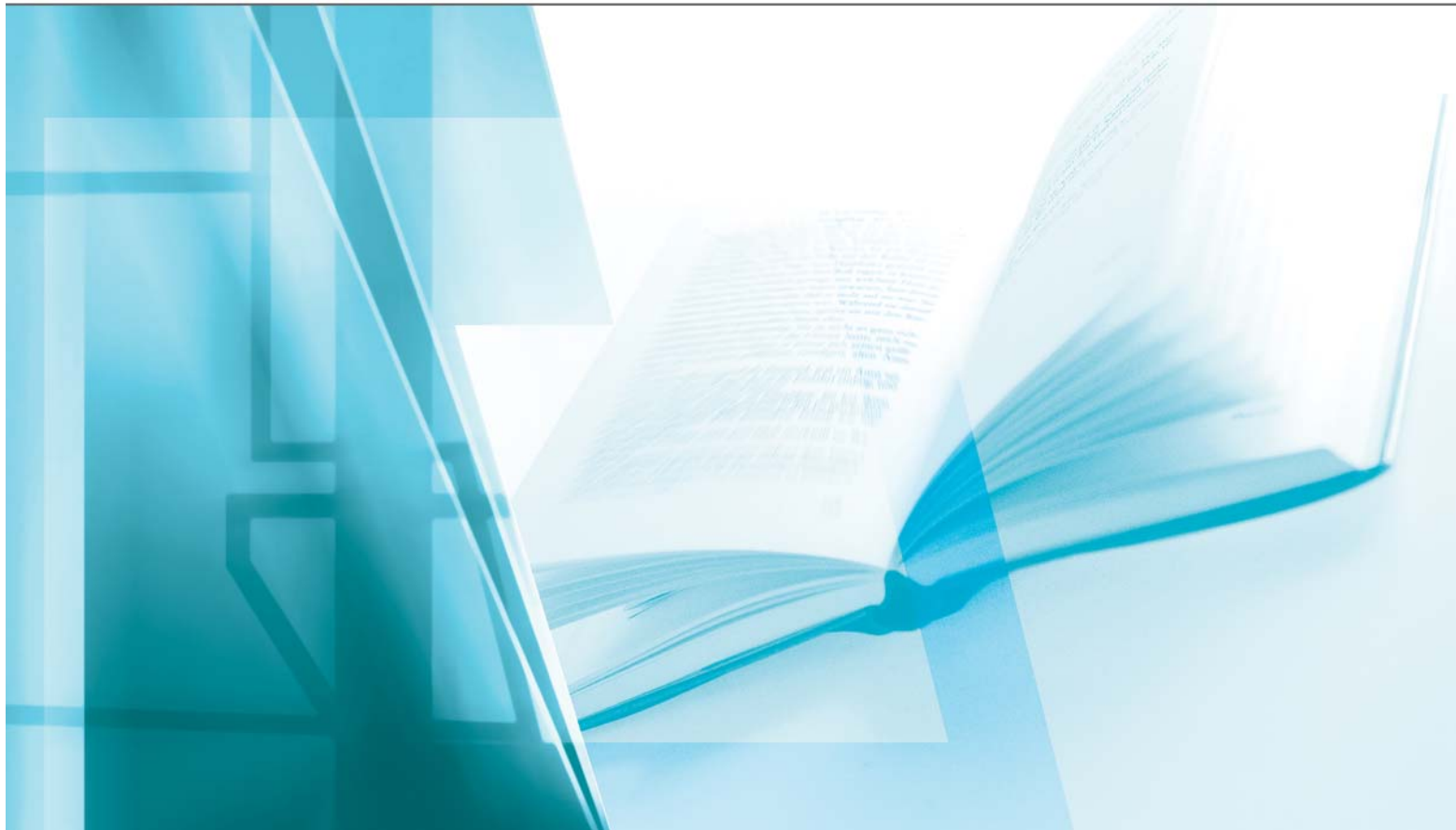




• Web  
• Design  
• Print

**Katholnig.com – Web • Design • Print** | Adrian E. Katholnig  
(Dipl. Web-Programmierer | Dipl. Werbegrafiker & Druckdesigner)  
Gaisrückenstraße 25 | 9062 Untergöriach-Moosburg in Kärnten

**Katholnig.com** Tel.: +43 699 81732643 office@katholnig.com www.katholnig.com



WIRTSCHAFTSKAMMERN ÖSTERREICHS

# SO GESTALTEN SIE IHREN WEBAUFTTRITT GESETZESKONFORM

Teil II: Spezielle Vorschriften für Webshops

STAND: APRIL 2011

## Vorbemerkung zur Verwendung dieser Broschüre

Diese Broschüre bezieht sich auf österreichisches Recht. Auf Grund der E-Commerce-Richtlinie der EU gilt im E-Commerce zwar grundsätzlich das Herkunftslandprinzip. Das Herkunftslandprinzip bedeutet, dass auf Sachverhalte im Internet immer das Recht des Diensteanbieters (genaugenommen das Recht jenes Staates, wo der Diensteanbieter seinen Sitz hat), anzuwenden ist. Das würde im Regelfall zur Anwendbarkeit des Rechts des Unternehmers führen, der seine Dienste im Internet anbietet. Für österreichische Unternehmer würde im Internet daher österreichisches Recht gelten.

Von diesem Herkunftslandprinzip bestehen jedoch einerseits zahlreiche Ausnahmen, andererseits hängt es von der Umsetzung in den einzelnen (anderen) Mitgliedstaaten ab, wie weit das Herkunftslandprinzip tatsächlich verwirklicht ist.

Eine ganz wesentliche Ausnahme vom Herkunftslandprinzip betrifft das Verbraucher- oder Konsumentenrecht. Bei allen Verträgen mit einem Verbraucher (B2C) sind immer die jeweiligen Verbraucherschutzvorschriften des Staates zu berücksichtigen, in dem der Verbraucher seinen Wohnsitz hat. Damit gilt zwar für einen österreichischen Internet-Diensteanbieter grundsätzlich österreichisches Recht, jedoch hat er (zusätzlich) auch das Verbraucherschutzrecht des jeweiligen Verbraucher-Staates zu beachten.

Insbesondere die Bestimmungen über den Fernabsatz auf Grund der Fernabsatz-Richtlinie der EU sind Verbraucherschutzrecht. Daher wurden sie auch in Österreich als Teil des Konsumentenschutzgesetzes umgesetzt. Da die Fernabsatz-Richtlinie nur Mindestbestimmungen vorgibt, können in anderen EU-Staaten für Verbraucher wesentlich günstigere Bestimmungen bestehen. Das ist insbesondere in Deutschland der Fall, wo beispielsweise längere Rücktrittsfristen (2 Wochen anstelle von 7 Werktagen) und strengere Formvorschriften bestehen.

Es ist im Rahmen dieser Broschüre unmöglich, die Rechtsvorschriften aller anderen EU-Staaten - oder gar weltweit - zu behandeln. Wenn Sie mit Ihrem Webshop daher in anderen EU-Staaten tätig sein wollen, dann ist es zu empfehlen, am besten in Zusammenarbeit mit einem Rechtsanwalt und/oder über die jeweiligen Außenhandelsstellen der WKO die jeweilige Rechtslage zu berücksichtigen (<http://wko.at> - Außenwirtschaft).

Tun Sie das nicht und verstoßen gegen ausländisches Verbraucherschutzrecht, dann drohen Ihnen teure Unterlassungsklagen.

### Tipp:

Wenn Sie ausschließen wollen, dass Ihr Webshop auch in anderen Staaten „aktiv“ ist, dann stellen Sie dies auf Ihrer Homepage (Startseite) unmissverständlich und in allen Sprachen, klar, in denen Ihr Webshop betrieben wird; zur Sicherheit auch in englisch. Dies kann zB durch einen Hinweis geschehen, dass sich Ihr Webshop nur an Kunden in Österreich richtet. Dies ist insbesondere für Deutschland notwendig, da auf Grund der gleichen Sprache und Währung ansonsten davon ausgegangen werden kann, dass sich Ihr Webshop auch an Kunden aus Deutschland richtet, wodurch Sie deutsches Verbraucherrecht (deutsche Informationspflichten) und insbesondere auch die deutschen Rücktrittsfristen inkl der relativ umfangreichen Belehrungsvorschriften darüber zu beachten hätten.

Ein juristisches Restrisiko wird immer bestehen bleiben. Diese Broschürensammlung soll Ihnen helfen, dieses Restrisiko möglichst gering zu halten.

Die Broschüre ist Teil der Broschürensammlung „So gestalten Sie Ihren Webauftritt gesetzeskonform“ und ergänzt

- [Teil I: Allgemeine Vorschriften für alle Betreiber kommerzieller Websites.](#)

Während Teil I für alle Websites gilt, enthält Teil II Sondervorschriften für Webshops. Webshop-Betreiber haben also sowohl Teil I als auch Teil II zu beachten.

Ergänzend zu der vorliegenden Broschüre finden Sie unter <http://wko.at> (Wirtschaftsrecht - E-Commerce und Internetrecht) folgende Checklisten:

- [Checkliste II-A: Welche Bestimmungen des Fernabsatzgesetzes gelten für wen?](#)
- [Checkliste II-B: Infopflichten für Webshops B2B](#)
- [Checkliste II-C: Infopflichten für Webshops B2C](#)

Diese Broschüre ist ein Produkt der Zusammenarbeit aller Wirtschaftskammern.  
Bei Fragen wenden Sie sich bitte an die Wirtschaftskammer Ihres Bundeslandes:  
Burgenland, Tel. Nr.: 05 90907, Kärnten, Tel. Nr.: 05 90904, Niederösterreich Tel. Nr.: (02742) 851-0,  
Oberösterreich, Tel. Nr.: 05 90909, Salzburg, Tel. Nr.: (0662) 8888-0, Steiermark, Tel. Nr.: (0316) 601-0,  
Tirol, Tel. Nr.: 05 90905-1111, Vorarlberg, Tel. Nr.: (05522) 305-0, Wien, Tel. Nr.: (01) 51450-1010,  
**Hinweis!** Diese Information finden Sie auch im Internet unter <http://wko.at>. Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältigster  
Bearbeitung ohne Gewähr. Eine Haftung der Wirtschaftskammern Österreichs ist ausgeschlossen. Bei allen  
personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form für beide Geschlechter!

