

Recht

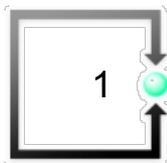
CAS eCommerce und Online-Marketing



Lukas Fässler
Rechtsanwalt & IT-Experte

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





Lukas Fässler

Rechtsanwalt und Informatikexperte

faessler@fsdz.ch

+41 41 727 60 80

+41 79 209 24 32

<https://www.fsdz.ch/team/faessler-lukas>

Profil

1975 – 1980	Studium an der Universität Fribourg/CH
1982	Anwaltpatent 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 Basel, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät, Dozent im Masterprogramm für professionelles Marketing Management, Marketing und Business Development; Schwerpunkte: Internationales Vertriebs- und Verkaufsrecht (eCommerce und Online-Marketing), Kommunikations- und Social Media-Recht.

Universität Bern, Master of Advanced Studies (MAS) for Archival and 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.

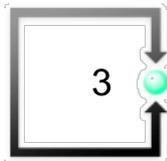
Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel, Hochschule für Wirtschaft: CAS IT Service Management & IT Controlling (ITIL V3, COBIT):

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

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

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

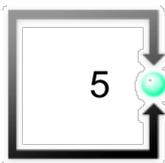


Verwaltungsratsmandate

- Verwaltungsratspräsident der FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG Zug
- Verwaltungsratspräsident der e-comtrust International AG, Zug
- Verwaltungsratspräsident AR Informatik AG
- Verwaltungsrat Health Info Net AG (HIN)
- Informatik-Leistungs-Zentrum ILZ der Kantone Obwalden und Nidwalden, Vizepräsident des Verwaltungsrates
- Präsident Verein Schweizerische Städte- und Gemeinde-Informatik SSGi
- Präsident Verein EWML (www.ewml.ch)

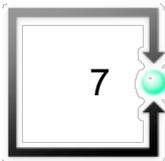
Ziele

- Europäisches und Schweizerisches eCommerce & Online-Marketing-Recht
- Compliance-Verantwortung für eCommerce
- Kenntnisse der Anforderungen des grenzüberschreitenden eCommerce in EU
- Neue Herausforderungen des EU- und CH-Datenschutzes
- Vermeidung von Abmahnungen und Prozessen in EU (Wettbewerbsverletzungen)
- Input für Anpassungen und Ausgestaltung eigener Online-Shops



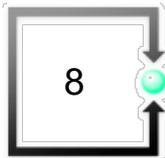
Ausgangslage & Abgrenzungen

CH- und EU-konformer Webshop B2C



Ausgangslage

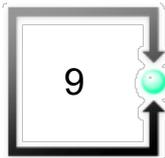
- Hinsichtlich eCommerce (Webshops und Online-Marketing) hat
 - die Schweiz **sehr wenig** geregelt;
 - die EU **fast alles sehr detailliert** geregelt.



Abgrenzung 1

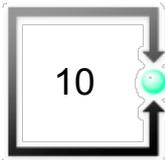
- Wir betrachten die Anforderungen an den eCommerce im B2C (**Consumer**)-Bereich
- Wir betrachten **nicht** die Anforderungen für den Online-Handel im B2B-Bereich

Achtung: hier trat am 12.7.2020 die P2B-Verordnung in der EU in Kraft – Regelungen für Plattformbetreiber im Verhältnis zu ihren kommerziellen Nutzern (z.B. Amazon etc.)



Abgrenzung 2

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



Gerichtentscheide zu B2B oder B2C

- AG Bonn, Urteil vom 8.7.2015 – 103 – C 173/14
 - Rechnung an Firmenanschrift (Anwaltskanzlei) – trotzdem als Verbraucherin qualifiziert
 - Beratung und Installation einer Anlage in privater Wohnung, aber über Geschäft bestellt
 - Private Rufnummer verwendet

- BGH Urteil vom 30.9.2009 VIII ZR 7/09
 - Vielmehr ist bei einem **Vertragsschluss** mit einer **natürlichen Person** grundsätzlich von **Verbraucherhandeln** (B2C) auszugehen (Vermutung).
 - **Anders ist dies nur dann anzunehmen, wenn Umstände vorliegen, nach denen das Handeln aus der Sicht des anderen Teils (Vertragspartner) eindeutig und zweifelsfrei einer **gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit** zuzurechnen ist.**

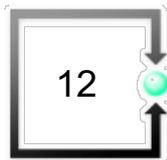


Gerichtsentscheide zu B2B oder B2C

NEUESTES URTEIL DES 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.»

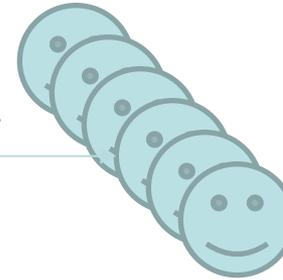




Markortprinzip



Angebot von Waren oder Dienstleistungen (auch) an EU-Konsumenten



- **EU-Konsumenten- und Wettbewerbsrecht anwendbar**
- **Gerichtsstand** am Wohnsitz in EU-Land des Konsumenten

Eher unproblematisch

- Zugänglichkeit einer E-Mailadresse
- Verwendung der Sprache des Ziellandes
- Lediglich gelegentliches Angebot (?)
- Nicht die umfangreiche Verarbeitung sensibler personenbezogener Daten im Sinne von Art. 9 DSGVO einschliesst

Problematisch (insbesondere in Kombination)

- Sprache oder Währung in Verbindung mit Möglichkeit zur Bestellung von Waren in dieser Sprache oder Währung
- Reklame mit Kundenfeedback von EU-Konsumenten
- Gezielte Werbung an Kunden in bestimmten EU-Staaten (Ferienangebote an Italiener)
- Angabe von Versandkosten in einzelne EU-Länder
- Lieferhinweise für EU-Lieferungen
- Vorgaben für Abwicklung von Bestellungen in EU-Länder
- Angabe einer Bankverbindung in EU-Land
- Hinweise auf Rechtsvorschriften von EU-Ländern
- Betreiben einer Webseite mit einer länderspezifischen Top-Level-Domain

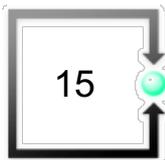
Anwendbare Rechtsordnung

- CH-Onlinehändler mit CH-Konsumenten -> CH-Recht
- CH-B2B-Händler mit CH-B2B-Unternehmen -> CH-Recht

- CH-Onlinehändler mit EU-Konsumenten -> Recht EU und des Verbraucherstaates des Konsumenten

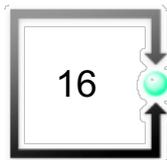
.....wenn der Onlinehändler seine berufliche oder gewerbliche Tätigkeit auf diesen Staat (Konsumenten) ausrichtet (Art. 6 Rom I-VO)

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 Rechtsordnung (2)

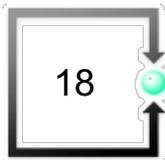
- AGB mit Gerichtsstandsklausel „*es gilt CH-Recht*“ oder „*Gerichtstand ist Wallisellen....*“ ist bei Handel mit Konsumenten in der EU **ungültig**.
- Solche Bestimmungen sind **unsinnig** und gefährden den ganzen Vertrag -> **Nichtigkeit des Vertrages**.
- EuGH-Urteil vom 28.7.2016 c-191/15:
„Es gilt 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.....“



Compliance und gesetzliche Verantwortung von VR und GL



Gesetzliche Grundlagen

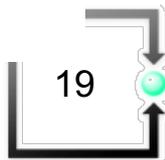


Corporate Governance

Corporate Governance (deutsch: Grundsätze der Unternehmensführung) ist der rechtliche und faktische Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung von Unternehmen zum Wohlwollen aller relevanten Anspruchsgruppen (=

Das unternehmensspezifische Corporate-Governance-System besteht aus der Gesamtheit relevanter Gesetze, Richtlinien, Kodizes, Absichtserklärungen, Unternehmensleitbild, und Gewohnheit der Unternehmensleitung und -überwachung.

Der Ordnungsrahmen wird maßgeblich durch Gesetzgeber und Eigentümer bestimmt. Die konkrete Ausgestaltung obliegt dem **Aufsichts-** bzw. **Verwaltungsrat** und der **Unternehmensführung**.



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

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

Art. 716⁴⁵⁶

III. Aufgaben
1. Im
Allgemeinen

¹ Der Verwaltungsrat kann in allen Angelegenheiten Beschluss fassen, die nicht nach Gesetz oder Statuten der Generalversammlung zugeteilt sind.

² Der Verwaltungsrat führt die Geschäfte der Gesellschaft, soweit er die Geschäftsführung nicht übertragen hat.

2. Unübertragbare Aufgaben

Art. 716a⁴⁵⁷

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 Geschäftsberichtes⁴⁵⁸ 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.

Art. 717⁴⁶⁰IV. 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.

III. Haftung für
Verwaltung,
Geschäfts-
führung und
Liquidation

Art. 754⁵⁰³

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.

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.



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 CORBÖZ, 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**).

Gesetzliche Haftung

für den Schaden verantwortlich, den sie durch absichtliche oder fahrlässige Verletzung ihrer Pflichten verursachen.

Absicht

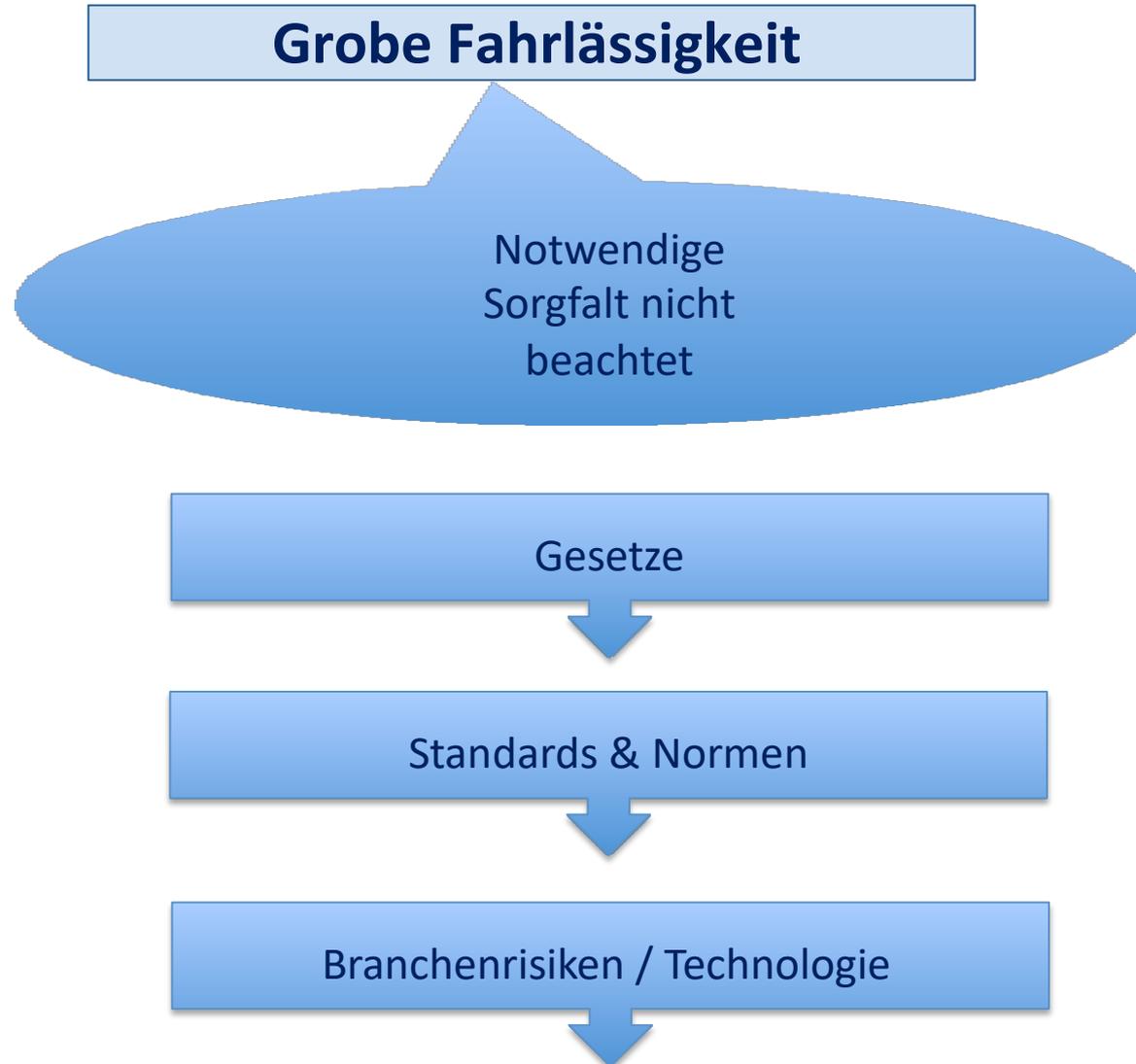
Mit Wissen &
Willen

Grobe Fahrlässigkeit

Notwendige
Sorgfalt nicht
beachtet

Gesetzliche Haftung

(2)



Gesetzliche Haftung

(3)

220

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

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

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	=	Evaluieren
Sorgfalt in der Unterrichtung	=	Kommandieren
Sorgfalt in der Überwachung	=	Kontrollieren
Sorgfalt in der Verbesserung	=	Korrigieren

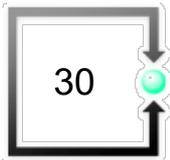
Das BAG ist nicht verantwortlich – ist das wirklich so?



- Datensicherheit: Rein Sache der privaten Stiftung
- Nie über Sicherheitslücken informiert worden
- Im Stiftungsrat sitzt die Leiterin der Sektion Infektionskontrolle (in privater Funktion)
- Eidg. Finanzkontrolle ist Revisionsstelle

<https://www.srf.ch/play/radio/echo-der-zeit/audio/datenschutzprobleme-bei-der-plattform-meineimpfungen-ch?id=fbbd88e3-0b77-4a1e-8c53-38cd4a92b443>

Softlaw: Standards, Normen und Richtlinien



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

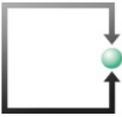
vom 30. März 1911 (Stand am 1. Januar 2016)

Art. 962 OR

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.



swiss code of best practice for corporate governance



Swiss Code of Best Practice

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]

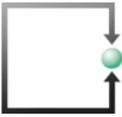




Aufgaben des Verwaltungsrats

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

- 9
- 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.

Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance

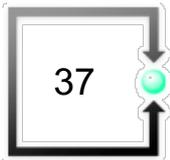


21

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.

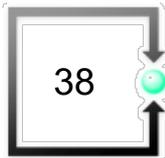
CH-eCommerce-Recht



EU-Recht versus CH-Recht

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



Nationalrat lehnt Online-Widerrufsrecht ab



🕒 18. September 2014 - 15:13
Updated 23. September 2014 - 16:03

Nur bei Telefon- und Haustürgeschäften

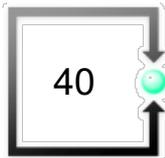
Der Nationalrat hat eine Erweiterung des allgemeinen Widerrufsrechts auf Online-Einkäufe abgelehnt. Ein bürgerliches Mehr im Rat will das Recht jedoch auf Telefongeschäfte ausdehnen.

Schweiz hinkt der EU hinterher

Schweizer Kunden seien mit der neuen Regelung gegenüber EU-Bürgern benachteiligt. In der EU gilt seit Juni ein allgemeines Widerrufsrecht von 14 Tagen. "Wenn ein deutscher oder ein französischer Kunde bei einem Schweizer Händler online etwas bestellt, hat er ein Widerrufsrecht - ein Kunde aus der Schweiz aber nicht", erklärte Sommaruga vergeblich.

CH eShops mit CH-Kunden

- Innerhalb der Schweiz gegenüber Schweizer KundInnen gilt **schweizerisches Recht**:
 - **Vertragsrecht = Obligationenrecht**
 - Konsumentenschutzgesetz = 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



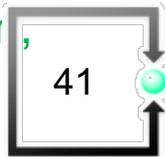
Mit einem Klick zum Kaufvertrag

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



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.

Wegweiser Online-Shopping

Willkommen beim Wegweiser zum Online Shopping. Hier finden Sie wissenswerte Hinweise, Erklärungen und weiterführende Links zum Thema Online-Shopping. Klicken Sie auf einen Wegweiser, um zu den Themen zu gelangen.



