

Recht für den E-Commerce Manager

Dr. Gerhard Laga

Inhaltsverzeichnis

1	Urheberrecht	2
1.1	Die Verwertungsrechte	4
1.1.1	Vervielfältigungsrecht	4
1.1.2	Verbreitungsrecht	7
1.1.3	Senderecht	8
1.1.4	Vortrags-, Aufführungs- und Vorführrecht (Recht auf öffentliche Wiedergabe) 9	
1.2	Bildnisschutz	10
1.3	Internationales Urheberrecht	10
1.4	Zusammenfassung	10
2	Fernabsatzgesetz	11
2.1	Geltung	11
2.2	Informationspflichten	11
2.3	Rücktrittsrecht	12
2.4	Allgemeine Bestimmungen	13
3	Domainnamen, Markenrecht	13
3.1	Prioritätsgrundsatz	13
3.2	Vergabe von .com, .net, .org.....	14
3.2.1	Streitbeilegung im Bereich .com, .org und .net.....	14
3.3	Vergabe von .at.....	15
3.3.1	Voraussetzungen für den Schutz von Kennzeichen gegen die Benutzung als Domain-Namen	16
3.3.2	Markenschutzgesetz.....	17
3.3.3	Der Schutz des Namens gemäß § 43 ABGB	17
3.3.4	Der Schutz von Kennzeichen gemäß §§ 9, 2, 14ff UWG.....	18
3.3.5	Der Schutz von Kennzeichen mit Hilfe von § 1 UWG	18
4	Datenschutz, Datensicherheit	19
4.1	Maschinenbezogene oder personenbezogene Daten?.....	20
4.2	Gewährleistung der Datenqualität:	21
4.3	Informationsrechte.....	21
4.4	Meldung der Verarbeitung.....	22
4.5	Schadenersatz	22
4.6	Datentransfer in Drittländer.....	22
4.7	Fernmeldegeheimnis.....	23
4.8	Sicherheit im Verkauf.....	24
4.8.1	Secure Socket Layer (SSL).....	24
4.8.2	Secure Electronic Transaction (SET)	24
5	Vertragsrecht	24
5.1	Digitale Signatur.....	25
5.2	Anwendbares Recht / Gerichtsstand.....	26
6	Haftung für Inhalte	27
7	Wettbewerbsrecht	27

7.1	E-Mail-Werbung.....	27
7.2	Hyperlinks	28
7.3	Inline Link	28
7.4	Frames	28
7.5	Markenverwendung.....	29
7.6	Werbeverbote.....	29
8	E-Commerce Richtlinie	30
8.1	Anwendungsbereich	30
8.2	Niederlassung von Anbietern von Diensten der Informationsgesellschaft	30
8.3	Kommerzielle Kommunikation (Werbung, Direktmarketing usw.).....	31
8.4	"On-line"-Abschluß von Verträgen	31
8.5	Verantwortlichkeit der Vermittler	31
8.6	Rechtsdurchsetzung.....	31
9	E-Commerce Gütezeichen.....	32
9.1	Gütezeichen-Kriterien	33
9.1.1	Anbieter-Identifizierung	33
9.1.2	Allgemeine Vertragsbedingungen	33
9.1.3	Produktbeschreibung	34
9.1.4	Preisauszeichnung	34
9.1.5	Abgabe der Bestellung/Bestätigungen.....	34
9.1.6	Zahlungsmöglichkeit	35
9.1.7	Bestätigung der Bestellung.....	35
9.1.8	Rücktrittsrecht	35
9.1.9	Lieferfrist.....	36
9.1.10	Verrechnung	36
9.1.11	Datenschutz	36
9.1.12	Reaktionszeit bei Reklamationen	37
9.1.13	Sprache	37
9.1.14	Streitschlichtung.....	37
9.1.15	Gerichtsstand	38
9.1.16	Einhaltung sonstiger Gesetze.....	38
9.2	Vergabe und Entzug des Gütezeichens	38
10	Ansprechpartner/Literatur.....	39
11	Checkliste	41

Allgemeines:

Das vorliegende Skriptum gibt die Grundzüge der Rechtsgebiete wieder, die beim Auftritt im Internet von besonderer Bedeutung sind. Neben den hier angeführten gesetzlichen Bestimmungen sind beim kommerziellen Betreiben einer Online-Plattform auch die von konventionellen Unternehmen zu beachtenden Gesetze einzuhalten (z.B.: Gewerbeordnung, Strafrecht, Kartellrecht usw.). Da hier nur die Grundzüge angeführt werden, sind bei der Umsetzung die konkreten Gesetzesbestimmungen zu beachten. Hilfe bei der Umsetzung bieten beispielsweise die Wirtschaftskammern, Unternehmensberater oder Rechtsanwälte.

1 Urheberrecht

Das WorldWideWeb verdankt sein gigantisches Wachstum der raschen Übernahme elektronisch bereits erfaßter Informationen. Im multimedialen WWW finden sich neben

Texten auch Bilder, Filme, Musikstücke, 3D-Plastiken usw. Viele der eingebundenen Materialien unterliegen einem urheberrechtlichen Schutz. Teilweise wurde der Urheber von der weltweiten Veröffentlichung seiner Texte im WWW aber nicht einmal informiert.

Um aber eine kommerzielle Website rechtlich sicher betreiben zu können ist es unerlässlich, dass man die Urheber- oder Nutzungsrechte für alle Elemente der Website besitzt.

Schutzgegenstand des Urheberrechts sind individuelle Geisteswerke auf dem Gebiet der Kultur und der Informationstechnologie. Das Urheberrechtsgesetz schützt **eigentümliche geistige Schöpfungen** auf den Gebieten der Literatur, der Tonkunst, der bildenden Künste und der Filmkunst (§ 2 UrhG) und regelt deren Verwertung. Der Schutz entsteht bei der Schöpfung und bedarf keiner Registrierung.