# INHALTSVERZEICHNIS

## TEIL II: SPEZIELLE VORSCHRIFTEN FÜR WEBSHOPS

<b>1. IHR WEBSHOP B2B UND B2C: E-COMMERCE-GESETZ UND ALLGEMEINES VERTRAGSRECHT</b> .....	<b>6</b>
1.1. Sie haben keinen Webshop?.....	6
1.2. Sie haben einen Webshop! .....	7
1.2.1. Grundsätzliches.....	7
1.2.2. Angebot und Annahme (bzw Bestellung und Auftragsbestätigung) im Internet .....	7
1.2.3. Die Bestellhilfe (Informationen nach § 9 ECG).....	7
1.2.4. Der Bestellvorgang (§ 10 Abs 1 ECG) .....	8
1.2.5. Die Empfangsbestätigung (§ 10 Abs 2 ECG).....	8
1.3. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) im Internet .....	9
1.3.1. Was sind AGB?.....	9
1.3.2. AGB und § 11 ECG .....	10
1.3.3. Optische Gestaltung der AGB.....	11
1.3.4. Nachteilige/ungewöhnliche/überraschende/unklare Klauseln.....	11
1.3.5. Länge der AGB .....	12
1.3.6. Sprache der AGB.....	12
1.3.7. Muster - AGB .....	13
1.4. Preisauszeichnung im Webshop B2B .....	14
<b>2. IHR WEBSHOP B2C: PREISAUSZEICHNUNGS-, FERNABSATZ UND KONSUMENTENSCHUTZ-GESETZ</b> .....	<b>14</b>
2.1. Preisauszeichnung im Webshop B2C .....	15
2.2. Ausnahmen vom gesamten Fernabsatzteil des KSchG .....	15
2.3. Informationspflichten .....	15
2.3.1. Ausnahmen von sämtlichen Informationspflichten (§ 5c Abs 4 u § 5d Abs 3 KSchG) .....	16
2.3.2. Informationspflichten vor Vertragsabschluss (§ 5c KSchG) .....	16
2.3.3. Schriftliche Bestätigung über Detailinformationen nach Vertragsabschluss (§ 5d KSchG)	17
2.3.4. Ausnahme von der Bestätigungspflicht über Detailinformationen nach Vertragsabschluss (§ 5d Abs 3 KSchG) .....	18
2.3.4.1. Was heißt „rechtzeitig während der Erfüllung“ und „schriftlich“?.....	18
2.3.4.2. Was ist die Konsequenz, wenn die Detailinformationen fehlen, unvollständig sind, nicht rechtzeitig oder nicht schriftlich bzw nicht auf sicherem Datenträger übermittelt werden?	18
2.4. Das Rücktrittsrecht (§ 5e KSchG).....	18
2.4.1. Beginn und Dauer der Rücktrittsfrist .....	19
2.4.2. Die Belehrung über das Rücktrittsrecht .....	19
2.4.3. Was ist die Konsequenz, wenn über das Rücktrittsrecht nicht belehrt wurde? .....	21
2.4.4. Die Rücktrittserklärung.....	21
2.4.5. Die Rechtsfolgen des Rücktritts.....	21

2.4.6.	Ausnahmen vom Rücktrittsrecht (§ 5f KSchG) .....	22
2.4.7.	Exkurs: Das Rücktrittsrecht in anderen EU - Staaten .....	23
2.4.7.1.	EU allgemein .....	23
2.4.7.2.	Deutschland .....	24
2.4.8.	Sonstige Rücktrittsrechte .....	25
2.5.	Sonstige Bestimmungen im Fernabsatzteil des KSchG .....	25
2.5.1.	Die Vertragserfüllung (§ 5i KSchG) .....	25
2.5.2.	Informationspflichten bei Ferngesprächen (§ 5c Abs 3 KSchG) .....	26

# SO GESTALTEN SIE IHREN WEBAUFTRIFF GESETZESKONFORM: MINIMIEREN SIE IHR RISIKO FÜR IHREN WEBAUFTRIFF!

## TEIL II: SPEZIELLE VORSCHRIFTEN FÜR WEBSHOPS

### 1. Ihr Webshop B2B und B2C: E-Commerce-Gesetz und allgemeines Vertragsrecht

- Wenn Sie Ihren Webshop nur für Unternehmer einrichten (B2B) und nicht an Verbraucher liefern, müssen Sie nur Kapitel 1 (Ihr Webshop B2B und B2C) beachten. Im Wesentlichen müssen Sie nur das E-Commerce-Gesetz (ECG) sowie das allgemeine Vertragsrecht (insbesondere das Allgemeine Bürgerliche Gesetzbuch, ABGB) beachten.

Wenn Sie nur an Unternehmer verkaufen wollen, dann ist es am sinnvollsten, eine Registrierung der Kunden mit Login vorzusehen. So können Sie wirklich sicher sein, nur im B2B-Bereich zu handeln.

- Wenn Sie Ihren Webshop auch für Verbraucher einrichten (B2C), dann beachten Sie sowohl Kapitel 1 (Ihr Webshop B2B und B2C) als auch Kapitel 2 (Ihr Webshop B2C). Sie müssen zusätzlich auch das Konsumentenschutzgesetz (KSchG) und das Preisauszeichnungsgesetz (PreisAG) beachten.
- Wenn Sie nicht ausschließen können, dass auch Verbraucher Ihren Webshop nutzen, dann beachten Sie immer auch Kapitel 2.

#### 1.1. Sie haben keinen Webshop?

Wenn sie nur eine Website betreiben, auf der Sie sich, ihr Unternehmen oder Ihre Produkte bloß präsentieren, ohne dass ein Kunde online bestellen kann, dann brauchen Sie diesen Teil II überhaupt nicht zu beachten: Sie haben keinen Webshop!

#### **Achtung!**

Es ist nicht unbedingt ein mit allen Feinheiten programmierter Webshop notwendig, um die folgenden rechtlichen Bestimmungen anwendbar zu machen. Eine einfache Online - Bestellmöglichkeit genügt. Die bloße Angabe einer E-Mail-Adresse zB im Impressum (wozu Sie ja gem § 5 ECG verpflichtet sind) macht Ihre Website allerdings noch nicht zum Webshop.

#### **Achtung!**

Nach der Rechtsprechung stellt der Vertrieb über Online-Auktionen (zB E-Bay) keine Versteigerung, sondern nur eine besondere Vertriebsform eines Webshops dar. Dies gilt auch für Deutschland. Es sind daher die jeweiligen Bestimmungen über Webshops, insbes Konsumentenschutz, zu beachten.

## 1.2. Sie haben einen Webshop!

### 1.2.1. Grundsätzliches

Ganz allgemein gilt: Wenn Sie in Österreich niedergelassen sind, gilt für Sie auf Grund des sogenannten „Herkunftslandprinzips“ (§ 20 ECG) - mit einigen Ausnahmen (§ 21 ECG) - österreichisches Recht. Sonderrecht für Online-Anbieter gibt es nur zum Teil: So regelt insbesondere das E-Commerce-Gesetz (ECG) einige (wenige) Aspekte des Online-Vertrages; das Konsumentenschutzgesetz (KSchG) regelt im Teil über Vertragsabschlüsse im Fernabsatz (§§ 5a - 5i KSchG) ebenfalls einige Besonderheiten für Online-Verträge, allerdings nur B2C. Ansonsten sind online die selben Bestimmungen einzuhalten wie offline. So gilt das ABGB, aber auch andere Gesetze, im Internet genau so wie im Offline-Bereich.

Insbesondere gibt es für den E-Commerce keine eigene Online-Zulassung (§ 4 ECG). Sie benötigen online die selbe Gewerbeberechtigung, die für die selbe Tätigkeit auch offline erforderlich wäre.

### 1.2.2. Angebot und Annahme (bzw Bestellung und Auftragsbestätigung) im Internet

Bieten Sie im Internet zB Waren oder Dienstleistungen an („Webshop“), so handelt es sich hierbei im Normalfall noch um kein verbindliches Angebot im Rechtssinn - selbst wenn Preis und Ware genau angegeben werden - sondern um eine bloße Aufforderung an potentielle Kunden, selbst ein Angebot abzugeben („Bestellung“). Diese Erklärung bindet den Besteller und gibt Ihnen als Webshop-Betreiber die Möglichkeit, innerhalb einer angemessenen Überlegungsfrist dieses Angebot, nämlich die Bestellung des Kunden, anzunehmen oder auch abzulehnen. Erst mit Ihrer Reaktion (Annahme oder Auftragsbestätigung) kommt der Vertrag zustande und ist für beide Teile verbindlich.

Voraussetzung für eine verbindliche Erklärung ist weiters, dass diese dem Vertragspartner auch wirklich zugegangen ist, was grundsätzlich der Absender beweisen muss. Gemäß § 12 ECG gelten elektronische Erklärungen als zugegangen, wenn sie die Partei, für die sie bestimmt ist, unter gewöhnlichen Umständen (also zB wenn die Erklärung am Mailserver abrufbar gespeichert ist) abrufen kann.

Wie die Vertragsannahme durch Sie als Webshop-Betreiber erfolgt - zB durch ausdrückliche Erklärung oder durch schlüssige Handlung, etwa in Form der rechtzeitigen Übersendung der Ware oder Erbringung der Leistung - ist grundsätzlich Ihnen überlassen. Sie müssen sich diesbezüglich aber festlegen und den Kunden spätestens bei Auftragsbestätigung darüber informieren.

Bloßes Stillschweigen stellt regelmäßig keine gültige Vertragserklärung dar und löst daher im Regelfall keine Rechtsfolgen aus.

Voraussetzung für eine verbindliche Erklärung ist weiters, dass diese dem Vertragspartner auch wirklich zugegangen ist, was grundsätzlich der Absender beweisen muss. Gemäß § 12 ECG gelten elektronische Erklärungen als zugegangen, wenn sie die Partei, für die sie bestimmt ist, unter gewöhnlichen Umständen abrufen kann, zB wenn die Erklärung am Mailserver abrufbar gespeichert ist.

### 1.2.3. Die Bestellhilfe (Informationen nach § 9 ECG)

Zeigen Sie Ihrem Kunden in einfachen Worten die wichtigsten Bestellschritte auf. Dies können Sie zB im Rahmen der „Hilfe-Funktion“ (Icon mit Fragezeichen) installieren, welchen der Kunde vor und während der Bestellung jederzeit abrufen kann. ZB „So einfach bestellen Sie bei uns: Haben Sie das Produkt gefunden, welches Sie bestellen möchten, dann klicken Sie auf das Symbol Warenkorb“, etc.