<https://www.e-commerce-guide.admin.ch/ecommerce/de/home.html>

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

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-Model**»). 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)

Art. 4 UWG

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

Klage des SECO gegen Viagogo

Key takeaways

- Das Bundesgericht hat die Beschwerde des SECO gegen das Urteil des Zürcher Handelsgerichts in Sachen Viagogo abgewiesen. Viagogo hat nicht unlauter gehandelt.
- Waren und Dienstleistungen, die der Preisbekanntgabeverordnung unterstehen und über das Internet zum Kauf angeboten werden, müssen künftig und entgegen der bisherigen Praxis des SECO nicht mehr zwingend von Anfang an mit einem Detailpreis versehen sein. Es dürfte ausreichend sein, wenn der Detailpreis spätestens vor Erteilung des Konsenses und damit vor Vertragsabschluss dem Käufer bekannt gegeben und der Konsument dadurch nicht über den tatsächlich zu bezahlenden Preis getäuscht wird.

[BGer 4A 235/2020 i.S. SECO gegen Viagogo AG](#)

Andere Urteile in Australien oder Österreich gegen Viagogo

<https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/seco/nsb-news.msg-id-82171.html>

<https://www.srf.ch/audio/espresso/nach-viagogo-urteil-in-zuerich-andere-gerichte-sind-strenger?partId=11748300>

Strafklage des SECO

Strafklage gegen TalkEasy eingereicht

© Lesezeit: 1 Minute

Die Firma TalkEasy GmbH in Zürich steht im Verdacht, gegen das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb verstossen zu haben.

Teilen Drucken Merken Kommentare



Gemäss SECO ist das Geschäftsgebaren der Firma TalkEasy GmbH in verschie

Bild: Thinkstock Kollektion

, aktualisiert am 28. Oktober 2014

Das Staatssekretariat für Wirtschaft Seco hat zahlreiche Beschwerden von Personen erhalten, welche beanstanden, durch die Firma TalkEasy GmbH in Zürich getäuscht worden zu sein.

Die sich beim SECO beschwerenden Personen beanstanden, Vertreter der Firma TalkEasy GmbH würden sich als Mitarbeiter der Firma Swisscom ausgeben, die den Telefon- und Fernsehanschluss oder das Glasfasernetz überprüfen müssten, und sich auf diese Weise Zugang zu den Privathaushalten verschaffen. In der Folge würden die "Talk Easy"-Vertreter den Betroffenen Verträge für angeblich günstigere Abonnemente unterbreiten. Die Betroffenen realisieren erst im Nachhinein, dass sie ohne Absicht den Anbieter gewechselt haben.

Wenn sich jemand fälschlicherweise als Vertreter eines Unternehmens ausgibt, für das er gar nicht tätig ist, liegt nach Auffassung des SECO eine klare Irreführung und damit ein unlauteres Verhalten vor.

<https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/seco/nsb-news.msg-id-54808.html>

942.211

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

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.

942.211

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

¹ Für Dienstleistungen in den folgenden Bereichen sind die tatsächlich zu bezahlenden Preise in Schweizerfranken bekannt zu geben:

- a. Coiffeurgewerbe;
- b. Garagengewerbe 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;

942.211

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.

942.211

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.

942.211

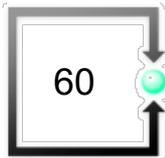
Verordnung über die Bekanntgabe von Preisen (Preisbekanntgabeverordnung, PBV)¹

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.

Geoblocking-Verbot in der Schweiz

- In Bezug auf das Schweizer Recht ist am **1. Januar 2022** Art. 3a des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) über die Diskriminierung im Fernhandel in Kraft getreten.

Gegen den unlauteren Wettbewerb. BG

241

Art. 3a¹⁹ Diskriminierung im Fernhandel

¹ Unlauter handelt insbesondere, wer im Fernhandel ohne sachliche Rechtfertigung einen Kunden in der Schweiz aufgrund seiner Nationalität, seines Wohnsitzes, des Ortes seiner Niederlassung, des Sitzes seines Zahlungsdienstleisters oder des Ausgaborts seines Zahlungsmittels:

- a. beim Preis oder bei den Zahlungsbedingungen diskriminiert;
- b. ihm den Zugang zu einem Online-Portal blockiert beziehungsweise beschränkt; oder
- c. ihn ohne sein Einverständnis zu einer anderen als der ursprünglich aufgesuchten Version des Online-Portals weiterleitet.

Geoblocking-Verbot in der Schweiz

Ausnahmen vom Verbot

Art. 3a Abs. 2 UWG

2 Diese Bestimmung findet keine Anwendung auf nichtwirtschaftliche Dienstleistungen von allgemeinem Interesse; Dienstleistungen im Finanzbereich; Dienstleistungen der elektronischen Kommunikation; Dienstleistungen des öffentlichen Verkehrs; Dienstleistungen von Leiharbeitsagenturen; Gesundheitsdienstleistungen; Glücksspiele, die einen geldwerten Einsatz verlangen, einschliesslich Lotterien, Glücksspiele in Spielbanken und Wetten; private Sicherheitsdienste; soziale Dienstleistungen aller Art; Dienstleistungen, die mit der Ausübung hoheitlicher Gewalt verbunden sind; Tätigkeiten von Notaren sowie von Gerichtsvollziehern, die durch staatliche Stellen bestellt werden; audiovisuelle Dienste.

Das neue CH-Datenschutzrecht

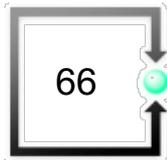
Ab 1. September 2023

- Enthält in Bezug auf
 - Informations- und Transparenzpflichten in Datenschutzbestimmungen
 - Einwilligung zur Datenbearbeitung
 - Verwendung von Cookies, Targeting-Tools und andere Werkzeuge zum Profiling

zahlreiche neue Vorgaben und Pflichten



EU- eCommerce-Recht







- Aus der Schweiz zu EU-KundInnen
gilt **Herkunftsland-Prinzip** und **Marktortprinzip**

- Jeder Konsument aus der EU kann sich auf das e-commerce- und Konsumentenrecht seines Herkunftslandes berufen, unabhängig woher der Anbieter kommt (**Recht des Herkunftslandes**)
- Unternehmen, die Daten ausserhalb der EU verarbeiten, ihre Dienste aber auch im EU-Inland anbieten, unterstehen dem EU-Recht und dem Recht der EU-Länder (**Recht des Marktortes**)

- **E-commerce-Richtlinie** 2000/31
- **Fernabsatz-Richtlinie** 1997/7
- **Datenschutz-Richtlinie** 1995/46
- **Cookie-Richtlinie** 2009/136
- **Verbraucherrechte-Richtlinie** 2011/83

-> Datenschutz-Grundverordnung ab 25.5.2018

Nationale Gesetzgebungen der EU-Länder (Umsetzungsrecht: z.B. Deutschland - **Gesetz über die Nutzung von Telediensten** (kurz **Teledienstegesetz** oder TDG) genannt).

Rechtsakte der Europäischen Union

• **Verordnungen** Direkt anwendbar

• **Richtlinien**

• **Beschlüsse**

• **Empfehlungen**

• **Stellungnahmen**

Landesspezifische
Umsetzungsgesetze

Deutschland:

Ab 1.1.2022

Gesetz für faire
Verbraucherverträge

Deutschland:

Ab 2.12.2022

Antiabmahngesetz

Deutschland:

Ab 1.5.2021

Neues Jugendschutzgesetz

EU-Geoblocking-Verordnung:
Ab 3.12.2018 in Kraft

**Datenschutz-Grundverordnung
DSGVO**

EU:
eCommerce-Richtlinie
31/2000

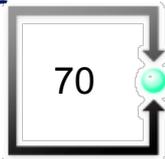
Deutschland:
Telemediengesetz vom
26. Februar 2007

Wettbewerbsrecht - Marktortprinzip

- Im Wettbewerbsrecht gilt **Marktortprinzip**
- Anwendbar ist das materielle Wettbewerbsrecht des Staates, in dem die Interessen der Marktteilnehmer beeinträchtigt werden (Art. 6 Abs. 2 Rom II-VO)

- **LG Karlsruhe Urteil vom 16.12.2011 14 O 27/11 KfH III**

„Ein ausländischer Verkäufer muss die Rechtsvorschriften desjenigen Staates einhalten, in dem er als Verkäufer auftritt. Richtet sich ein ausländischer eBay-Verkäufer (Niederländer) mit seinem Angebot an den deutschen Markt, so muss er sich an das in Deutschland geltende Recht halten und den Widerruf nach deutschem Recht befehlen.“

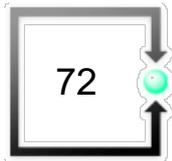


EU-gesetzliche Anforderungen

- Impressumspflichten
- Waren & Dienstleistungen Pflichtangaben
- Warenkorb und Bestätigungsmail
- AGB und **Datenschutzerklärung (DSGVO)**
- Cookies- & Marketing-Tools - Vorgaben
- Jugendschutz - Vorgaben
- Faire Verbraucherverträge - Vorgaben
- Widerruf, Streitbeilegung, Ausschluss
- Rechtswahlklauseln, Schlichtungsplattform
- Gerichtsstandsklauseln



Gefahren von Nichtkonformitäten



Gefahren von Nichtkonformitäten

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

- a. Bussengelder
- 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 Marktauftrittsverboten (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



Vorbehalt neues Datenschutzrecht

■ Sanktionen des

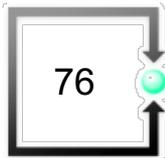
- neuen EU-Datenschutzrechtes (DSGVO-Konformität; vgl. dort) oder
- anderer nationaler Spezialgesetze (z.B. deutsches Verpackungsgesetz 2019; deutsches Jugendschutzgesetz, deutsches faire Verbraucherverträge-Gesetz)

kommen dazu !!



Einzelne EU-gesetzliche Anforderungen an eCommerce und Online-Marketing

(nicht abschliessend)



1. Impressumspflichten



Impressumspflichten

- Impressumspflicht trifft jeden Diensteanbieter für geschäftsmässige, gegen Entgelt angebotene Waren und Dienstleistungen gegenüber allen 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)

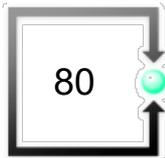
- Impressumspflicht gilt auch für **Portale** (Ebay, Amazon).
 - Wer dort einen Shop betreibt, muss ein Impressum bereithalten, auch wenn der Portalbetreibung keine solchen Möglichkeiten schafft.
- gilt auch für **kommerzielle Seiten in Sozialen Netzwerken** wie Twitter, Facebook und Xing etc.
 - Der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



Impressumpflichten

(3)

- **Keine Impressumpflichten**
- Keine Impressumpflicht besteht für rein private (Informations-) Websites.
- Sobald „**Geschäftsmässigkeit**“ vorliegt (also Waren oder Dienstleistungen angeboten werden), 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.



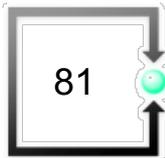
Impressumspflichten

(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



Impressumpflichten

(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

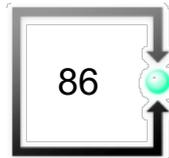


Impressumpflichten

(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)

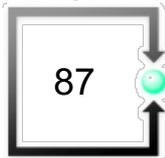


Rechtsprechung

§ 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

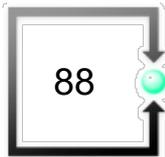
TIP: Idealerweise ist das Impressum von jeder Seite der Webseite aus mit nur einem Klick erreichbar (dauerhafte Sichtbarkeit in Header- oder Fusszeilenbalken)



Rechtsprechung

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

- KG Berlin Beschluss vom 13.2.2007 5 W 34/07 „Abgekürzter Vorname genügt nicht und ist abmahnfähig“
- Fehlende Telefonnummer
 - OLG Hamm Urteil vom 17.3.2004, 20 U 222/03 „keine Angabe einer Tf-Nummer im Impressum notwendig“
 - OLG Oldenburg Beschluss vom 12.5.2006, 1 W 29/06 und OLG Köln, Urteil vom 13.2.2004, 6 U 109/03 „Tf-Nummer muss zwingend ins Impressum, denn ein gewerblicher Verkäufer, der im Internet Waren anbietet, hat auch eine Telefonnummer zu veröffentlichen“
 - BGH Urteil vom 25.2.2016 I ZR 238/14: „Fallen besondere Kosten bei der telefonischen Kontaktnahme an, die bei einem normalen Telefonanruf oder dem Mobilfunknetz nicht entstehen, **fehlt es an einer effizienten Kommunikation**“.
 - **EuGH-Urteil vom 2.3.2017 C-568/15 „Kosten eines Telefonanrufs dürfen den Grundtarif unter einer gewöhnlichen geographischen Festnetz- oder Mobilfunknummer nicht übersteigen...“**
 - **Empfehlung: immer Tf-Nummer ins Impressum, aber keine Mehrwertnummer mit Kostenbelastung beim Konsumenten, Festnetzanschluss oder Handy, das während den üblichen Geschäftszeiten IMMER bedient wird.**
- Fehlende Aufsichtsbehörden
 - Früher OLG Koblenz, Urteil vom 25.4.2006, 4 U 1587/04 „ist eine unerhebliche Wettbewerbsbeeinträchtigung und daher nicht abmahnfähig
 - **Heute: immer wettbewerbswidrig:** LG Leipzig Urteil vom 12.6.2014 05 O 848/13
- Fehlender Vertretungsberechtigter oder HR-Angabe
 - LG München Urteil vom 3.2.2005, 7 O 11682/04 „fehlender Vertretungsberechtigter einer GmbH und fehlende Informationen zum Handelsregister sind ein **abmahnfähiger Wettbewerbsverstoss**.



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

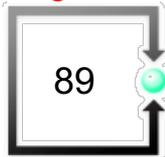
(Internetversand 1)

„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..“

Der von der Werbung eines Internet-Versandhauses angesprochene Durchschnittsverbraucher erwartet in der Regel, daß die beworbene Ware unverzüglich versandt werden kann, wenn nicht auf das Bestehen einer abweichenden Lieferfrist unmißverständlich hingewiesen wird.

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

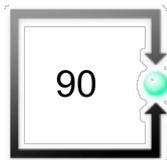
Linkbezeichnung bei Youtube

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

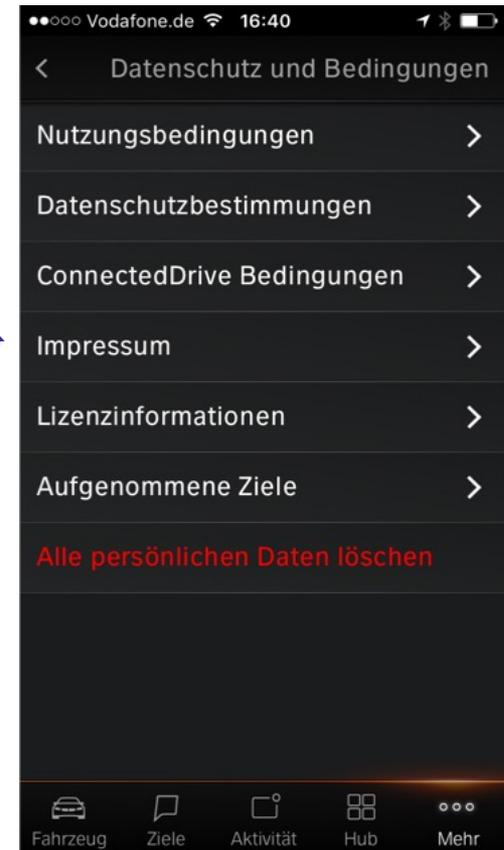
Anforderungen an Impressum auf Youtube:

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



Impressumspflicht auch bei Mobil-Apps

- Es fehlt noch an Rechtsprechung
- 2 Clicks sollten auch hier reichen
- Inhaltlich gelten die gleichen Anforderungen wie im Online-Handel generell

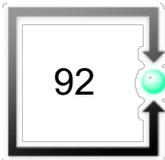


Rechtsprechung

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

Einige inhaltliche Fehler

- 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**“



Impressumspflichten

(10)

■ Angaben zur Aufsichtsbehörde

- Nach § 5 Abs. 1 TMG muss die **zuständige Aufsichtsbehörde** bei Diensten angegeben werden, die der behördlichen Zulassung bedürfen. Dies gilt auch dann, wenn die Behörde keine Zulassung erteilt hat (z.B. Gastronomiebetrieb, Makler, Spielhallenbetreiber, Anwälte, Notare, Aerzte etc.)
- Fallen Aufsichtsbehörde und **Zulassungsbehörde** auseinander, müssen beide Behörden separat aufgeführt werden.

Tipp: Setzen Sie neben den Namen der Aufsichtsbehörden einen Link zu deren Website. Postalische Anschrift der Behörde im Impressum aufnehmen.

