

© 2005

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen auf Datenträgern jeglicher Art sind verboten.

HUSS-MEDIEN GmbH, Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin

Tel. 030/42151-0, Fax 030/42151-273

# Sonderdruck aus Betrieb und Wirtschaft 7/2003

## Rechtsfragen zum Kauf über das Internet

Von Hans-Christian Schmidt, Dozent für Betriebswirtschaft, und Bodo Traber, freier Journalist

Das gebrauchte Tandem bei Ebay ersteigern. Die alte Stereoanlage meistbietend an den verkaufen, der sie noch haben will. Bücher und DVDs über Amazon beziehen, da ab 20 Euro die Versandkosten wegfallen. E-Commerce – das Einkaufen im Web oder auf altdeutsch „Elektronischer Handel“ – hat das Käuferverhalten nachhaltig verändert und ist aus unserem modernen Leben nicht mehr wegzudenken. Neu ist das Prinzip der Computer-Kommunikation natürlich nicht.

### 1. Wesen und Besonderheiten des E-Commerce

Seit Jahrzehnten schon tauschen Unternehmen Geschäftsdaten über eine Vielzahl von Netzwerken aus. Und mit der explosionsartigen Entwicklung der Internet-Nutzung hat sich auch der elektronische Handel per Web ausgedehnt. Von einem reinen Medium zur Übertragung von Daten hat sich das Internet selbst zum Marktplatz entwickelt, auch wenn die Umsatzzahlen bisher noch deut-

lich hinter den Erwartungen zurückgeblieben sind. Die Vorteile liegen auf der Hand: Der Käufer kann bequem vom „Lehnstuhl“ aus bestellen; das geht auch noch „rund um die Uhr“ und ein Parkplatz muss auch nicht mehr gesucht werden; der Verkäufer kann die Preise günstiger kalkulieren, weil teure Ladenflächen und Verkaufspersonal entfallen. Doch es gibt auch Nachteile, die sicher mit für die bisherige Zurückhaltung des Verbrauchers verantwortlich sind: Die Waren können nicht real – sondern nur per Abbildung – betrachtet, beurteilt, berochen oder probegeschmeckt werden. Bei materiellen Gütern entstehen Transportkosten, der Aufwand beim Umtausch ist höher.

Man unterscheidet zwei Arten des E-Commerce:

1. Beim teilvirtuellen Handel werden Waren per Internet bestellt, die daraufhin über konventionelle Wege wie Post oder Botendienste zum Kunden gebracht werden.
2. Beim vollvirtuellen Handel wird das gesamte Geschäft über Internet abgewickelt. Immaterielle Güter und Dienstleistungen

wie Computersoftware werden online bestellt, bezahlt und geliefert.

Für den Normalkunden von Interesse sind dabei natürlich vor allem Rechtsfragen im Zusammenhang mit teilvirtuellem Handel, der für viele Verbraucher schon Teil ihrer alltäglichen Erfahrung geworden ist, seit sie beim Web-Spaziergang zum ersten Mal auf ein verlockendes Angebot gestoßen sind.

Solche Warenpräsentationen auf einer Homepage im Internet richten sich wie Schaufensterauslagen, Prospekt- und Katalogzusendungen, Zeitungsinserate, Speisekartenaushänge oder -auslagen nicht an eine bestimmte Person oder Personengruppe, sondern an die Allgemeinheit. Dadurch sind sie juristisch unverbindlich. Das Angebot in der bestehenden Form (und damit vor allem der Preis) ist nicht einklagbar. Allerdings hat das Gesetz schwarze Schafe unter den Anbietern bereits klare Grenzen gesetzt. Etwa welche Waren überhaupt im Internet angeboten werden dürfen, ist juristisch geregelt. Im Beschluss des OLG Frankfurt am Main (6 W 58/98) heißt es wie folgt: „Wer Waren, die er nicht vorrätig hält, bewirbt - zum Beispiel um Kunden in seine Geschäftsräume zu locken -, verhält sich wettbewerbswidrig. Dies gilt auch für denjenigen, der für seine Waren im Internet wirbt. Zu unterscheiden ist jedoch zwischen einer allgemeinen Werbeanzeige im Internet und dem direkten Verkauf via Internet. Wer seine Waren direkt über das Internet zum Kauf anbietet, ist nicht zur Vorratshaltung der angebotenen Waren verpflichtet. Die Verkaufsangebote im Internet sind vergleichbar mit Katalogen von Versandhäusern, da der Kauf über den Bestellweg erfolgt.“