Informieren Sie Ihren Kunden auch darüber

- wie er seine Bestellung ändern kann (§ 9 Abs 1 Z 3 ECG);
- wenn Sie sich einem Verhaltenscodex (zB E-Commerce-Gütezeichen) unterworfen haben, zB durch einen Link auf dessen Bedingungen ( zB [www.guetezeichen.at](http://www.guetezeichen.at) - § 9 Abs 2 ECG)
- ob der Vertragstext (die Bestellung) bei Ihnen gespeichert wird (§ 9 Abs 1 Z 2 ECG)
- wie der Vertragstext (wenn er gespeichert wird) für den Kunden zugänglich ist und wie der Kunde seine Bestellung wieder aufrufen kann, oder ob der Kunde sich seine fertige Bestellung selbst ausdrucken oder abspeichern soll (§ 9 Abs 1 Z 2 ECG)
- sinnvoll (wenn auch gesetzlich nicht vorgeschrieben): wenn der Vertragstext (die Bestellung) bei Ihnen nicht gespeichert wird, weisen Sie den Kunden darauf hin; allenfalls weisen Sie ihn auch darauf hin, dass er sich den Vertragstext, wenn er diesen haben möchte, selbst abspeichern oder ausdrucken muss
- wenn Ihr Kunde bei Ihnen in mehreren Sprachen bestellen kann: achten Sie darauf, dass Sie auch Ihren Informationspflichten in diesen Sprachen nachkommen (§ 9 Abs 1 Z 4 ECG).

#### 1.2.4. Der Bestellvorgang (§ 10 Abs 1 ECG)

- Schaffen Sie für Ihren Kunden die Möglichkeit, etwaige Eingabefehler zu erkennen und zu korrigieren (Pflicht gem § 10 Abs 1 ECG)
- Sinnvoll: Abbruchmöglichkeit während des gesamten Bestellvorgangs vorsehen
- Sinnvoll: „Zurück“ Funktionen vorsehen
- Sinnvoll: Stellen Sie Ihrem Kunden vor seinem „finalen Mauseklick“ seine Bestellung nochmals dar und fordern Sie ihn auf, diese auf eventuelle Fehler oder Irrtümer zu überprüfen (zB Artikelmenge, Adresse, Warenauswahl, Preise, etc)
- Sinnvoll: Bestätigen Sie dem Kunden nach dessen „finalelem Mauseklick“, dass die Bestellung getätigt wurde, wie zB durch ein Fenster mit in etwa folgendem Wortlaut: „Ihre Bestellung wurde erfolgreich abgesendet“
- Optimal: Druck- und Speichermöglichkeit für die fertige Bestellung vorsehen (sinnvoll zu Beweis Zwecken; vorgeschrieben ist nur der Hinweis, „ob“ sie die Bestellung abspeichern; siehe § 9 Abs 1 Z 2 ECG).

#### 1.2.5. Die Empfangsbestätigung (§ 10 Abs 2 ECG)

Der Eingang der Bestellung des Kunden muss durch Sie unverzüglich (zB per E-Mail) bestätigt werden (Empfangsbestätigung). Der Kunde soll Gewissheit darüber haben, ob seine Bestellung überhaupt angekommen ist. Im B2B-Bereich können Sie jedoch die Verpflichtung zur Versendung von Empfangsbestätigung vertraglich (zB in AGB) ausschließen.

**Bestätigungsmöglichkeiten:**

- Durch eine **bloße Empfangsbestätigung** wird nur der Erhalt der Bestellung (E-Mail) des Kunden bestätigt (der Posteingang). Hierbei handelt es sich nicht um die Annahme der Bestellung. Dies ist auch per Autoresponder möglich. Der Vertrag selbst kommt erst später durch Annahme der Bestellung zB durch Auftragsbestätigung oder direkt durch Versendung der Ware zustande.



### Formulierungsbeispiele:

„Ihre Bestellung über ... ist mit folgendem Datum: ... bei uns eingelangt. Ein Vertrag kommt erst nach Annahme unsererseits, spätestens mit Versendung der Ware zustande.“

oder:

„Hiermit bestätigen wir den Eingang Ihrer Bestellung bezüglich ... mit folgendem Datum: ... Ihre Bestellung wird zur Bearbeitung weitergeleitet. Eine Verständigung bezüglich der Annahme bzw Ausführung Ihrer Bestellung sowie darüber, falls wir Ihre Bestellung wider Erwarten nicht ausführen können, ergeht gesondert.“

- Durch eine **Empfangsbestätigung kombiniert mit einer Auftragsbestätigung** antworten Sie Ihrem Kunden sofort, ob Sie die Bestellung annehmen oder nicht. Der Vertragsabschluss erfolgt in diesem Fall mit Zugang der kombinierten Empfangs- und Auftragsbestätigung beim Kunden.

### Formulierungsbeispiel:

„Hiermit bestätigen wir den Eingang ihrer Bestellung bezüglich ... und nehmen Ihre Bestellung mit heutigem Datum ... an.“

- Durch eine **Empfangsbestätigung kombiniert mit einer Auftragsbestätigung kombiniert mit den Detailinformationen nach den Fernabsatzbestimmungen des KSchG** (diese Informationspflicht ist nur B2C gesetzlich vorgeschrieben; siehe dazu Punkt 2.3.3.). Der Vertragsabschluss erfolgt auch in diesem Fall mit Zugang der kombinierten Empfangs- und Auftragsbestätigung beim Kunden; gleichzeitig kommen Sie ihren Informationspflichten nach KSchG nach.

### Tipp:

Richten Sie für die Zustellung der Empfangsbestätigung in Ihrer Bestellmaske ein Pflichtfeld mit der E-Mail-Adresse des Kunden ein. In diesem Feld können Sie auch gleich die Zustimmung des Kunden gem § 107 TKG (Telekommunikationsgesetz) aufnehmen, bis auf Widerruf Werbe-E-Mails von Ihnen erhalten zu wollen. Sinnvollerweise sollte dem Kunden diese Zustimmung allerdings nicht aufgezwungen werden.

## 1.3. Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) im Internet

### 1.3.1. Was sind AGB?

AGB sind vorformulierte Vertragsbedingungen, da im heutigen Geschäftsverkehr nicht mit jedem einzelnen Kunden ein detaillierter Vertrag ausgehandelt werden kann. Typischerweise bestellt der Kunde aus Ihrem fertigen Warenkatalog zu Ihren Bedingungen. **Es besteht für Sie weder im Internet noch offline eine Verpflichtung, AGB zu verwenden.** Sie können dies aber tun. Verwenden Sie bei Geschäftsabschlüssen über das Internet AGB, dann müssen diese - wie auch außerhalb des Internet - zwischen den Vertragspartnern vereinbart werden, damit sie Bestandteil des konkreten Rechtsgeschäftes werden. Sie als Webshop-Betreiber müssen daher darauf hinweisen, dass Sie dem beabsichtigten Vertrag Ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zugrunde legen, was

vor dem Vertragsabschluss zu erfolgen hat. Der Kunde muss zumindest die Möglichkeit haben, sich vor Vertragsabschluss Kenntnis über den Inhalt dieser AGB zu verschaffen.

In der Praxis werden AGB auf der Homepage (Startseite) eines Online-Händlers oftmals durch einen eigenen Link auf den Text der AGB zur Verfügung gestellt.

Der Kunde kann sich Kenntnis vom Inhalt dieser AGB verschaffen, indem er diesen Link anklickt. Dies genügt, um dem Erfordernis zu entsprechen, dass der Kunde (Vertragspartner) die Möglichkeit haben muss, sich Kenntnis vom Inhalt der AGB zu verschaffen. Ob Ihr Kunde den Link tatsächlich anklickt, ist dann seine Sache.

Dieser Link muss aber auch in der Abfolge des Bestellvorganges im Internet vor der definitiven Absendung der Bestellung bereitgestellt werden, da andernfalls der Kunde keine Möglichkeit hätte, vor Abgabe seines konkreten Vertragsangebotes den Inhalt der AGB zu lesen bzw überhaupt zu wissen, dass für die konkrete Bestellung AGB vereinbart werden sollen. Unzureichend ist es daher, den Hinweis auf die AGB (nur) auf der Homepage (Startseite) zu platzieren oder gar irgendwo auf der Website zu verstecken.

AGB, die dem Bestell-Icon unmittelbar vorangestellt werden, sind grundsätzlich ausreichend. Sinnvoll ist es, die AGB sowohl allgemein auf die Homepage zu stellen, damit der Kunde die AGB unabhängig von einem Bestellvorgang in Ruhe lesen kann, als auch die AGB zusätzlich für die Gültigkeit im konkreten Vertrag im Bestellvorgang zu integrieren.

Sofern Sie als Webshop-Betreiber in Bezug auf die Geltung Ihrer AGB auf Nummer sicher gehen möchten, sollte der Bestellvorgang derart implementiert werden, dass das Abschicken der Vertragserklärung (Bestellung) des Kunden ohne Abruf der AGB technisch unmöglich ist. Richten Sie also Ihre Website beispielsweise so ein, dass der Kunde vor Abgabe der Bestellung auf einen Button drücken muss, mit dem er bestätigt, dass er die AGB zustimmend zur Kenntnis genommen hat. Damit ist die Erkennbarkeit der AGB jedenfalls gewährleistet.

#### **Achtung!**

Im Streitfall müssen Sie beweisen, dass die AGB gültig vereinbart wurden, also dass Ihr Kunde die AGB gelesen hat bzw während des Bestellvorgangs Gelegenheit hatte, sie zu lesen.

#### **Achtung!**

Der Kunde sollte die AGB nicht selbst ändern können. Daher eher kein Word-Format oder Ähnliches verwenden. Außerdem sollten die AGB immer datiert sein, um den jeweiligen Stand bzw eigene Änderungen im Streitfall dokumentieren zu können.

### **1.3.2. AGB und § 11 ECG**

Verwenden Sie als Webshop-Betreiber bei Geschäftsabschlüssen AGB, so sieht § 11 ECG ausdrücklich vor, dass Sie die AGB dem Kunden so zur Verfügung zu stellen haben, dass er sie speichern und wiedergeben kann. Diese Verpflichtung kann nicht zum Nachteil des Kunden abgeändert werden und gilt für Verbraucherverträge (B2C) genau so, wie bei Verträgen zwischen Unternehmen (B2B). Der Verpflichtung des Speicherns und Wiedergebens ist entsprochen, wenn der User die AGB herunterladen und ausdrucken kann. Dies muss ohne erheblichen technischen Aufwand möglich sein. Die bloße Anforderungsmöglichkeit per regulärer Post oder die Zurverfügungstellung entsprechender pdf-files (portable document format), bei denen der Druckmodus gesperrt ist, widerspricht dieser Verpflichtung.