Impressumspflicht

(11)

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



Impressumspflicht

(11a)



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

(12)

■ 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, Psychotherapeuten, Heilsberufe (Logopäden, Hebammen, Physiotherapeuten etc.)
- **Pflichtangabe: Zulassungskammer, Gesetzlich richtige Berufsbezeichnung, Staat der Verleihung, Verweis auf berufsrechtliche Regelungen**

Impressumspflichten

(13)

■ 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.**
- UID ist heute gleich MwSt-Nummer

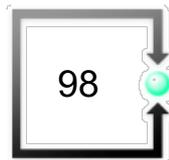


Impressumspflichten

(14)

■ 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).



Impressumpflichten

(15)

■ Sanktionen bei Nichtbeachtung

- Falsches oder fehlendes Impressum sind häufig Grund für **Abmahnungen** (Konsumtentenschutzverbänden, Konkurrenz) => hohe **Kosten des Zivilprozesses vor ausländischem Gericht**
- **Ordnungswidrigkeit** nach § 16 Abs. 3 TMG: Bussgeld durch Aufsichtsbehörde in Höhe von bis zu € 50'000.--



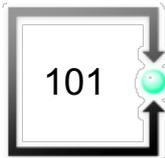
Impressumspflichten

(16)

■ Unnötige und wertlose Angaben

- 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.

2. Kennzeichnung von Waren & Dienstleistungen



Lieferbarkeit von Waren

LG Ingolstadt, Urteil vom **15.06.2021** - 1 HKO 701/20

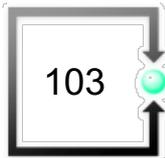
- In Onlineshops beworbene Ware muß auch ohne expliziten Hinweis auf eine sofortige Lieferbarkeit jederzeit verfügbar und unverzüglich lieferbar sein.
- Kommt es zum Ausverkauf der Ware oder Lieferengpässen, muss der Shop sofort tätig werden und entweder sein Internetangebot entfernen oder aufklärende Hinweise bzw. Zusätze aufzunehmen. Andernfalls muss sich der Shop vorwerfen lassen, mit einem wettbewerbswidrigen Lockvogelangebot zu werben.

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)

The screenshot shows the Mondovino website interface. The browser address bar displays "Sicher https://www.mondovino.ch/sortiment/hits/Aktion". The navigation bar includes a search icon, a home icon, and menu items: WEINSHOP, ENTDECKEN, ERLEBEN, and MEIN MONDOVINO. A shopping cart icon with a '0' and a "Login / Register" button are also present.

Two wine products are featured:

- Left Product:** A bottle of Chateau d'Arenberg wine. It has a 4.5-star rating (WeinWisser 17 Punkte). The price is CHF 28.50, marked down from CHF 36.50. The volume is 75cl (10cl = 3.80).
- Right Product:** A bottle of Canard-Duchêne champagne. It has a 4.5-star rating. The price is CHF 23.95, marked down from CHF 29.95. The volume is 75cl (10cl = 3.19).

Below each product is a quantity selector showing a minus sign, the number "6", a plus sign, and a shopping cart icon.

Waren und Dienstleistungen

(3)

■ Weitere Angaben

- Wahrheit und Klarheit
- Aktionen auszeichnen
- Zeitliche Beschränkungen wie beim normalen Ausverkauf
- Warn- und Gefahrenhinweise (Kinder, Alkohol, Tabak etc.) wie im stationären Handel
- Angebote müssen vorhanden sein / Verbindung mit Lagerhaltung
- Aktionen ohne Lagerbestände wettbewerbswidrig
- Garantiebestimmungen (*)

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

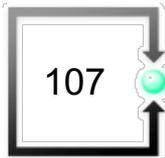
Besonderes:
Die Appellation Pauillac steht innerhalb des Bordeaux für kräftige, strukturbetonte Weine mit viel Tannin. Das macht die Weine dieser Appellation besonders langlebig. Mit gleich drei von den fünf premiers grand crus classés (Latour, Mouton Rothschild und Lafite Rothschild) ist Pauillac sicherlich das bekannteste Gebiet im Bordeaux.

 **Teilen**

106

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
 - 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)



Produktebilder

BGH Urteil vom 12.1.2011 VIII ZR 346/09

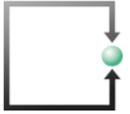
- Produktebilder im Online-Shop sind verbindlich
- „Aufgrund der Abbildung des Fahrzeugs im Internet war das von der Verkäuferin angenommene Kaufangebot auf den Erwerb eines Fahrzeugs mit Standheizung gerichtet“.

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**)



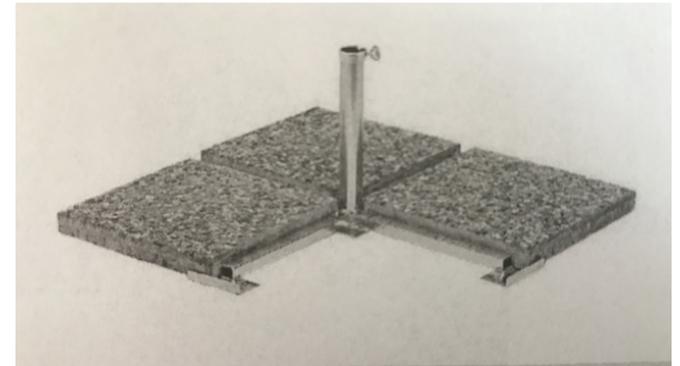
Produktbilder (2)



Rechtsanwältinnen
ATTORNEYS @ LAW

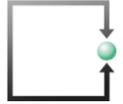
OLG Hamm Urteil vom 4.8.2015 I-4 U 66/15

- 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**.



Produktebilder (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.



Rechtsanwälte
ATTORNEYS @ LAW

3. Lebensmittel & Rückverfolgbarkeit

4. Anforderung spezieller Branchen



Schweiz: Waren und Dienstleistungen (5)

Bundesgesetz über Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände (Lebensmittelgesetz, LMG)

817.0

vom 20. Juni 2014 (Stand am 1. Mai 2017)

Art. 1 Zweck

Dieses Gesetz bezweckt:

- a. die Gesundheit der Konsumentinnen und Konsumenten vor Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen, die nicht sicher sind, zu schützen;
- b. den hygienischen Umgang mit Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen sicherzustellen;
- c. die Konsumentinnen und Konsumenten im Zusammenhang mit Lebensmitteln und Gebrauchsgegenständen vor Täuschungen zu schützen;
- d. den Konsumentinnen und Konsumenten die für den Erwerb von Lebensmitteln oder Gebrauchsgegenständen notwendigen Informationen zur Verfügung zu stellen.

CH-Ausfuhrbestimmungen Lebensmittel (6)

Art. 3 Ausfuhr

¹ Lebensmittel, die für die Ausfuhr bestimmt sind, müssen den Bestimmungen dieses Gesetzes entsprechen.

² Sie dürfen von den Bestimmungen dieses Gesetzes abweichen, wenn die Gesetzgebung oder die Behörden des Bestimmungslandes etwas anderes verlangen oder zulassen.

³ Lebensmittel, die den Bestimmungen dieses Gesetzes nicht entsprechen, dürfen nur dann ausgeführt werden, wenn die Behörden des Bestimmungslandes der Einfuhr zustimmen, nachdem sie über die Gründe, aus denen die betreffenden Lebensmittel in der Schweiz nicht in Verkehr gebracht werden dürfen, und über die näheren Umstände umfassend informiert worden sind.

⁴ Gebrauchsgegenstände, die für die Ausfuhr bestimmt sind, müssen den Bestimmungen des Bestimmungslandes entsprechen. Der Bundesrat kann etwas anderes vorschreiben.

⁵ Gesundheitsschädliche Lebensmittel und Gebrauchsgegenstände dürfen nicht ausgeführt werden.

Schweiz: Waren und Dienstleistung

(7)

Art. 28 Rückverfolgbarkeit

¹ Über alle Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen müssen rückverfolgbar sein:

- a. Lebensmittel, der Lebensmittelherstellung dienende Tiere sowie alle Stoffe, die dazu bestimmt sind oder von denen vorhersehbar ist, dass sie in ein Lebensmittel verarbeitet werden;
- b. Bedarfsgegenstände;
- c. kosmetische Mittel;
- d. Spielzeug.

² Die Unternehmen müssen hierfür Systeme und Verfahren einrichten, damit den Behörden auf deren Verlangen Auskünfte über Lieferanten und Unternehmen, denen sie ihre Produkte geliefert haben, erteilt werden können.

³ Der Bundesrat kann die Verpflichtung zur Rückverfolgbarkeit auf weitere Gebrauchsgegenstände ausdehnen, wenn sich die Schweiz durch einen völkerrechtlichen Vertrag dazu verpflichtet hat.

Schweiz: Waren und Dienstleistungen

(8)

Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung (LGV)

817.02

vom 16. Dezember 2016 (Stand am 2. Mai 2017)



EU: Waren und Dienstleistungen

(9)

VERORDNUNG (EU) Nr. 1169/2011 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES
vom 25. Oktober 2011

betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 1924/2006 und (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 87/250/EWG der Kommission, der Richtlinie 90/496/EWG des Rates, der Richtlinie 1999/10/EG der Kommission, der Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinien 2002/67/EG und 2008/5/EG der Kommission und der Verordnung (EG) Nr. 608/2004 der Kommission

EU: Lebensmittel-Informationsverordnung der EU (LMIV)

<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:de:PDF>

- Grundsätzlich gleich hohe Anforderungen wie im stationären Handel

Schweiz: Waren und Dienstleistungen

(10)

- 8. Abschnitt: Kennzeichnung und Werbung

- Art. 36 Vorverpackte Lebensmittel

¹ Wer ein vorverpacktes Lebensmittel abgibt, muss folgende Angaben machen:

- a. die Sachbezeichnung;
- b. die Zusammensetzung (Zutaten);
- c. das Allergiepotenzial des Lebensmittels oder seiner Zutaten;
- d. die Haltbarkeit;
- e. das Produktionsland des Lebensmittels;
- f. die Herkunft mengenmässig wichtiger Zutaten des Lebensmittels;
- g. eine Nährwertdeklaration;
- h. die Anwendung gentechnischer oder besonderer technologischer Verfahren bei der Herstellung (z. B. Bestrahlung);
- i. Hinweise zur sachgemässen Verwendung, sofern das Lebensmittel ohne diese Angabe nicht bestimmungsgemäss verwendet werden kann.

² Die Angaben müssen angebracht werden:

- a. an gut sichtbarer Stelle;
- b. in leicht lesbarer und unverwischbarer Schrift;
- c. in mindestens einer Amtssprache des Bundes; sie können ausnahmsweise in einer andern Sprache abgefasst sein, wenn die Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz dadurch genügend und unmissverständlich über das Lebensmittel informiert werden.

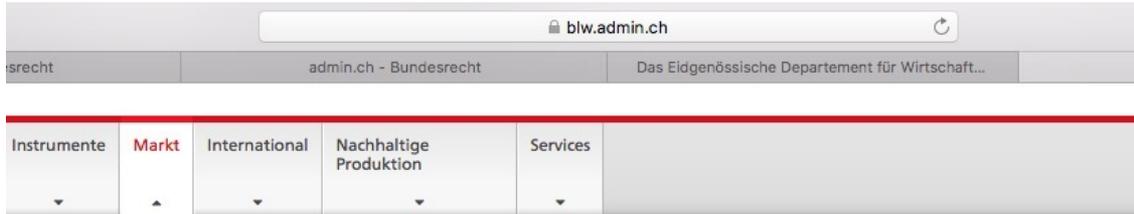
FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

Zugerstrasse 76b | 6340 Baar | Tel. +41 41 727 60 80 | Fax +41 41 727 60 85 | E:



Schweiz: Waren und Dienstleistungen

(11)



Marktbeobachtung

- Über uns
- Land- und Ernährungswirtschaft
- Bio
- Milch
- Fleisch
- Eier
- Früchte und Gemüse
- Speisepilze
- Kartoffeln
- Brot und Getreide
- Ölsaaten
- Futtermittel
- Dünger
- Erläuterungen
- Bestellformular für Abonnemente

Einfuhr von Agrarprodukten

- Versteigerungen
- AEV14online, eVersteigerung und Newsletter "Versteigerungen"
- Ausstellungen oder ähnliche Veranstaltungen
- Gemüse und Obst, frisch
- Tiefkühlgemüse
- Wein, Traubensaft sowie Trauben zum Keltern
- Fleisch, Geflügelfleisch, Fleisch- und Wurstwaren
- Milch und Milchprodukte
- Schnittblumen
- Pferde Esel Maultiere Maulesel
- Zucht- und Nutztiere der Gattungen Rinder, Schweine, Schafe und Ziegen
- Samen von Stieren
- Eier und Eiprodukte
- Küken und Junghennen

Ausfuhr von Agrarprodukten

- AG Agroexport
- Export von Fleisch und Wurstwaren in die EU
- Export von Obst und Gemüse in die EU
- Ausfuhr von Wein
- Ausfuhrbeiträge für Erzeugnisse aus Landwirtschaftsprodukten
- Ursprungsnachweise
- Spezifische Exportanforderungen
- Nützliche Links

Schweiz: **Achtung** Preisempfehlungen

Schweizerisches Bundesgericht, Urteil vom 4.2.2021 – 2 C_149/2018

- Das BGE hat in dieser Entscheidung eine unverbindliche Preisempfehlung von Pfizer als **unzulässige Preisbindung** qualifiziert, die mit einer Busse sanktioniert werden kann.
- Folge: Preisempfehlungen, an die sich ein grosser Teil der Einzelhändler eines Herstellers hält, können **rechtswidrig** und eine **Wettbewerbsverletzung** sein, insbesondere wenn die Preisempfehlung regelmässig aktualisiert und automatisch im Kassensystem der Einzelhändler angezeigt werden. Es ist nicht erforderlich, dass der Hersteller Druck auf seine Einzelhändler ausübt ohne ihnen besondere Anreize bietet.

Deutsche Gebrauchsanweisungen

LG Dortmund Urteil vom 26.1.2021 – 25 O 192/20

- Sind bei der Verwendung eines **Produktes**, das auf einer Vertriebsplattform verkauft wird, **Regeln zum Sicherheits- und Gesundheitsschutz zu beachten**, so muss eine deutsche Gebrauchsanweisung gemäss § 3 Abs. 4 Produktsicherheits-Gesetz) verpflichtend beigefügt werden.
- Eine Beschreibung nur in englischer Sprache reicht nicht aus.

Spezielle Branchen

(12)

■ 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**

Elektronikmarkt

OLG Köln, Urteil vom 30.10.2019 – 6 U 100/19

- Ein Elektronikmarkt muss nicht auf Sicherheitslücken und fehlende Updates des Betriebssystems der von ihm verkauften Smartphones hinweisen.
- Es stellt für den Elektronikmarkt einen unzumutbaren Aufwand dar, sich die Informationen über Sicherheitslücken für jedes einzelne von ihm angebotene Smartphone-Modell zu verschaffen.

Spezielle Branchen

(13)

■ 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 durch Apotheken ins Ausland verstösst gegen das Europarecht“.

Spezielle Branchen

(14)

- Arzneimittel – Medikamente
- **OLG Naumburg – 22.6.2017**
 - Internet-Apotheken dürfen **Medikamente** nicht von der **Rücknahme** ausschliessen.
 - Dabei spielt es keine Rolle, dass retournierte Arzneimittel nicht mehr weiterverkauft werden können.

Das OLG Karlsruhe stärkt diese Rechtsprechung mit einem gleichlautenden Entscheid im Jahre 2018. Ausserdem legt es fest, dass Online-Apotheken ihren Kunden zur Beratung eine **kostenlose Telefonnummer** anbieten müssen.

Spezielle Branchen

(14)

■ Textilien

- Im Bereich Vertrieb von Textilien gelten die Vorschriften der **EU-Textilkennzeichnungsverordnung**.
- Informationspflicht, welche textilen Rohstoffe in der Textilie verwendet werden und wie die Zusammensetzung der Textilfasern aussieht.
- Alle Textilerzeugnisse müssen mit den allein zulässigen Bezeichnungen gemäss Anhang 1 zur VO gekennzeichnet sein. (Ausnahmen in Anhang 5).