Was im Klartext bedeutet, dass es wettbewerbswidrig – also unzulässig – ist, wenn etwa ein Autohaus im Internet für ein bestimmtes Fahrzeug wirbt, das man angeblich vor Ort erwerben kann, dieses dann aber nicht vorrätig hat. Wenn das Autohaus jedoch dasselbe Fahrzeug gleich übers Internet verkauft, obwohl es dieses nicht vorrätig hat, ist das zulässig.

## 2. Das Zustandekommen eines Vertrages

Beim Kauf über das Internet ist zunächst entscheidend, wann (und ob) der Verkäufer die Bestellung erhalten hat. Da sich das Angebot im Normalfall an die Allgemeinheit richtet, ist die Bestellung der erste rechtsverbindliche Schritt zum Zustandekommen eines Vertrages. Sie erfolgt beim E-Commerce gewöhnlich per E-Mail. Mit ihr erklärt der potenzielle Käufer seinen Willen, einen Vertrag mit dem Verkäufer einzugehen. Wann genau eine solche Willenserklärung dem Empfänger zugegangen ist, wird nach folgenden Regeln unterschieden:

### 1. Allgemeiner Grundsatz

Die Willenserklärung muss so in den Einflussbereich des Empfängers gelangt sein, dass damit zu rechnen ist, er könne von ihr Kenntnis erlangen.

### 2. Der Empfänger der Willenserklärung ist eine Firma, an die z. B. eine Bestellung ergeht

Der Empfänger benutzt den E-Mail-Service eines Diensteanbieters mit Mailbox-System oder hat einen eigenen Internet-Server. Die Willenserklärung gilt als zugegangen, sobald die E-Mail in der Mailbox des Empfängers gespeichert und von diesem abrufbar ist. Wer eine geschäftliche E-Mail-Adresse unterhält, ist verpflichtet, während der Geschäftszeiten regelmäßig den Eingang von E-Mails zu überprüfen.

#### 2.1 Der Eingang erfolgt innerhalb der Geschäftszeit:

Die Erklärung gilt als an dem Arbeitstag zugegangen, an dem die E-Mail auf dem Server eintrifft und abrufbar ist.

#### 2.2 Der Eingang erfolgt außerhalb der Geschäftszeit:

Die Erklärung gilt als am nächsten Arbeitstag zugegangen.

#### 2.3 Der Empfänger bietet einen 24-h-Bestellservice an:

Die Erklärung gilt als zugegangen, sowie sie eingegangen ist.

3. Der Empfänger der Willenserklärung ist eine Privatperson, an die z. B. die Bestätigung der Bestellung und vielleicht eine Vorabrechnung ergeht

Vorausgesetzt, die Privatperson – also der Käufer – hat ihre Bestellung per E-Mail versandt, so ist sie verpflichtet, mindestens einmal täglich ihren Posteingang auf Zugang einer Bestätigung zu kontrollieren. Tut sie dies nicht, kommt auch in ihrer Abwesenheit – etwa im Urlaub – mit Zugang der Bestätigung des Verkäufers ein gültiger Vertrag zustande. Hat der Käufer seine Bestellung telefonisch oder per Post aufgegeben, kann nicht von ihm erwartet werden, mit einer Bestätigung per E-Mail zu rechnen. Eine Pflicht, seinen E-Mail-Eingang täglich zu kontrollieren, obliegt ihm dann natürlich nicht.

Hier ein exemplarischer Fall: Der Verkäufer Willi W. bietet seine Ware auch auf einer Website mit Bestellformular an.

1. Der Kunde Hans M. füllt das Bestellformular aus.
2. Die Bestellung geht auf dem Server des Verkäufers ein.
3. Willi W. schickt per E-Mail die Bestätigung.
4. Die Bezahlung erfolgt per Kreditkarten-Nummer.
5. Die Ware wird zugestellt.

