2 TMG verbietet die Verschleierung und Verheimlichung von Absender und Inhalt bei Werbe E-Mails

2. Impressum

- § 5 TMG begründet Impressumspflicht

- **Pflichtangaben:**
 - Name, Vorname (bei juristischen Personen zusätzlich Rechtsform)
 - Anschrift (keine Postfachadresse)
 - Telefon- und Faxnummer, E-Mail Adresse
 - Name der Unternehmensvertreter, Ansprechpartner
 - bei bestehender Eintragung ins Handels- oder Vereinsregister:
- **Gestaltung der Pflichtangaben:**
 - Angabe des Registers, der Registernummer
 - Umsatzsteuer-Identifikationsnummer, falls vergeben
 - in gleicher Sprache wie die Website
 - ohne zusätzliche Programme ausdrückbar
 - leicht erkennbar z.B. nicht in AGB versteckt
 - eigener Menüpunkt erforderlich; wie dieser zu bezeichnen ist, ist im TMG nicht festgelegt

IV. Kontakt zum Kunden (Vertragsschluss/E-Commerce Recht)

1. Kaufvertrag und AGB

- es gelten Vorschriften des BGB zum Kaufrecht, zu den allg. Geschäftsbedingungen (AGB), zu Fernabsatzverträgen und zum elektronischen Geschäftsverkehr
- AGB sollten Bestandteil eines jeden Vertrages sein
Regelungen in AGB:
 - Zahlungsbedingungen
 - Lieferbedingungen
 - Ausführungen zu Umtausch und Gewährleistungsrechten
 - Rückgaberecht
 - Haftungsausschlüsse
 - Gerichtsstand
 - Anwendbares Recht
- Wirksamwerden der AGB setzt ihre Platzierung in direktem Zusammenhang mit Vertragsabschluss voraus

2. Fernabsatzverträge

a) Informationspflichten gem. §§ 312b bis 312d BGB

- gelten für Verträge über Lieferung von Waren oder Erbringung von Dienstleistungen zwischen Unternehmer und Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln
- Verbraucher muss **vor** Bestellung über
 - geschäftlichen Zweck
 - Identität des Unternehmens
 - Wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung
 - Gesamtpreis
 - Anfallende Liefer- und Versandkosten
 - Einzelheiten der Zahlung und der Lieferung bzw. Erfüllunginformiert werden
- **Achtung: spätestens bis zur Lieferung** der Waren bzw. bis zur vollständigen Erfüllung des Vertrages muss Verbraucher die genannten Informationen über geltende Gewährleistungs- und Garantiebedingungen etc. **in Textform** mitgeteilt bekommen

b) Widerrufs- und Rückgaberecht gem. § 312d BGB i.V.m. § 355 BGB

- Verbraucher steht bei einem Fernabsatzvertrag ein Widerrufsrecht zu
- Widerruf fristgerecht und in Textform oder durch Rücksendung
- Begründung nicht erforderlich
- Widerrufsfrist grundsätzlich 2 Wochen
 - Achtung:** wenn Belehrung über Widerrufsfrist nach Vertragsschluss
 - ⇒ Widerrufsfrist = 1 Monat
 - keine Widerrufsbelehrung => Widerrufsrecht erlischt nicht!
- § 312d Abs. 1 erlaubt es, dem Verbraucher anstelle des Widerrufsrechts ein Rückgaberecht (§ 356 BGB) einzuräumen
 - Achtung:** Verbraucher muss aber klar ersehen können, ob er ein Widerrufs- oder ein Rückgaberecht hat

3. Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr

- weitere Informationspflichten nach § 312e BGB i.V.m. Informationspflichten-Verordnung, wenn sich Unternehmer beim Abschluss von Verträgen über Lieferungen von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen eines Tele- oder Mediendienstes bedient
- Verbraucher muss vor Absenden der Bestellung die Möglichkeit haben, Bestellung zu prüfen und ggf. zu korrigieren

4. Preisangabenverordnung (PAngV)

- wenn Waren nach Katalogen oder Warenlisten oder auf Bildschirmen angeboten werden
- Preise müssen unmittelbar bei den Abbildungen oder Beschreibungen der Waren oder in mit den Katalogen oder Warenlisten im Zusammenhang stehenden Preisverzeichnissen angegeben werden
- es müssen Endpreise sein
- Angabe, ob zusätzliche Versand- und Lieferkosten anfallen

V. Daten des Kunden (Datenschutzrecht)

- es gelten die §§ 4 BDSG (Bundesdatenschutzgesetz), 3 Abs. 1 TDDSG (Teledienstschutzgesetz), 12 Abs. 2 MDStV (Mediendienstestaatsvertrag)
- Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten nur erlaubt,
 - wenn gemäß Bundesdatenschutzgesetz rechtmäßig
 - oder Einwilligung des Betroffenen
- wirksame Einwilligung setzt Einsichtsfähigkeit voraus
- Einwilligung muss vor Beginn der Datenerhebung ausdrücklich und schriftlich erklärt werden (§ 4a Abs. 1 S. 3 BDSG)
- Betroffener muss zudem über Art, Umfang und Zweck der Datenverarbeitung und auf Folgen einer Verweigerung hingewiesen werden (§§ 4a Abs. 1 Satz 2 BDSG, 93 TKG, 4 Abs. 1 TDDSG)