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.**

Urteil hier:

<https://webshoprecht.de/IRUrteileB/Rspr2730.php>

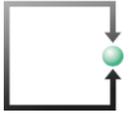
Spezielle Branchen

(15)

■ 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





Garantiebedingungen

Garantiebedingungen müssen im Online-Shop verlinkt werden (Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 9 EGBGB)

- Insbesondere wenn solche bestehen
- Insbesondere wenn solche vom Hersteller oder Zulieferanten explizit eingeräumt werden
- Insbesondere wenn ich mit diesen Garantiebestimmungen auch noch werbe.

Garantiebedingungen

OLG Frankfurt a.M. – Urteil vom 11.11.2021 – 6 U 121/21

- Die Angabe „36 Monate Garantie“ ist irreführend und damit wettbewerbswidrig, wenn nicht darüber aufgeklärt wird, dass der Werbende nicht über die volle Laufzeit der Garantiegeber ist, sondern zunächst ein Dritter garantiert (z.B. Hersteller).



Testergebnisse

LG Kaiserlautern Urteil vom 8.11.2016 HK O 2/15

- Bei der Werbung mit Testergebnissen im Internet ist die Schaltung eines elektronisches Verweises (Links) zum Testergebnis nicht erforderlich. Die Angabe einer Internetseite reicht aus, muss aber aktuell sein und.....
- Eine Fundstellenangabe, die kaum oder höchstens mit erheblicher Mühe entzifferbar ist, steht dem gänzlichen Fehlen der Fundstellenangabe gleich.



OLG Köln Urteil vom 7.4.2017 6 U 135/16

- Keine Werbung für Produkte mit Hinweis auf Testergebnisse ohne entsprechende Fundstelle

Urteil hier:

<https://www.webshoprecht.de/IRUrteile/Rspr2718.php>



Effizienzklasse-Informationen

BGH-Urteil vom 6. April 2017 – Az. I ZR 159/16

- Effizienzklassen zu einem Elektrogerät dürfen zwar auf einer gesonderten Webseite dargestellt werden (BGH-Urteil vom 4.2.2016 – Az. I ZR 181/14)
- Der Link zu dieser Webseite muss aber **besonders klar** und **deutlich gekennzeichnet** sein.
- Die Pflichtinformationen zur Energie-Effizienzklasse dürfen aber nicht nur über einen Link mit der Bezeichnung „Mehr zum Artikel“ abrufbar sein. Diese Bezeichnung hat keinen direkten Bezug zu Effizienzklassen. Es muss „**Informationen zur Energieeffizienz**“ oder ähnlich heissen.
- Die Pflichtinformationen müssen überall dort im Shop eingefügt werden, wo das Produkt mit einer Preisangabe beworben wird.

Urteil hier:

<http://juris.bundesgerichtshof.de/cgi-bin/rechtsprechung/document.py?Gericht=bgh&Art=en&nr=79004&pos=0&anz=1>

Aktionen und Rabatte



Werbung mit Hinweis auf „geringe Stückzahl“ zulässig?

Oberlandesgericht Koblenz, Urteil vom 2.12.2015 (Az.: 9 U 296/15)

Eine Werbung mit dem Hinweis „**nur limitierte Stückzahl**“ ist unzulässig, da der Kunde aufgrund des geringen Vorrats keine realistische Chance hatte, die Ware innerhalb der kurzen Reaktionszeit zu kaufen.

Ein Händler hatte den Kauf eines **Markenstaubsaugers** für einen **bestimmten Tag** und eine **bestimmte Uhrzeit** im Online-Shop beworben. Online war die **Ware innerhalb von 4 Minuten ausverkauft**. Das Gericht verurteilte das Unternehmen zur **Unterlassung solcher Werbemaßnahmen, wenn damit zu rechnen ist, dass das Produkt am Geltungstag nicht für eine angemessene Dauer erhältlich sei**. Trotz des Hinweises „limitierte Stückzahl“ liege eine Irreführung vor, denn es habe keine Chance gegeben, die Ware innerhalb kurzer Zeit nach üblicher Kenntnisnahme des Angebotes erwerben zu können.

UNSER TIP: Bei geringem Warenvorrat ist zwar ein Hinweis wie „geringer Vorrat“ erforderlich, aber auch dann muss die Ware für einen angemessenen Zeitraum in ausreichender Menge vorhanden sein.

Quelle: Zeitschrift Internet-World-Business, 3/16 vom 1.2.2016, Seite 19

Urteil hier:

<http://www.landesrecht.rlp.de/jportal/portal/t/7qe/page/bsrlpprod.psml?pid=Dokumentanzeige&showdoccase=1&doc.id=JURE160000410&doc.part=L>



5. Warenkorb und 6. Bestätigungsmail



Warenkorb und Bestätigungsmail

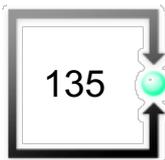
(1)



Warenkorb und Bestätigungsmail

(2)

- 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 unbedingt ganz am Schluss setzen (**Achtung: Buttongesetz D**)



Warenkorb und Bestätigungsmail

(3)

- Preisangabeverordnung 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](#)



Klage des SECO gegen Viagogo

Key takeaways

- Das Bundesgericht hat die Beschwerde des SECO gegen das Urteil des Zürcher Handelsgerichts in Sachen Viagogo abgewiesen. Viagogo hat nicht unlauter gehandelt.
- Waren und Dienstleistungen, die der Preisbekanntgabeverordnung unterstehen und über das Internet zum Kauf angeboten werden, müssen künftig und entgegen der bisherigen Praxis des SECO nicht mehr zwingend von Anfang an mit einem Detailpreis versehen sein. Es dürfte ausreichend sein, wenn der Detailpreis spätestens vor Erteilung des Konsenses und damit vor Vertragsabschluss dem Käufer bekannt gegeben und der Konsument dadurch nicht über den tatsächlich zu bezahlenden Preis getäuscht wird.

[BGer 4A_235/2020 i.S. SECO gegen Viagogo AG](#)

Änderung der Rechtsprechung in der Schweiz

Weicht von den Urteilen in der EU aber ab. Achtung bei der Umsetzung mit EU-Bezug.



Warenkorb – Fehler-Plausibilisierungen (1)

- 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

(4)

- 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

(5)

- 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

(6)

- 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

(7)

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

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

BGH-Urteil vom 26.2.2009 – I ZR 163/09

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



Bestätigungsmail – Beweiswert

LG Köln, Urteil vom 11.1.2022 – 4 Sa 315/21

Den Absender einer E-Mail (auch Bestätigungs-Mail) trifft gemäss § 130 BGB die volle Darlegungs- und Beweislast dafür, dass die E-Mail dem Empfänger zugegangen ist.

Die Absendung einer E-Mail begründet keinen Anscheinsbeweis für den Zugang beim Empfänger, und zwar auch dann nicht, wenn er nach dem Versenden keine Meldung über die Unzustellbarkeit der E-Mail erhalte.

Um sicherzustellen, dass eine E-Mail den Adressaten wirklich erreicht hat, könne der Versender über die Optionsverwaltung eines E-Mail-Programmes eine Lesebestätigung anfordern.



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).

Entgelt für Zahlung

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

Unternehmen dürfen von ihren Kunden ein Entgelt für die Zahlung mittels Sofortüberweisung oder PayPal erheben, wenn das Entgelt allein für die Nutzung dieser Zahlungsmittel und nicht für eine damit im Zusammenhang stehende Nutzung einer Lastschrift, Überweisung oder Kreditkarte verlangt wird.



Lieferung - Lieferzeit

(1)

■ 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



7. 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
Bestellmenge ändern,
ausgewählte Artikel
entfernen

2. Versenden
Login, Rechnungs- &
Lieferadresse wählen

3. Bezahlen
Versandart und
Zahlungsart
auswählen

4. Bestellen
Bestellung ausführen

Rechnungsadresse

Max Mustermann
Hauptstraße 21
39201 Musterstadt
Deutschland

Lieferadresse

Max Mustermann
Hauptstraße 21
39201 Musterstadt
Deutschland

Zahlungsart

Angaben zum Versand

Standardversand (DHL)

Überweisung

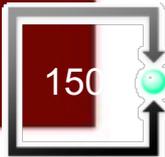
Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Ihnen steht ein 14tägiges Widerrufsrecht zu. Einzelheiten zu Ihrem Widerrufsrecht finden Sie [hier](#).

Hinweise zu Vertragsschluss, Zahlung Korrektur von Eingabefehlern, Lieferung und Vertragsprache finden Sie [hier](#).

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.: 30471885DE	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 €				Kaufen



Warenkorb und Bestätigungsmail

- Bestellbestätigungs-Mail
 - Muss **unmittelbar** nach Bestellung zugestellt werden
 - Warenbestellung mit Stückzahl und Preis
 - Gesamttotal mit allen Kosten (inkl. MwSt. – sofern geschuldet; weitere Kosten z.B. Transport- oder Zollgebühren)
 - **Widerrufsbelehrung zwingend** (Formularverweis)
 - **AGB einbinden, Streitbeilegung einbinden**
 - **Ausdruckbar und speicherbar**



Warenkorb und Bestätigungsmail

- 
 10 % Mengenrabatt ab 6 Flaschen
- 
 50 CHF Mindestbestellwert
- 
 Stundengenaue Lieferung mit coop@home möglich
- 
 Liefergebühren mit Superpunkten bezahlen
- 
 Exklusive Raritätenweine

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 ✕
- 6 +			

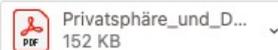
Versandkosten für das Weinsortiment (?)	CHF 12.90
Versandkosten gesamt	CHF 12.90

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

Sie sparen dank Aktionen:
Differenz zu reduzierten Liefergebühren:

	CHF 48.00
	CHF 29.00

Alle Produkte entfernen
Weiter einkaufen
Zur Kasse



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

Text zum Bestellbutton

LG Hagen, Urteil vom 17.6.2019

Beschriftung des Bestellbuttons mit dem Satz „Ihre Selbstauskunft kostenpflichtig absenden“ ist nicht ausreichend und somit wettbewerbswidrig.

Auch „Bestellung abschicken“ ist unzulässig.



Zwei Verträge = 2 Bestellbuttons

OLG Nürnberg, Urteil vom 29.5.2020 – U 3878/19

Unmittelbar vor Abgabe der Vertragserklärung muss der Verbraucher über die wesentlichen Eigenschaften der verkauften Ware informiert werden.

Sollen **zwei verschiedene Verträge** – Kaufvertrag und Mitgliedschaftsvertrag – abgeschlossen werden, genügt ein **einziges Bestellbutton** mit der Aufschrift „jetzt kaufen“ nicht.



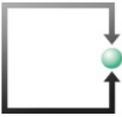
Checkout-Seite bei Amazon

BGH, Beschluss vom 28.11.2019 – Az. I ZR 43/19

Die **Checkout-Seites** des Online-Händlers Amazon ist derzeit **rechtswidrig**, weil die wesentlichen Warenmerkmale des Produktes nicht unmittelbar vor dem Kauf angezeigt werden.

Grundsätzlich kommt unter diesen Umständen kein gültiger Vertrag zustande, weil die Einwilligung mit dem Button den Kaufinhalt nicht einschliesst.





8. Nationale Sondergesetze



Waren und Dienstleistungen

(17)

■ Verpackungs Vorschriften 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

(18)

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

VerpackV

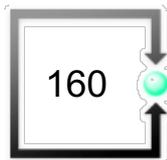
Ausfertigungsdatum: 21.08.1998

Vollzitat:

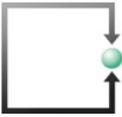
"Verpackungsverordnung vom 21. August 1998 (BGBl. I S. 2379), die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 17. Juli 2014 (BGBl. I S. 1061) geändert worden ist"

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

<https://www.gesetze-im-internet.de/verpackg/>



Neues Verpackungsregime in EU



Was ändert sich mit dem Verpackungsgesetz?



Neues Verpackungsregime in EU

Neue Verpflichtungen ab 1.1.2019



Waren und Dienstleistungen

(19)

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

Länderspezifische Informationen zu allen Recycling- und Verpackungsfragen:

<https://www.pro-e.org/index/html>

<https://www.pro-e.org/proe-members>



Neues Jugenschutzgesetz Deutschland

■ Jugenschutz

- Onlinehändler hat das Jugenschutzgesetz (JuSchG: **Achtung für Deutschland neu ab 1.5.2021**) 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

Neues Jugendschutzgesetz Deutschland 1.5.2022

- In Kraft seit 1.5.2021
- Neue Pflichten für Betreiber und Anbieter
 - Film- und Spieleplattformbetreiber müssen **Kennzeichnungs- und Kontrollpflichten** erfüllen (Filme und Spiele müssen immer eine Alterskennzeichnung enthalten)
 - Anbieter von Diensten, die sich via Soziale Netze auch an Kinder und Jugendliche richten und von diesen üblicherweise genutzt werden, müssen **Vorsorgemassnahmen** treffen.
 - Melde- und Abhilfeverfahren bereitstellen für unzulässige oder entwicklungsgefährdende Angebote und Cybermobbing
 - Alle nur für Erwachsene geeigneten Inhalte müssen neu **Altersverifikationen** erfüllen und nachweisen können
 - Alle Anbieter müssen auf unabhängige Beratungsangebote hinweisen.
 - Technische Voreinstellungen (in Apps, Webdiensten etc.) müssen vor leichter Identifizierbarkeit von Minderjährigen schützen.
 - **AGB** müssen **kindergerecht** ausgestaltet sein für alle Angebote, die sich an Kindern und Jugendliche richten.
- Neue Bundeszentrale für Kinder- und Jugendmedienschutz mit Sanktionierungsrechten (u.a. Bussgelder bis Euro 50 Millionen)

Neues Jugendschutzgesetz Deutschland **1.5.2022**

■ **Ausnahmen**

- Nur für grosse, kommerzielle Anbieter
- Gilt auch für ausländische Anbieter mit Auswirkung in D
- Nicht kommerzielle Angebote sind ausgenommen (z.B. private Blogs, gemeinnützige Angebote etc.).

■ **Besondere Auflage**

- Ausländische Anbieter müssen in Deutschland einen Empfangsbevollmächtigten benennen (analog zum Datenschutzvertreter nach Art. 27 DSGVO).

Antiabmahnengesetz Deutschland

- **In Kraft seit 2.12.2022**
- Abmahnungen wegen Verstößen im eCommerce gegen gesetzliche Informations- und Kennzeichnungsverstöße sowie bei Verstößen gegen die DSGVO durch Unternehmen und Vereine mit „in der Regel“ weniger als 250 Mitarbeitern kann der Abmahnende künftig gemäss § 13 Abs. 4 Nr. und Nr. 2 UWG **keinen Aufwendersatz mehr** verlangen.
- Schärfere Anforderungen an Aktivlegitimation
- Schärfere Anforderungen an die Formalitäten der Abmahnung
- Schärfere Anforderungen an Begründung der Höhe der Abmahnungskosten (Berechnungsgrundlage)
- Verbot der strafbewerten Unterlassungserklärung bei Verstößen gegen Informationspflichten
- Verbot missbräuchlicher Geltendmachung von Ansprüchen
- Einschränkung des fliegenden Gerichtsstandes aus § 14 II UWG

Gesetz für faire Verbraucherverträge (D)

- **In Kraft seit 1.1.2022 (stufenweise)**
- Pflicht zur Überprüfung der Webseiten, Verträge und AGB für Anbieter
- Regelmässige Warenlieferungen oder regelmässige Dienstleistungen mit automatischer Verlängerung sind unzulässig.
- Verträge müssen nach Ablauf der Mindestlaufzeit **monatlich kündbar** sein.
- Klausel zur stillschweigenden Vertragsverlängerung ist nur zulässig, wenn sich der Vertrag auf unbestimmte Zeit verlängert und der Verbraucher eine **Kündigungsfrist von maximal einem Monat** eingeräumt erhält.
- Verträge für ein Dauerschuldverhältnis (z.B. Fitness-Abos etc.) können ab 1.3.2022 mit einer Frist von maximal einem Monat (bisher 3 Monate) vor Ablauf der vorgesehenen Vertragsdauer gekündigt werden.

Gesetz für faire Verbraucherverträge (D)

- Ab 1.7.2022 muss auf Webseiten mit Dauerschuldverhältnissen ein **verpflichtender Kündigungsbutton** eingeführt werden. Dieser muss gut sichtbar und eindeutig als „Klick zur Kündigung“ **erkennbar** sein.
- Fehlt einer solcher Button, kann der Verbraucher jedes Dauerschuldverhältnis jederzeit und ohne Einschränkungen kündigen.
- Der Anbieter muss nach einer (elektronischen) Kündigung dem Verbraucher eine **elektronische Empfangsbestätigung der Kündigung** zustellen.
- **Telefonwerbung** muss im Vorwege eine **Einwilligung des Verbrauchenden** einholen. Diese Einwilligung muss **dokumentiert** werden und ist **5 Jahre aufzubewahren** (§ 7a UWG). Verstoss kann mit Bussgeld bis zu Euro 50'000 geahndet werden (§ 20 Abs. 1 Nr. 2 UWG).