Der Vertrag zwischen Willi W. und Hans M. kam bei Punkt 3 zustande, als Willi W. die Bestellung bestätigt hat. Sowohl für den Käufer als auch für den Verkäufer werden nun folgende *Schlüsselfragen zum Vertragsinhalt* interessant:

- Welches nationale oder internationale Recht gilt?
- Welche Verbraucherschutzregelungen gelten?
- Welche Widerrufsmöglichkeiten gibt es?
- Welche Rücktrittsmöglichkeiten gibt es?

Geregelt werden diese Schlüsselfragen durch das Internationale Privatrecht und das BGB. Sie sollen Firmen und Privatgeschäfte Betreibenden vor allem Rechtssicherheit garantieren und die Belange des Einzelnen schützen.

### 3. Das Internationale Privatrecht (IPR)

Der Internet-Handel führt automatisch zu einer Kollision zwischen unterschiedlichen nationalen Rechtsordnungen und internationaler Kommunikation. Das Einführungsgesetz zum BGB (EGBGB) enthält für wesentliche Rechtsbereiche *Kollisionsnormen*, die im Konfliktfall regeln, ob deutsches Recht oder das Recht eines anderen Staates anwendbar ist. Man nennt diese Kollisionsnormen Internationales Privatrecht (IPR). Dieses IPR gilt grundsätzlich auch für das Internet.

### 4. Die Prinzipien des IPR

#### 4.1 Freie Rechtswahl

Verträge im internationalen Bereich sollten stets eine sog. *Rechtswahlklausel* enthalten, mit der sich die Vertragspartner für ein Recht entscheiden (Art. 27 Abs. 1 EGBGB).

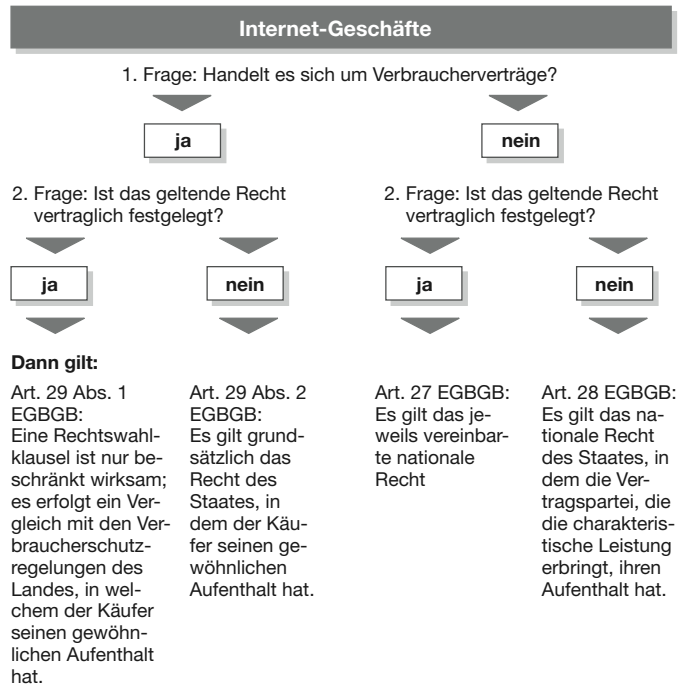
#### 4.2 Mangels Rechtswahl anzuwendendes Recht

Danach unterliegt der Vertrag dem Recht desjenigen Staates, mit dem der Vertrag die engsten Beziehungen aufweist. Dies ist nach Art. 28 Abs. 2 EGBGB im Zweifel derjenige Staat, in dem die Partei, die die charakteristische Leistung erbringt, ihren Aufenthalt bzw. Sitz hat. Bei Kaufverträgen ist dies der Verkäufer, bei Dienstverträgen der Dienstleistungserbringer.

Für alle Verträge, die keine Verbraucherverträge sind, ist zusätzlich das *UN-Kaufrecht* - Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) gemäß Wiener Abkommen vom 11. 4. 1980 - zu beachten. Es ist ein Einheitsrecht, das die nationalen Bestimmungen einzelner Staaten zum Kaufrecht ersetzt.