Nicht umfasst ist von dieser Verpflichtung auch die Beistellung von Software, die zum Speichern oder Ausdrucken (und Öffnen) erforderlich ist. Diese technischen Voraussetzungen hierfür hat der Kunde grundsätzlich (solange Standard - Software verwendet wird) selbst zu schaffen. Der Webshop-Betreiber darf jedoch seine Pflicht nicht dadurch unterlaufen, dass er ungewöhnliche Programme verwendet, die ein durchschnittlicher Kunde nicht übernehmen kann.

Sinnvollerweise sollten dem Kunden daher die notwendigen Programme zum Download angeboten werden (Achtung: Zustimmung des Rechteinhabers einholen!)

Sind die allgemeinen zivilrechtlichen Voraussetzungen für die Geltung der AGB erfüllt, so gelten die AGB allerdings bereits unabhängig davon, ob sie auch speicher- oder reproduzierbar sind.

### **Achtung!**

§ 11 ECG verpflichtet Sie also nur, Ihre AGB online zu stellen, WENN Sie welche verwenden. Ob Sie AGB verwenden und wie Sie sie einsetzen (also wie Sie AGB in Ihren Bestellvorgang integrieren) überlässt das ECG Ihrer eigenen Entscheidung.

Für die Verwendung von AGB gibt es also 2 Regeln:

- Online-Stellen gem § 11 ECG (speicher- und ausdrückbar an leicht auffindbarer Stelle, am besten auf der Startseite; rein verwaltungsstrafrechtliche Pflicht, wenn AGB verwendet werden)
- Integration in den Bestellvorgang (gem § 11 ECG nicht vorgeschrieben, aber zivilrechtlich notwendig, um AGB gültig zu vereinbaren).

Die Einhaltung der Verpflichtung gemäß § 11 ECG ist also verwaltungsstrafrechtlich, nicht aber zivilrechtlich relevant. Die Strafbestimmung findet sich in § 26 Abs 1 Z 5 ECG, wonach ein Dienstanbieter eine Verwaltungsübertretung begeht und mit Geldstrafe bis zu EURO 3.000,-- zu bestrafen ist, wenn er entgegen § 11 ECG die AGB nicht so zur Verfügung stellt, dass sie der Nutzer speichern und wiedergeben kann.

AGB müssen also gem § 11 ECG für Ihre Kunden

- leicht auffindbar (zB Button „AGB“ auf der Startseite)
- speicherbar
- ausdrückbar
- in der Vertragssprache (siehe dazu Punkt 1.3.6.)

auf der Website bereitgestellt werden.

### **1.3.3. Optische Gestaltung der AGB**

Die AGB, die Sie bei Online-Geschäftsabschlüssen verwenden, müssen (sinngemäß) den für gedruckte AGB festgelegten Prinzipien entsprechen. Das heißt, dass die dabei verwendete Schriftart eine allgemein übliche Größe, einen deutlichen Kontrast zum Hintergrund und das Schriftbild eine gute Lesbarkeit auf einem Monitor aufweisen müssen.

### **1.3.4. Nachteilige/ungewöhnliche/überraschende/unklare Klauseln**

Wie im herkömmlichen Geschäftsverkehr dürfen auch in AGB im Internet nicht alle beliebigen Klauseln verwendet werden. Den Kunden benachteiligende Bestimmungen sind unzulässig, wenn der Kunde nach den Begleitumständen des Vertrages und dem äußeren

Erscheinungsbild (zB Kleindruck, versteckte Einordnung) nicht mit ihnen rechnen musste und nicht besonders darauf hingewiesen wurde. Ob eine Klausel in AGB Überrumpelungs- oder Übertölpelungseffekt hat und deshalb unwirksam ist, muss im konkreten Einzelfall beurteilt werden und hängt von der Branchenüblichkeit und dem Erwartungshorizont des Adressatenkreises ab.

- Eine Liste (zumindest gegenüber Konsumenten) verbotener und damit ungültiger Klauseln für „B2C“-Geschäfte enthält § 6 KSchG. Insbesondere ist auch eine Klausel ungültig, wenn sie unklar oder unverständlich formuliert ist (§ 6 Abs 3 KSchG - „Transparenzgebot“).
- Ob verwendete Klauseln darüber hinaus (also sowohl B2B als auch B2C) sittenwidrig und damit ungültig sind, entscheiden unter Berücksichtigung aller Umstände (optische Gestaltung, Auswirkung der Klauseln, gröbliche Benachteiligung des Vertragspartners, grobes Missverhältnis von Leistung und Gegenleistung, sachliche Rechtfertigung, etc) die Gerichte im Einzelfall.
- Darüber hinaus ist für unklare (mehrdeutige) Bestimmungen in AGB § 915 ABGB einschlägig (B2B und B2C). Danach ist eine undeutliche Formulierung zum Nachteil desjenigen auszulegen, der sich ihrer bedient hat, also zum Nachteil des Erstellers der AGB.

#### **Tipp:**

**AGB sollten immer möglichst einfach und verständlich formuliert werden. „Quasi juristische Sprachschnörkel“ sind weder sprachlich noch juristisch angebracht.**

Als Faustregel gilt: Je einfacher AGB formuliert sind, desto besser. Komplizierte Sprachkonstruktionen haben in der Regel mit Juristerei nichts zu tun sondern erwecken eher den Eindruck, dass Sie etwas verbergen wollen. Sagen Sie Ihren Kunden lieber klar und deutlich, worauf es Ihnen ankommt und unter welchen Bedingungen man bei Ihnen bestellen kann. Das hilft nicht nur, Gerichtsprozesse zu vermeiden, sondern gibt sowohl Ihnen als auch Ihren Kunden Sicherheit und Vertrauen.

#### **1.3.5. Länge der AGB**

Es ist möglich, dass die Rechtsprechung bei Online-Geschäften von dem Grundsatz abgeht, dass AGB beliebig lang sein können. Dies ergibt sich aus der Überlegung, dass man im Internet üblicherweise mit kurzen Texten arbeitet und man daher damit rechnen muss, dass ein Konsument lange Texte nicht genau liest, wodurch ihn einzelne Klauseln dann überraschend treffen können. Beim Kauf üblicher Handelswaren wie Bücher, Datenträger etc in einem Online-Shop sollte daher wohl mit (max) etwa 3 (Bildschirm-) Seiten das Auslangen gefunden werden. Rechtsprechung, wie lange AGB im Bereich des E-Commerce tatsächlich sein dürfen, gibt es allerdings noch nicht. Auch hier werden branchenspezifische Unterschiede zu treffen sein. Beim Online-Banking werden AGB auch in längerem Umfang als bloß im Ausmaß von 3 Seiten zulässig sein.

#### **1.3.6. Sprache der AGB**

Es gibt keine ausdrückliche gesetzliche Bestimmung, die vorschreibt, in welcher Sprache AGB abgefasst werden müssen, damit sie rechtsverbindlich werden. Die herrschende Auffassung geht diesbezüglich davon aus, dass es genügt, wenn der Text der AGB in jener Sprache abgefasst ist wie der abzuschließende Hauptvertrag. Wenn somit auf einer deutschsprachigen Website bestellt wird, genügt es für die Verbindlichkeit der AGB unter diesem Aspekt, wenn auch die AGB deutsch verfasst sind.

Allerdings kann diese Beurteilung bei Verträgen mit Konsumenten im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes auch anders ausfallen, wenn das im Konsumentenschutzgesetz normierte Transparenzgebot so ausgelegt wird, dass Vertragsbestimmungen in AGB schon deshalb als unklar oder unverständlich anzusehen sind, weil sie nicht in deutscher Sprache (bzw in der des Konsumenten) verfasst sind. Höchstgerichtliche Rechtsprechung fehlt zu dieser Thematik noch.

**Tipp:**

Sinnvoll ist es auf jeden Fall, sich am „Zielstaat“ zu orientieren, also jene Sprache(n) zu wählen, für die das Internetangebot gedacht ist und das auch auf der Homepage ausdrücklich (beispielsweise durch Staatsflaggen) klarzustellen.

### 1.3.7. Muster - AGB

Die perfekten Muster-AGB für alle denkbaren Geschäftsfälle gibt es nicht und kann es auch nicht geben. AGB müssen individuell und ganz genau auf Ihr Unternehmen und Ihre Produkte zugeschnitten sein. Diesbezüglich kann es Ihnen nicht erspart bleiben, sich Ihre eigenen AGB zusammenzustellen, oder noch besser, sich einer professionellen Hilfe zu bedienen und einen Rechtsanwalt mit der Erstellung Ihrer individuellen AGB zu beauftragen.

- Im Webshop der Wirtschaftskammern erhalten Sie auch die Broschüre „Allgemeine Geschäftsbedingungen“ mit AGB-Mustertexten und Erläuterungen dazu. Diese können Sie im Mitgliederdatenservice telefonisch unter 05/90900/5050, per Fax unter der DW 236, per E-Mail unter [m-service@wko.at](mailto:m-service@wko.at) oder auf <http://webshop.wko.at> bestellen.
- Zusätzlich finden Sie in WKO.at (Channel Wirtschaftsrecht - Bereich Allgemeines Zivil- und Vertragsrecht) weiterführende Servicedokumente zu allen Themen rund um AGB. Für Wirtschaftskammer-Mitglieder steht unter dem Titel „Verkaufs- und Lieferbedingungen“ eine umfassende Textbausteinsammlung zur Verfügung.
- Einige Fachverbände der Wirtschaftskammer haben eigene Branchen-AGB für Ihre Mitglieder erstellt. Diese finden Sie auf den jeweiligen Branchenseiten auf <http://wko.at> . Auch hier ist es insbesondere auf Grund der Besonderheiten des Internet jedoch anzuraten, diese AGB den eigenen Bedürfnissen individuell anzupassen.

Insbesondere hat auch die Bundessparte Handel Muster-AGB für den Handel inkl Erläuterungen herausgegeben, die das Fernabsatzgesetz berücksichtigt.