Frankreich

Werbefotos: Kennzeichnungspflicht für manipulierte Fotos

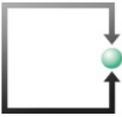


Frankreich

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 Models nachträglich per Bildbearbeitung verändert wurde, muss das gekennzeichnet werden.

Strafe: mehrere € 10'000.00 Busse





9. 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.



Influencer-Marketing

(3)

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

#ad

(5)

- 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.



Influencer-Marketing

Verwendung Bullshit

OLG Frankfurt, Beschluss vom 23.9.2021 – 6 W 76/21

Wurde einer Influencerin verboten, auf ihrem Internetaccount ein Produkt mit „Bullshit“ zu bezeichnen, handelt es sich um einen kerngleichen Verstoss gegen das gerichtlich ausgesprochene Unterlassungsverbot, wenn sie die Bezeichnung wiederholt, indem sie das Wort „Bullshi“ durch Auslassung bestimmter Buchstaben als „B*****t“ oder „noch mehr B***“ darstellt.

Abmahnung an Influencerin wegen Kreditschädigung (7)

OLG Frankfurt, Beschluss vom 23.9.2021 – 6 W 76/21

Wurde einer Influencerin verboten, auf ihrem Internet-Account ein Produkt mit "Bullshit" zu bezeichnen, handelt es sich um einen kerngleichen Verstoß gegen das Unterlassungsgebot, wenn sie die Bezeichnung wiederholt, indem sie das Wort "Bullshit" durch Auslassung bestimmter Buchstaben als "B*****t" oder "Noch mehr B***" darstellt

<https://www.rv.hessenrecht.hessen.de/bshe/document/LARE210001699>



Abmahnung an Influencerin wegen Kreditschädigung (8)

OLG Köln, Urteil vom 19.2.2021 – 6 U 103/20

- Der Umstand, dass Äusserungen von Influencern auch redaktioneller oder informierender Natur sind, steht einer Bewertung als geschäftliche Handlung nicht entgegen, weil auch journalismusnahe Tätigkeiten der UWG-Kontrolle nicht entzogen sind, wenn sie unmittelbar durch Werbung finanziert werden (kein Medienprivileg).
- Eine Kennzeichnung von Influencer-Mitteilungen ist auch auf **Instagramm** bei followerstarken Profilen steht vorzunehmen.
- Eine überwiegende kommerzielle Absicht ist auch bei **Postings** von Influencern zu vermuten, wenn Mitteilungen durch ein direktes Entgelt oder sonstige, auch geringwertige Gegenleistungen mitbeeinflusst werden.



Affiliate-Partnerprogramme

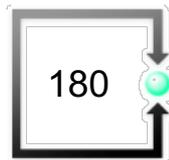
(9)

LG München I, Urteil vom 26.2.2019

- Ein Portal-Betreiber, der auf seiner Webseite Beiträge veröffentlicht, muss hinreichend **deutlich angeben**, dass er an einem **Affiliate-Partnerprogramm** teilnimmt und für die verlinkten Produkte eine entsprechende Provision erhält.

LG Hamburg, Urteil vom 16.4.2019

- Ein Online-Portal, das Usern **Makler vermittelt**, muss darauf hinweisen, dass es im **Erfolgsfall eine Vergütung** erhält. Andernfalls wird der suchende Verbraucher in die Irre geführt, da er davon ausgeht, dass die Auswahl der Makler nach sachlichen Kriterien erfolgt



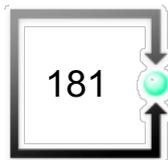
Bilderverweise ohne Auszeichnung als Werbung (10)

OLG Braunschweig, Urteil vom 13.5.2020 – Az. 2 U 78/19
LG Köln, Urteil vom 8.4.2020, Az. 1 HK O 445/17

- Eine Influencerin darf keine Bilder von sich einstellen, auf denen sie Waren präsentiert und auf die Accounts der Hersteller verlinkt, ohne dies als Werbung kenntlich zu machen.

LG Köln, Urteil vom 21.7.2020, Az. 33 O 138/19

- Beim „Taggen“ von Unternehmen auf Social-Media-Seiten muss die Influencerin zwingend dies als Werbung kennzeichnen.



Abweichende Beurteilung

(11)

OLG Hamburg, Urteil vom 2.6.2020, Az. 15 U 142/19

- Beiträge von Influencern mit Produktdarstellungen und Herstellerhinweisen müssen **nicht** ausdrücklich als Werbung gekennzeichnet werden, wenn für den Verbraucher offensichtlich ist, dass es sich um Influencer-Marketing handelt.



EuGH: «Bezahlung»

(12)

EuGH Urteil vom 2.9.2021 – C-371/20

- Die Förderung des Verkaufs eines Produktes durch die Veröffentlichung eines redaktionellen Inhalts von einem gewissen Gewerbetreibenden im Sinne dieser Bestimmung „bezahlt“ wird, wenn dieser für die Veröffentlichung eine **geldwerte Gegenleistung** erbringt, sei es
 - in Form einer Zahlung eines Geldbetrages oder
 - in jeder anderen Form,sofern ein eindeutiger Zusammenhang zwischen der in dieser Weise vom Gewerbetreibenden geleistete Bezahlung und der Veröffentlichung steht.
- Dies ist immer dann der Fall, wenn der Gewerbetreibende durch **Nutzungsrechte geschützte Bilder** kostenlos zur Verfügung stellt, auf denen seine Geschäftsräume und die von ihm angebotenen Produkte zu sehen sind.



Anpassung UWG-Deutschland

(13)

- Der deutsche Gesetzgeber hat auf das EuGH-Urteil reagiert und den Tatbestand der **Irreführung durch Unterlassen** abgeändert.
- Im neuen § 5a Abs. 4 UWG (D) wurde folgende Ergänzung eingefügt:

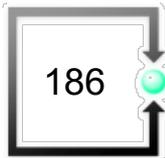
“ein kommerzieller Zweck einer geschäftlichen Handlung ist in der Regel nicht anzunehmen, wenn diese

- *vorrangig der Information und Meinungsbildung dient und*
- *für diese kein Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung gewährt wurde“.*

Start Tag 2

- WarmUp und Repetition
- EU eCommerce- und Online-Marketing-Recht
 - Widerruf
 - Streitbeilegung – Plattform – Anzeigepflicht
 - AGB und Datenschutzerklärung

10. Widerruf und 11. Streitbeilegung



Widerruf - Allgemeines

(1)

- **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

(2)

■ Mindestanforderungen

- Es braucht eine **Widerrufsbelehrung in der Bestätigungs-E-Mail**. Die Widerrufsbelehrung muss wortgenau aus der 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

(3)

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.

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

189

Widerruf

(4)

↓ **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]

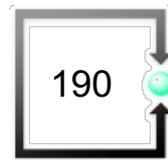
^[5]

^[6]

Gestaltungshinweise:

- ^[1] 1. Fügen Sie einen der folgenden in Anführungszeichen gesetzten Textbausteine ein:
- a) 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



FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

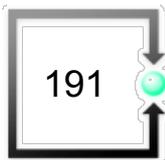
Zugerstrasse 76b | 6340 Baar | Tel. +41 41 727 60 80 | Fax +41 41 727 60 85 | E-Mail sekretariat@fsdz.ch

Widerruf

(5)

OLG Hamm: Angabe von Telefonnummer in Widerrufsbelehrung erforderlich

Das Oberlandesgericht Hamm hat in einem Hinweisbeschluss vom 24. März 2015, Az.: I-4 U 30/15, die Auffassung vertreten, dass die fernabsatzrechtliche Widerrufsbelehrung seit dem 13. Juni 2014 auch die Telefonnummer des Unternehmers enthalten muss. Mit dem



Widerruf

(6)

LG Bochum: Angabe von Tel.-Nr., Fax-Nr. und E-Mail-Adresse in Widerrufsbelehrung erforderlich

Das Landgericht Bochum hat in einem **Urteil vom 6. August 2014, Az.: I-13 O 102/14**, entschieden, dass die fernabsatzrechtliche Widerrufsbelehrung seit dem 13. Juni 2014 auch die Telefonnummer, Telefaxnummer und E-Mail-Adresse des Unternehmers enthalten muss.



Widerruf - Gutschrift auf Kundenkonto (7)

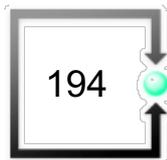
- Bundesgerichtshof Urteil vom 05-10-2005- Az, VIII ZR 382/04
 - In Bezug auf das Rückgaberecht und den **Widerruf** darf der Online-Betreiber nicht in Allgemeinen Geschäftsbedingungen festhalten, dass der Käufer nur eine Gutschrift auf sein Kundenkonto erhält und die bereits geleistete Zahlung nicht 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.

Zwei Widerrufsbelehrungen zulässig

OLG Köln, Urteil vom 23.4.2021 – 6 U 149/20

Ein Internet-Shop erfüllt seine Pflicht zur ordnungsgemässen Widerrufsbelehrung auch dann, wenn der entsprechende **Hyperlink zu zwei unterschiedlichen Widerrufsbelehrungen**

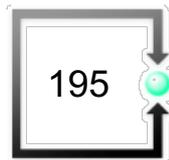
- für den Kauf von nicht paketfähigen Waren (Speditionsware) und
 - für den Kauf paketfähiger Waren (Standardware)
- führt.



Digitale Spiele - Vorbestellungen

OLG Frankfurt, Urteil vom 3.12.2021 – 6 U 275/19
(Verbraucherzentrale gegen Nintendo Europe GmbH)

Das Widerrufsrecht gilt auch für **Vorab-Bestellungen digitaler Spiele**, die nach dem Download noch nicht nutzbar zur Verfügung stehen.

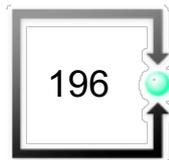


Widerruf – Rückzahlungen

(8)

■ 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 warten.
- **Rückzahlung** hat grundsätzlich mit **demselben Zahlungsmittel** zu erfolgen, das der **Kunde zur Zahlung verwendet hat**.



Ausschluss Widerruf

(13)

■ 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



197

Ausschluss Widerruf

(14)

„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

(15)

„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.

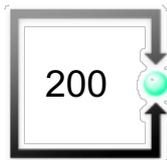


Ausschluss Widerruf

(16)

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.

Urteil: <https://openjur.de/u/2194731.html>



Ausschluss Widerruf

(17)

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).

201

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

Ausschluss Widerruf

(18)

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 kein 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

(19)

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

(9)

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

(11)



12. AGB und 13. Datenschutzerklärung



AGB und DSE

(1)

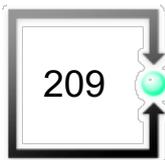
■ Grundsätze

- Für den Betrieb eines Online-Shops braucht es 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 eigenen, **strengen Normenkontrolle**; (in 305-310 BGB).

AGB und DSE

(2)

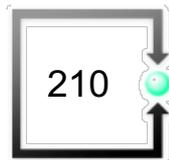
- OR und BGB (D) regeln das Kaufrecht generell
 - Durch AGB lassen sich – soweit gesetzlich zulässig – Abweichungen von den gesetzlichen Vorgaben erreichen (Grundsatz: Treu und Glauben; Art. 8 UWG).
 - Nicht konforme Regelungen sind rechtlich unwirksam und können nicht durchgesetzt werden.
 - AGB können 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 - Speicherung & wiedergabefähige Form (8)

OLG Frankfurt a.M., Urteil vom 11.11.2021 – 6 U 81/21

- Wenn ein Internetshop die Vertragsbestimmungen einschliesslich AGB nur auf der Internetseite veröffentlichen, nicht aber deren Speicherung in wiedergabefähiger Form ermöglicht, **verstösst er gegen UWG**.
- Es reicht nicht, dass eine Webseite über die Einstellungen zum Browser insgesamt gespeichert werden kann.

AGB - globale Zustimmung zu Änderungen. (8)

BGH, Urteil vom 27.4.2021 – XI ZR 26/20

- Klauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) einer Bank sind unwirksam, wenn sie ohne inhaltliche Einschränkung(en) die **Zustimmung** des Kunden **zu Änderungen der AGB und Sonderbedingungen fingieren**.

AGB - Sperren von e-Ladestationen

(8)

OLG Düsseldorf, Urteil vom 7.10.2021 – I 20 U 116/20

- Sperren der Auflademöglichkeit einer Elektroautobatterie per Fernzugriff ist **verbotene Eigenmacht**. Eine entsprechende AGB-Klausel in den Mietbedingungen von Renault ist **unwirksam und wettbewerbswidrig**.
- Es handelt sich bei einer solchen vertraglich einseitig durch den Vermieter festgelegten Klausel um Eingriff in Besitz ohne Vorliegen eines rechtskräftigen Urteil, was unzulässiger Selbstjustiz gleichzusetzen ist.
- Wegen der grundsätzlichen Bedeutung dieser Rechtsfrage für zahlreiche andere Fälle (z.B. Aktivierung einer Wegfahrsperrung per Fernzugriff), hat das OLG Düsseldorf die Revision zum Bundesgerichtshof zugelassen.

AGB und DSE

(8)

BRACK.CH

[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

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

Aktions-/Gutscheincode [Code prüfen](#)

Total: CHF 41.00
inkl. Mehrwertsteuer, Versand und Zahlungsgebühren

Rechnungsadresse Lukas Fässler, Garwidenstrasse 7, 8932 Mettmenstetten

Lieferadresse Lukas Fässler, Garwidenstrasse 7, 8932 Mettmenstetten

Bestellbestätigung an faessleranwalt@bluewin.ch

Lieferart Post

Zahlungsart Rechnung

Referenz

Bemerkung für den Verkauf

Bestellung abschicken

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

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



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.



AGB und DSE

(11)

■ 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).



AGB und DSE

(12)

■ 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.



AGB und DSE

(13)

- Beispiele unwirksamer Klauseln
 - Lieferfrist „....in der Regel 1-2 Werkzeuge....“ 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



AGB und DSE

(14)

- 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.**



AGB und DSE

(15)

- 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.



AGB und DSE

(16)

- **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



AGB und DSE

(17)

- 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

AGB und DSE

(18)

- 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 und DSE

(19)

- 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).

14. Rechtswahlklauseln



Rechtswahlklauseln

(1)

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

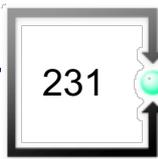
Rechtswahlklauseln entfalten jedoch nur Wirkungen im B2B-Bereich.

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.**

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



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.



15. Gerichtsstandsklauseln



Gerichtsstandsklauseln (1)

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.**

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



16. Urheberrechte

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)



2. Kapitel: Urheber und Urheberin

Art. 6 Begriff

Urheber oder Urheberin ist die natürliche Person, die das Werk geschaffen hat.

Art. 7 Miturheberschaft

¹ Haben mehrere Personen als Urheber oder Urheberinnen an der Schaffung eines Werks mitgewirkt, so steht ihnen das Urheberrecht gemeinschaftlich zu.

² Haben sie nichts anderes vereinbart, so können sie das Werk nur mit Zustimmung aller verwenden; die Zustimmung darf nicht wider Treu und Glauben verweigert werden.



2. Titel: Urheberrecht

1. Kapitel: Das Werk

Art. 2 Werkbegriff

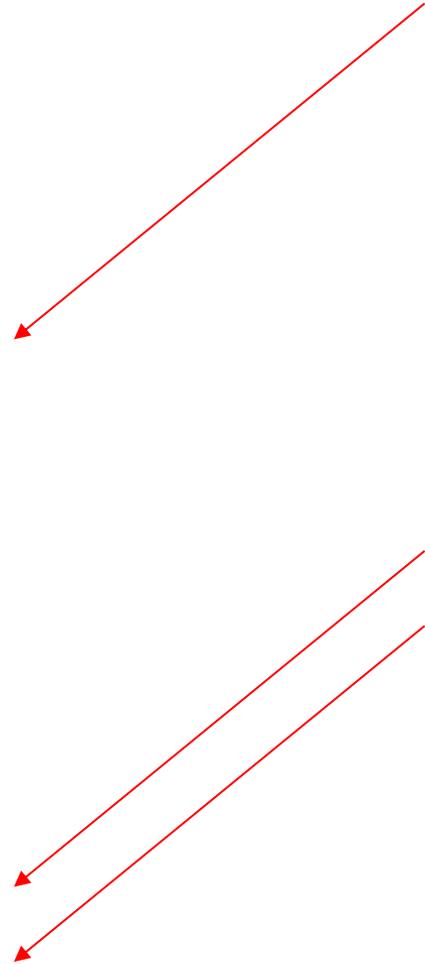
¹ Werke sind, unabhängig von ihrem Wert oder Zweck, geistige Schöpfungen der Literatur und Kunst, die individuellen Charakter haben.