Diese eigentümlichen geistigen Schöpfungen werden in Urheberrecht „**Werke**“ genannt. Der menschliche Geist muss im Werk zum Ausdruck kommen. Maschinen und Apparate können als solche keine Werkschöpfung erbringen. Der Oberste Gerichtshof (OGH) formuliert (beispielsweise in der Entscheidung vom 23.10.1990 “So ein Tag”, abgedruckt in Ecolex 1991, Seite 184) das Erfordernis der Eigentümlichkeit folgendermaßen:

“Nach L und Rsp ist ein Erzeugnis des menschlichen Geistes dann eine eigentümliche geistige Schöpfung, wenn es das Ergebnis schöpferischer Geistestätigkeit ist, das seine Eigenheit, die es von anderen Werken unterscheidet, aus der Persönlichkeit seines Schöpfers erfahren hat; diese Persönlichkeit muss in ihm so zum Ausdruck kommen, dass sie dem Werk den Stempel der Einmaligkeit und der Zugehörigkeit zu seinem Schöpfer aufprägt, also eine aus dem innersten Wesen des geistigen Schaffens fließende Formung vorliegt.”

Der OGH bedient sich seit 1936 immer ein und derselben Standardbegründung (eben der oben erwähnten), betont dabei aber immer, dass in jedem Einzelfall - und nicht etwa nach statistischen Grundsätzen - zu prüfen ist, ob ein Werk eine eigentümliche geistige Schöpfung ist oder nicht. Das Merkmal der statistischen Einmaligkeit darf nicht losgelöst von der Individualität des Werkes gesehen werden. Landläufiges, üblicherweise hervorgebrachtes wird auch dann nicht geschützt, wenn es verhältnismäßig lang ist.

Zusätzlich zum Kriterium der eigentümlichen geistigen Schöpfung muss das Werk in eine der taxativ aufgezählten Werkkategorien der §§2 bis 6 UrhG fallen:

§ 2 UrhG gliedert die Werke der **Literatur** in 3 Kategorien:

- Sprachwerke, einschließlich Computerprogramme
- Bühnenwerke
- Werke wissenschaftlicher oder belehrender Art.

§ 3 UrhG beschäftigt sich mit den Werken der **Bildenden Künste** und erklärt dazu

- Werke der Lichtbildkunst
- der Baukunst und
- des Kunstgewerbes.

§ 4 UrhG definiert den Werksbegriff für Werke der **Filmkunst**. Weiters werden noch **Bearbeitungen** (§ 5 UrhG) und **Sammelwerke** (§ 6 UrhG) zu Werken im Sinn des Urheberrechtsgesetzes erklärt.

Grundsätzlich ist das Urheberrecht ein **“Ausschließlichkeitsrecht”**, das heißt, deren Inhaber (Autoren, Grafiker, Künstler) können alleine ihre Zustimmung zur Verwendung ihres geschützten Werkes geben oder deren ungerechtfertigte Verwendung untersagen. Diese Rechte können eine Vielzahl von Formen annehmen. Die Genehmigung einer bestimmten Art der Werknutzung bedeutet aber nicht automatisch auch eine andere Art der Verwendung des geschützten Werkes. Wenn zum Beispiel der Autor eines Aufsatzes seine Zustimmung zur Verwertung in einer Datenbank gibt, bedeutet dies nicht, dass er auch die Zustimmung zum Druck und Verkauf gibt. Dies sind zwei verschiedene Rechte, über die der Urheber völlig unabhängig voneinander disponieren kann.

Zu den Urheberrechten im weiteren Sinn zählen die **verwandten Schutzrechte**. Dazu zählen jene Leistungen, die das Werk der Umwelt vermitteln wie zum Beispiel die Darbietungen von Sängern, Schauspielern und Musiker. Aber auch Veranstalter, Hersteller von Lichtbildern (Fotos) oder Schallträgern (CDs, DVDs) werden durch die sog. **“Leistungsschutzrechte”** geschützt. Dieser Schutz ist zwar nicht so umfassend wie der des Urheberrechts im engeren Sinn, er umfasst aber sowohl materielle wie auch ideelle Interessen.

Das Urheberrecht knüpft bei der Verwirklichung seines Ziels, nicht an den Werkkonsum sondern an die Werkvermittlung an. Das Urheberrecht räumt deshalb dem Urheber keinen unmittelbaren Anspruch gegen den Benutzer (Konsumenten) des Werkes, sondern nur gegen die (meist gewerblichen) Verwerter des Werkes ein, welche die dem Urheber zustehende Vergütung auf das von den Konsumenten eingehobene Entgelt (Kaufpreis, Eintrittspreis, Rundfunkgebühr etc.) umlegen. Dies war bisher sehr sinnvoll, konnte man den effektiven Benutzer eines Werkes doch nur sehr schwer ermitteln, viel leichter aber bei den mit mehr Kapital und Publizität ausgestatteten Werkvermittlern.

1.1 Die Verwertungsrechte

Um eine Urheberrechtsverletzung zu begehen muss Hinsichtlich eines Werkes in eines der abschließend aufgezählten Verwertungsrechte eingegriffen werden.

1.1.1 Vervielfältigungsrecht

§ 15 UrhG

(1) Der Urheber hat das ausschließliche Recht, das Werk - gleichviel in welchem Verfahren und in welcher Menge – zu vervielfältigen.

