



E-Commerce Gesetz & E-Commerce Richtlinie

Lerninhalte

- E-Commerce Gesetz – Anwendungsbereich
- E-Commerce Gesetz – Inhalt
- Begriffsbestimmungen
- Was ist der Zweck der Europäischen E-Commerce Richtlinie?
- Europäische Vorgabe

Lerninhalte

- E-Commerce Richtlinie
 - Vorschriften für Werbung
 - Vorschriften für Spam
 - Vorschriften für Online-Verträge
 - Vorschriften für Online-Bestellungen
 - Haftung der Diensteanbieter

Lerninhalte

- Bereiche der E-Commerce Richtlinie
- Bedeutung der E-Commerce Richtlinie
- Harmonisierter Bereich
- Niederlassungsprinzip
- Herkunftslandprinzip
- Binnenmarktprinzip
- Zulassungsfreiheit
- Koordinierter Bereich

Lerninhalte

- Preisauszeichnungspflicht
- Offenlegungspflicht
- Webseite & E-Mail Impressum
- Impressum für Newsletter
- Disclaimer bei E-Mails
- Zusatz zum Impressum
- Informationspflichten
- Nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation

Lerninhalte

- Werbung im Internet
- Vergleichende Werbung
- Lauterkeitsrecht
- Kommerzielle Kommunikation
- Unerbetene Nachrichten
- Elektronische Post als Massensendung
- E-Commerce Gesetz – Informationen für Vertragsabschlüsse

Lerninhalte

- Cold Calling
- Abgabe einer Vertragserklärung
- Zugang elektronischer Erklärungen
- Haftungsbefreiung für Provider
- Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Links
- Meta Tags bzw. Word-Stuffing
- Keyword Advertising

E-Commerce-Richtlinie & E-Commerce Gesetz

- **E-Commerce-Richtlinie (EC-RL)**

- **Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments** und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs im Binnenmarkt [„Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“], ABIL 178 vom 17. 7. 2000, 1.)

- **E-Commerce Gesetz (ECG)**

- **Bundesgesetz**, mit dem bestimmte rechtliche Aspekte des elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehrs geregelt werden (E-Commerce-Gesetz - ECG)

StF: [BGBl. I Nr. 152/2001](#) (NR: GP XXI [RV 817](#) [AB 853](#) [S. 83](#). BR: [AB 6499](#) [S. 682.](#))

[CELEX-Nr.: [300L0031](#)]

E-Commerce Gesetz

Anwendungsbereich

§ 1. (1) Dieses Bundesgesetz **regelt** einen **rechtlichen Rahmen** für bestimmte **Aspekte des elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehrs**

- Es behandelt die
- Zulassung von Diensteanbietern
- deren Informationspflichten
- den Abschluss von Verträgen
- die Verantwortlichkeit von Diensteanbietern
- das Herkunftslandprinzip
- die Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedstaaten im elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehr



E-Commerce Gesetz

Anwendungsbereich

§ 1 (2) Die Bestimmungen dieses Bundesgesetzes über das Herkunftslandprinzip ([§§ 20 bis 23](#)) und die Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedstaaten ([§ 25](#)) sind nur auf den Verkehr von Diensten der Informationsgesellschaft innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums anzuwenden.

§ 2. Dieses Bundesgesetz lässt Belange des Abgabewesens, des Datenschutzes und des Kartellrechts unberührt.

E-Commerce Gesetz

Inhalt

Inhaltsverzeichnis

(Anm.: wurde nicht im BGBl. kundgemacht)

1. Abschnitt

Anwendungsbereich und Begriffsbestimmungen

- § 1. Anwendungsbereich
- § 2.
- § 3. Begriffsbestimmungen

2. Abschnitt

Zulassung von Diensten der Informationsgesellschaft

- § 4. Zulassungsfreiheit

3. Abschnitt

Informationspflichten

- § 5. Allgemeine Informationen
- § 6. Informationen über kommerzielle Kommunikation
- § 7. Nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation
- § 8. Kommerzielle Kommunikation für Angehörige geregelter Berufe

4. Abschnitt

Abschluss von Verträgen

- § 9. Informationen für Vertragsabschlüsse
- § 10. Abgabe einer Vertragserklärung
- § 11. Vertragsbestimmungen und Geschäftsbedingungen
- § 12. Zugang elektronischer Erklärungen

E-Commerce Gesetz

Inhalt

5. Abschnitt

Verantwortlichkeit von Diensteanbietern

- § 13. Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Durchleitung
- § 14. Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Suchmaschinen
- § 15. Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Zwischenspeicherungen (Caching)
- § 16. Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Speicherung fremder Inhalte (Hosting)
- § 17. Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Links
- § 18. Umfang der Pflichten der Diensteanbieter
- § 19. Weitergehende Vorschriften

6. Abschnitt

Herkunftslandprinzip und Ausnahmen

- § 20. Herkunftslandprinzip
- § 21. Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip
- § 22. Abweichungen vom Herkunftslandprinzip
- § 23.

7. Abschnitt

Transparenz und Verbindung mit anderen Mitgliedstaaten

- § 24. Transparenz
- § 25. Verbindungsstelle

8. Abschnitt

Strafbestimmungen

- § 26. Verwaltungsübertretungen
- § 27. Tätige Reue

9. Abschnitt

Vollzugs- und Schlussbestimmungen

- § 28. In-Kraft-Treten
- § 29. Verweise auf andere Bundesgesetze
- § 30. Vollzug
- § 31. Hinweise auf Notifikation und Umsetzung

Begriffsbestimmungen

§3. Im Sinne des E-Commerce Gesetzes...

- **Dienst der Informationsgesellschaft**

- Ist in der Regel ein gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz auf individuellen Abruf des Empfängers bereitgestellter Dienst (§ 1 Abs. 1 Z 2 Notifikationsgesetz 1999)

• insbesondere der

- **Online-Vertrieb von Waren und Dienstleistungen**

- **Online-Informationsangebote**

- **Online-Werbung**

- **elektronische Suchmaschinen** und **Datenabfragemöglichkeiten**

- sowie **Dienste, die Informationen über ein elektronisches Netz übermitteln**, die den Zugang zu einem solchen vermitteln oder **die Informationen eines Nutzers speichern**

Begriffsbestimmungen

§3. Im Sinne des E-Commerce Gesetzes...

- **Diensteanbieter:**

- eine natürliche, juristische Person oder sonstige rechtsfähige Einrichtung,
- die einen Dienst der Informationsgesellschaft bereitstellt.

- **niedergelassener Diensteanbieter:**

- ein Diensteanbieter
- der eine Wirtschaftstätigkeit mittels einer festen Einrichtung
- auf unbestimmte Zeit tatsächlich ausübt
- wobei das Vorhandensein und die Nutzung von technischen Mitteln und Technologien, die zur Bereitstellung des Dienstes erforderlich sind, für sich allein noch keine Niederlassung des Diensteanbieters begründen;

Begriffsbestimmungen

§3. Im Sinne des E-Commerce Gesetzes...

- **Nutzer:**

- eine natürliche, juristische Person oder sonstige rechtsfähige Einrichtung,
- die zu beruflichen oder sonstigen Zwecken einen Dienst der Informationsgesellschaft in Anspruch nimmt, insbesondere um Informationen zu erlangen oder Informationen zugänglich zu machen

- **Verbraucher:**

- eine natürliche Person,
- die zu Zwecken handelt, die nicht zu ihren gewerblichen, geschäftlichen oder beruflichen Tätigkeiten gehören;

Begriffsbestimmungen

§3. Im Sinne des E-Commerce Gesetzes...

- **Kommerzielle Kommunikation:**

- Werbung und andere Formen der Kommunikation,
- die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbildes eines Unternehmens dienen, ausgenommen:
 - a) Angaben, die einen direkten Zugang zur Tätigkeit des Unternehmens ermöglichen, etwa ein Domain-Name oder eine elektronische Postadresse, sowie
 - b) unabhängig und insbesondere ohne finanzielle Gegenleistung gemachte Angaben über Waren, Dienstleistungen oder das Erscheinungsbild eines Unternehmens;

Begriffsbestimmungen

§3. Im Sinne des E-Commerce Gesetzes...