- Den schnellsten Überblick über existierende Branchen-AGB erhalten Sie in der AGB-Datenbank von WKO.at: <http://wko.at/agb>.
- Als ersten Schritt können Sie sich auch an anderen Webshops orientieren („orientieren“, nicht abschreiben; auch AGB können urheberrechtlich geschützt sein).

**Tipp:**

Wenn Sie sich um das E-Commerce-Gütezeichen bewerben, erhalten Sie auch internetkonforme Muster-AGB zur Verfügung gestellt. Nähere Informationen finden Sie unter [www.guetezeichen.at](http://www.guetezeichen.at).

## Tipp:

Die Checklisten II-B und II-C enthalten zweckmäßige Inhalte für AGB, die sich aus den in dieser Broschüre dargestellten Informationspflichten ergeben. Sie finden diese Checklisten unter <http://wko.at> (Wirtschaftsrecht - E-Commerce und Internetrecht).

### 1.4. Preisauszeichnung im Webshop B2B

Preise sind sowohl gegenüber Unternehmern als auch gegenüber Konsumenten gem § 5 Abs 2 ECG auf folgende Art bzw mit folgenden Informationen anzugeben:

- leicht les- und zuordenbar
- Hinweis, ob inklusive oder exklusive Umsatzsteuer
- Hinweis, ob inklusive oder exklusive aller sonstigen Abgaben und Zuschläge
- Hinweis, ob inklusive oder exklusive Versandkosten

Die (zusätzlichen) Bestimmungen des Preisauszeichnungsgesetzes (PrAG) gelten hingegen nur für Konsumenten (B2C, sh. sogleich).

## 2. Ihr Webshop B2C: Preisauszeichnungs-, Fernabsatz und Konsumentenschutzgesetz

Wenn Sie (zumindest auch) an Verbraucher verkaufen (B2C), müssen Sie zusätzlich zu Kapitel 1 (Ihr Webshop B2B und B2C (ECG)) auch das Preisauszeichnungsgesetz sowie das Konsumentenschutzgesetz (KSchG) und damit auch die Informationspflichten des Fernabsatzgesetzes beachten. Das Fernabsatzgesetz ist eigentlich kein eigenes Gesetz, sondern Teil des Konsumentenschutzgesetzes (§ 5a bis § 5i KSchG). Deshalb gelten seine Bestimmungen nur dann, wenn Ihre Kunden Verbraucher sind (B2C), nicht hingegen, wenn Ihre Kunden (ausschließlich) Unternehmer sind (B2B).

- Wenn Sie nur an Unternehmer verkaufen wollen, dann ist es am sinnvollsten, eine Registrierung der Kunden mit Login vorzusehen. So können Sie wirklich sicher sein, nur im B2B-Bereich zu handeln.
- Ein Disclaimer „Unser Angebot richtet sich nur an Unternehmer“ ist nur dann wirksam, wenn Sie sich auch selbst daran halten! Sobald Sie eine Bestellung eines Konsumenten akzeptieren, gilt diesem gegenüber das KSchG und damit das Fernabsatzgesetz.

Wenn Sie an Verbraucher und Unternehmer verkaufen oder nicht wissen, wer Ihre Kunden sind, dann haben Sie grundsätzlich zwei Möglichkeiten:

- Sie halten sich an das KSchG; damit sind sie auf der sicheren Seite und gewähren Ihren Unternehmenskunden die selben Rechte, wie Sie sie auch Verbrauchern gewähren (müssen) - oder
- Sie splitten Ihre Website in einen Bereich für Konsumenten (B2C mit KSchG) und einen für Unternehmern (B2B ohne KSchG) auf.

## 2.1. Preisauszeichnung im Webshop B2C

Preise sind gem § 5 Abs 2 ECG auf folgende Art bzw mit folgenden Informationen anzugeben:

- leicht les- und zuordenbar
- Hinweis, ob inklusive oder exklusive Umsatzsteuer
- Hinweis, ob inklusive oder exklusive aller sonstigen Abgaben und Zuschläge
- Hinweis, ob inklusive oder exklusive Versandkosten

Für Konsumenten (B2C) ist darüber hinaus auch das Preisauszeichnungsgesetz (PrAG) zu beachten. § 9 PrAG verlangt, dass Preise im B2C-Bereich immer wie folgt angegeben sein müssen:

- Bruttopreise einschließlich Umsatzsteuer sowie aller sonstigen Abgaben und Zuschläge
- bei zusätzlicher Angabe des Nettopreises: Bruttopreis in unmittelbarer Nähe
- österreichische Währung
- bei zusätzlicher Angabe einer ausländischen Währung: österreichische Währung zumindest in gleich großer Schrift und Auffälligkeit.

Auch die sonstigen Vorschriften des PrAG sind zu beachten. Dabei handelt es sich allerdings nicht um Sondervorschriften für den E-Commerce-Bereich, sondern um dieselben Bestimmungen wie sie auch offline gelten.

## 2.2. Ausnahmen vom gesamten Fernabsatzteil des KSchG

Generell sind gem § 5b KSchG von jenem Teil des KSchG, das sich mit Fernabsatz beschäftigt, ausgenommen:

- B2B-Geschäfte (für B2B-Geschäfte gilt darüber hinaus das gesamte KSchG nicht)
- Immobilienkaufverträge
- Versteigerungen
- Finanzdienstleistungen (Wertpapier-, Versicherungs-, Bankdienstleistungen etc)
- Verträge, die unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden

Das bedeutet: Für die genannten Geschäfte gibt es nach dem KSchG weder Informationspflichten vor Vertragsabschluss (Punkt 2.3.2.) noch eine schriftliche Bestätigungspflicht mit Detailinformationen nach Vertragsabschluss (Punkt 2.3.3.) und auch kein Rücktrittsrecht.

### **Achtung!**

Online-Auktionen gelten nicht als Versteigerungen, daher besteht dafür keine Ausnahme. Das KSchG gilt inklusive Fernabsatzteil daher auch für Online-Auktionen (zB E-Bay)!

Für Finanzdienstleistungen gibt es Sonderbestimmungen auf Grund des Fernabsatzgesetzes für Finanzdienstleistungen.

## 2.3. Informationspflichten

Zusätzlich zu den generellen Informationspflichten des ECG und des Mediengesetzes (siehe Punkt 5 in Teil I, Allgemeine Vorschriften für alle Betreiber kommerzieller Websites)

bestehen für Vertragsabschlüsse zwischen Unternehmen und Verbrauchern (B2C) im Fernabsatz (insbesondere also im Internet) weitere Informationspflichten laut KSchG.

Grundsätzlich muss zwischen den Informationspflichten vor Vertragsabschluss (§ 5c KSchG) und der schriftlichen Bestätigungspflicht über Detailinformationen nach Vertragsabschluss (§ 5d KSchG) unterschieden werden.

Außerdem gibt es Geschäfte, für die Ausnahmen von den Informationspflichten bestehen.

### 2.3.1. Ausnahmen von sämtlichen Informationspflichten (§ 5c Abs 4 u § 5d Abs 3 KSchG)

Folgende Geschäfte sind von den Informationspflichten generell ausgenommen:

- **Hauslieferungen** (das ist die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs an den Wohnsitz, an den Aufenthaltsort oder den Arbeitsplatz des Verbrauchers im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten; zB Online-Pizzadienst, Online-Supermarkt; § 5c Abs 4 Z 1 KSchG; § 5d Abs 3 KSchG)
- **Freizeitdienstleistungen** (das sind Dienstleistungen in den Bereichen Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie Freizeitgestaltung, wenn der Zeitpunkt oder der Zeitraum der Erbringung der Dienstleistung bei Vertragsabschluss bereits fixiert wird; zB also eine Hotelzimmerreservierung, Konzertkarten für ein bestimmtes Konzert - nicht hingegen ein Wahlabo; nicht die Monatskarte für das Fitnessstudio; § 5c Abs 4 Z 2 KSchG; § 5d Abs 3 KSchG)

Das bedeutet: Für diese Geschäfte gilt zwar der Fernabsatzteil des KSchG, es gibt jedoch weder die Informationspflichten vor Vertragsabschluss (Punkt 2.3.2.) noch eine schriftliche Bestätigungspflicht über Detailinformationen nach Vertragsabschluss (Punkt 2.3.3.) und auch kein Rücktrittsrecht. Für diese Geschäfte bleibt vom Fernabsatzteil des KSchG im Wesentlichen nur Punkt 2.5. übrig.

### 2.3.2. Informationspflichten vor Vertragsabschluss (§ 5c KSchG)

Folgende Punkte müssen auf Ihrer Website so enthalten sein, dass sie der Verbraucher vor Vertragsschluss (vor Abgabe seiner Bestellung) zur Kenntnis nehmen kann:

- Name (Firma) und ladungsfähige Anschrift (volle Postadresse) des Unternehmers (ist auf Grund von § 5 Abs 1 Z 1 und 2 ECG auch gegenüber Unternehmern B2B vorgeschrieben)
- die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung (Produktbeschreibung im Katalog)
- den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern (gem § 5 ECG ist auch ein Hinweis, ob es sich um Bruttopreise handelt, notwendig; nach dem Preisauszeichnungsgesetz müssen Preise Verbrauchern gegenüber allerdings ohnehin immer Bruttopreise - also inkl USt - sein; B2B wären auch Nettopreis möglich, wenn darauf hingewiesen wird)
- allfällige Lieferkosten (Versandkosten)
- die Einzelheiten der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung (sollte sich typischerweise in den AGB und der Bestellhilfe wiederfinden)
- eine Belehrung über das Bestehen eines allfälligen Rücktrittsrechts, wenn ein solches besteht (Die Rücktrittsbelehrung sollte sich sinnvoller Weise auch in den



AGB wiederfinden); wenn es kein Rücktrittsrecht gibt, dann muss nicht über das Nicht-Bestehen eines Rücktrittsrechts aufgeklärt werden.

- die Kosten für den Einsatz des Fernkommunikationsmittels, sofern sie nicht nach dem Grundtarif berechnet werden (trifft nur auf kostenpflichtige Telefonnummern zu, die Kosten des „normalen Surfens“ im Internet sind nicht anzugeben)
- die Gültigkeitsdauer des Angebotes oder des Preises
- die Mindestlaufzeit des Vertrages, wenn dieser eine dauernde oder wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat (zB Datenbankzugang, Abonnements etc)

Diese Informationen muss der Kunde online zur Verfügung haben, bevor er überhaupt seine Bestellung abgibt. Sinnvoller Weise sind diese Informationen also (zumindest - aber besser nicht nur) während des Bestellvorganges abrufbar.