(2) Eine Vervielfältigung liegt namentlich auch in dem Festhalten des Vortrages oder der Aufführung eines Werkes auf Mitteln zur wiederholbaren Wiedergabe für Gesicht oder Gehör (Bild- oder Schallträger), wie zum Beispiel auf Filmstreifen oder Schallplatten.

(3) Solchen Schallträgern stehen der wiederholbaren Wiedergabe von Werken dienende Mittel gleich, die ohne Schallaufnahme durch Lochen, Stanzen, Anordnen von Stiften oder auf ähnliche Art hergestellt werden (Drehorgeln, Spieldosen u. dgl.).

(4) Bei Plänen und Entwürfen zu Werken der bildenden Künste umfaßt das Vervielfältigungsrecht auch das ausschließliche Recht, das Werk danach auszuführen.

Vervielfältigung ist die Herstellung einer oder mehrerer Festlegungen, die geeignet sind, das Werk den menschlichen Sinnen auf irgendeine Weise wiederholt unmittelbar oder mittelbar wahrnehmbar zu machen.

Da es sich um eine Festlegung handeln muss, ist die Live-Sendung im Fernsehen keine Vervielfältigung, obwohl das Bild gleichzeitig auf Millionen Fernsehschirmen erscheint. Allerdings ist die (nicht nur vorübergehende) Einspeicherung in eine EDV-Anlage sehr wohl eine Vervielfältigung.

Die Art der Vervielfältigung und die verwendeten technischen Verfahren spielen keine Rolle. Dies gilt auch bezüglich des Ladens eines Programms von einem per Internet verbundenen Rechner. Hierbei wird ein neues für sich nutzbares Festlegungsexemplar des Programms auf der Festplatte hergestellt, so dass dies als urheberrechtlich relevante Vervielfältigung anzusehen ist. Auch die Digitalisierung eines Werkes fällt damit unter das Vervielfältigungsrecht, da das Werk unabhängig vom analogen „Mutterstück“ nun selbständig wiedergegeben werden kann.

Der Entwurf der EU-Richtlinie zum Urheberrecht in der Informationsgesellschaft legt ein weitestgehendes Vervielfältigungsrecht fest, das sich auch auf Vervielfältigungen in “immaterieller Form” beziehen wird.

Gegenüber anderen Verwertungsrechten ist das Vervielfältigungsrecht selbständig. Es umfasst nicht auch die Befugnis zur Verbreitung oder öffentlichen Wiedergabe im Internet. Die Weitergabe hergestellter Vervielfältigungsstücke in körperlicher Form kann der Urheber mit Hilfe des Verbreitungsrechts kontrollieren, die Weiterverwendung in unkörperlicher Form mit Hilfe der übrigen Verwertungsrechte (Senderecht, Aufführungs-, Vortrags- und Vorführungsrecht).

1.1.1.1 Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch

§ 42. (1) Jedermann darf von einem Werk einzelne Vervielfältigungsstücke zum eigenen Gebrauch herstellen.

(2) Eine Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch liegt vorbehaltlich der Abs. 3 und 4 nicht vor, wenn sie zu dem Zweck vorgenommen wird, das Werk mit Hilfe des Vervielfältigungsstückes der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Zum eigenen Gebrauch hergestellte Vervielfältigungsstücke dürfen nicht dazu verwendet werden, das Werk damit der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

(3) Schulen und Hochschulen dürfen für Zwecke des Unterrichts beziehungsweise der Lehre in dem dadurch gerechtfertigten Umfang Vervielfältigungsstücke in der für eine bestimmte Schulklasse beziehungsweise Lehrveranstaltung erforderlichen Anzahl herstellen (Vervielfältigung zum eigenen Schulgebrauch) und verbreiten. Die Befugnis zur Vervielfältigung zum eigenen Schulgebrauch gilt nicht für Werke, die ihrer Beschaffenheit und Bezeichnung nach zum Schul- oder Unterrichtsgebrauch bestimmt sind.

(4) Der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtungen, die Werkstücke sammeln, dürfen, sofern dies nicht zu Erwerbszwecken geschieht, (Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch von Sammlungen)

1. von eigenen Werkstücken jeweils ein Vervielfältigungsstück herstellen; ein solches Vervielfältigungsstück darf statt des vervielfältigten Werkstücks unter denselben Voraussetzungen wie dieses ausgestellt (§ 16 Abs. 2), verliehen (§ 16a) und nach § 56b benützt werden;

2. von veröffentlichten, aber nicht erschienenen oder vergriffenen Werken einzelne Vervielfältigungsstücke herstellen; solange das Werk nicht erschienen beziehungsweise vergriffen ist, dürfen solche Vervielfältigungsstücke ausgestellt (§ 16 Abs. 2), nach § 16a verliehen und nach § 56b benützt werden.

(5) Die folgenden Vervielfältigungen sind jedoch stets nur mit Einwilligung des Berechtigten zulässig:

- 1. die Vervielfältigung ganzer Bücher oder Zeitschriften, soweit sie nicht durch Abschreiben vorgenommen wird, ein nicht erschienenes oder vergriffenes Werk betrifft oder unter den Voraussetzungen des Abs. 4 Z 1; dies gilt auch dann, wenn als Vervielfältigungsvorlage nicht das Buch oder die Zeitschrift selbst, sondern eine gleichviel in welchem Verfahren hergestellte Vervielfältigung des Buches oder der Zeitschrift verwendet wird;*
- 2. die Ausführung eines Werkes der Baukunst nach einem Plan oder Entwurf oder der Nachbau eines solchen Werkes.*

Die Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch wird in Abs 2 negativ formuliert. Eine Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch liegt nicht vor, wenn sie zu dem Zweck vorgenommen wird, das Werk mit Hilfe des Vervielfältigungsstückes der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Die Art der Vervielfältigung spielt dabei keine Rolle. Wesentlichstes Merkmal ist, dass das Vervielfältigungsstück nicht der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird. Öffentlichkeit ist im Zusammenhang mit der Umschreibung der Verwertungsrechte immer dann gegeben, wenn das Werk einer Mehrheit von Personen zugänglich gemacht wird, es sei denn, dass der Kreis dieser Personen bestimmt abgegrenzt ist und sie durch gegenseitige Beziehungen zueinander oder durch Beziehungen zu der organisatorisch auftretenden Person persönlich miteinander verbunden sind.