#### 4.3 Verbraucherverträge

Verbraucherverträge i. S. des Art. 29 EGBGB sind Verträge über



**Abbildung: Zusammenfassende Übersicht zur freien Rechtswahl nach dem IPR**

die Lieferung beweglicher Sachen oder die Erbringung von Dienstleistungen zu einem privaten Zweck. Hier ist eine freie Rechtswahl zwar auch möglich, aber nur unter Einschränkungen. Es gilt folgender Grundsatz: *Dem Verbraucher darf durch eine Rechtswahlklausel nicht der Verbraucherschutz des Staates entzogen werden, in dem er seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat.*

Dieser „gewöhnliche Aufenthalt“ im rechtlichen Sinn ist nicht identisch mit dem offiziellen „ständigen Wohnsitz“ einer Person und sollte nicht damit verwechselt werden. Dass dies immer wieder zu Missverständnissen führt, zeigen diverse Gerichtsverfahren etwa wegen Steuerhinterziehung. Tennisprofi Boris Becker wurde es erst jüngst zum Verhängnis, dass er zwar mit ständigem Wohnsitz in Monaco gemeldet war, sich aber dennoch die meiste Zeit in München aufhielt und dort seinen eigentlichen Lebensmittelpunkt hatte.

*Noch einmal:* Die Art. 27 und 28 EGBGB gelten *nicht* für Verbraucherverträge, d. h. für Verträge mit Privatkunden, sondern ausschließlich für Verträge zwischen Geschäftsleuten bzw. Firmen. Sowie es sich um Verträge zwischen Privatpersonen oder zwischen einer Firma und einer Privatperson handelt, tritt Art. 29 EGBGB in Kraft.

Internet-Geschäfte, die von in Deutschland ansässigen Verbrauchern abgeschlossen werden, unterliegen Art. 29 Abs. 1 Nr. 1 EGBGB. Darin ist festgelegt:

1. Eine freie Rechtswahl bleibt weiterhin möglich.
2. zu Gunsten des Verbrauchers werden die Verbraucherschutzregelungen Deutschlands vergleichend herangezogen, wenn sie in dem gewählten Recht kein oder kein gleichwertiges Gegenstück haben. Dies gilt auch, wenn diese Regelungen vertraglich ausgeschlossen sein sollten.

Haben die Vertragsparteien bei Verbraucherverträgen keine Rechtswahl getroffen, so unterliegt der Verbrauchervertrag nach Art. 29 Abs. 2 EGBGB (abweichend von Art. 28 EGBGB) dem Recht des Staates, in dem der Verbraucher seinen gewöhnlichen Aufenthalt hat.

Art. 29 Abs. 1 Nr. 1 EGBGB gilt, wenn folgende beiden Bedingungen erfüllt sind:

1. Dem Vertragsabschluss ist ein ausdrückliches Angebot oder eine Werbung in dem Staat, in dem der Verbraucher seinen ge-

wöhnlichen Aufenthalt hat, vorausgegangen. Übertragen auf das Internet hängt dies davon ab, welche Top Level Domain (z. B. das „.de“ für Deutschland) verwendet wird. Wenn sich eine französische Firma eine Adresse mit der Endung „.de“ einrichtet, gilt Deutschland als ihr Aufenthaltsort. Hat sie jedoch auf ihrer französischen Website einen Link für eine deutsche Übersetzung, bleibt der Aufenthaltsort Frankreich.

2. Der Verbraucher hat in diesem Staat die erforderlichen Rechtshandlungen zum Vertragsabschluss vorgenommen.

Die Frage der gerichtlichen Durchsetzbarkeit dieser Regelungen steht natürlich auf einem anderen Blatt.

## 5. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) sind – wie jeder weiß – vorformulierte Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (in der Regel der Anbieter) der anderen Vertragspartei stellt. Sie gelten nur bei Verträgen mit Verbrauchern, nicht aber unter Kaufleuten.

Seit dem 1. 1. 2002 sind die AGB im BGB (§§ 305 ff.) geregelt. Das BGB ist in folgenden Fällen und unter folgenden Bedingungen auf *Internet-Geschäfte* anwendbar:

1. Wenn der Käufer seinen Aufenthalt in Deutschland hat, unterliegt der Vertrag nach Art. 29 EGBGB entweder prinzipiell deutschem Recht oder muss bei anderslautender Vereinbarung dem deutschen Recht angeglichen werden. D. h., dass sich die zwingenden deutschen Verbraucherschutzregelungen, gegenüber den weniger verbraucherschützenden ausländischen Regelungen durchsetzen.