² Dazu gehören insbesondere:

- a. literarische, wissenschaftliche und andere Sprachwerke;
- b. Werke der Musik und andere akustische Werke;
- c. Werke der bildenden Kunst, insbesondere der Malerei, der Bildhauerei und der Graphik;
- d. Werke mit wissenschaftlichem oder technischem Inhalt wie Zeichnungen, Pläne, Karten oder plastische Darstellungen;
- e. Werke der Baukunst;
- f. Werke der angewandten Kunst;
- g. fotografische, filmische und andere visuelle oder audiovisuelle Werke;
- h. choreographische Werke und Pantomimen.

³ Als Werke gelten auch Computerprogramme.

^{3bis} Fotografische Wiedergaben und mit einem der Fotografie ähnlichen Verfahren hergestellte Wiedergaben dreidimensionaler Objekte gelten als Werke, auch wenn sie keinen individuellen Charakter haben.⁴



- Urheberrechte entstehen immer nur bei **natürlichen Personen**
 - Geistige Schöpfungen mit individuellem Charakter
-
- Im Arbeitsverhältnis darf der Arbeitgeber die Schöpfungen seiner Arbeitnehmer **im vertraglich vereinbarten Rahmen** ohne zusätzliche Entschädigung nutzen (Verwertungsrechte).
 - **Im Arbeitsvertrag unbedingt regeln**

OR » Die einzelnen Vertragsverhältnisse » Der Arbeitsvertrag » Der Einzelarbeitsvertrag

Art. 321b

III. Rechenschafts- und Herausgabepflicht

1 Der Arbeitnehmer hat dem Arbeitgeber über alles, was er bei seiner vertraglichen Tätigkeit für diesen von Dritten erhält, wie namentlich Geldbeträge, Rechenschaft abzulegen und ihm alles sofort herauszugeben.

2 Er hat dem Arbeitgeber auch alles sofort herauszugeben, was er in Ausübung seiner vertraglichen Tätigkeit hervorbringt.

- Eine gesetzliche **Ausnahme besteht bei Computerprogrammen.**
- Der Arbeitgeber erhält eine ausschliessliche Lizenz zur umfassenden **Nutzung der geschaffenen Software.** Die **Urheberschaft einschliesslich Eigentum** bleiben aber beim **Arbeitnehmer.**

- Im Arbeitsvertrag **Urheberrechte schriftlich** abtreten lassen.
- Bei Verträgen mit **Freelancern** (nicht Angestellte) sollten die **Urheberrechte an Software zwingend schriftlich abgetreten** werden.

Urheberrechte

Verwertungs- und Nutzungsrechte

Art. 10 Verwendung des Werks

¹ Der Urheber oder die Urheberin hat das ausschliessliche Recht zu bestimmen, ob, wann und wie das Werk verwendet wird.

² Der Urheber oder die Urheberin hat insbesondere das Recht:

- a. Werkexemplare wie Druckerzeugnisse, Ton-, Tonbild- oder Datenträger herzustellen;
- b. Werkexemplare anzubieten, zu veräussern oder sonst wie zu verbreiten;
- c.⁵ das Werk direkt oder mit irgendwelchen Mitteln vorzutragen, aufzuführen, vorzuführen, anderswo wahrnehmbar oder so zugänglich zu machen, dass Personen von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl dazu Zugang haben;
- d. das Werk durch Radio, Fernsehen oder ähnliche Einrichtungen, auch über Leitungen, zu senden;
- e. gesendete Werke mit Hilfe von technischen Einrichtungen, deren Träger nicht das ursprüngliche Sendeunternehmen ist, insbesondere auch über Leitungen, weiterzusenden;
- f.⁶ zugänglich gemachte, gesendete und weitergesendete Werke wahrnehmbar zu machen.

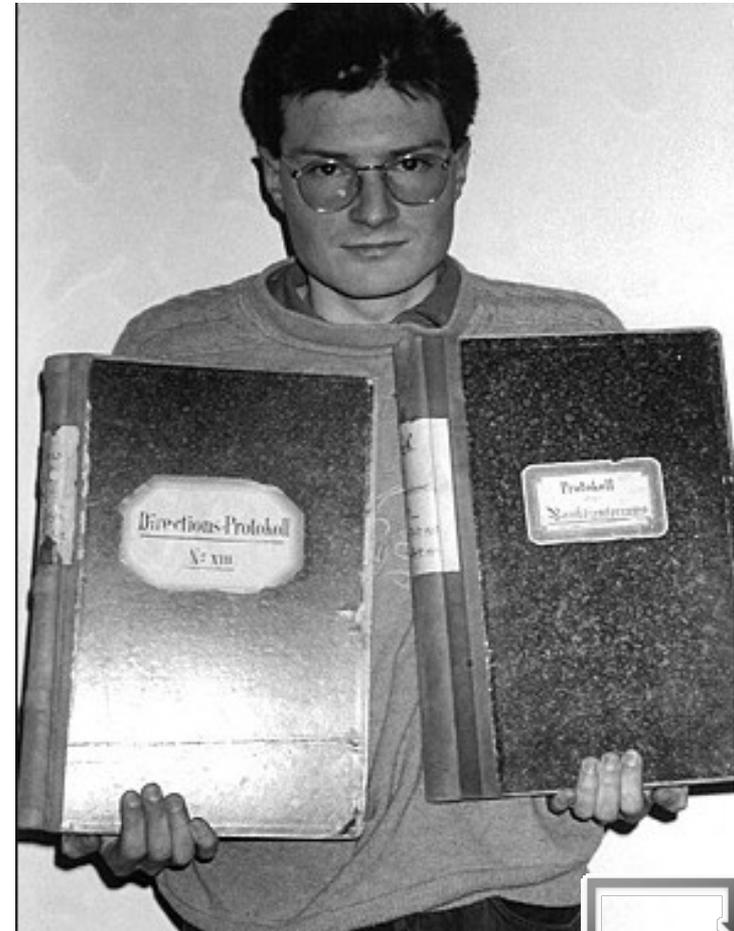
³ Der Urheber oder die Urheberin eines Computerprogrammes hat zudem das ausschliessliche Recht, dieses zu vermieten.



BGE 130 III 168
5.9.2003

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



BGE 130 III 714
19.4.2004



BERNZEN SONNTAG RECHTSANWÄLTE STEUERBERATER
 Mönckebergstraße 19 • D-20095 Hamburg



3. Dezember 2016
 Aktenzeichen: RI 1814-40/16
 Sekretariat: 040 309651-20

**Unberechtigte Nutzung von Fotowerken auf
 Ihrem Internetauftritt www.swtue.de**

Sehr geehrte Damen und Herren,

ausweislich anliegender Vollmacht zeigen wir an, dass uns die **LaPixa GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer Serge Licht, Pappelallee 78/79, D-10437 Berlin** mit der Wahrnehmung ihrer rechtlichen Interessen betraut hat.

Die LapPixa GmbH hat vom Fotografen **Norbert Liesz (http://www.norlies.de)** das Recht eingeräumt erhalten, Ansprüche aus Urheberrechtsverletzungen im eigenen Namen geltend zu machen.

Gegenstand unserer Beauftragung ist die Geltendmachung eines Schadensersatzanspruches, der unserer Mandantschaft aufgrund von Urheberrechtsverletzungen zusteht. Sie verwenden auf Ihrer Webseite

service/newsletter/newsletter/newsletter-september-2015.html

gem. dem anliegenden Screenprint (Anlage 1) 3 Lichtbilder, deren Inhaber der ausschließlichen Nutzungsrechte i.S. des Urheberrechtsgesetzes Herr Janto Trappe ist. Eine Zustimmung zur Nutzung und Verbreitung durch unsere Mandantschaft liegt nicht vor, bzw. konnte nicht ermittelt werden.

Für die unberechtigte Nutzung schulden Sie unserem Mandanten Schadensersatz. Auf Basis einer Lizenzanalogie kann dasjenige gefordert werden, was zwischen Ihnen und unserer Mandantschaft bei Kenntnis aller Umstände für eine

HAMBURG
 RECHTSANWÄLTE
 Dr. Gerwin Sonntag
 Fachanwalt für Arbeitsrecht
 und vereidigter Buchprüfer
 Prof. Dr. Christian Bernzen
 Andreas Lubitz
 Fachanwalt für Strafrecht
 Jörn Schmude
 Matthias Brandes
 Günter Harringer
 Fachanwalt für Familienrecht
 Prof. Dr. Uwe Bernzen
 Burkhard Bleisch
 Fachanwalt für Bau- und Architektenrecht
 Peter Schüller
 Martin Mohrmann
 Dr. Peter C. Richter
 Fachanwalt für Steuerrecht,
 Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht
 Dominik von Rosenzweig
 Ralf Neubauer
 Jürgen Broede
 Alfred Reinecke
 Peter Wlemann
 Dr. Christoph Bertram
 Carsten Wiesenthal
 Tobias Gros
 Tim Wierzbinski
 Prof. Dr. Peter Bringewat
 Markus Fraikin
 Johannes F. Kamm
 Florian Pudlas
 Paul Gummert
 Fabian Haase
 STEUERBERATER
 Thorsten Bader

Mönckebergstraße 19
 D-20095 Hamburg
 Gerichtsfach 271
 Telefon +49 (0) 40 30 96 51-0
 Telefax +49 (0) 40 33 17 29
 hamburg@msbh.de

BANKVERBINDUNG
 HypoVereinsbank Hamburg
 BLZ 200 300 00
 Konto/Account 400 671
 Swift-Code (BIC): HYVEDE3300
 IBAN: DE95 2003 0000 0000 4006 71

Hamburger Sparkasse
 BLZ 200 505 50
 Konto/Account 1280 344 050
 Swift-Code (BIC): HASPDE3300
 IBAN: DE60 2005 0350 1280 3440 50

BERLIN
 FRANKFURT AM MAIN
 GENÈVE / GENEVE
 HANNOVER
 LAS PALMAS DE GRAN CANARIA
 LÜBECK
 MÜNCHEN

www.msbh.de



Partnerschaftsgesellschaft mbB
 Sitz: Hamburg
 Registergericht: Hamburg HR 669
 Steuer-Nr. 48/605/02096
 Ust-ID-Nr. DE 18 922 305

Beispiel einer konkreten Abmahnung



rechtmäßige Nutzung des Lichtbildes als Lizenzgebühr vereinbart worden wäre. Für das von Ihnen genutzte Lichtbild ist auf Basis der „Bildhonorare der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing“ (MFM, 2015) eine hypothetische Lizenzgebühr als Schadensersatz anzusetzen. Dieses Honorar legt unsere Mandantschaft auch den üblichen Lizenzvereinbarungen zu Grunde.

Die Schadensersatzansprüche unseres Mandanten berechnen sich daher wie folgt:

Lichtbilder gem. Anlage 1

• Online-Nutzungen, Internet auf Homepage, je Bild no wayback available	310,00 EUR
• Unterlassener Bildquellennachweis Zuschlag 100% je Bild	310,00 EUR
	620,00 EUR

Ferner sind Sie zur Erstattung der unserer Mandantschaft entstandenen Rechtsverfolgungskosten verpflichtet. Der zu zahlende Gesamtbetrag berechnet sich wie folgt:

Dokumentationskosten, Recherchekosten
Lapixa GmbH (www.lapixa.de)

85,00 EUR

Rechtsanwaltsvergütung: (Gegenstandswert 620 EUR)

Geschäftsgebühr gem. § 13 RVG, Nr. 2300 VV RVG

104,00 EUR

Auslagenpauschale gem. Nr. 7002 VV RVG

20,00 EUR

19% Umsatzsteuer

23,56 EUR

Gesamtbetrag

147,56 EUR

Gesamtforderung: 852,56

Den Eingang der Gesamtsumme erwarten wir spätestens **bis zum 16.12.2016** auf unser angegebenes Konto.

Hamburger Sparkasse:

Swift-Code (BIC) HASPDEHHXXX

IBAN: DE60 200505501280344050

Ref.: 1814-40/16 Norbert Liesz

In diesem Zusammenhang dürfen wir Ihnen den Hinweis unserer Mandantschaft geben, dass Sie verpflichtet sind, trotz Schadensersatzleistung die hier betroffenen Lichtbilder, umgehend aus dem Netz zu nehmen sowie von Ihrer Webseite und von sämtlichen Datenträgern und sonstigen Medien zu löschen. Mit Eingang des Betrages würde die Angelegenheit ihre vollständige Erledigung finden.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Peter C. Richter
Rechtsanwalt

Beispiel einer konkreten Abmahnung

245

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

Rechte am eigenen Bild

Verwaltungsgericht Koblenz, Urteil vom 6.9.2019

- Ein Lehrer hat keinen Anspruch auf Entfernung von Bildern seiner Person aus einem Schuljahrbuch, wenn er sich freiwillig bei einem entsprechenden Fototermin hat ablichten lassen und das Foto im dienstlichen Bereich in einer unverfänglichen, gestellten Situation aufgenommen worden ist.

17. Neues Datenschutzrecht

EU: Neues Datenschutzrecht DSGVO CH: Gesetzgebung im Parlament

17.1. Ausgangslage



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)

Entstehungsgeschichte

- 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.

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 Gesetz mehr notwendig)
- **Aber zahlreiche Ausnahmetatbestände** (Öffnungsklauseln) **eingeführt** (z.B. Ausdehnung auf juristische Personen möglich -> Österreich)

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 Meinungsbeeinflussung.
- 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 **betroffenen 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 Personen, soweit deren Verhalten in der Union erfolgt (Achtung Cookieinsatz).

17.2. 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)

Die 7 wichtigsten Umsetzungsaktivitäten für Unternehmen

Personenbezogene Daten (und Profiling-Daten)	evaluieren	Inventar
Dokumentationspflichten	erfüllen	Nachweise
Betroffenenrechte – Prozessbeschreibungen	sicherstellen.	Prozesse
Verarbeitungstätigkeiten dokumentieren	dokumentieren	Verzeichnis
Datenschutz-Folgenabschätzung durchführen	bewerten	Unterlage
Organisatorische und technische Massnahmen im Innenverhältnis & im Aussenverhältnis	festlegen	Katalog
Neue Verträge mit Datenverarbeitern	ausarbeiten	ADVV-Vertrag
Internet-Auftritt	überprüfen	DS-Erklärung Information über Profiling Einwilligung

Handlungsbedarf unter neuem CH-DSG

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** (DSFA) 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

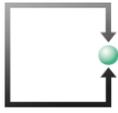
Muss-
Dokument



Handlungsbedarf unter neuem CH-DSG

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



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](#)

« Zurück zur Übersicht

Fit für die digitale Zukunft im Unternehmen: Strategien, Konzepte, Trends

Verfasst am 25.05.2020

CAS Digital Leadership

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW, Basel

25. Mai 2020 9:00 - 17:00 Uhr

per Videokonferenz

Digital denken und handeln! Will man Unternehmen in das digitale Zeitalter führen, muss man selbst eintauchen in diese vielschichtigen neuen Dimensionen: Verstehen von digitalen Netzwerken, Bewerten von Technologien und Testen der Zukunftstauglichkeit von Businessmodellen. Neue Dimensionen erfordern einen Wechsel der Perspektiven, die Wahrnehmung der beteiligten Menschen und den Einsatz neuer Instrumente.

CAS zum Thema mit folgenden Dozenten:

Prof. Martina Dalla Vecchia (FHNW)

Lukas Fässler, FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

Erich Althaus, Online.ch GmbH

Frederik Thomas, Interdiscount Division der Coop Genossenschaft

Präsentation CAS Digital Leadership hier:

[Teil 1](#)

[Teil 2](#)

[Teil 3](#)

[Handlungsfelder](#)

Eckpunkte der Revision: VUD (Verein Unternehmens-Datenschutz) Rohstoff zum revidierten Datenschutzgesetz vom 18.4.2020

Jetzt anrufen 041 727 60 80
oder E-Mail schreiben

Jetzt unkompliziert Video-
Konferenz vereinbaren

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

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

Assoziierte selbständige
Anwältin:

17.3. Verantwortlicher

Verantwortlicher

Art. 4 § 7 DSGVO / Art. 5 Lit. j nDSG

- **Verantwortlicher** ist die natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle,
 - die allein oder gemeinsam mit anderen
 - über die **Zwecke und Mittel der Verarbeitung**
 - von personenbezogenen Daten
 - **entscheidet.**

Es ist der Dateninhaber, der personenbezogene Daten allein oder gemeinsam mit anderen verarbeitet.