- **Mitgliedstaat:**

- ein Mitgliedstaat der Europäischen Gemeinschaft
- oder des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum;

- **Koordinierter Bereich:**

- die allgemein oder besonders für Dienste der Informationsgesellschaft und für Diensteanbieter geltenden Rechtsvorschriften
- über die Aufnahme und die Ausübung einer solchen Tätigkeit,
- insbesondere Rechtsvorschriften über die Qualifikation und das Verhalten der Diensteanbieter,
- über die Genehmigung oder Anmeldung
- sowie die Qualität und den Inhalt der Dienste der Informationsgesellschaft - einschließlich der für die Werbung und für Verträge geltenden Bestimmungen –
- und über die rechtliche Verantwortlichkeit der Diensteanbieter.

Was ist der Zweck der Europäischen E-Commerce Richtlinie?

- Die Richtlinie legt einheitliche Vorschriften in der EU im Hinblick auf verschiedene Aspekte des elektronischen Geschäftsverkehrs fest.
- Die Richtlinie sieht den Grundsatz vor, **dass Diensteanbieter nur den Regelungen** (im Hinblick auf die Aufnahme und Ausübung der Dienste) **des EU-Landes unterliegen, in dem sie ihren eingetragenen Hauptsitz haben**, nicht aber des Landes, in dem sich die von ihnen verwendeten Server, E-Mail-Adressen oder Briefkästen befinden.

Was ist der Zweck der Europäischen E-Commerce Richtlinie?

- In den Anwendungsbereich dieser Richtlinie fallen unter anderem folgende Online-Dienste:
 - **Nachrichtendienste** (z.B. Nachrichtenwebsites);
 - **Verkauf** (Bücher, Finanzdienstleistungen, Reisedienstleistungen usw.);
 - **Werbung**
 - **professionelle Dienste** (Anwälte, Ärzte, Immobilienmakler);
 - **Unterhaltungsdienste**;
 - **grundlegende Vermittlungsdienste** (Internetzugang, Übermittlung und Bereitstellung von Informationen);
 - **unentgeltliche Dienste**, die **durch Werbung, Sponsoring usw. finanziert** werden.

E-Commerce Richtlinie

Europäische Vorgabe

- Die nationalen Behörden müssen gewährleisten, dass Diensteanbieter...
- **grundlegende Informationen über ihre Tätigkeiten** (Name, Anschrift, Handelsregisternummer usw.)
- **in ständig verfügbarer** und
- **leicht zugänglicher Form veröffentlichen**

E-Commerce Richtlinie

Vorschriften für Werbung

- Die nationalen Behörden müssen sicherstellen, dass bei der Werbung bestimmte Vorschriften eingehalten werden:
 - Sie muss **klar als solche zu erkennen sein**
 - die **zuständige Person oder das verantwortliche Unternehmen muss klar identifizierbar sein**
- **Angebote zur Verkaufsförderung, Gewinnspiele oder Preisausschreiben müssen klar als solche erkennbar sein und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme** müssen **leicht zugänglich** sein sowie **klar** und **unkompliziert** angegeben werden.

E-Commerce Richtlinie

Vorschriften für Spam

- Nicht angeforderte E-Mails („Spam“) müssen ebenfalls **eindeutig identifizierbar** sein
- Spam ist auch nach § 107 TKG verboten, wenn keine Zustimmung vorliegt oder nicht zumindest ein Geschäftskontakt bestand.
- Unternehmen, die **nicht angeforderte E-Mails** übermitteln, müssen **regelmäßig** sogenannte „Robinson-Listen“ **konsultieren**, in die sich Personen eintragen können, die keine derartigen E-Mails zu erhalten wünschen und diese beachten



E-Commerce Richtlinie

Vorschriften für Online-Verträge

- Elektronische Verträge müssen in jedem EU-Land eine **gleichwertige Rechtsstellung wie schriftliche Verträge** erhalten
- Verträge und Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) müssen dem **Verbraucher so zur Verfügung gestellt werden, dass er sie speichern und ausdrucken kann**

E-Commerce Richtlinie

Vorschriften für Online-Bestellungen

- **Online-Bestellungen** sind an folgende Bestimmungen gebunden:
- Der Diensteanbieter hat den **Eingang der Bestellung des Nutzers unverzüglich und auf elektronischem Wege** (E-Mail, andere elektronische Nachricht) **zu bestätigen**
- die **Bestellung (oder Empfangsbestätigung) gilt als eingegangen, wenn der Käufer (Verbraucher) sie abrufen kann.**

E-Commerce Richtlinie

Haftung der Diensteanbieter (Vermittler)

- **Online-Diensteanbieter,**

- die als reine Durchleitung, Caching oder Hosting-Diensteanbieter handeln, **sind nicht für die Informationen, die sie übermitteln oder hosten, verantwortlich**, sofern sie bestimmte Bedingungen erfüllen.

- Die nationalen Regierungen können diesen „Vermittlern“ keine allgemeine Verpflichtung auferlegen, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder aktiv nach rechtswidrigen Tätigkeiten zu forschen und diese zu unterbinden.

E-Commerce Richtlinie

Haftung der Diensteanbieter (Vermittler)

- **Hosting-Diensteanbieter sind von der Haftung freigestellt, sofern:**
 - sie keine tatsächliche Kenntnis von der rechtswidrigen Tätigkeit oder Information haben und
 - sie unverzüglich tätig werden, sobald ihnen rechtswidrige Tätigkeiten bekannt oder bewusst werden, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren.

E-Commerce Richtlinie

- **Koordinierter Bereich**

- Binnenmarktprinzip (Art. 3)
- Grundsatz der Zulassungsfreiheit (Art. 4)

- **Harmonisierter Bereich**

- Allgemeine Informationspflicht (Art. 5)
- Kommerzielle Kommunikation (Art. 6 u. 7)
- Reglementierte Berufe (Art. 8)
- Regelung für elektronische Verträge (Art. 9 bis 11)
- Verantwortlichkeit der Vermittler (Art. 12 bis 15)
- Verhaltenskodizes (Art. 16)
- Außergerichtliche Beilegung von Streitigkeiten (Art. 17) und Klagemöglichkeiten (Art. 18)
- Zusammenarbeit zwischen Behörden (Art. 19)

Allgemeine Informationspflicht (§ 5)

Harmonisierter Bereich

- **§ 5. (1)** Ein Diensteanbieter hat **den Nutzern ständig zumindest folgende Informationen leicht und unmittelbar zugänglich zur Verfügung zu stellen**
- **Leicht und unmittelbar zugänglich machen**
 - **Name oder Firma des Diensteanbieters**
 - **geographische Anschrift der Niederlassung**
 - **Angaben für schnelle Kontaktaufnahme** (einschl. E-Mail-Adresse)
 - gegebenenfalls Firmenbuchnummer und Firmenbuchgericht
 - falls Tätigkeit Aufsicht unterliegt: zuständige Aufsichtsbehörde
 - hinsichtlich reglementierter Berufe: Kammer, Berufsverband, Berufsbezeichnung, anwendbare gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften und Zugang zu diesen
 - gegebenenfalls UID

Angaben für kommerzielle Webseiten

- **Name oder Firma**
- Unternehmensgegenstand
- Sitz (laut Firmenbuch) oder Gewerbestandort
- **volle geografische Anschrift**
- **Kontaktdaten wie E-Mailadresse, Telefon**
- Firmenbuchnummer und Firmenbuchgericht (sofern vorhanden)
- Aufsichtsbehörde (sofern vorhanden)
- Wirtschaftskammer und andere Berufsverbände, denen man angehört

Angaben für kommerzielle Webseiten

- UID-Nummer (sofern vorhanden)
- AGB in speicherbarer Form (sofern solche verwendet werden)
- Hinweis auf besondere berufsrechtliche Vorschriften (sofern vorhanden)

Achtung!