Nichtsdestoweniger führt dies dazu, dass der Anwender für seinen eigenen Gebrauch nach § 42 UrhG Werke im Sinn von § 1 Abs 1 UrhG auf der Festplatte speichern oder ein Werkstück mittels Drucker herstellen darf. Soweit es sich allerdings um eine Vervielfältigung ganzer Bücher oder Zeitschriften handelt, ist diese nach Abs 5 nur mit Einwilligung des Berechtigten zulässig. Hier ist auf den jeweiligen Einzelfall abzustellen. Wenn Bücher oder Zeitschriften als ganzes vom Herausgeber zum Download angeboten werden, wird diese Einwilligung meist konkludent vorausgesetzt werden können.

Für die Werkkategorie der **Computerprogramme gilt die Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch allerdings nicht** (§ 40d Abs. 1 UrhG). Wenn also über das Internet Computerprogramme geladen werden ist wiederum fraglich, ob diese Daten vom Internetbrowser ohne bewusstes Zutun des Benutzers im Cache abgespeichert werden dürfen. Zwar bestimmt § 40d Abs 1, dass § 42 nicht für Computerprogramme gilt, allerdings darf ein Computerprogramm nach § 40d Abs 2 vervielfältigt werden, soweit dies für die bestimmungsgemäße Benutzung durch den zur Benutzung Berechtigten notwendig ist. Gerade diese Bestimmung ist wie zugeschnitten auf den Abruf von WWW-Seiten. Es muss sich logischerweise um eine Kopie handeln, da sonst die Seite nur ein einziges Mal aufrufbar wäre. Die meisten Internetbrowser legen automatisch lokale Kopien der letzten abgerufenen Seiten an. Jedenfalls handelt es sich um eine Vervielfältigung, die die typischen Verwertungsmöglichkeiten des Urhebers nicht beeinträchtigt. Es handelt sich um eine bestimmungsgemäße notwendige Vervielfältigung.

Wie gezeigt, unterliegt das Abspeichern von vom Internet bezogenen Dokumenten dem ausschließlichen Verwertungsrecht der Vervielfältigung. Da die meisten Inhalte aber nicht als Computerprogramm im Sinn von § 40a UrhG zu sehen sind, ist in jedem einzelnen Fall die freie Werknutzung zur Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch nach § 42 UrhG zu prüfen. Meist wird das Speichern von Daten dadurch gerechtfertigt. Zu einer weiteren Veröffentlichung der vervielfältigten Werkstücke darf es aber nicht kommen.

1.1.2 Verbreitungsrecht

§ 16 UrhG

(1) Der Urheber hat das ausschließliche Recht, Werkstücke zu verbreiten. Kraft dieses Rechtes dürfen Werkstücke ohne seine Einwilligung weder feilgehalten noch auf eine Art, die das Werk der Öffentlichkeit zugänglich macht, in Verkehr gebracht werden.

(2) Solange ein Werk nicht veröffentlicht ist, umfaßt das Verbreitungsrecht auch das ausschließliche Recht, das Werk durch öffentliches Anschlagen, Auflegen, Aushängen, Ausstellen oder durch eine ähnliche Verwendung von Werkstücken der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

(3) Dem Verbreitungsrecht unterliegen - vorbehaltlich des § 16a - Werkstücke nicht, die mit Einwilligung des Berechtigten durch Übertragung des Eigentums in Verkehr gebracht worden sind; ist aber die Einwilligung nur für ein bestimmtes Gebiet erteilt worden, so bleibt das Recht, die dort in Verkehr gebrachten Werkstücke außerhalb dieses Gebietes zu verbreiten, unberührt; diese Ausnahme gilt nicht für Werkstücke, die in einem Mitgliedstaat der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft oder der Europäischen Freihandelsassoziation mit Einwilligung des Berechtigten in Verkehr gebracht worden sind.

(4) Dem an einem Werke der bildenden Künste bestehenden Verbreitungsrecht unterliegen Werkstücke nicht, die Zugehör einer unbeweglichen Sache sind.

(5) Wo sich dieses Gesetz des Ausdrucks "ein Werk verbreiten" bedient, ist darunter nur die nach den Absätzen 1 bis 3 dem Urheber vorbehalten Verbreitung von Werkstücken zu verstehen.

Unter "Feilhalten" ist das öffentliche Anbieten von Werkstücken zu verstehen, die zur Abgabe bereitgehalten werden. Der Verbreitung sind nur körperliche Gegenstände zugänglich. Ein Werkstück ist gegenständlich. Die Eigenschaft von Werkstücken ist es, materiell vorhanden zu sein. Eine Verbreitung via Internet kann es deshalb nicht geben. Es kann sich um die Verkörperung eines Werkoriginals oder eines Vervielfältigungsstückes handeln. Das Laden und der Ablauf eines Computerprogramms kann grundsätzlich keine Verbreitung darstellen, da keine Werkverkörperung weitergegeben wird. Das Verbreitungsrecht beschränkt sich auf eine Werkverbreitung in der Öffentlichkeit. Öffentlichkeit ist im allgemeinen nur dann gegeben, wenn das Werk einer Mehrzahl von Personen zugänglich gemacht wird. Ein Angebot "unter der Hand" wäre nicht öffentlich. Wer ein Buch an einen Freund verkauft, verschenkt oder ausleiht, vertreibt nicht. Die Verbreitung von Vervielfältigungsstücken innerhalb der privaten Sphäre stellt deshalb keine urheberrechtlich relevante Verbreitung dar. Das Verbreitungsrecht ist unabhängig vom Vervielfältigungsrecht und stellt eine Ergänzung desselben dar.