17.4. 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**; vgl. Beilage 11)

17.5. Datenverarbeiter und seine Hilfspersonen

Art. 28 (1) DSGVO / 9 nDSG

Zusammenarbeit mit Auftragsverarbeiter

Erfolgt eine **Verarbeitung** im Auftrag eines **Verantwortlichen**,
so arbeitet dieser **nur mit Auftragsverarbeitern** zusammen,

- die **hinreichend Garantien** dafür bieten,
- dass **geeignete technische und organisatorische Massnahmen** so durchgeführt werden,
- dass die **Verarbeitung im Einklang mit den Bestimmungen der DSGVO** erfolgt und
- der **Schutz der Rechte der Betroffenen gewährleistet** ist.

Alle Verträge mit Auftragsverarbeitern müssen überprüft und allenfalls angepasst werden.

Wer personenbezogene Daten an beigezogene Service-Provider auslagert, muss einen Auftragsdatenverarbeitungsvertrag (ADV) mit einem Service Level Agreement für TOM's (technische und organisatorische Massnahmen – SLA TOM) abschliessen und vorweisen können.



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

Zusammenarbeit mit Auftragsverarbeiter

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**.

Art. 28 (4) DSGVO / **9 nDSG**

Zusammenarbeit mit Auftragsverarbeiter - Drittbeizug

Zieht der Auftragsverarbeiter seinerseits

Dritte für die Verarbeitung

von personenbezogenen Daten bei, muss er diesem

- mittels schriftlichem Vertrag
- dieselben Schutzpflichten auferlegen, die er gemäss Vertrag mit dem Verantwortlichen übernommen hat.

Schriftliche Verträge = kann auch in elektronischem Format (aber rechtsverbindlich) erfolgen

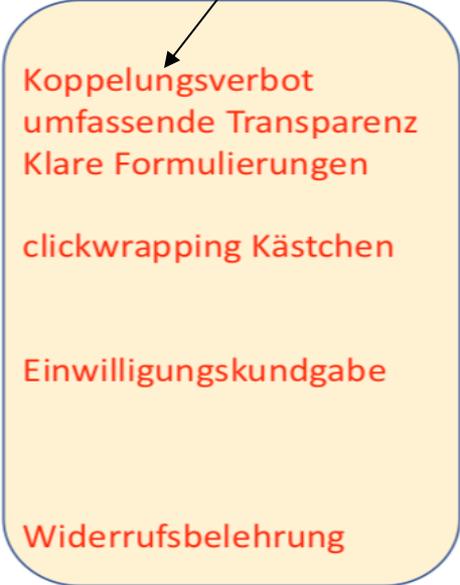
- prüfen ob qualifizierte digitale Signaturen für eigenhändige Unterschriften notwendig sind (Achtung: Behörden- und Unternehmenssiegel sind keine qualifizierten eigenhändigen Unterschriften)
- Im Handelsregister eingetragene Personen müssen unterzeichnen (Achtung Kollektivunterschriften beachten)

17.6. Ausdrückliche Einwilligung und Cookies

Ausdrückliche Einwilligung

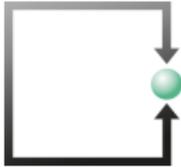
Art. 4 § 11 DSGVO / Art. 6 Abs. 6 nDSG

- **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

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](#)

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



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

PRODUKT

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**

272



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



The image shows a consent dialog box overlaid on the website 'DER TAGESSPIEGEL'. The dialog has a light blue header with the title 'Kostenlos weiterlesen' and the subtitle 'Wir benötigen Ihre Zustimmung'. The main text explains that to show editorial and advertising content, the site needs to process personal data using cookies and other technologies. A red 'OK' button is present. Below, there are three expandable sections for consent: 'Informationen auf einem Gerät speichern und/oder abrufen', 'Personalisierte Anzeigen und Inhalte, Anzeigen- und inhaltsmessungen, Erkenntnisse über Zielgruppen und Produktentwicklungen', and 'Einbindung von externen Inhalten für journalistische Zwecke'. A blue arrow points from the 'OK' button to the first consent section. At the bottom, there is a note about adjusting settings and a link to 'Datenschutz'.

DER TAGESSPIEGEL

BERLIN WIRTSCHAFTS-GESELLSCHAFT KULTUR MEINUNG SPORT WISSEN VERBRAUCHER INTERAKTIV

Kostenlos weiterlesen

Wir benötigen Ihre Zustimmung

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.

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

FSDZ RECHTSANWÄLTE & NOTARIAT AG
ZUGERSTRASSE 76b
CH-6340 BAAR
Tel. ++ 41 41 727 60 80
Fax. ++ 41 41 727 60 85
praktikanten@fsdz.ch

SO GEHT MAN AM BESTEN MIT
COOKIES UM

7.10.2019

Quelle: <https://www.internetworld.de/technik/cookie/so-geht-am-besten-cookies-um-2136695.html>

Interne Verfasserin: MLaw Milica Stefanovic

Die User müssen nach dem Entscheid des EuGHs dem Setzen der Cookies aktiv zustimmen. Folgend die Erklärung, was eigentlich hinter den Textinformationen steckt und wie man mit ihnen umgehen sollte.

Das Aufräumen schadet nicht. Die Internet-Nutzer sollten die sogenannten Cookies regelmässig löschen. Das Surfen im Netz ist mit Cookies komfortabler. Die Cookies



Lukas Fässler

lic.iur.Rechtsanwalt^{1,2}, Informatikexperte
faessler@fsdz.ch

Carmen De la Cruz

Rechtsanwältin und Notarin^{1,2}
eidg. dipl. Wirtschaftsinformatikerin

Zugerstrasse 76b
CH-6340 Baar
Tel: +41 41 727 60 80
Fax: +41 41 727 60 85
www.fsdz.ch
sekretariat@fsdz.ch
UID: CHE-349.787.199 MWST



Partnerkanzleien:

Böhni Rechtsanwälte GmbH
Roman Böhni
MLaw Rechtsanwalt,
BSc Wirtschaftsinformatik
Tel: ++41 41 541 79 60
roman.boehni@boehnilaw.ch
www.boehnilaw.ch

de la cruz beranek Rechtsanwälte AG
Carmen De la Cruz
Rechtsanwältin und Notarin^{1,2}



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

17.7. Koppelungsverbot

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.

17.8. 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.



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

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

283

EU-Datenschutz-Vertreter

https://e-comtrust.ch/file-docs/auftrag_fuer_eu-datenschutz-vertreter_-_version_2-00_-_05-03-2018.pdf



Datenschutz-Vertreter in der Europäischen Union (EU) CH-Onlinehopbetreiber brauchen ihn

Viele Schweizer Unternehmen müssen die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union (EU) am 25. Mai 2018 umsetzen und benötigen deshalb unter anderem auch einen Datenschutz-Vertreter in der EU. Dies betrifft insbesondere Schweizerische Online-Shopbetreiber, welche ihre Waren oder Dienstleistungen¹ an Konsumenten, die sich in der EU befinden, anbieten oder deren Verhalten (mit Cookies oder anderen Marketing-Tools) beobachten.²

Pflicht für CH-Onlinehop-Betreiber
Gemäss Art 27 DSGVO muss in der EU ein Datenschutz-Vertreter benannt werden. Der Vertreter muss im Zusammenhang mit den betroffenen Personen bei sämtlichen Fragen im Zusammenhang mit der Verarbeitung zur Gewährleistung der Einhaltung dieser Verordnung als Anlaufstelle zu dienen.

Hinweise: Ausnahmsweise wird kein Datenschutz-Vertreter benannt, wenn die Verarbeitung von Daten für die Wahrnehmung von öffentlichen Aufgaben erforderlich ist.

¹ Angebote umfassen sämtliche Dienstleistungen, die ausdrücklich betroffen sind. Es genügt auch b

² Die DSGVO findet gemäss Art. 3 DSGVO Anwendung auf die Verarbeitung von Daten, wenn:
a) betroffene Personen in der EU ihren Wohnort haben;
b) das Verhalten betreffender Personen

e-comtrust international ag
Zugerstrasse 76B
CH-6340 Baar
Tel: ++41 41 727 60 70
Fax: ++41 41 727 60 85
www.e-comtrust.ch
sekretariat@e-comtrust.ch



e-comtrust international ag
Zugerstrasse 76B
CH-6340 Baar
Tel: ++41 41 727 60 70
www.e-comtrust.ch
sekretariat@e-comtrust.ch

Auftrag für die Bestellung eines EU-Datenschutz-Vertreters nach Art. 27 DSGVO

Die Unterzeichnenden bestellen gestützt auf Art. 27 DSGVO einen EU-Datenschutz-Vertreter nach Art. 27 DSGVO gemäss den nachfolgenden Angaben.

Es gelten folgende Bestimmungen gemäss Art. 27 DSGVO:

- 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.
- 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.
- Die Benennung eines Vertreters durch den Verantwortlichen oder den Auftragsverarbeiter erfolgt unbeschadet etwaiger rechtlicher Schritte gegen den Verantwortlichen oder den Auftragsverarbeiter selbst.

Der Auftrag wird unter folgenden allgemeinen Geschäftsbedingungen ausgeführt:

Dokument	/Users/lukasfaessler/Desktop/EU-Datenschutz-Vertreter/Auftrag für EU-Datenschutz-Vertreter - Version 2-00 - 05-03-2018.docx
Version	1.30
Datum	05.03.2018
Erstellt Dokument vom:	Version 1.00 vom 5.2.2018
Autor:	Lukas Fässler, e-comtrust international ag, Arthveinstrasse 20, 6300 Zug
Letzte Änderung vom:	05-03-2018



17.9. Neue und erweiterte 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

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



Datenschutzbehörden sind aktiv



Daten-Sammelwut bei umstrittener Gesundheits-App

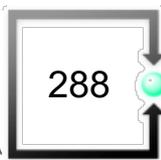
Oberster Datenschutzbeauftragter geht gegen Helsana vor Gericht

Der eidgenössische Datenschutzbeauftragte reicht beim Bundesverwaltungsgericht demnächst eine Klage gegen Helsana ein. Die Gesundheits-App des Krankenversicherers verstösse gegen das Datenschutzgesetz. Helsana begrüsst eine Klärung vor Gericht.



FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

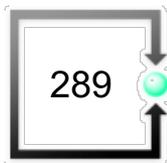
Zugerstrasse 76b | 6340 Baar | Tel. +41 41 727 60 80 | Fax +41 41 727 60 85 | E-Mail



17.10. Widerspruch gegen Datenbearbeitung

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



Art. 21 (1, 2 und 6) DSGVO

Die betroffene Person hat das Recht,

- aus Gründen, die sich aus ihrer besonderen Situation ergeben,
- **jederzeit gegen die Verarbeitung** sie betreffender personenbezogener Daten (gilt auch für Profiling-Daten)
- **Widerspruch einzulegen.**
- Ausdrückliche Ausdehnung auf die gesamten Tätigkeiten der Direktwerbung (2)

Der Verantwortliche verarbeitet die personenbezogenen Daten nicht mehr, es sei denn,

- er kann **zwingende schutzwürdige Gründe** für die Verarbeitung nachweisen,
- welche die **Interessen**, Rechte und Freiheiten der betroffenen Personen **überwiegen**
- oder die Verarbeitung dient der **Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen** (6)

Art. 21 (4) DSGVO

- Die betroffene muss
 - **spätestens zum Zeitpunkt der ersten Kommunikation** mit ihr
 - **ausdrücklich** (wohl mittels Klickfunktion – clickwrapping)
 - auf das genannte Recht auf Widerspruch **hingewiesen** werden;

Dieser Hinweis hat

- in einer **verständlichen** und
- **von anderen Informationen getrennten Form** (z.B. nicht in AGB einbinden)

zu erfolgen.

Tipp:

Es wird wohl **separate Datenschutzbestimmungen** brauchen (z.B. für Onlineshops), welche mittels Clickwrapping ausdrücklich angenommen und separat ausserhalb der AGB bereitgestellt werden.

17.11. 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

17.12. Erste Rechtsfolgen

Erste Abmahnungs- und Prozessverfahren

Achtung: Die ersten DSGVO-Abmahnungen sind da



Erste Abmahnungs- und Prozessverfahren

Die neue Datenschutz-
Grundverordnung.

30.5.2018

Erste DSGVO-Klagen schon da

Quelle: <https://www.internetworld.de/technik/domain/icann-klagt-domain-registrierer-epag-1541674.html>

Verfasser: Lukas Fässler, Rechtsanwalt und Informatikexperte

Kaum ist die DSGVO in Kraft, kommt auch schon die erste Klage.

Die Internetverwaltung **ICANN verklagt den deutschen Domain-Registrierer EPAG**, um die Grundsätze der DSGVO in Sachen Domain-Registrierung zu klären (Quelle: shutterstock.com/Paul Matthew Photography).

Die neue **DSGVO** wirft Fragen auf, die die Internetverwaltung ICANN jetzt im Rahmen einer gerichtlichen Klage klären lassen will. Im Zentrum stehen dabei die **Whois-Daten**, also die **öffentlich zugänglichen Informationen zu einer registrierten Domain**: Können die Daten der Domain-Inhaber weiterhin öffentlich abfragbar bleiben oder müssen diese aus Datenschutzgründen zurückgehalten werden?

Erste Abmahnungs- und Prozessverfahren

ZWANGSZUSTIMMUNG

Erste Klage nach DSGVO gegen Google und Facebook

Nur wer der Datenverarbeitung vollständig zustimmt, darf den Dienst auch weiter nutzen - so haben sich das die großen Internetunternehmen vorgestellt. Der österreichische Datenschutzaktivist **Max Schrems** sieht das anders. Die von ihm gegründete Organisation **Noyb** hat Beschwerde gegen **Google** sowie **Facebook** und dessen Dienste **Instagram** und **Whatsapp** nach der **DSGVO** eingereicht.

26. Mai 2018, 11:23 Uhr, Werner Pluta



Noyb (von: None of your Business) kritisiert, dass die genannten Unternehmen von ihren Nutzern die Zustimmung zur Speicherung und Verarbeitung von Daten erzwungen hätten.

Noyb hat die Beschwerden bei verschiedenen Behörden eingereicht: gegen **Google** bei der französischen nationalen Datenschutzbehörde Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL), gegen **Instagram** bei der Data Protection Authority (DPA) in Belgien. Mit **Facebook** wird sich die österreichische Datenschutzbehörde (DSB) befassen; und Johannes Caspar, der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit, wird sich mit **Whatsapp** beschäftigen. Mit der Datenweitergabe von **Whatsapp** an **Facebook** befasst sich Caspar bereits.

17.13. Erste Urteile

EuGH-Urteil vom 5.6.2018: Fanpage-Betreiber - Datenschutzverantwortung

EuGH-Urteil

Fanpage-Betreiber sind für Datenschutz mitverantwortlich

05.06.2018, 16:33 Uhr | Alkimos Sartoros, dpa



Facebook: Wer eine Fanseite auf dem sozialen Netzwerk betreibt, ist für den Datenschutz seiner Nutzer mitverantwortlich. (Quelle: Matt Rourke/AP/dpa)

Wer Facebook oder einen vergleichbaren Dienst in sein Angebot einbindet, bleibt nach dem Urteil des EuGH vom 5.6.2018 auch selbst in der Datenschutzverantwortung und kann diese nicht an den Sozialen Mediendienst abwälzen. Es wird daher entscheidend, dass neue Nutzungsbedingungen diese Tatsache offenlegen (Transparenzgebot) und nach DSGVO auch das Widerrufsrecht eingeräumt wird.

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



EuGH-Urteil vom 5.6.2018: Fanpage-Betreiber - Datenschutzverantwortung



**Entschließung der Konferenz der unabhängigen Datenschutzbehörden
des Bundes und der Länder – Düsseldorf, 6. Juni 2018**

Die Zeit der Verantwortungslosigkeit ist vorbei: EuGH bestätigt gemeinsame Verantwortung von Facebook und Fanpage-Betreibern

Die unabhängigen Datenschutzbehörden des Bundes und der Länder begrüßen das Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) vom 5. Juni 2018, das ihre langjährige Rechtsauffassung bestätigt.