- Dieser Überblick gibt **nur die minimalen Informationspflichten** wieder, die jedenfalls auf Ihrer Website enthalten sein müssen.
- Je nach dem Inhalt Ihrer Website **können noch zusätzliche Informationspflichten bestehen**.
- Nach dem Mediengesetz gibt es auch eine Impressumspflicht (Beispiel für Impressum: siehe Beilage „Vorlage Impressum“)

Bedeutung der E-Commerce Richtlinie

- **Ziel der E-Commerce Richtlinie** ist es,
 - einen **rechtlichen Rahmen zur Sicherstellung des freien Verkehrs von Diensten der Informationsgesellschaft zwischen den Mitgliedstaaten zu schaffen**, nicht aber, den Bereich des Strafrechts als solchen zu harmonisieren.

- **Der Binnenmarkt umfasst:**
 - einen Raum ohne Binnengrenzen,
 - in dem der freie Verkehr von Waren und Dienstleistungen
 - sowie die Niederlassungsfreiheit gewährleistet sind.

Niederlassungsprinzip

- Die tatsächliche Ausübung einer wirtschaftlichen Tätigkeit mittels einer festen Einrichtung auf unbestimmte Zeit.
- Dienste der Informationsgesellschaft sind an der Quelle zu beaufsichtigen
- Diese Bedingung ist auch erfüllt, wenn ein Unternehmen für einen festgelegten Zeitraum gegründet wird
- Mitgliedstaaten können unter den in dieser Richtlinie festgelegten Bedingungen Maßnahmen ergreifen, um den freien Verkehr für Dienste der Informationsgesellschaft einzuschränken

Herkunftslandprinzip

- **Die Aufsicht über Dienste der Informationsgesellschaft**
- **hat am Herkunftsort zu erfolgen, um einen wirksamen Schutz der Ziele des Allgemeininteresses zu gewährleisten.**
- Die zuständige Behörde muss diesen Schutz nicht allein für die Bürger ihres Landes, sondern für alle Bürger der Gemeinschaft sichern.

- **Um das gegenseitige Vertrauen der Mitgliedstaaten zu fördern,**
- **muss die Verantwortlichkeit des Mitgliedstaates des Herkunftsortes der Dienste klar** herausgestellt werden.
- Um den freien Dienstleistungsverkehr und die Rechtssicherheit für Anbieter und Nutzer wirksam zu gewährleisten,
- sollten die Dienste der Informationsgesellschaft zudem dem Rechtssystem des Mitgliedstaates unterworfen werden, in dem der Anbieter niedergelassen ist.

Tipp...

Herkunftslandprinzip

- Danach **unterliegt** ein **Webseite-/Webshop-Betreiber** grundsätzlich nur den **rechtlichen Bestimmungen, die in jenem Staat bestehen, indem er seinen Unternehmenssitz hat** (§ 20 ECG)

Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip

- Von diesem Grundsatz gibt es Ausnahmen
- **Liegt eine Ausnahme vor,**
 - so hat der Diensteanbieter (Website- / Webshop-Betreiber) **auch jene Rechtsvorschriften zu beachten, die in jenem Staat bestehen, an den bzw. an dessen Staatsbürger / Unternehmen sich sein Dienst bzw. sein Angebot richtet**

Ausnahme vom Herkunftslandprinzip

= Verbraucherschutz

- Die in der Praxis bedeutsamste Ausnahme ist die Ausnahme für den Verbraucherschutz.
- Die Ausnahme vom Herkunftslandprinzip bewirkt, dass immer (auch) die Verbraucherschutzbestimmungen des Wohnsitzstaates des Verbrauchers anzuwenden sind, unabhängig davon, welche Rechtsvorschriften sonst auf das Vertragsverhältnis anzuwenden sind.
- Insbesondere bei Webshops ist daher immer das Verbraucherrecht des jeweiligen Verbraucherstaates zu beachten, das heißt, dass auch die Website mit den jeweiligen Verbraucherschutzbestimmungen kompatibel sein muss.
- Dies betrifft insbesondere die Informationspflichten und Rücktrittsrechte (Widerrufsrechte) nach der Verbraucherrechte-Richtlinie.

Binnenmarktpinzip (Art. 3)

Koordinierter Bereich

- **Niederlassungsprinzip**

- Prüfung und Kontrolle der Rechtmäßigkeit der angebotenen Dienste erfolgt „an der Quelle“

- **Herkunftslandprinzip**

- Anwendbarkeit des Rechts des Niederlassungsstaates des Diensteanbieters

- **Anwendungsbereich**

- sämtliche Vorschriften für den Zugang zu Diensten
- sämtliche Vorschriften für die Erbringung von Diensten

Was ist der Grundsatz der Zulassungsfreiheit?

- Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die **Aufnahme und die Ausübung der Tätigkeit eines Anbieters von Diensten der Informationsgesellschaft**
 - nicht zulassungspflichtig ist
 - keiner sonstigen Anforderung gleicher Wirkung unterliegt
- **Das bedeutet:**
 - nach dem E-Commerce-Gesetz bedarf die Aufnahme und die Ausübung der Tätigkeit eines Diensteanbieters der Informationsgesellschaft im Internet keiner gesonderten (zusätzlichen) behördlichen Zulassung, Bewilligung, Genehmigung oder Konzession.

Zulassungsfreiheit (Art. 4)

Koordinierter Bereich

- **Verboten**

- Zulassungsverfahren
- Zugangsvoraussetzungen
- Anforderungen gleicher Wirkung

- **Erlaubt**

- **Zulassungsverfahren, die nicht speziell und ausschließlich Dienste der Informationsgesellschaft betreffen;**
- Genehmigungen für Telekommunikationsdienste (RL 97/13/EG).

Tipp...

- Unternehmen, welche von anderen EU-Mitgliedsstaaten aus tätig werden, benötigen für einen bloßen Internetauftritt keine zusätzliche österreichische Gewerbeberechtigung (z.B. Warenvertrieb oder Kommunikationsdienstleistungen).
- Eine Berechtigung im jeweiligen Heimatstaat ist selbstverständlich erforderlich.

Ausnahmen der Zulassungsfreiheit

- Davon sind aber nicht jene Rechtsvorschriften betroffen,
 - die die Zulässigkeit der Aufnahme oder Ausübung einer geschäftlichen, gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit regeln
- **und nicht ausschließlich (bzw. besonders) für Diensteanbieter der Informationsgesellschaft gelten.**
- dementsprechend sind Tätigkeiten, welche mit Hilfe des Internet ausgeübt werden, Vorschriften wie der Gewerbeordnung unterworfen, sofern **sie gewerbsmäßig ausgeübt werden, das heißt wenn diese:**
 - selbstständig (auf eigene Rechnung und Gefahr),
 - regelmäßig (mehrmalige Ausübung oder Tätigkeit wird über einen längeren Zeitraum durchgeführt) und
 - in Gewinnabsicht (unabhängig vom tatsächlichen wirtschaftlichen Erfolg)

Preisauszeichnungsgesetz (PrAG)

Preisauszeichnungspflicht

- Gem. § 5 Abs 2 ECG ist ein Diensteanbieter verpflichtet,
- Preise so auszuzeichnen, dass sie ein durchschnittlicher Nutzer leicht lesen und zuordnen kann
- Zudem anzugeben: **ob in den Preisen Versandkosten enthalten sind, Brutto- oder Nettopreise**
- § 2 Abs 1 PrAG **verpflichtet Unternehmer zur Auszeichnung der Preise**
- sofern die Sachgüter sichtbar ausgestellt sind
- oder in den Geschäftsräumlichkeiten in anderer Weise zum Verkauf bereitgehalten werden.



Verletzung der Informationspflichten

Verletzung der in § 5 Abs 1 ECG normierten Informationspflichten stellt eine Verwaltungsübertretung gem. § 26 Abs 1 Z 1 ECG dar.