Funktionell betrachtet, verliert der, der das Werkstück verbreitet, die Sachherrschaft über eben dieses eine Werkstück. Das Werkstück selbst "bewegt" sich von einer Sphäre in die andere. Als Gegenleistung erhält er einen mehr oder weniger angemessenen Wert, das Werkstück geht aber auf jeden Fall über.

Das Verbreitungsrecht an einzelnen Werkstücken wird aber als erschöpft betrachtet, sobald diese mit Einwilligung des für das Inland Berechtigten im Inland oder Ausland durch Übertragung des Eigentums am Werkstück in Verkehr gebracht worden sind. Die **Erschöpfung des Verbreitungsrechts** hat die Funktion, den Interessenkonflikt zwischen dem Sacheigentümer und dem Inhaber des Urheberrechts eines Werkes, das im Sacheigentum als einem Werkstück verkörpert ist, zu regeln.

In der EU besteht allerdings weitgehende Übereinstimmung, dass Rechtser schöpfung im Fall der Erbringung von geschützten Werken Online nicht eintritt, da es sich um eine Dienstleistung handelt.

§ 16a UrhG regelt das **Vermieten und Verleihen** von Werkstücken, das aber bezüglich des E-Commerce von weniger Bedeutung ist. Hinsichtlich des „Vermietens“ von Software via Internet bzw. der Zurverfügungstellung von Nutzungsmöglichkeiten (z.B. Application Service Providing ASP) handelt es sich um eine Dienstleistung und keine Vermietung von Werkstücken (Werkstücke sind körperlich!). Die Rechtsprechung in Österreich hat diese Dienstleistung noch nicht urheberrechtlich beurteilt. Es ist aber anzunehmen, dass diese Dienstleistung eine öffentliche Wiedergabe darstellt, die vom Urheber genehmigt werden muss.

1.1.3 Senderecht

§ 17. Senderecht

1. Der Urheber hat das ausschließliche Recht, das Werk durch Rundfunk oder auf eine ähnliche Art zu senden.
2. Einer Rundfunksendung steht es gleich, wenn ein Werk von einer im In- oder im Ausland gelegenen Stelle aus der Öffentlichkeit im Inland, ähnlich wie durch Rundfunk, aber mit Hilfe von Leitungen wahrnehmbar gemacht wird.
3. Die Übermittlung von Rundfunksendungen
 1. durch eine Rundfunkvermittlungsanlage und
 2. durch eine Gemeinschaftsantennenanlage,
 - a. wenn sich die Standorte aller Empfangsanlagen nur auf zusammenhängenden Grundstücken befinden, kein Teil der Anlage einen öffentlichen Weg benützt oder kreuzt und die Antenne vom Standort der am nächsten liegenden Empfangsanlage nicht mehr als 500 m entfernt ist oder
 - b. wenn an die Anlage nicht mehr als 500 Teilnehmer angeschlossen sind, gilt nicht als neue Rundfunksendung. Im übrigen gilt die gleichzeitige, vollständige und unveränderte Übermittlung von Rundfunksendungen des Österreichischen Rundfunks mit Hilfe von Leitungen im Inland als Teil der ursprünglichen Rundfunksendung.

Das Senderecht knüpft an die öffentliche Werkwiedergabe in unkörperlicher Form an. Es ist gegenüber den anderen Verwertungsrechten selbständig. Rundfunk (Abs 1) ist jede Übertragung von Zeichen, Tönen oder Bildern durch elektromagnetische Wellen, die von einer Sendestelle ausgesandt werden und an anderen Orten von einer beliebigen Anzahl von Empfangsanlagen aufgefangen und wieder in Zeichen, Töne oder Bilder zurückverwandelt werden können. Drahtfunk (Abs 2) ist ein Vorgang, bei dem das Werk von einer Sendestelle aus einer Mehrzahl von Empfangsanlagen über Drahtleitungen zugeleitet wird. Auch der Drahtfunk wendet sich an eine „breitere“ Öffentlichkeit im Sinn eines über einzelne Gebäude oder zusammenhängende Gebäudekomplexe hinausgehenden räumlichen Wirkungsbereich. Der historische Gesetzgeber hatte ein „Netz von Empfangsanlagen“ vor Augen, mit dem eine dem Rundfunk vergleichbare Breitenwirkung erzielt wird. Als Werkwiedergabe handelt es sich um eine Benutzung und Wiederholung des geschützten Werks durch die fragliche Sendung.

Teletext, früher auch als Bildschirmzeitung bezeichnet, stellt eine sendemäßige Wiedergabe von Werken in Gestalt von Einzelbeiträgen dar. Der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird auch eine verschlüsselt ausgestrahlte Sendung, wenn eine als Öffentlichkeit anzusehende Mehrheit von Personen in der Lage ist, die Sendung entschlüsselt wahrnehmbar zu machen.