Das Urteil des EuGH zur gemeinsamen Verantwortung von Facebook und den Betreibern einer Fanpage hat unmittelbare Auswirkungen auf die Seitenbetreiber. Diese können nicht mehr allein auf die datenschutzrechtliche Verantwortung von Facebook verweisen, sondern sind selbst mitverantwortlich für die Einhaltung des Datenschutzes gegenüber den Nutzenden ihrer Fanpage.

Dabei müssen sie die Verpflichtungen aus den aktuell geltenden Regelungen der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) beachten. Zwar nimmt das Urteil Bezug auf die frühere Richtlinie 95/46/EG zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zum freien Datenverkehr, doch die vom EuGH festgestellte Mitverantwortung der Seitenbetreiber erstreckt sich auf das jeweils geltende Recht, insbesondere auf die in der DS-GVO festgeschriebenen Rechte der Betroffenen und Pflichten der Verarbeiter.

LG Frankfurt a.M. Urteil vom 13.09.2018 – 2-03 O 283/18

Werbetreibender muss DSGVO-Einwilligung nachweisen können

Betreiber eines Frisör-Salons veröffentlicht regelmässig Online-Werbevideos auf seiner Website. Auf einem Video war die Klägerin als Kundin zu sehen.

Mit Klage gegen den Frisör-Laden reklamierte die Kundin, dass sie zur Veröffentlichung des Videos keine Einwilligung erteilt habe.

Der Beklagte behauptete, die Kundin sei beim Betreten des Salons über die Aufzeichnungen zum Zweck der Veröffentlichung aufgeklärt worden und sie habe signalisiert, dass sie einverstanden sei.

Da die Veröffentlichung des Videos **nicht durch ein öffentliches Interesse abgedeckt** ist, **trifft den Beklagten als Inhaber und Betreiber des Frisör-Salons die Beweislast der Einwilligung der Kundin**. Da er diesen Beweis nicht zweifelsfrei erbringen konnte, verurteilte das Landesgericht den Beklagten zur Entfernung des Videos, nebst Gerichtskosten sowie eigenen und fremden Anwaltskosten.

Koppelungsverbot

(1)

DSGVO: Koppelungsverbot für Werbeeinwilligung in AGB erstmals gerichtlich bestätigt.

Der oberste Gerichtshof Österreichs (OGH) hat mit Urteil vom 31.8.2018 (6On140/18h) erstmals festgehalten, dass Datenschutzklauseln ungültig sind, welche einen Vertragsabschluss nur durch Koppelung mit einer gültig abgegebenen Einwilligungserklärung zu Werbemassnahmen oder zum Einsatz von Cookies, Marketing-Tracking-Tools oder social media plug-ins zulassen. Es existiert unter DSGVO demnach ein "unbedingtes Koppelungsverbot" gestützt auf Art. 7 Abs. 4 DSGVO und Erwägungsgrund Nr. 43. Jetzt können die Online-Anbieter dazu übergehen, ihre Internetauftritte neu auszugestalten, indem ein Prozessdurchlauf für Zustimmende Benutzer und ein Prozessdurchlauf für teilweise oder ganz Nichtzustimmende Benutzer angeboten werden muss. Schliesst ein Kunde einen kostenpflichtigen Vertrag ab, kann ihm nicht im Kleingedruckten eine Werbeeinwilligung "untergejubelt" werden. Geht es jedoch um einen kostenlosen Dienst (z.B. E-Mail-Postfach), kostenlose Informationen (z.B. Whitepaper), kann sehr wohl die Inanspruchnahme z.B. von einem Newsletter-Abo (das aber sofort widerrufen werden kann) abhängig gemacht werden.

https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Justiz/JJT_20180831_OGH0002_0060OB00140_18H0000_000/JJT_20180831_OGH0002_0060OB00140_18H0000_000.html

CNIL: Commission nationale de l'informatique et de la liberté

Violations de données personnelles : 1er bilan après l'entrée en application du RGPD

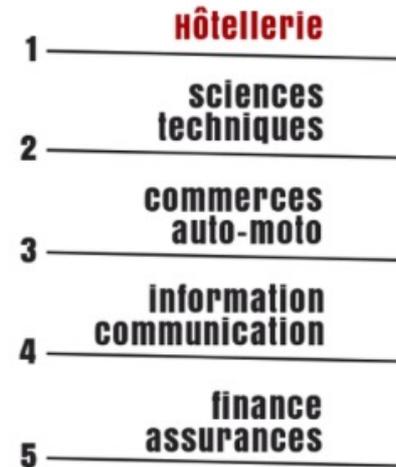
16 octobre 2018

En France, les violations de données personnelles susceptibles d'engendrer un risque pour les droits et libertés des personnes doivent être notifiées à la CNIL. Quatre mois après l'entrée en application du RGPD, la CNIL dresse un premier bilan chiffré.



+ 742
notifications
de violation

concernant
33 millions
de personnes
en France et ailleurs



- Die folgenden **Branchen** waren am stärksten betroffen, in absteigender Reihenfolge:
 - Hotellerie (weil ein Dienstleister mit branchenweiter Bedeutung von einer Verletzung betroffen war)
 - Wissenschaft und Technik
 - Handel und Mobilität
 - IT und Kommunikation
 - Finanz und Versicherung
- Die **Ursache** der Verletzung war in mehr als der Hälfte der Fälle **Hacking, Malware oder Phishing**. An zweiter Stelle stehen **unbeabsichtigte Fehler**.

<https://www.cnil.fr/fr/violations-de-donnees-personnelles-1er-bilan-apres-lentree-en-application-du-rgpd>



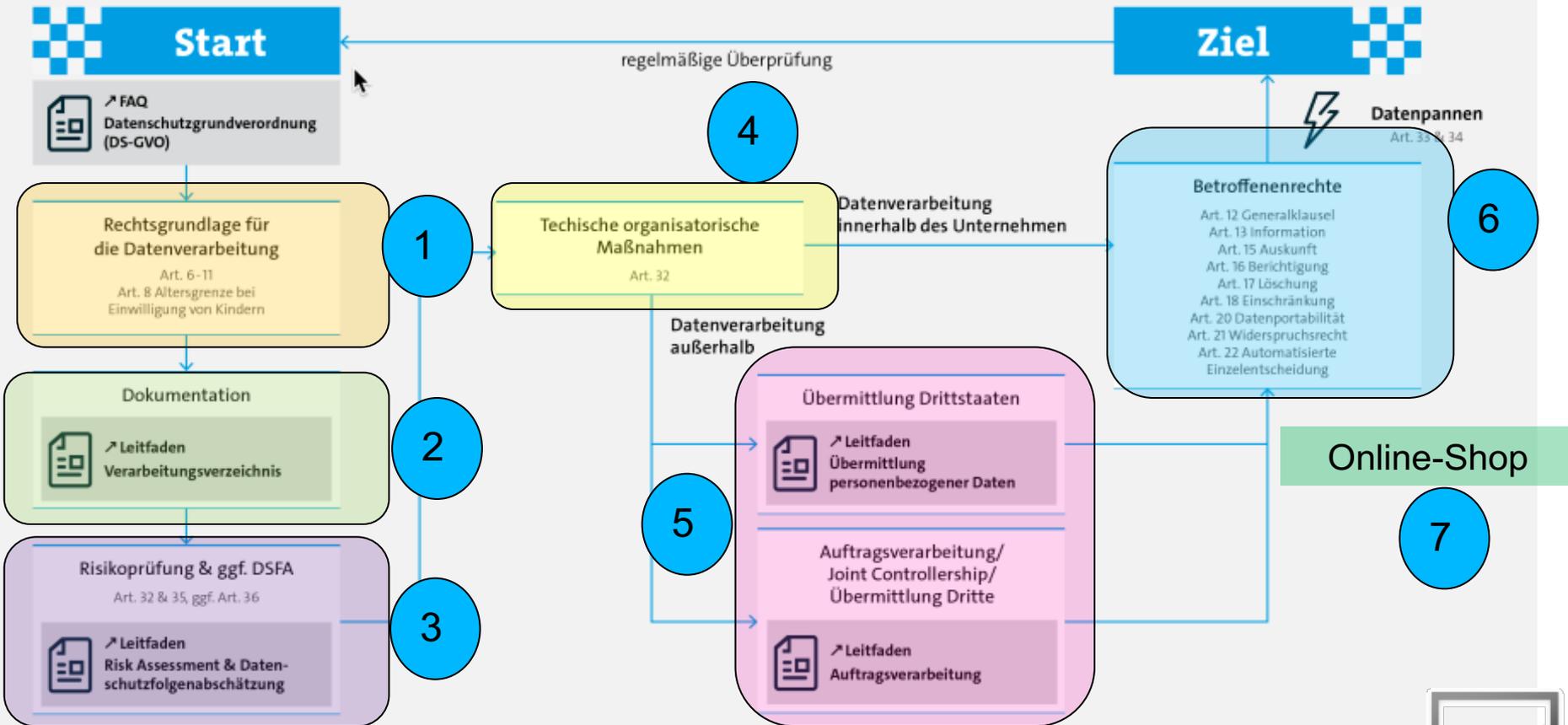
17.14. Status CH- Datenschutzgesetz und Umsetzung

Status neues CH-Datenschutzgesetz

- Im Herbst 2019 hat der NR den Entwurf des BR für eine neue CH-DSG fertig beraten.
- Am 18.12.2019 hat SR den Entwurf zum neuen DSG beraten
- In der Frühlingssession 2020 wurden verschiedene Differenzen zwischen NR und SR bereinigt
- Noch offen: Begriff „Profiling“
 - NR Minderheit: „*Profiling, welches zu **besonders schützenswerten Personendaten** führt...*“
 - SR Mehrheit: „*Profiling ist dann eine Datenbearbeitung, wenn es durch die Bearbeitung **ein hohes Risiko** für die **Persönlichkeit** oder die **Grundrechte der Betroffenen** mit sich bringt...*“

Inkrafttreten am 1.9.2023

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)

**Sie müssen das Ganze ohnehin
spätestens mit dem Inkrafttreten
des neuen CH-Datenschutzgesetzes
umsetzen.**

Und jetzt geht es sehr schnell

17.15. Konformitätsprüfungen von Online-Shops

E-Commerce Zertifizierung

Konformitätsprüfung von Online-Shops (EU und CH)

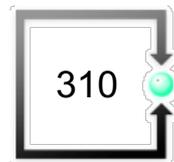


Rechtliche Konformitätsprüfung von
Online-Plattformen im E-Commerce-Bereich
CH-Recht und EU-Recht

Online-Shops für elektronische Produkt- und Dienstleistungsbestellungen unterliegen strengen EU-Vorgaben, sobald mit Konsumenten (B2C) elektronischer Handel betrieben wird. Wir prüfen Ihren Webshop auf Konformität mit den CH- und EU-Gesetzesvorgaben. Dazu gehören u.a.:



Aktuell
Probl
Einw
des P
gege
Arzt
Date
02.05.2
Datens
Österr





when tr



when trust is on your side



when trust is on your side

Rechtliche Konformitätsprüfung von
Online-Plattformen im E-Commerce-Bereich
CH-Recht und EU-Recht

Basisprüfung



Rechtliche Konformitätsprüfung von
Online-Plattformen im E-Commerce-Bereich
CH-Recht und EU-Recht

Superiorprüfung



Rechtliche Konformitätsprüfung von
Online-Plattformen im E-Commerce-Bereich
CH-Recht und EU-Recht

Premiumprüfung



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

[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, Webstatenanalyse-Diensten und Anzeigen sowie Marketing-Diensten (keine 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 Riskmanagement
- Records Management und digitale Langzeitarchivierung sowie
- Europäisches (DS/GVO) 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. jur. Lukas Fässler
Telefon +41 41 727 60 80
Mobile +41 79 209 24 32
faessler@fsdz.ch

Rechtsanwältin und Notarin
Ic. jur. Carmen de la Cruz Böhninger
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@deiacruzberanek.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@slaw.ch
Website: >>>

Rechtsanwälte

www.fsdz.ch



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



Publikationen

▼ Filter einblenden

Einladungs-Mails aus Facebook-Funktion "Freunde finden" sind Belästigung

Einladungs-Mails, die via den Facebook-Dienst „Freunde finden“ an nicht Facebook – Mitglieder versendet werden, sind wettbewerbsrechtlich unzulässige belästigende Werbung. Dies hat der zuständige Zivilsenat des Bundesgerichtshofs Deutschland am 15. Januar 2016 entschieden. Ferner hat der Zivilsenat entschieden, dass der Nutzer über die Art und den Umfang der Nutzung - der von ihm via die Funktion „Freunde finden“ importierten Kontaktdaten - von Facebook irreführt wurde.

Medienmitteilung Bundesgerichtshof Karlsruhe vom 15.1.2016
Autor: Lukas Fässler, Bundesgerichtshof Karlsruhe

📄 einladungs-mails_aus_facebook_sind_belaestigung.pdf

Elektronische Aktenführung: Beweisführung mit eingescannten Dokumenten

Fachartikel für den Schweizerischen Anwaltsverband
Autor: Lukas Fässler

📄 Fachartikel

Durchklick: Elektronische Aktenführung - Beweisführung mit eingescannten Dokumenten

Artikel in der Anwalts Revue 9/2014
📄 Artikel in der Anwalts Revue 9/2014

Verwendung Bilder und Videos im Internet Teil 3

Darf ich im Internet verfügbare, fremde Bilder oder Videos auf meiner privaten oder geschäftlichen Webseite verwenden? Ist eine Einwilligung des Rechteinhabers immer einzuholen? Was muss ich beachten, wenn ich eigene Bilder oder Videos im Internet verwende? Braucht es einen sogenannten Copyright-Hinweis, damit ein Urheberrecht entsteht? Teil 3 der Publikation von Rechtsanwalt Andreas Marti

📄 verwendung_bilder_und_videos_im_internet_teil_3.pdf

Neues zur elektronischen Signatur

Der Bundesrat hat den Entwurf einer Totalrevision des Bundesgesetzes über die elektronische Signatur (ZertES) vorgelegt. Die Totalrevision soll dem Bundesrat mehr Kompetenzen geben.

Autor: Lukas Fässler

📄 signatur.pdf

Sind Online-Links zu Urheberrechtsverletzungen rechtswidrig?

Ein Fall im Bezug auf die Verlinkung zu Websites, welche auf Pornobilder einer Prominenten hinwies, wurde in den Niederlanden Anlass eines Verfahrens am Europäischen Gerichtshofs.

Die Gutachtermeinung dazu
Autor: Lukas Fässler

📄 urheberrechtsverletzung_1.0.pdf

Jetzt beraten lassen
041 727 60 80

FSDZ Rechtsanwälte & Notariat AG

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

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

lic. iur. Andreas Marti
Telefon +41 41 727 60 87
marti@fsdz.ch

lic. iur. Markus Dormann
Telefon +41 41 727 60 80
dormann@fsdz.ch

Sarah Seiler
Juristische Mitarbeiterin
+41 41 727 60 80
seiler@fsdz.ch

Assoziierte selbständige Anwälte/innen:

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

Doris Reichel
Büro Frankfurt am Mai
Nesenstrasse 4
DE-60322 Frankfurt A.M.
Tel ++49 69 955 01 00
Fax ++49 69 955 01 29
dreichel@avvocato-reichel.com
http://www.avvocato-reichel.com

Büro Mailand
Via Roncaglia 14
IT-20146 Milano
Tel ++ 39 02 498 68 81
Fax ++39 02 498 42 98
dreichel@avvocato-reichel.com
http://www.avvocato-reichel.com

Thomas Betzer
Büro Aachen
Goethestrasse 5
DE-52064 Aachen
Tel ++ 49 (0) 241 160 20 50





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

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



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

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





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.



Ihre Fragen

Gruppe 1:

15:50 – 16:20

- Impressum
- Produktebeschreibungen inkl. Bild Darstellungen / Sondergesetze und Branchenanforderungen
- Preisanschriften
- AGB inkl. Rechtswahl und Gerichtsstand sowie Streitschlichtung
- Datenschutzbestimmungen

Gruppe 3:

- Warenkorb
- Bestellvorgang und Bestätigungsmail mit Anforderungen inkl. Button, clickwrapping für AGB und DSB
- Bilder und Urheberrechte
- Widerrufsrecht bezüglich eCommerce – Warenkauf
- Influencerwerbung
- Verpackungsvorschriften

16:20 – 16:50

Erste Erkenntnisse einer Shop-Konformitätsprüfung

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

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