- Geldstrafe bis zu € 3.000,-
- Möglichkeit zur „tätigen Reue“ gem. § 27 ECG
- idR auch ein Verstoß gegen das UWG
- Für österreichische Unternehmen ist ein Link zum Firmen A-Z der WKÖ inkl.
- Button möglich: <http://firmena-z.wko.at>

Österreichisches E-Commerce Gütezeichen

- www.guetezeichen.at
- **Euro-Label** hilft seriöse Onlineshops sofort zu erkennen

Sicheres Online-Shopping



Seriöse Online-Shops
sind auf den ersten Blick
erkennbar!



DAS ÖSTERREICHISCHE
E-COMMERCE-GÜTEZEICHEN

Offenlegungspflicht

Informationspflichten nach dem Mediengesetz (MedienG)

- Mit der MedienG Novelle 2005 wurde das MedienG auf die Dienste des Internets ausgeweitet und es wurden neue Informationspflichten statuiert.
- Betreiber einer (auch privaten!) Website ist „Medieninhaber“ iSd § 1 Abs. 1 Z 8 MedienG.
- Gem. § 25 MedienG sind bestimmte Informationen auf einer Website ständig, leicht und unmittelbar auffindbar zur Verfügung zu stellen:
 - Namen oder Firma, Unternehmensgegenstand, Wohnort oder Sitz, Namen der vertretungsbefugten Organe des Medieninhabers, im Falle des Bestehens eines Aufsichtsrates auch dessen Mitglieder, für sämtliche der an einem Medieninhaber direkt oder indirekt beteiligten Personen die jeweiligen Eigentums-, Beteiligungs-, Anteils-, und Stimmrechtsverhältnisse -z. B. <http://orf.at/stories/orfonimpresum>

Offenlegungspflicht

Informationspflichten nach dem Mediengesetz (MedienG)

- Für eine Website, die keinen über die Darstellung des persönlichen Lebensbereichs oder die Präsentation des Medieninhabers hinausgehenden Informationsgehalt hat, der geeignet ist, die Meinungsbildung zu beeinflussen,
- sind die Informationspflichten gem. § 25 Abs. 5 MedienG eingeschränkt - nur Angabe des Namens, Wohnortes (Firmensitz), Unternehmensgegenstand

Offenlegungspflicht

Informationspflichten nach dem Mediengesetz (MedienG)

- Für ein periodisch elektronisches Medium (§ 1 Abs 1 Z 5a MedienG: wenigstens vier Mal im Kalenderjahr in vergleichbarer Gestaltung verbreitet) gilt nach § 24 Abs 3 MedienG Impressumspflicht:
 - Name oder Firma
 - Anschrift des Medieninhabers und des Herausgebers
- **Beachte:** ein Link auf eine Website, in der diese Angaben enthalten sind, ist alleine ausreichend in Österreich (nach deutscher Rechtsansicht aber nicht)
- Verletzung der Impressums- oder Offenlegungspflicht stellt gem. § 27 Abs 1 Z 1 MedienG eine Verwaltungsübertretung dar, Geldstrafe derzeit bis zu € 2.180,-

Webseite & E-Mail Impressum

UGB

Inhalte:

- **Name bzw. Firma laut Firmenbuch** (bei Einzelunternehmen beides, falls nicht ident)
- **Rechtsform** (nur bei im Firmenbuch eingetragenen Unternehmen notwendig)
 - **Sitz laut Firmenbuch** bzw. Standort der Gewerbeberechtigung
- **Firmenbuchnummer** (falls vorhanden)
 - **Firmenbuchgericht** (falls vorhanden)
- Falls Angaben über das Gesellschaftskapital gemacht werden: Stammkapital bzw. Grundkapital und Betrag nicht einbezahlter Einlagen.
- **Info:** § 14 UGB gilt für ins Firmenbuch eingetragene Unternehmen; § 63 GewO gilt für nicht ins Firmenbuch eingetragene Gewerbebetriebe.

Achtung!

Webseite und E-Mail Impressum

- Alle im Firmenbuch eingetragenen Unternehmer haben die Angaben laut UGB auf **E-Mails und auf Websites** anzuführen.
 - Die jeweilige **Rechtsform des Unternehmens** ist dabei **unerheblich**.
 - Die Angaben sind **zusätzlich zu** jenen nach **E-Commerce-Gesetz und Mediengesetz** zu machen
- Verwaltungsstrafe bis zu € 1.090,-

- Unternehmen, die **nicht im Firmenbuch** eingetragen sind, müssen die **Angaben laut UGB nicht vorsehen**.

Impressum bei E-Mails

- **Alle E-Mails haben** nach dem Unternehmensgesetzbuch (§ 14 UGB) und nach der Gewerbeordnung (§ 63 GewO)
 - **ein Impressum zu enthalten**
- Für Aussendungen, die **mindestens viermal im Kalenderjahr** in vergleichbarer Gestaltung elektronisch verbreitet werden (z.B. E-Mail-Newsletter)
 - ist nach dem Mediengesetz **direkt im Newsletter ein Impressum** anzugeben
- Darüber hinaus ist eine **Offenlegung im Newsletter selbst** oder **per Link auf eine Website** anzuführen

„Impressumspflicht“ bei E-Mails

- In Österreich befassen sich **mehrere Gesetze** mit der sogenannten „Impressumspflicht“ für E-Mails
- Die einzelnen Gesetze haben dabei **unterschiedliche Anwendungsbereiche:**
 - So gilt die betreffende Bestimmung im Unternehmensgesetzbuch (§ 14 UGB) nur für ins Firmenbuch eingetragene Unternehmen
 - die betreffende Bestimmung in der Gewerbeordnung (§ 63 GewO) gilt nur für Gewerbetreibende, die nicht ins Firmenbuch eingetragen sind
 - die betreffenden Bestimmungen im Mediengesetz (§§ 24, 25 MedienG) gelten für alle Versender von Newsletter.
 - Dazu kommen noch allfällige Ergänzungen aufgrund des Telekommunikationsgesetzes (§ 107 TKG) und des Datenschutzgesetzes (§ 25 DSGVO)

Impressum für Newsletter

Mediengesetz

- Nach dem Mediengesetz ist folgendes Impressum vorgesehen (§ 24 MedienG)
 - **Name bzw. Firma des Medieninhabers**
 - **Anschrift** (volle Postadresse) **des Medieninhabers**
- Zusätzlich hat jeder Newsletter noch den **Unternehmensgegenstand des Medieninhabers offenzulegen** (§ 25 MedienG).
 - Dieser Verpflichtung kann auch durch einen Link auf eine Website, auf der sich diese Information befindet, nachgekommen werden.
 - Anschrift des Herausgebers, falls nicht ohnehin identisch mit dem Medieninhaber

Disclaimer bei E-Mails

- **sehr viele E-Mails enthalten** sogenannte „Disclaimer“ unterschiedlichster Art
- Der Begriff **Disclaimer** wird im Internetrecht als **Fachausdruck für einen Haftungsausschluss** verwendet. Dabei kommen Disclaimer vorwiegend in E-Mails und auf Webseiten vor.
- **Meist wird formuliert**, dass es sich um ein **vertrauliches E-Mail handelt**, das **nicht weiterverschickt werden darf** oder dass **das E-Mail zurückgesendet** werden soll, **wenn es irrtümlicherweise falsch adressiert** wurde oder ähnliches

Ist ein Disclaimer notwendig bei E-Mails?

- **Derartige Disclaimer sind gesetzlich nicht notwendig, können aber zusätzlich angebracht werden**
- **Beispiel:** Diese Nachricht ist ausschließlich für die Person oder Einrichtung bestimmt, an welche die E-Mail adressiert ist. Sie könnte private, vertrauliche oder nicht zur Veröffentlichung vorgesehene Informationen beinhalten. Falls Sie nicht der beabsichtigte Empfänger sind, ist es Ihnen nicht erlaubt, die Informationen zu vervielfältigen, zu verteilen oder sonstige in diesem Zusammenhang stehende Handlung vorzunehmen. Falls Sie diese E-Mail irrtümlich erhalten haben, benachrichtigen Sie uns bitte sofort per E-Mail über xx@yy.com.