Im Gegensatz zur Rundfunksendung ist bei der Drahtfunksendung von Dateien aus dem Internet fraglich, ob von einer dem Rundfunk ähnlichen "Sendung" gesprochen werden kann, da die Initiative der Übertragung ja vom Internetuser ausgeht ("On-demand Übertragung"). Bei jeder Sendung mit bisheriger Technik hat der einzelne Empfänger keine direkte Möglichkeit auf die Programmgestaltung Einfluss zu nehmen. Bei On-Demand Übertragungen empfängt aber jeder Teilnehmer das von ihm persönlich zusammengestellte und im Ablauf völlig flexible Programm. Die Initiative, welcher Inhalt auf welche Weise gesendet wird, liegt hier beim Empfänger und nicht mehr beim Sender. Somit entfällt bei On-Demand Übertragungen das entscheidende Merkmal der Sendung, nämlich der zeitgleiche Empfang durch eine Vielzahl von Empfangsanlagen.

1.1.4 Vortrags-, Aufführungs- und Vorführrecht (Recht auf öffentliche Wiedergabe)

§ 18. (1) Der Urheber hat das ausschließliche Recht, ein Sprachwerk öffentlich vorzutragen oder aufzuführen, ein Werk der im § 2, Z. 2, bezeichneten Art, ein Werk der Tonkunst oder ein Filmwerk öffentlich aufzuführen und ein Werk der bildenden Künste durch optische Einrichtung öffentlich vorzuführen.

(2) Dabei macht es keinen Unterschied, ob der Vortrag oder die Aufführung unmittelbar oder mit Hilfe von Bild- oder Schallträgern vorgenommen wird.

(3) Zu den öffentlichen Vorträgen, Aufführungen und Vorführungen gehört auch die Benutzung einer Rundfunksendung zu einer öffentlichen Wiedergabe des gesendeten Werkes durch Lautsprecher oder durch eine andere technische Einrichtung sowie die auf eine solche Art bewirkte öffentliche Wiedergabe von Vorträgen, Aufführungen oder Vorführungen eines Werkes außerhalb des Ortes (Theater, Saal, Platz, Garten u. dgl.), wo sie stattfinden.

Zwischen dem Senderecht und dem Recht auf öffentliche Wiedergabe bestehen große Gemeinsamkeiten. Beide haben die unkörperliche Werkvermittlung vor Augen. Der wesentliche Unterschied wird im Öffentlichkeitsbegriff gesehen:

Öffentlich im Sinn des § 18 UrhG ist eine Wiedergabe schon dann, wenn sie für eine Mehrzahl von Personen bestimmt ist, deren Kreis nicht bestimmt abgegrenzt ist und die nicht durch gegenseitige Beziehungen oder Beziehungen zum Veranstalter persönlich miteinander verbunden sind; auf die räumliche Gemeinsamkeit dieses Personenkreises kommt es nicht entscheidend an. Dass sich der einzelne Hotelgast beim Genuss der ihm durch eine zentrale Videoanlage vermittelten Werke im Hotelzimmer und damit in einer privaten Sphäre befindet, ändert nichts an der Öffentlichkeit einer solchen Wiedergabe.

Der Entwurf der EU-Richtlinie zum Urheberrecht in der Informationsgesellschaft, stellt in Art. 3 klar, dass den Urhebern "any communication to the public" ihres Werkes vorbehalten wird. Dieses Recht der öffentlichen Wiedergabe, das bezüglich der Systematik des österreichischen Urheberrechts am ehesten unter das Verwertungsrecht des § 18 UrhG passt, umfaßt auch die Zurverfügungstellung von geschützten Werken auf Internetservern. Diese

Richtlinie wurde aber zur Drucklegung (Jänner 2001) noch nicht vom EU-Parlament beschlossen.

1.2 **Bildnisschutz**

§ 78 Abs 1 UrhG verbietet, Bildnisse von Personen öffentlich auszustellen oder auf eine andere Art, wodurch sie der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden, zu verbreiten, wenn dadurch berechnigte Interessen des Abgebildeten, oder, falls er gestorben ist, ohne die Veröffentlichung gestattet oder angeordnet zu haben, eines nahen Angehörigen verletzt würden.

Durch § 78 UrhG soll jedermann gegen einen Missbrauch seiner Abbildung in der Öffentlichkeit geschützt werden, namentlich dagegen, dass er durch die Verbreitung seines Bildnisses bloßgestellt, dass dadurch sein Privatleben der Öffentlichkeit preisgegeben oder sein Bildnis auf eine Art benützt wird, die zu Missdeutungen Anlass geben kann oder entwürdigend oder herabsetzend.

Der Bildnisschutz ist ein Persönlichkeitsrecht iS des § 16. § 78 UrhG gibt einen Unterlassungsanspruch, wenn berechnigte Interessen des Abgebildeten verletzt werden.

1.3 **Internationales Urheberrecht**

Was die Frage des anwendbaren Rechts anlangt, hat der OGH als Immaterialgüterrechte im Sinn des § 34 IPRG (Internationales Privatrechtsgesetz) nur die geschützten subjektiven Rechte an geistigen, künstlerischen oder wirtschaftlichen Leistungen angesehen, wie das Urheberrecht, verwandte Schutzrechte (Leistungsschutzrechte), gewerbliche Schutzrechte (Patentrecht, Markenrecht und Musterrecht).

§ 34 IPRG lautet:

§ 34. (1) Das Entstehen, der Inhalt und das Erlöschen von Immaterialgüterrechten sind nach dem Recht des Staates zu beurteilen, in dem eine Benützung- oder Verletzungshandlung gesetzt wird.

(2) Für Immaterialgüterrechte, die mit der Tätigkeit eines Arbeitnehmers im Rahmen seines Arbeitsverhältnisses zusammenhängen, ist für das Verhältnis zwischen dem Arbeitgeber und dem Arbeitnehmer die für das Arbeitsverhältnis geltende Verweisungsnorm (§ 44) maßgebend.