### **2.3.3. Schriftliche Bestätigung über Detailinformationen nach Vertragsabschluss (§ 5d KSchG)**

Zusätzlich ist dem Verbraucher nach Vertragschluss (bzw nach Absendung seiner Bestellung) rechtzeitig während der Erfüllung des Vertrages - spätestens bei Lieferung der Ware - eine Detailinformation zu übermitteln, die schriftlich noch einmal folgende Punkte enthält (§ 5d Abs 1 KSchG):

- Name (Firma) und ladungsfähige Anschrift des Unternehmers (inhaltlich ident mit der vorvertraglichen Informationspflicht gem § 5c KSchG)
- die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung (inhaltlich ident mit der vorvertraglichen Informationspflicht gem § 5c KSchG)
- den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern (inhaltlich ident mit der vorvertraglichen Informationspflicht gem § 5c KSchG)
- allfällige Lieferkosten (inhaltlich ident mit der vorvertraglichen Informationspflicht gem § 5c KSchG)
- die Einzelheiten der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung (inhaltlich ident mit der vorvertraglichen Informationspflicht gem § 5c KSchG)
- eine Rücktrittsbelehrung (§ 5d Abs 2 Z 1 KSchG; anders als bei der vorvertraglichen Informationspflicht gem § 5c KSchG ist hier auch eine Belehrung darüber erforderlich, falls eine Ausnahme vom Rücktrittsrecht gem § 5f KSchG besteht, wenn also mit der Erbringung einer Dienstleistung vereinbarungsgemäß innerhalb von 7 Werktagen begonnen wird; siehe Punkt 2.4.7.).

Alle oben genannten Punkte müssen gem § 5c KSchG auch auf der Website enthalten sein (siehe Punkt 2.3.2.).

Zusätzlich hat die schriftliche Bestätigung noch folgende Informationen zu enthalten:

- eine geografische Anschrift, wo der Verbraucher allfällige Beanstandungen (Reklamationen) vorbringen kann (§ 5d Abs 2 Z 2 KSchG)
- Informationen über den Kundendienst und allfällige Garantiebedingungen (§ 5d Abs 2 Z 3 KSchG). Diese Bestimmung verpflichtet nicht zur Vereinbarung einer über die gesetzliche Gewährleistung hinausgehenden Garantie; nur wenn es zu einer gesonderten Garantiezusage kommt, dann müssen die Garantiebedingungen in der (schriftlichen) Detailinformation enthalten sein
- bei unbefristeter oder mehr als einjähriger Vertragsdauer: die Kündigungsbedingungen (§ 5d Abs 2 Z 4 KSchG).

Diese zusätzlichen Punkte müssen nicht (können aber zusätzlich) auf der Website enthalten sein.

#### **2.3.4. Ausnahme von der Bestätigungspflicht über Detailinformationen nach Vertragsabschluss (§ 5d Abs 3 KSchG)**

Für folgende Geschäfte besteht zusätzlich zu den in Punkt 2.3.1. genannten Ausnahmen eine weitere Ausnahme von der Bestätigungspflicht bezüglich der Detailinformationen:

- Dienstleistungen, die unmittelbar unter Einsatz eines Fernkommunikationsmittels erbracht werden, sofern sie auf einmal erbracht und über den Betreiber des Kommunikationsmittels abgerechnet werden (§ 5d Abs 3 KSchG); gemeint sind damit Mehrwertnummern. Hier muss der Kunde lediglich die Möglichkeit haben, eine geografische Anschrift jener Niederlassung des Betreibers zu erfahren, bei der er Beanstandungen vorbringen kann.

##### **2.3.4.1. Was heißt „rechtzeitig während der Erfüllung“ und „schriftlich“?**

Sämtliche Detailinformationen gem § 5d KSchG müssen schriftlich oder auf einem dauerhaften Datenträger (zB CD-Rom, Diskette) übermittelt werden. Sie nur auf die Website zu stellen, genügt nicht!

Es genügt:

- ein E-Mail (die E-Mail gilt als dauerhafter Datenträger), wenn Ihnen der Kunde eine E-Mail-Adresse angegeben hat (Pflichtfeld vorsehen!)
- anstelle von E-Mail können Sie die Detailinformation auch herkömmlich schriftlich übermitteln, als Fax oder Brief
- bei Waren reicht es aus, wenn die schriftliche Information spätestens mit der Ware mitgeliefert wird (als „Beipackzettel“ mit der Warenlieferung)
- „rechtzeitig“ heißt bei Waren spätestens mit Lieferung
- bei Dienstleistungen so bald wie möglich nach dem Vertragsabschluss (der Bestellung).

##### **2.3.4.2. Was ist die Konsequenz, wenn die Detailinformationen fehlen, unvollständig sind, nicht rechtzeitig oder nicht schriftlich bzw nicht auf sicherem Datenträger übermittelt werden?**

Gemäß § 5e KSchG kann ein Verbraucher innerhalb von 7 Werktagen von dem geschlossenen Vertrag zurücktreten. Diese 7-tägige Rücktrittsfrist beginnt nur bei korrekter Erfüllung der Informationspflichten des KSchG zu laufen. Wird den Informationspflichten nicht korrekt nachgekommen, so verlängert sich die Rücktrittsfrist auf drei Monate gerechnet ab Wareneingang beim Verbraucher bzw. bei Dienstleistungen ab Vertragsabschluss.

#### **2.4. Das Rücktrittsrecht (§ 5e KSchG)**

Für alle im Fernabsatz geschlossenen Geschäfte (also insbesondere auch für Webshops, siehe dazu Punkt 2.2.) gibt es für Verbraucher ein Rücktrittsrecht basierend auf der EU-Fernabsatz-Richtlinie. In Österreich sind diese Bestimmungen Teil des Konsumentenschutzgesetzes (KSchG).

Zusätzlich zu dem Rücktrittsrecht gem § 5e KSchG kennt das Konsumentenschutzgesetz auch noch andere Rücktrittsrechte, wie insbesondere das Rücktrittsrecht bei sogenannten „Haustürgeschäften“ (§ 3a KSchG). Ein über das Internet geschlossener Vertrag ist aber kein „Haustürgeschäft“, das bedeutet, dass das für Haustürgeschäfte vorgeschriebene Rücktrittsrecht für Online-Verträge nicht zur Anwendung kommt, und zwar auch dann nicht, wenn das Rücktrittsrecht gem § 5e KSchG ebenfalls nicht greift.

#### 2.4.1. Beginn und Dauer der Rücktrittsfrist

Die Rücktrittsfrist für Internetverträge im Fernabsatz (egal ob Online-Shop oder per E-Mail) beträgt sieben Werktage. Es handelt sich dabei um den Werktagsbegriff der EU, wodurch der Samstag nicht als Werktag mitzählt. Die Rücktrittsfrist ist damit immer länger als eine Woche!

Werktage sind daher:

- Montag bis Freitag

nicht hingegen:

- Samstag
- Sonntag
- Feiertag

#### **Achtung!**

Es kommt auf jene Feiertage an, die im Wohnsitzstaat des Verbrauchers gelten!

Längere Rücktrittsfristen dürfen gewährt werden, kürzere Rücktrittsfristen sind unzulässig.

#### **Achtung!**

Die 7-tägige Rücktrittsfrist gilt zwar EU-weit, jedoch nur als Mindestfrist. Andere EU-Staaten können daher andere und insbesondere längere Rücktrittsfristen haben. So hat beispielsweise Deutschland eine 14-tägige Rücktrittsfrist eingeführt.

Es kann daher durchaus sinnvoll sein, vertraglich eine längere Rücktrittsfrist (zB 14 Tage) zu gewähren, um allen Eventualitäten vorzubeugen. Eine vereinbarte längere Rücktrittsfrist ist für die Praxis auch leichter zu berechnen, da hier nicht zwischen Werktagen einerseits und Samstagen, Sonn- und Feiertagen andererseits unterschieden werden muss (solange die Frist für den Verbraucher insgesamt mindestens 7 Werktage beträgt).

Die Rücktrittsfrist beginnt mit dem Tag der Empfangnahme der Ware durch den Verbraucher zu laufen, bei Dienstleistungen mit dem Tag des Vertragsabschlusses.

#### 2.4.2. Die Belehrung über das Rücktrittsrecht

Sie müssen den Verbraucher sowohl auf Ihrer Website (Informationspflicht vor Vertragsabschluss, siehe Punkt 2.3.2.) darüber belehren, dass er nach dem KSchG ein gesetzliches Rücktrittsrecht hat, als auch in der schriftlichen Bestätigung nach Vertragsabschluss (siehe Punkt 2.3.3.) über sein Rücktrittsrecht belehren.

Deshalb ist es zweckmäßig, einen Hinweis auf das Rücktrittsrecht

- auf der Website im Zusammenhang mit dem Warenangebot auf das Rücktrittsrecht zu geben (wird von der deutschen Rechtsprechung verlangt)
- in die AGB aufzunehmen (wenn AGB verwendet werden)
- in den Bestellvorgang zu integrieren (verpflichtender Hinweis vor Vertragsabschluss)
- in die Detailinformation nach Vertragsabschluss aufnehmen (verpflichtend).

### **Achtung!**

Die Formulierungsvorschläge beziehen sich grundsätzlich (nur) auf österreichisches Recht! Die Verbraucherschutzbestimmungen anderer Staaten können strenger sein, wie zB in Deutschland, sh unten Pkt 2.4.7.2. Um teure Wettbewerbsklagen zu vermeiden, stellen Sie entweder auf Ihrer Website - zumindest bei Beginn des Bestellvorgangs - klar, dass sich Ihr Angebot nur an österreichische Verbraucher richtet oder führen genau an, an welche anderen Verbraucher sonst.

Im zweiten Fall wären dann eigene Rücktrittsbelehrungen und ggf eigene AGB, die dem Verbraucherschutzrecht anderer Zielmärkte entsprechen, zu formulieren und auf der Website den Verbrauchern rechtskonform zugänglich zu machen. Die aktuelle Rechtslage in den jeweiligen Staaten kann über die Außenhandelsstellen der WKO oder über Rechtsanwälte geklärt werden.