Zusatz zum Impressum

Telekommunikationsgesetz (TKG)

- Das TKG selbst kennt **keine Impressumspflichten**.
- Das TKG **regelt** vielmehr, **unter welchen Voraussetzungen Massen E-Mails und Werbe E-Mails überhaupt zugesendet werden dürfen** (§ 107 TKG).

Informationspflichten

Kommerzielle Kommunikation (§ 6)

- **§ 6. (1)** Ein Diensteanbieter hat dafür **zu sorgen, dass eine kommerzielle Kommunikation, die Bestandteil eines Dienstes der Informationsgesellschaft ist oder einen solchen Dienst darstellt**
 - **klar und eindeutig** als solche erkennbar ist (= Kennzeichnung als kommerzielle Kommunikation)
 - die natürliche oder juristische Person, die die kommerzielle Kommunikation in Auftrag gegeben hat, erkennen lässt (= Identifikation des Auftraggebers)
 - Angebote zur Absatzförderung wie etwa Zugaben und Geschenke als solche erkennen lässt und einen einfachen Zugang zu den Bedingungen für ihre Inanspruchnahme enthält sowie
 - Preisausschreiben und Gewinnspiele als solche erkennen lässt und einen einfachen Zugang zu den Teilnahmebedingungen enthält

Informationspflichten

Kommerzielle Kommunikation (§ 6)

- **§ 6 (2)** Sonstige Informationspflichten für kommerzielle Kommunikation sowie Rechtsvorschriften über die Zulässigkeit von Angeboten zur Absatzförderung und von Preisausschreiben und Gewinnspielen bleiben unberührt

Nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation (§ 7)

- **§ 7. (1)** Ein Diensteanbieter, der eine kommerzielle Kommunikation zulässigerweise ohne vorherige Zustimmung des Empfängers mittels elektronischer Post versendet
 - hat dafür zu sorgen, dass die kommerzielle Kommunikation bei ihrem Eingang beim Nutzer klar und eindeutig als solche erkennbar ist

- **§ 7 (2)** Die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) hat eine Liste zu führen
 - in die sich diejenigen Personen und Unternehmen kostenlos eintragen können
 - die für sich die Zusendung kommerzieller Kommunikation im Weg der elektronischen Post ausgeschlossen haben
 - Die in Abs. 1 genannten Diensteanbieter haben diese Liste zu beachten

E-Commerce Gesetz (§ 7)

- **Jedes Werbe-Mail muss eine OPT-Out-Möglichkeit haben**

Microsoft: „Wenn Sie keine weiteren E-Mails von dieser MSN-Gruppe mehr erhalten möchten oder wenn Sie diese Nachricht irrtümlich erhalten haben, klicken Sie bitte unten auf den Link "Entfernen". Klicken Sie auf der voradressierten E-Mail einfach auf "Senden". Ihre E-Mail-Adresse wird dann aus der Verteilerliste dieser Gruppe entfernt. [Entfernen Sie meine E-Mail-Adresse aus ALTENPFLEGE-PLATTFORM.](#)“

- Möglichkeit zur **kostenlosen Eintragung in die Robinson-Liste der RTR-GmbH** (für Postsendungen gibt es zudem eine von der WKO geführte Liste)

RTR-Website: „Senden Sie eine E-Mail, bei der die einzutragende E-Mail-Adresse als **Absender** aufscheint, an eintragen@ecg.rtr.at. Sie erhalten kurz darauf eine E-Mail, in der Sie zur Bestätigung aufgefordert werden. Wenn Sie diese E-Mail beantworten, wird Ihre E-Mail-Adresse eingetragen.“

Werbung im Internet

• Pull-Werbung vs. Push-Werbung

- Kommerzielle Kommunikation nicht nur Werbung im engeren Sinne, **sondern alle Kommunikationsformen, die der – unmittelbaren und mittelbaren – Absatzförderung oder dem Erscheinungsbild eines Unternehmens dienen** (§ 3 Z 6 ECG)
- Banner, von einem Unternehmen gesponserte Testberichte, reine PR Maßnahmen, Zugaben, Geschenke, Gewinnspiele. Nicht aber: alleinige Angabe eines Domain Namens oder einer E-Mail Adresse

• Informations- und Kennzeichnungspflicht

- Nach § 6 Abs 1 ECG hat ein Diensteanbieter dafür zu sorgen, dass **kommerzielle Kommunikation klar und transparent gestaltet** und insbesondere **als solche zu erkennen ist**.

Vergleichende Werbung



• 2.4 Gigahertz
• 256 MB Arbeitsspeicher




Werbepreis € 1.299,-
+ Versandgebühr € 75,-

1.374€

Dell™ GeForce4 PC Dimension™ 8200
Intel® Pentium® 4 Prozessor, 2,40 GHz, Intel® 850 Chipset mit 400 oder 533 MHz PSB, 256 MB PC 800 Dual Channel SDRAM 400 MHz, 80 GB Ultra ATA-100 Festplatte 7200 UtpM, 64 MB Nvidia GeForce4 Ti4200 Grafikkarte (DV & TV-out), 16x DVD-ROM Laufwerk, 40x / 16x / 40x CD-RW Laufwerk, Creative Labs SoundBlaster Live! Value PC Soundkarte, Harman Kardom HK 395 Stereo Aktiv Lautsprecher inkl. Subwoofer, Dell™ Tastatur, MS Intelli Mouse, 3,5" Floppy, 4x USB, Microsoft® Windows® XP Home Edition (CEM) auf Recovery CD, Microsoft® Works 5.0 (CEM), Norton Anti Virus 2002 CEM, 1 Jahr Abschalt-Reparatur-Service.



← 2.53 Gigahertz
← 512 MB Arbeitsspeicher




Werbepreis € 1.099,-
+ Mitnahmegebühr € 0,-

1099.-

HighClass P25351-512-90-64
Intel® Pentium® 4 Prozessor 3,53 GHz, 512 MB DDR-2-RAM Arbeitsspeicher, 80 GB Festplatte, ATI RADEON™ 9000 VIVO mit 64 MB DDR-2-AM, Stereo Sound, 16fach DVD-ROM, CD-RW-Brenner mit 32fach Schreiben, 16fach Wandlerbeschrieben und 40fach Lesen, 10/100 MB LAN-Anschluss, FireWire, USB 2.0, optischer Digitalausgang (S/PDIF), kabellose Tastatur und Maus, 60x Modem, 2x Motorola Herstellergarantie, Art.Nr.: 300 9944

Microsoft Betriebssystem: Windows XP Home Edition CEM bereits vorinstalliert
Professionelle Beratung bei Installationen oder Windows XP
Systemkomponenten erhältlich Star Office 5.2x CEM, die korrekten Office-Software, gemäß Herstellerempfehlung, Macro Paket freigegeben

ANWISCHEN NUR: www.mediamarkt.de
ANWISCHEN WEST: www.mediamarkt.de
ANWISCHEN SÜD: www.mediamarkt.de
ANWISCHEN OST: www.mediamarkt.de



DVD • VIDEO • TV • HI-FI • COMPUTER • FOTO • CD • TELEKOMMUNIKATION • ELEKTRO

PREISVERGLEICH



MICHAEL KORS



Gekauft am 14.06.2014, Weis, Backergasse 20
Fassung: Michael Kors MK 209-240
Gläser: Kunststoff-Selbstbrücker
Typ: ETX Nano
R: -0,25 cyl. + 0,50
L: -0,50 cyl. + 0,75
Hersteller: Rodenstock

364,90

**Hartlauer
45%
günstiger**





MICHAEL KORS

Fassung: Michael Kors MK 209 240
Gläser: Kunststoff-Selbstbrücker
Super ETX Nano
R: -0,25 cyl. + 0,50
L: -0,50 cyl. + 0,75
Hersteller: SWISS OPTIC

199,-

Hartlauer.at **Go! beraten bei FOTO, HANDY, OPTIK, und HÖRGERÄTEN.**

Vergleichende Werbung ist zulässig, wenn sie...