Nicht unter § 34 fallen aber der Bildnisschutz und andere Persönlichkeitsrechte, deren Anknüpfung § 13 Abs 2 bestimmt. Im Ergebnis ist aber auch hier wieder das Recht des Staates anzuwenden, in dem die Rechtsverletzung erfolgt ist.

1.4 **Zusammenfassung**

So wie auch bei gedruckten Werken ist für die Verwendung von urheberrechtlich geschützten Werken auf einer Homepage eine Genehmigung des Urhebers erforderlich. Geschützte Werke sind u.a. Fotos, Melodien, Bilder, Computerprogramme, Animationen oder Filme. Laut

Obersten Gerichtshof fallen Werke aber nur dann unter das Urheberschutzrecht, wenn sie eine "eigentümliche geistige Schöpfung" des Urhebers darstellen. Diese Eigentümlichkeit ergibt sich, wenn die Persönlichkeit des Urhebers zum Ausdruck kommt. Im Gegensatz zu Patentrechten entsteht das Urheberschutzrecht mit der Schöpfung. Es ist also keine Registrierung erforderlich. Auch bei schon bestehenden Urheberschutzrechtsverträgen ist Vorsicht geboten. Diese Verträge regeln meist nur die Vervielfältigung und Verbreitung von Werken. Im Internet kommt es aber zu einer sog. Öffentlichen Wiedergabe. Diese stellt nach ersten Gerichtsurteilen eine eigene Art der Nutzung dar und muss auch gesondert eingeräumt werden.

2 Fernabsatzgesetz

Das Fernabsatzgesetz (BGBl. I Nr. 185/1999) schreibt dem Unternehmer gewisse Informationspflichten vor und räumt den Konsumenten ein Rücktrittsrecht von sieben Werktagen ein. Es tritt am 1. Juni 2000 in Kraft.

2.1 Geltung

Es gilt für alle Verträge, die unter ausschließlicher Verwendung eines oder mehrerer Fernkommunikationsmittel geschlossen werden (beispielsweise alle öffentlichen Dienste des Internets, Telefon, Teleshopping und alle Arten von Drucksachen). Das bedeutet, dass ein persönlicher Kontakt von Angesicht zu Angesicht **vor Vertragsschluss** die Geltung des Fernabsatzgesetzes ausschließt. Ebenfalls ausgeschlossen ist die Anwendung für Verträge:

- über Finanzdienstleistungen
- über den Bau und den Verkauf von Immobilien
- die unter Verwendung von Warenautomaten oder automatisierten Geschäftsräumen geschlossen werden

und Versteigerungen.

Der Unternehmer muss sich dabei eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems bedienen zum Beispiel Bestellung via Homepage und Auslieferung via Post bzw. Zustellungsdienst.

2.2 Informationspflichten

Der Verbraucher muss rechtzeitig **vor Abgabe seiner Vertragserklärung** über folgende Informationen verfügen:

- 1) Name (Firma) und ladungsfähige Anschrift des Unternehmers,
- 2) Die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung,
- 3) Den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern,
- 4) allfällige Lieferkosten,
- 5) Die Einzelheiten der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung,
- 6) Das Bestehen eines Rücktrittsrechts, außer in den Fällen des § 5f,
- 7) Die Kosten für den Einsatz des Fernkommunikationsmittels, sofern sie nicht nach dem Grundtarif berechnet werden,
- 8) Die Gültigkeitsdauer des Angebots oder des Preises sowie
- 9) Die Mindestlaufzeit des Vertrages, wenn dieser eine dauernde oder wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat.

Diese Informationen müssen dem Verbraucher klar und verständlich in einer dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepassten Art und Weise zur Verfügung stehen und sollten daher in keiner Homepage fehlen.

Zusätzlich muss dem Verbraucher noch bis zur Erfüllung des Vertrages eine **schriftlichen Bestätigung** erteilt werden. Dies kann auch auf einem für den Verbraucher verfügbaren dauerhaften Datenträger (z.B. Email oder CD) geschehen. (Diese Informationspflicht gilt nicht für termingebundene Freizeit-Dienstleistungen wie Unterbringung, Beförderung, Lieferung von Speisen und Getränken und Verträge über Hauslieferungen. Sie sind auch nicht auf Dienstleistungen anzuwenden, die unmittelbar durch den Einsatz eines Fernkommunikationsmittels erbracht werden, sofern sie auf einmal erbracht und über den Betreiber des Kommunikationsmittels abgerechnet werden; der Verbraucher muss jedoch die Möglichkeit haben, die geographische Anschrift der Niederlassung des Unternehmers zu erfahren, bei der er seine Beanstandungen vorbringen kann.)

Diese Bestätigung muss die Informationen 1 bis 6 und

- Informationen über die Bedingungen und die Einzelheiten der Ausübung des Rücktrittsrechts nach § 5e, einschließlich der in § 5f Z 1 genannten Fälle,
- die geographische Anschrift der Niederlassung des Unternehmers, bei der der Verbraucher allfällige Beanstandungen vorbringen kann,
- Informationen über den Kundendienst und die geltenden Garantiebedingungen
- bei unbestimmter oder mehr als einjähriger Vertragsdauer die Kündigungsbedingungen

enthalten.

Kommt der Unternehmer dieser Informationspflicht nicht nach, so beträgt die Rücktrittsfrist **drei Monate** ab Erfüllung bzw. bei Dienstleistungen ab Vertragsabschluß.

Die auf europäischer Ebene gerade in Entstehung befindliche „E-Commerce-Richtlinie“ wird noch weitere Informationsverpflichtungen für kommerzielle Internethomepages vorschreiben.