Wenn Sie nur österreichische und deutsche Konsumenten beliefern wollen, könnten Sie derzeit auch der Einfachheit halber nur die deutschen Konsumentenschutzbestimmungen in Ihren AGB und bei der Rücktrittsbelehrung (DtId: „Widerrufsbelehrung“) verwenden, weil diese den Konsumenten mehr Rechte einräumen als die österreichischen und daher auch in Österreich ausreichen. Sie nehmen damit aber in Kauf, dass Sie im Einzelfall als Unternehmer schlechter gestellt sein können als nach österreichischem Recht.

Den aktuellen Wortlaut der für Deutschland empfohlenen Widerrufsbelehrung finden Sie auf der Homepage des dt. Justizministeriums, [http://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/pdfs/Muster\\_Wiederrufsbelehrung\\_23022011.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/pdfs/Muster_Wiederrufsbelehrung_23022011.pdf?__blob=publicationFile)

### **Formulierungsvorschlag für die Online-Bestellung von Waren:**

„Wir gewähren unseren Privatkunden (Verbrauchern) eine Rücktrittsfrist von 7 Werktagen. Samstage, Sonn- und Feiertage zählen nicht mit. Die Frist beginnt mit Übernahme der Ware zu laufen. Es genügt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist abgesendet wird. Im Falle des Rücktritts findet eine gänzliche oder teilweise Rückerstattung des Kaufpreises nur Zug um Zug gegen Zurückstellung der vom Besteller erhaltenen Waren statt.“

Im Falle des Rücktritts findet eine gänzliche oder teilweise Rückerstattung des Kaufpreises nur Zug um Zug gegen Zurückstellung der vom Besteller erhaltenen Waren statt. Die Kosten der Rücksendung gehen zu Lasten des Kunden.

Die Ware sollte in ungenutztem und als neu wiederverkaufsfähigem Zustand und in der Originalverpackung zurückgeschickt werden. Bei Artikeln, die durch Gebrauchsspuren beeinträchtigt sind, wird von uns ein angemessenes Entgelt für die Wertminderung erhoben. Gleiches gilt, wenn bei Rückgabe der Ware Zubehör oder Teile fehlen.“

## Formulierungsvorschlag für die Rücktrittsbelehrung bei der Online-Bestellung von Dienstleistungen:

„Wir gewähren unseren Privatkunden (Verbrauchern) eine Rücktrittsfrist von 7 Werktagen. Samstage, Sonn- und Feiertage zählen nicht mit. Die Rücktrittsfrist beginnt mit dem Tag des Vertragsabschlusses zu laufen. Es genügt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist abgesendet wird. Das Rücktrittsrecht besteht jedoch nicht, wenn mit der Ausführung der Dienstleistung vereinbarungsgemäß bereits innerhalb von 7 Werktagen ab Vertragsabschluss begonnen wird.“

Im Falle des Rücktritts findet eine gänzliche oder teilweise Rückerstattung des Preises nur Zug um Zug gegen allfällige Zurückstellung bereits empfangener Leistungen statt. Diese Leistungen dürfen vom Besteller nicht mehr - auch nicht teilweise - verwendet bzw in Anspruch genommen werden oder sonstige Vorteile daraus gezogen werden. Für die bereits erfolgte Nutzung der Leistung wird von uns ein angemessenes Entgelt einbehalten.“

### 2.4.3. Was ist die Konsequenz, wenn über das Rücktrittsrecht nicht belehrt wurde?

Gemäß § 5e KSchG kann ein Verbraucher innerhalb von 7 Werktagen von dem geschlossenen Vertrag zurücktreten. Diese Frist beginnt grundsätzlich mit Empfangnahme der Ware, bei Dienstleistungen mit dem Vertragsabschluss zu laufen; dies aber nur, wenn die Informationspflichten des KSchG erfüllt sind. Dazu zählt auch die Information über das Bestehen eines Rücktrittsrechts. Wurde den Informationspflichten nicht nachgekommen, beginnt die 7-tägige Rücktrittsfrist erst mit korrekter Erfüllung der Informationspflichten zu laufen und verlängert sich auf drei Monate gerechnet ab Wareneingang beim Verbraucher (bzw bei Dienstleistungen gerechnet ab Vertragsabschluss)!

### 2.4.4. Die Rücktrittserklärung

Der Rücktritt muss ausdrücklich erfolgen. Das kommentarlose Zurücksenden der Ware reicht grundsätzlich nicht. Rechtsprechung liegt dazu allerdings noch keine vor. Es genügt aber jedenfalls, wenn die Erklärung, für die keine besondere Form vorgesehen ist, innerhalb der Rücktrittsfrist abgesendet wird (Datum des Poststempels). Es müssen keine Gründe für den Rücktritt angegeben werden.

### 2.4.5. Die Rechtsfolgen des Rücktritts

Ein rechtzeitiger Rücktritt bewirkt, dass der Vertrag aufgehoben wird. Der Verbraucher hat die empfangene Ware oder Leistung zurückzustellen. Umgekehrt hat der Unternehmer die allenfalls bereits vom Verbraucher geleistete Zahlung zu erstatten und allfällige notwendige und nützliche Aufwendungen auf die Sache zu ersetzen.

Der Unternehmer darf sich jedoch ein angemessenes Entgelt für die Benützung einbehalten und sich auch eine allfällige Wertminderung abziehen bzw in Rechnung stellen, wobei es sich jedoch um eine tatsächliche Wertminderung handeln muss und nicht bloß um eine fiktive in Folge der Übernahme der Sache. Der bloße Umstand, dass die Sache als gebraucht gilt, rechtfertigt noch keine Wertminderung (§ 5g KSchG).

Gleiches gilt grundsätzlich für Dienstleistungen, soweit dies bei Dienstleistungen möglich ist (so werden sich Dienstleistungen zB in der Regel nicht „zurückstellen“ lassen).

Eine gesonderte Vereinbarung bezüglich Wertminderung etc ist gesetzlich nicht vorgeschrieben, zur Klarstellung jedoch sinnvoll (Formulierungsvorschlag siehe Punkt 2.4.2.).

An Kosten dürfen dem Verbraucher nur die unmittelbaren Kosten der Rücksendung auferlegt werden. Dies muss jedoch ausdrücklich (zB in den AGB oder durch einen Hinweis während des Bestellvorganges) vereinbart werden.

#### 2.4.6. Ausnahmen vom Rücktrittsrecht (§ 5f KSchG)

Kein Rücktrittsrecht besteht zusätzlich zu den generellen Ausnahmen vom Fernabsatzteil des KSchG (siehe Punkt 2.2.) bei folgenden Geschäften:

- Audio- oder Videoaufzeichnungen oder Software (zB CD, DVD, CD-R), sofern die gelieferten Sachen vom Verbraucher entsiegelt wurden
- Waren, die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind
- schnell verderbliche Waren oder Waren, deren Verfallsdatum bei einer Rücksendung überschritten würde
- nach Kundenspezifikation angefertigte (zB maßgefertigte) oder auf die persönlichen Bedürfnisse des Kunden zugeschnittene Waren
- einzelne Zeitungen und Zeitschriften (nicht jedoch Verträge über periodische Druckschriften und Abos)
- Waren oder Dienstleistungen, deren Preis von der Entwicklung des Finanzmarktes abhängt, auf den der Unternehmer keinen Einfluss hat
- Wett- und Lotterie-Dienstleistungen
- Hauslieferungen (das ist die Lieferung von Lebensmitteln, Getränken oder sonstigen Haushaltsgegenständen des täglichen Bedarfs an den Wohnsitz, an den Aufenthaltsort oder den Arbeitsplatz des Verbrauchers im Rahmen häufiger und regelmäßiger Fahrten; zB Online-Pizzadienst, Online-Supermarkt; § 5c Abs 4 Z 1 KSchG)
- Freizeitdienstleistungen (das sind Dienstleistungen in den Bereichen Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken sowie Freizeitgestaltung, wenn der Zeitpunkt oder der Zeitraum der Erbringung der Dienstleistung bei Vertragsabschluss bereits fixiert wird; zB also eine Hotelzimmerreservierung, Konzertkarten für ein bestimmte Konzert - nicht hingegen ein Wahlabo; nicht die Monatskarte für das Fitnessstudio; § 5c Abs 4 Z 2 KSchG)

In all diesen Fällen hat der Kunde kein Rücktrittsrecht und muss auch nicht darüber belehrt werden. Dennoch wäre es zur Vermeidung von späteren Streitigkeiten sinnvoll, beispielsweise in den AGB oder in die Bestellinformation den Hinweis aufzunehmen, dass und warum kein Rücktrittsrecht besteht.

#### Formulierungsbeispiel:

„Für Audio- oder Videoaufzeichnungen sowie für Computersoftware auf CDs, DVDs, Videos etc besteht ein Rücktrittsrecht nur dann, wenn die Waren nicht entsiegelt worden sind.“

Zusätzlich besteht für Dienstleistungen noch folgende Ausnahme vom Rücktrittsrecht:

- wenn mit der Ausführung der Dienstleistung vereinbarungsgemäß innerhalb von 7 Werktagen ab Vertragsabschluss begonnen wurde (§ 5f Z 1 KSchG).

Das (legale) Herunterladen von Software wird als Erbringen einer Dienstleistung zu qualifizieren sein (und nicht als Warenkauf). Da die Dienstleistung im Regelfall sofort nach Vertragsabschluss erbracht wird, besteht also auch hier kein Rücktrittsrecht.

### **Achtung!**

Im Unterschied zu den sonstigen Ausnahmen muss der Verbraucher im Fall des § 5f Z 1 KSchG darüber belehrt werden, dass es hier kein Rücktrittsrecht gibt.

Es reicht nicht, wenn bloß tatsächlich mit der Ausführung der Dienstleistung innerhalb von 7 Werktagen begonnen wird. Dies muss auch ausdrücklich mit dem Verbraucher vereinbart worden sein (zB in den AGB oder mittels eines Hinweises während des Bestellvorganges).

### **Formulierungsvorschlag:**

„Es wird ausdrücklich vereinbart, dass mit der Ausführung der bestellten Dienstleistung innerhalb von 7 Werktagen ab Vertragsabschluss begonnen wird. Ein Rücktrittsrecht steht daher nicht zu.“

## **2.4.7. Exkurs: Das Rücktrittsrecht in anderen EU - Staaten**

### **2.4.7.1. EU allgemein**

Wie bereits angeführt handelt es sich bei der EU-weiten Fernabsatzrichtlinie nur um Mindestvorschriften. Die EU-Staaten können ohne weiteres strengere Vorschriften zu Gunsten Ihrer Staatsangehörigen vorsehen. Das Herkunftslandprinzip (§ 20 ECG) gilt für Verbraucherschutzbestimmungen nicht (§ 21 Z 6 ECG), das heißt es ist das jeweilige Recht des Bestimmungsstaates bzw des Wohnsitzstaates des Verbrauchers anzuwenden.