2. Wenn der Käufer seinen Aufenthalt im Ausland hat, der Verkäufer jedoch in Deutschland, dann unterliegt der Vertrag zwar prinzipiell ausländischem Recht. Nach Art. 29a EGBGB ist das deutsche Gesetz aber auch auf Internet-Verträge anwendbar, die einem ausländischen Recht unterliegen.

3. Die AGB sind in jedem Fall dann wirksam einbezogen, wenn der Kunde bei Vertragsabschluss die Möglichkeit hatte, in zumutbarer Weise von ihnen Kenntnis zu nehmen (§ 305 Abs. 2 und 3 BGB n. F., z. B. durch einen Link auf die AGB der Bestellseite. Wenn eine Website beispielsweise in französischer Sprache abgefasst ist, ist zweifelhaft, ob der Kunde (Nutzer) in zumutbarer Weise davon Kenntnis nehmen konnte.

## 6. Der Fernabsatz

Der Fernabsatz ist ebenso wie die AGB seit 1. 1. 2002 im BGB geregelt (§§ 312 b – f). Fernabsatzverträge sind solche über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen zwischen einem Unternehmen und einem Verbraucher unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln.

Hans M. stellt nun fest, dass seiner Frau die gelieferte Ware nicht gefällt oder er sich bei der Anschaffung finanziell überfordert hat, und möchte sie zurückgeben, also den Vertrag mit Willi W. wieder lösen.

## 7. Die Auflösung von Fernabsatzverträgen

### 7.1 Widerruf

Der Verbraucher kann den Fernabsatzvertrag innerhalb von zwei Wochen widerrufen oder die empfangene Leistung zurückgeben. Der Verkäufer muss ihn auf dieses Widerrufsrecht hingewiesen haben, anderenfalls verlängert sich die Widerrufsfrist. Sie beginnt grundsätzlich nicht, bevor der Verbraucher über sein Widerrufsrecht informiert wurde. *Ausgenommen* vom Widerrufsrecht sind Konfektionswaren (Maß-Kleidung), entsiegelte elektronische Produkte, Zeitschriften und Versteigerungen.

§ 130 Abs. 1 BGB bietet prinzipiell die Möglichkeit, eine Willenserklärung vor Eingang beim Empfänger zu widerrufen. Diese

Möglichkeit scheidet jedoch für den Internet-Handel in der Praxis aus, da sich eine E-Mail aufgrund ihrer reinen Geschwindigkeit nicht mehr vor Eingang beim Empfänger widerrufen lässt.

Hans M. kann also, wenn er sich schnell entscheidet, den Vertrag im Normalfall ohne Weiteres lösen und die erworbene Ware an Willi W. zurücksenden.

### 7.2 Anfechtungsmöglichkeiten

Der Käufer kann den Vertrag wegen *Inhalts- bzw. Erklärungsirrtums* anfechten, wenn er sich beispielsweise bei der Eingabe vertippt hat. Oder wegen *Übermittlungsirrtums*, wenn es auf dem elektronischen Weg zwischen Absender und Empfänger zu einem technischen Fehler gekommen sein sollte.

Um Missverständnisse zu vermeiden: Anfechtbare Verträge sind zunächst wirksam. Es muss dann geprüft werden, ob die anfechtende Vertragspartei tatsächlich dazu berechtigt ist. Sonst könnte natürlich jeder einen Vertrag anfechten, der ihm nicht mehr gefällt.

## 8. Fazit

Angesichts der fortschreitenden Globalisierung vor allem im privaten Internet-Handel wären internationale Vereinheitlichungen mehr als wünschenswert. Die Praxis sieht leider anders aus: Es wird sicher noch Jahre dauern, bis es eine einheitliche internationale Rechtslage geben wird. Dem Verbraucher kann man nur raten, sich vor Abschluss eines Vertrages per Internet genau zu informieren, zumal der Internet-Handel den Ladeneinkauf zwar sicher niemals völlig verdrängen, im täglichen Leben der Zukunft aber eine immer größere Rolle spielen wird. Und schneller, als man es sich versieht, können sich im Zeitalter der Ich-AGs die Rollen von Käufer und Verkäufer umkehren oder die Grenzen zwischen Geschäfts- und Privatverträgen verwischen.