- nicht irreführend ist
- Waren bzw. Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung vergleicht
- objektiv eine oder mehrere wesentliche, nachprüfbare, und typische Eigenschaften vergleicht
- weder Marken, Handelsnamen, Verhältnisse, Waren oder Dienstleistungen des Mitbewerbers herabsetzt
- den guten Ruf des Mitbewerbers nicht ausnutzt
- keine Imitationen darstellt

Lauterkeitsrecht

- **Das Lauterkeitsrecht will den freien und lauteren (früher sagte man „nicht sittenwidrigen“) unverfälschten Wettbewerb schützen**
 - was insbesondere im Bereich Marketing (aggressive Geschäftspraktik, Irreführung, Behinderung, Herabsetzung, Ausbeutung, Vorsprung durch Rechtsbruch, etc.) von Relevanz ist.
- **Das Lauterkeitsrecht ist in Österreich im Wesentlichen im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt.**

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

UWG

- Über das UWG sind unter Umständen auch die zahlreichen in anderen Gesetzen normierten Werbebeschränkungen oder gar –verbote sanktioniert
- z.B. Beschränkungen im Tabakgesetz, Arzneimittelgesetz, Health Claims Verordnung, ORF-Gesetz, Telekommunikationsgesetz („Spam-Verbote“), Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz, Privatradiogesetz, uva. Auch viele sonstige Verletzungen von Vorschriften durch Mitbewerber können über das UWG untersagt werden.
- Ausdrücklich geschützt werden durch das UWG auch das Berufs- und Geschäftsgeheimnis.

Verletzung des UWG

- Im Fall der Verletzung des UWG können Betroffene, Mitbewerber aber auch durch das UWG aktivlegitimierte Verbände und Institutionen insbesondere
 - auf Unterlassung der verletzenden Handlung,
 - auf Beseitigung (unter Umständen auch Widerruf)
 - verschuldensabhängig auf Schadenersatz
 - auf Urteilsveröffentlichung klagen
- Der Anspruch auf Unterlassung kann mittels einstweiliger Verfügung durchgesetzt werden.
- Das UWG sieht auch gerichtliche Straftatbestände vor

Achtung!

Verletzung des UWG

- **Wichtig ist, dass Unterlassungsansprüche binnen sechs Monaten nach der Beendigung der Verletzung und Kenntnis des Klagslegitimierten davon verjähren, absolut nach drei Jahren.**

Kommerzielle Kommunikation

Art 6 und 7 der RL 2002/58/EG (wird bald von der EU-Privacy-VO abgelöst)

- **Unverlangte elektronische Werbesendungen („Spamming“)**
- Klare und unzweideutige Kennzeichnung (aber keine Standards)
- Opting-Out (elektronische „E-Mail-Robinson-Liste“)
- Strengere Lösung in nationalen Rechtsordnungen zulässig (nunmehr EU-weites Spam-Verbot;
- s. RL über personenbezogene Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation

Unerbetene Nachrichten (§ 107 TKG)

EG-Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation

(1) Die **Verwendung von automatischen Anrufsystemen ohne menschlichen Eingriff** (automatische Anrufmaschinen), Faxgeräten oder elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung darf **nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer gestattet werden**

Unerbetene Nachrichten (§ 107)

EG-Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation

(2) Ungeachtet des Absatzes 1 kann eine natürliche oder juristische Person, wenn sie von ihren Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung gemäß der Richtlinie 95/46/EG deren elektronische **Kontaktinformationen für elektronische Post erhalten** hat, diese zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen verwenden, sofern die Kunden klar und deutlich die Möglichkeit erhalten, eine solche Nutzung ihrer elektronischen Kontaktinformationen bei deren Erhebung und bei jeder Übertragung gebührenfrei und problemlos abzulehnen, wenn der Kunde diese Nutzung nicht von vornherein abgelehnt hat.

Unerbetene Nachrichten (§ 107)

EG-Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation

(3) Die Mitgliedstaaten ergreifen geeignete Maßnahmen, um - gebührenfrei für die Teilnehmer – sicherzustellen

- dass außer in den in den Absätzen 1 und 2 genannten Fällen unerbetene Nachrichten zum Zweck der Direktwerbung
- die entweder ohne die Einwilligung der betreffenden Teilnehmer erfolgen
- oder an Teilnehmer gerichtet sind, die keine solchen Nachrichten erhalten möchten
- nicht gestattet sind; welche dieser Optionen gewählt wird, ist im innerstaatlichen Recht zu regeln

Unerbetene Nachrichten (§ 107)

EG-Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation

(4) Auf jeden Fall verboten ist die Praxis des Versendens elektronischer Nachrichten zu Zwecken der Direktwerbung

- bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird
- oder bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann.

Unerbetene Nachrichten (§ 107)

Telekommunikationsgesetz (TKG)

(1) **Anrufe** - einschließlich das Senden von Fernkopien - zu Werbezwecken ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers sind unzulässig.

-Der Einwilligung des Teilnehmers steht die Einwilligung einer Person, die vom Teilnehmer zur Benützung seines Anschlusses ermächtigt wurde, gleich.

-Die erteilte Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden; der Widerruf der Einwilligung hat auf ein Vertragsverhältnis mit dem Adressaten der Einwilligung keinen Einfluss.

Achtung!

- Bereits das **Einholen der Zustimmung per Telefon, Fax oder elektronischer Post für nachfolgende Kontakte ist unzulässig**
- Schon der Anruf, mit dem nur das **Einverständnis für ein zukünftiges weiteres Gespräch** (oder Zusendungen zu Werbezwecken) erfragt werden soll, ist **bereits verboten** ist
- Außerdem muss **elektronische Post zu Werbezwecken** (im Betreff) **als solche erkennbar sein**

Elektronische Post als Massensendung

- Laut Gesetz ab **mehr als 50 Empfängern** (österreichische Regelung; in der EU-Privacy-VO nach aktuellem Stand nicht vorgesehen)
- Ein **werbender Inhalt** ist dabei **nicht** einmal **notwendig**

- **Nicht jedes Massen-Mail** muss **rechtswidrig** sein. So gibt es z.B. für Interessenvertretungen gesetzliche Sonderbestimmungen

- Auch die **massenhafte Versendung an einen einzigen Empfänger gilt als Massensendung** (z.B. Massen-Mails an mehrere Dienststellen eines Empfängers)

Rechtliches Vorgehen gegen unangeforderte E-Mails & SMS

- Anzeige an das zuständige Fernmeldebüro wegen Verstoß gegen § 107 Abs. 2 oder Abs. 5 TKG - Verwaltungsstrafe gem. § 109 Abs. 3 Z 20 TKG bis € 37.000,-
- Unterlassungsklage nach §§ 354 bzw. 372 ABGB
- **Datenschutzrechtliche Maßnahmen**
 - wenn es sich bei der **Empfängeradresse**, um **keine allgemein bekannte bzw. veröffentlichte Adresse handelt** - zweckwidrige Verwendung ist eine Verwaltungsübertretung mit **Geldstrafe bis zu € 25.000,-**
- **Beschwerde an den Provider**
- U. U. Schadensersatzansprüche aufgrund von Viren

Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb

UWG

- Die Rechtsprechung legt hartnäckige (idR wiederholte) unerwünschte Werbung als **Verstoß gegen das Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)** aus.
- Auf dieser Grundlage kann aufgrund von unerbetener Kommunikation, die im Wettbewerb getätigt wurde, **auf Unterlassung und Schadenersatz geklagt werden.**