Es ist im Rahmen dieser Broschüre unmöglich, die Rechtsvorschriften aller anderen EU-Staaten zu behandeln. Wenn Sie mit Ihrem Webshop daher in anderen EU-Staaten tätig sein wollen, dann ist es zu empfehlen, am besten in Zusammenarbeit mit einem Rechtsanwalt und/oder über die jeweiligen Außenhandelsstellen der WKO die jeweilige Rechtslage zu berücksichtigen (<http://wko.at> - Außenwirtschaft).

### **Tipp:**

Wenn Sie ausschließen wollen, dass Ihr Webshop auch in anderen Staaten „aktiv“ ist, dann stellen Sie dies auf Ihrer Homepage (Startseite) unmissverständlich und in allen Sprachen, klar, in denen Ihr Webshop betrieben wird; zur Sicherheit auch in englisch. Dies kann zB durch einen Hinweis geschehen, dass sich Ihr Webshop nur an Kunden in Österreich richtet. Dies ist insbesondere für Deutschland notwendig, da auf Grund der gleichen Sprache und Währung ansonsten davon ausgegangen werden kann, dass sich Ihr Webshop auch an Kunden aus Deutschland richtet, wodurch Sie deutsches Verbraucherrecht (deutsche Informationspflichten) und insbesondere auch die deutschen Rücktrittsfristen inkl der relativ umfangreichen Belehrungsvorschriften darüber zu beachten hätten.

### **Formulierungsvorschlag:**

„Unsere Angebote richten sich ausschließlich an Kunden mit Wohnsitz in Österreich. Bestellungen aus dem Ausland können wir nicht annehmen.“

#### 2.4.7.2. Deutschland

Deutschland hat die EU-Fernabsatz-Richtlinie anders umgesetzt als Österreich.

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit sind im Wesentlichen folgende Unterschiede zu beachten (die Abkürzungen beziehen sich auf deutsche Rechtsvorschriften und sind im folgenden grauen Balken erklärt):

- Rücktrittsfrist: 14 Kalendertage (bzw 1 Monat, wenn die Widerrufsbelehrung nicht spätestens unmittelbar nach Vertragsschluss in Textform (E-Mail) mitgeteilt wird; §§ 355 Abs 2 und 360 Abs 2 BGB).
- Die kommentarlose Rücksendung der Ware genügt (§355 BGB).
- Es gibt in Deutschland rechtsverbindliche Muster bezüglich der Formulierung der Belehrung über das Rücktrittsrecht (wobei zw „Rückgaberecht“ bzw „Widerrufsrecht“ unterschieden wird; dem ö Rücktrittsrecht entspricht das d Widerrufsrecht). Diese Muster müssen nicht zwingend verwendet werden. Werden Sie jedoch nicht verwendet, dann muss die Belehrung gemäß § 360 Abs 1 BGB jedenfalls folgende Anforderungen erfüllen:
  - einen Hinweis auf das Recht zum Widerruf,
  - einen Hinweis darauf, dass der Widerruf keiner Begründung bedarf und in Textform oder durch Rücksendung der Sache innerhalb der Widerrufsfrist erklärt werden kann,
  - Name/Firma inkl ladungsfähiger Anschrift (Postadresse unter der gerichtliche Schriftstücke zugestellt werden können) desjenigen, demgegenüber der Widerruf zu erklären ist,
  - einen Hinweis auf Dauer und Beginn der Widerrufsfrist sowie darauf, dass zur Fristwahrung die rechtzeitige Absendung der Widerrufserklärung oder der Sache genügt.
- Eine Vereinbarung, wonach ein Verbraucher die Kosten der Rücksendung zu tragen hat, ist nur gültig, wenn die gelieferte Ware der bestellten entspricht und der Preis der zurückgesendeten Ware EUR 40,-- nicht übersteigt oder wenn bei einem höheren Preis der Verbraucher zum Zeitpunkt des Widerrufs seine Gegenleistung oder eine vertraglich vereinbarte Teilzahlung noch nicht vollständig erbracht hat. Anderenfalls hat die Rücksendung kostenfrei für den Konsumenten zu erfolgen (§ 357 Abs 2 BGB).
- Eine allfällige Wertminderung der gekauften Sache darf nur dann geltend gemacht werden, wenn der Verbraucher spätestens bei Vertragsabschluss darauf hingewiesen wurde. Das gilt nicht, wenn die Verschlechterung ausschließlich auf die Prüfung der Sache zurück zu führen ist“ (§ 357 Abs 3 BGB).
- Zusätzlich zu den Angaben nach der E-Commerce-Richtlinie sind im sog „Impressum“ und in der schriftlichen Bestätigung nach Vertragsabschluss bei juristischen Personen und Personengesellschaften (OG, KG) die vertretungsberechtigten natürlichen Person (Geschäftsführer) anzugeben (§ 5 TMG).
- Finden sich auf der Website redaktionelle Beiträge (vergleiche für Österreich Punkt 5.2.2. Offenlegungspflicht für große Websites in Teil I), so muss eine für den Inhalt verantwortliche natürliche Person mit Namen und Anschrift genannt werden (§ 55 RStV).



## **Achtung!**

Wenn Ihre Website auf den deutschen Markt ausgerichtet ist, müssen Sie deutsches Recht berücksichtigen (kein Herkunftslandprinzip für Verbraucherschutzbestimmungen). Folgende Fundstellen können Ihnen bei der Auffindung deutschen Rechts nützlich sein:

Fundstellen:

(deutsches) Bürgerliches Gesetzbuch (BGB), insb §§ 312b- 312f, 355, 357, 360 BGB

(deutsche) Verordnung über Informations- und Nachweispflichten nach bürgerlichem Recht (BGB-InfoV)

(deutsches) Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) inklusive Muster bezügl Belehrung über das Widerrufsrecht in den Anlagen 1 und 2 zu Artikel 246 EGBGB

(deutsches) Telemediengesetz (TMG); Impressumspflicht § 5 TMG

(deutscher) Rundfunkstaatsvertrag (RStV); Informationspflichten § 55 RStV

Links:

<http://www.bundesrecht.juris.de>

<http://www.bmj.bund.de>, Infos und Muster zur Widerrufsbelehrung unter Themen | Zivilrecht | Schuldrecht | BGB-Informationspflichtenverordnung (bzw Suchbegriff „Widerrufsbelehrung“)

Nähere Auskünfte erhalten Sie auch bei den Außenhandelsstellen der WKO in Deutschland: <http://wko.at/awo/de>

### **2.4.8. Sonstige Rücktrittsrechte**

In dieser Broschüre wird naturgemäß nur das besondere Rücktrittsrecht für Fernabsatzgeschäfte bzw Internetgeschäfte behandelt.

Daneben gelten natürlich die allgemeinen Bestimmungen des Vertragsrechts (insbesondere des ABGB) auch für Internetgeschäfte (siehe Punkt 1.2.1.). Es können also neben dem besonderen Rücktrittsrecht des § 5e KSchG auch Rücktrittsrechte auf Grund anderer gesetzlicher Bestimmungen wie insbesondere

- Gewährleistung (Ware/Dienstleistung ist mangelhaft)
- Verzug (Ware/Dienstleistung wird nicht fristgerecht geliefert/erbracht)

bestehen.

### **2.5. Sonstige Bestimmungen im Fernabsatzteil des KSchG**

#### **2.5.1. Die Vertragserfüllung (§ 5i KSchG)**

Ist ein Vertrag zustande gekommen, ist dieser - wenn Ihr Kunde Verbraucher ist - binnen 30 Tagen ab Übermittlung der Bestellung des Verbrauchers zu erfüllen (§ 5i Abs 1 KSchG). Vertraglich (zB in AGB) kann eine andere (auch längere) Frist vereinbart werden.

Diese Bestimmungen gelten nicht für Hauslieferungen und Freizeitdienstleistungen (zur Definition siehe Punkt 2.4.7.).

### Tipp:

Teilen Sie dem Kunden immer mit, wenn sich die Erfüllung des Vertrages verzögert; auch dann, wenn sie längere Fristen vereinbart haben. Dies hilft spätere Auseinandersetzungen (Kunde tritt zurück, weil er die Ware schon woanders gekauft hat) zu vermeiden.

### Formulierungsvorschlag:

„Wir sind bemüht, innerhalb von 30 Tagen zu liefern. Es wird aber eine 60-tägige Erfüllungsfrist vereinbart, wobei wir unsere Kunden davon verständigen werden, sollten die 30 Tage überschritten werden.“

Ist die Ware oder Dienstleistung nicht mehr verfügbar, so ist dies dem Verbraucher unverzüglich mitzuteilen und ihm eine bereits geleistete Anzahlung zu erstatten. Wenn Sie die Bestellung des Kunden nicht annehmen, ist dies dem Verbraucher ebenfalls mitzuteilen (§ 5i Abs 2 KSchG).

### Formulierungsvorschlag:

„Wir bedauern Ihnen mitteilen zu müssen, dass die bestellte Ware leider nicht mehr verfügbar ist und wir Ihre Bestellung daher nicht annehmen können. Eine von Ihnen allenfalls geleistete Anzahlung wird umgehend rückerstattet.“

### 2.5.2. Informationspflichten bei Ferngesprächen (§ 5c Abs 3 KSchG)

Diese Bestimmung hat nicht unmittelbar etwas mit Online-Verträgen zu tun. Da das KSchG unter Fernabsatz jedoch nicht nur Internetgeschäfte, sondern alle Geschäfte unter Einsatz von Fernkommunikationsmitteln (also auch Telefon) versteht, findet sich noch folgende Bestimmung im Fernabsatzteil des KSchG:

Bei Ferngesprächen sind

- zu Gesprächsbeginn
- Name oder Firma des Unternehmers
- der geschäftliche Zweck des Gesprächs
- klar und verständlich

offen zu legen.

Die Verwendung eines Automaten als Gesprächspartner bedarf der vorherigen - jederzeit widerruflichen - Zustimmung des Verbrauchers.

Stand: April 2011