Regionale Fernmeldebüros

Anzeige einer Übertretung des §107 TKG

Fernmeldebüro für Wien, NÖ und Bgld

Höchstädtplatz 3

1200 Wien

Tel: 01 331 81 -170

Fax: 01 334 27 61

E-Mail: fb.wien@bmvit.gv.at

Fernmeldebüro für Stmk und Ktn

Marburger Kai 43-45

8010 Graz

Tel: 0316 8079 - 100, 101

Fax: 0316 8079 – 199

E-Mail: fb.graz@bmvit.gv.at

Fernmeldebüro für OÖ und Sbg

Freinbergstrasse 22

4020 Linz

Tel: 0732 7485 – 10

Fax: 0732 7485 – 19

E-Mail: fb.linz@bmvit.gv.at

Fernmeldebüro für Tirol und Vbg

Valiergasse 60

6020 Innsbruck

Tel: 0512 2200 – 150

Fax: 0512 29 49 18

E-Mail: fb.innsbruck@bmvit.gv.a

Informationen für Vertragsabschlüsse (§ 9)

E-Commerce Gesetz

• **§ 9. (1) Ein Diensteanbieter hat einen Nutzer vor Abgabe seiner Vertragserklärung (Vertragsanbot oder -annahme) über folgende Belange klar, verständlich und eindeutig zu informieren:**

- die einzelnen technischen Schritte, die zu seiner Vertragserklärung und zum Vertragsabschluss führen
- den Umstand, ob der Vertragstext nach Vertragsabschluss vom Diensteanbieter gespeichert wird sowie gegebenenfalls den Zugang zu einem solchen Vertragstext
- die technischen Mittel zur Erkennung und Berichtigung von Eingabefehlern vor Abgabe der Vertragserklärung sowie
- die Sprachen, in denen der Vertrag abgeschlossen werden kann

Informationen für Vertragsabschlüsse (§ 9)

E-Commerce Gesetz

- § 9 (2) Ein Diensteanbieter hat die freiwilligen Verhaltenskodizes, denen er sich unterwirft, und den elektronischen Zugang zu diesen Kodizes anzugeben
- § 9 (3) Die Informationspflichten nach den Abs. 1 und 2 können nicht zum Nachteil von Verbrauchern abbedungen werden. Sie gelten nicht für Verträge, die ausschließlich im Weg der elektronischen Post oder eines damit vergleichbaren individuellen Kommunikationsmittels abgeschlossen werden
- § 9 (4) Sonstige Informationspflichten des Diensteanbieters bleiben unberührt

Cold Calling

- **Problem**

- Laut einer Studie der deutschen Verbraucherzentralen betreffen **zwei Drittel der eingehenden Beschwerden am Telefon abgeschlossene Gewinn- und Glücksspielverträge**

- **Bisherige gesetzliche Regelung**

- **Cold Calling** war gem. § 107 TKG **schon bisher verboten**
- **Sanktion:** Verwaltungsstrafe seinerzeit bis 37.000,- Euro
- Auf diesem Weg geschlossene Verträge waren aber wirksam



Cold Calling

Eckpunkte der Neuregelung im TKG & KSchG

- Nunmehr **darf bei Anrufen zu Werbezwecken die Rufnummernanzeige durch den Anrufer nicht unterdrückt oder verfälscht werden**
- Verwaltungsstrafdrohung: 58.000,- Euro
- Eckpunkte der Neuregelung im Konsumentenschutzgesetz (KSchG), seit 1. Mai 2011 in Kraft:
 - „Cold Calling“-Verträge in Zusammenhang mit Gewinnzusagen und Wett- und Lotteriedienstleistungen sind nichtig.
 - Darauf kann sich nur der Verbraucher berufen. [§ 5b Abs KSchG]

Abgabe einer Vertragserklärung (§ 10)

E-Commerce Gesetz

- § 10. (1) Ein Diensteanbieter hat dem Nutzer angemessene, wirksame und zugängliche technische Mittel zur Verfügung zu stellen, mit denen dieser Eingabefehler vor der Abgabe seiner Vertragserklärung erkennen und berichtigen kann.
- § 10. (2) Ein Diensteanbieter hat dem Nutzer den Zugang einer elektronischen Vertragserklärung unverzüglich elektronisch zu bestätigen.

Abgabe einer Vertragserklärung (§ 10)

E-Commerce Gesetz

- **§ 10.(3) Die Verpflichtungen des Diensteanbieters nach den Abs. 1 und 2 können nicht zum Nachteil von Verbrauchern abbedungen werden.** Sie gelten nicht für Verträge, die ausschließlich im Weg der elektronischen Post oder eines damit vergleichbaren individuellen elektronischen Kommunikationsmittels abgeschlossen werden.

Abgabe einer Vertragserklärung (§ 11)

E-Commerce Gesetz

- § 11. Ein Diensteanbieter hat die Vertragsbestimmungen und die allgemeinen Geschäftsbedingungen dem Nutzer so zur Verfügung zu stellen, dass er sie speichern und wiedergeben kann
- Diese Verpflichtung kann nicht zum Nachteil des Nutzers abbedungen werden.

Zugang elektronischer Erklärungen (§ 12)

E-Commerce Gesetz

- § 12. Elektronische Vertragserklärungen, andere rechtlich erhebliche elektronische Erklärungen und elektronische Empfangsbestätigungen gelten als zugegangen, **wenn sie die Partei, für die sie bestimmt sind, unter gewöhnlichen Umständen abrufen kann**
- **Diese Regelung kann nicht zum Nachteil von Verbrauchern abbedungen werden**

Haftungsbefreiung für Provider (§ 13, 14)

E-Commerce Gesetz

.Access Provider sind Diensteanbieter, die **nur Daten übertragen** und diese **nicht ändern** und **nicht oder nur kurz speichern** (Caching). **§13 Abs 1 ECG** bestimmt:

–Ein Diensteanbieter, der von einem Nutzer eingegebene Informationen in einem Kommunikationsnetz übermittelt oder den Zugang zu einem Kommunikationsnetz vermittelt, ist **für die übermittelten Informationen nicht verantwortlich, sofern er**

- .die Übermittlung nicht veranlasst**
- .den Empfänger der übermittelten Informationen nicht auswählt**
- .die übermittelten Informationen weder auswählt noch verändert**

.Suchmaschinen fallen gemäß **§14 ECG** unter den **gleichen Voraussetzungen wie Access Provider** unter das Haftungsprivileg

Haftungsbefreiung für Provider (§ 16, 17)

E-Commerce Gesetz

• Ein **Hostprovider**, also ein **Anbieter der Speicherplatz für fremde Inhalte anbietet**, ist von der Haftung befreit, **sofern er**

– **Von der Rechtswidrigkeit keine tatsächliche Kenntnis hat** und sich in Bezug auf **Schadenersatzansprüche** auch **keiner Tatsachen oder Umstände bewusst** ist, aus denen eine rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird, oder,

– **sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erhalten hat, unverzüglich tätig wird**, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren (siehe **§16 ECG**)

• „**Linksetzer**“ fallen gemäß **§17 ECG** unter den **gleichen Voraussetzungen wie die Hostprovider** unter das Haftungsprivileg, **sofern diese nicht auf eigenen Inhalt verlinkt oder dem „Verlinkten“ untersteht.**

Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Suchmaschinen (§ 14 ECG)

- § 14. (1) Ein Diensteanbieter, der Nutzern eine Suchmaschine oder andere elektronische Hilfsmittel zur Suche nach fremden Informationen bereitstellt, **ist für die abgefragten Informationen nicht verantwortlich, sofern er**
 1. die Übermittlung der abgefragten Informationen nicht veranlasst
 2. den Empfänger der abgefragten Informationen nicht auswählt
 3. die abgefragten Informationen weder auswählt noch verändert
- § 14.(2) Abs. 1 **ist nicht anzuwenden**
 - wenn die Person, von der die abgefragten Informationen stammen, dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird

Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Links (§ 17 ECG)

- § 17. (1) Ein Diensteanbieter, der mittels eines elektronischen Verweises einen Zugang zu fremden Informationen eröffnet, ist für diese Informationen nicht verantwortlich,
 - sofern er von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information **keine tatsächliche Kenntnis** hat und sich in Bezug auf Schadenersatzansprüche auch keiner Tatsachen oder Umstände bewusst ist, aus denen eine rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird, oder,
 - sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erlangt hat, **unverzüglich tätig wird**, um den elektronischen Verweis zu entfernen.
- (2) Abs. 1 ist nicht anzuwenden,
 - wenn die Person, von der die Informationen stammen, dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird oder der Diensteanbieter die fremden Informationen als seine eigenen darstellt.

Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Links (§ 17 ECG)

- Gem. **§ 17 ECG** ist ein Diensteanbieter für einen Hyperlink zu Dritten (d.h. Zugang zu fremden Informationen) **nicht verantwortlich**, sofern er:
 - Von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information keine tatsächliche Kenntnis hat oder
 - Wenn er unverzüglich durch Entfernung des Links tätig wird, sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erlangt hat.
- **Beachte:** wenn der Diensteanbieter fremde Informationen als seine eigenen darstellt (§ 17 Abs 2 ECG), haftet der Linksetzer für die „verlinkten“ Informationen wie für eigene Inhalte -Gefahr bei Surface-Links, Deep-Links, Framing, Inline-Links

Ausschluss der Verantwortlichkeit bei Links (§ 17 ECG)

- Disclaimer, der Haftung für einen etwaigen rechtswidrigen Inhalt der verlinkten Websites ausschließt, ist grundsätzlich wirkungslos!

Meta Tags bzw. Word-Stuffing

Verwendung fremder Kennzeichen & Marken in Meta-Tags

- **Missbrauchsmöglichkeit**

- Manipulation von **Suchmaschinenergebnissen**

- **Markenrechtsverletzung**

- unerheblich, dass die Marke nicht visuell wahrnehmbar ist
- Ergebnis des Auswahlverfahrens wird beeinflusst und der Nutzer auf die Website eines Unberechtigten geleitet, der das Suchwort aktiv dazu benützt, um auf sein Angebot hinzuweisen (BGH I ZR 183/03)
- Keine Markenrechtsverletzung durch Meta-Tags oder Word-Stuffing, wenn ein berechtigtes Interesse an der Verwendung fremder Marken besteht

Keyword Advertising

Google Ads – Wörter bewerben

- Frage der Zulässigkeit von Keyword-Advertising ist äußerst umstritten
 - Kontext: Markenrecht, UWG
 - Lt. OGH 17 Ob 1/07g („Wein & Co“) liegt ein Markenrechtsverstoß dann vor, wenn bei Eingabe einer fremden Marke von der Trefferliste der Suchmaschine getrennt, aber unter Verwendung der Marke als Überschrift eine Anzeige des Konkurrenten geschaltet wird
-
- **Verwendung einer fremden Marke als Keyword zur Auslösung der (von der Trefferliste getrennt geschalteten) Anzeige, in deren Werbeeinschaltung die Marke aber nicht erscheint ist grundsätzlich zulässig (OGH 17 Ob 3/08b bzw. EuGH C-278/08, „Bergspechte“**

Keyword Advertising

Google Ads – Wörter bewerben

- **Voraussetzung**

- bei einer durch die Verwendung einer Marke (bzw. eines Markenbestandteiles) eines Dritten als Keyword generierten Werbung **muss für einen normal informierten und angemessen aufmerksamen Internetnutzer leicht erkennbar sein**

- dass die in der Anzeige beworbenen Waren oder Dienstleistungen weder vom Inhaber der Marke noch von einem mit ihm wirtschaftlich verbundenen Unternehmen stammen (OGH 17 Ob 3/10f)



Quellenverzeichnis

Quellenverzeichnis

- Internet4Jurists - www.i4j.at
- Rechtsprobleme - www.rechtsprobleme.at
- IT-Law - www.it-law.at
- Eurolawyer - www.eurolawyer.at
- EUR-Lex provides free access to European Union law and other documents considered to be public. The website is available in 23 official languages of the European Union. <http://eur-lex.europa.eu/>
- Global Legal Resources. www.hg.org/busecommerce.html
- World Intellectual Property Organization – www.wipo.int

Quellenverzeichnis

- **Rechtsinformationssystem des Bundes.** Telekommunikationsgesetz
- <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20002849>
- **Rechtsinformationssystem des Bundes.** E-Commerce-Gesetz
- <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20001703>
- **EUR-Lex.** Richtlinie 2000/31/EG
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>

Literaturempfehlung

Literaturempfehlung

- **Bogendorfer, R., Haidinger, V., Hauser-Boulanger, R., Haselsteiner, R., Illibauer, U., Peter, K., Rosenmayr-Klemenz, C.** (2019). EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) + österreichisches Datenschutzgesetz (4. Auflage). Wien: Service-GmbH der Wirtschaftskammer Österreich.
- **Ciresa, M.** (2019). Österreichisches Urheberrecht Kommentar (21. Auflage). Wien: LexisNexis ARD ORAC.
- **Ciresa, M.** (2019). Praxishandbuch Urheberrecht (2. Auflage). Wien: Linde Verlag Ges.m.b.H.
- **Deixler-Hübner, A., Kolba, P.** (2015). Handbuch Verbraucherrecht (1. Auflage). Salzburg, Wien: LexisNexis ARD ORAC.

Literaturempfehlung

- **Dokalik, D., Zemann, A.** (2019). Österreichisches und internationales Urheberrecht (7. Auflage). Wien: MANZ Verlag Wien.
- **Donath, G.** (2019). Verbraucherrecht (Skriptum) (3. Auflage). Wien: LexisNexis ARD ORAC.
- **Feiler, L., Schmitt, R.** (2019). Muster zur Umsetzung der DSGVO in der Praxis Vorlagen, Checklisten, Formulare. (1. Auflage). Wien: Verlag Österreich.
- **Forgó, N.** (2018). Grundriss Datenschutzrecht (1. Auflage). Wien: LexisNexis ARD ORAC.
- **Garber, T., Klauser, A., Nunner-Krautgasser, B.** (2019). Rechtsdurchsetzung im Datenschutz nach der DSGVO und dem DSG 2018. Graz: MANZ Verlag Wien.

Literaturempfehlung

- **Gosch, N.** (2019). Die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten jusIT Spezial. (1. Auflage). Graz: LexisNexis ARD ORAC.
- **Grünzweig, C.** (2019). Markenrecht - Praxiskommentar zum Markenschutzgesetz (12. Auflage). Wien: LexisNexis ARD ORAC.
- **Jahnel, D., Mader, P., Staudegger, E.** (2020). IT-Recht (4. Auflage). Graz, Salzburg: Verlag Österreich.
- **Janisch, S., Mader, P.** (2016). E-Business (5. Auflage). Salzburg: LexisNexis ARD ORAC.
- **Kodek, G., Perner, S., Spitzer, M.** (2019). Bürgerliches Recht (7. Auflage). Wien: MANZ Verlag Wien.

Literaturempfehlung

- **Krejci, H.** (2013). Unternehmensrecht (5. Auflage). Wien: MANZ Verlag Wien.
- **Kucsko, G.** (2017). Geistiges Eigentum Be nice to your ideas (1. Auflage). Wien: MANZ Verlag Wien.
- **Kucsko, G.** (2019). Geistiges Eigentum Markenrecht, Musterrecht, Patentrecht, Urheberrecht (2. Auflage). Wien: MANZ Verlag Wien.
- **Kucsko, G.** (2019). MSchG – Markenschutzgesetz idF MSchG-Novelle 2019 (4. Auflage). Wien: MANZ Verlag Wien.
- **Lorentz, W.** (2019). Kunst hat Recht(e) (2. Auflage). Wien: Jan Sramek Verlag KG.
- **Mayer, A.** (2019). Webshop-Recht Informationspflichten und Käuferrechte nach dem ECG und dem FAGG (2. Auflage). Wien: Verlag Medien und Recht.