2.3 Rücktrittsrecht

Die Rücktrittsfrist für im Fernabsatz geschlossene Verträge oder einer im Fernabsatz abgegebenen Vertragserklärung beträgt **sieben Werktagen**, wobei der Samstag nicht als Werktag zählt. Sie beginnt bei Verträgen über die Lieferung von Waren mit dem Tag ihres Eingangs beim Verbraucher, bei Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen mit dem Tag des Vertragsabschlusses. Es genügt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb der Frist abgesendet wird.

Es besteht **kein Rücktrittsrecht** bei Verträgen über

- Dienstleistungen, mit deren Ausführung dem Verbraucher gegenüber vereinbarungsgemäß innerhalb von sieben Werktagen ab Vertragsabschluß begonnen wird,
- Waren oder Dienstleistungen, deren Preis von der Entwicklung der Sätze auf den Finanzmärkten, auf die der Unternehmer keinen Einfluss hat, abhängt,
- Waren, die nach Kundenspezifikationen angefertigt werden, die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind, die auf Grund ihrer Beschaffenheit nicht für eine Rücksendung geeignet sind, die schnell verderben können oder deren Verfallsdatum überschritten würde,
- Audio- oder Videoaufzeichnungen oder Software, sofern die gelieferten Sachen vom Verbraucher entsiegelt worden sind,
- Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierte mit Ausnahme von Verträgen über periodische Druckschriften (§ 26 Abs. 1 Z 1),

- Wett- und Lotterie-Dienstleistungen sowie
- Hauslieferungen oder Freizeit-Dienstleistungen (§ 5c Abs. 4 Z 1 und 2).

Tritt der Verbraucher vom Vertrag zurück, so hat Zug um Zug der Unternehmer die vom Verbraucher geleisteten Zahlungen zu erstatten und den vom Verbraucher auf die Sache gemachten notwendigen und nützlichen Aufwand zu ersetzen sowie der Verbraucher die empfangenen Leistungen zurückzustellen und dem Unternehmer ein angemessenes Entgelt für die Benützung, zu zahlen. An Kosten dürfen dem Verbraucher nur die unmittelbaren Kosten der Rücksendung auferlegt werden, sofern die Parteien dies vereinbart haben.

Tritt der Verbraucher von einem im Fernabsatz geschlossenen Vertrag zurück, bei dem das Entgelt für die Ware oder Dienstleistung ganz oder teilweise durch einen vom Unternehmer oder in wirtschaftlicher Einheit von einem Dritten (§ 18) gewährten Kredit finanziert wird, so gilt der Rücktritt auch für den Kreditvertrag.

2.4 Allgemeine Bestimmungen

Das Fernabsatzgesetz enthält noch einige allgemeine Vorschriften zur Vertragserfüllung. So hat der Unternehmer eine Bestellung des Verbrauchers **spätestens 30 Tage nach der Bestellung ausführen**, es sei denn, dass er das Anbot des Verbrauchers nicht annimmt. Kann der Unternehmer eine Bestellung des Verbrauchers nicht ausführen, weil die bestellte Ware oder Dienstleistung nicht verfügbar ist, so hat er dies dem Verbraucher unverzüglich mitzuteilen und ihm bereits geleistete Zahlungen zu erstatten. Gleiches gilt, wenn der Unternehmer das Anbot des Verbrauchers nicht annimmt. Dies gilt nicht für Verträge über Hauslieferungen und Freizeit-Dienstleistungen.

Wenn bei einem Vertragsabschluß im Fernabsatz eine **Zahlungskarte** oder deren Daten missbräuchlich verwendet werden, so kann der berechtigte Karteninhaber vom Aussteller der Karte verlangen, dass eine Buchung oder Zahlung rückgängig gemacht bzw. erstattet wird. Von dieser Bestimmung kann zum Nachteil eines Verbrauchers nicht abgewichen werden.

Unternehmer, die **Gewinnzusagen** oder andere vergleichbare Mitteilungen an bestimmte Verbraucher senden und durch die Gestaltung dieser Zusendungen den Eindruck erwecken, dass der Verbraucher einen bestimmten Preis gewonnen habe, haben dem Verbraucher diesen Preis zu leisten; er kann auch gerichtlich eingefordert werden.

3 Domainnamen, Markenrecht

Im Unterschied zum traditionellen Geschäftsverkehr, wo aufgrund geographischer Entfernung oder mangels der erforderlichen Branchennähe die Benutzung identischer Kennzeichen ohne Konflikte möglich ist, kann ein Domain-Name im Internet aufgrund seiner Adressfunktion nur einmal vergeben werden. Man bezeichnet dieses Phänomen auch als "flachen Adressraum".

3.1 Prioritätsgrundsatz

Weltweit erfolgt die Zuteilung der Domain Namen ausschließlich nach dem Prioritätsprinzip. Wer zuerst um eine Registrierung ansucht, bekommt den noch nicht vergebenen Domainnamen zugesprochen. Auf das Bestehen irgendwelcher anderer Rechte wird meist keine Rücksicht genommen. Dies ist auch schwer möglich, da die Bearbeitung der Anträge meist automatisch durch einen Computer erfolgt. So wird eine schnelle Durchführung der Registrierung gewährleistet, eine inhaltliche Kontrolle ist dadurch aber derzeit ausgeschlossen. Ausschlaggebend ist der Zeitpunkt der Genehmigung des Antrags.

Zur Zeit werden gerade die Verträge von weiteren Registraren mit ICANN über neu zu schaffende Top Level Domains (TLDs) ausgehandelt. Dabei wird überlegt, bei manchen TLDs eine Überprüfung gewisser Kriterien wie z.B.: Unternehmereigenschaft bei „.pro“ einzuführen. Dies ist aber nicht fixiert.

3.2 Vergabe von .com, .net, .org

Zuständig für die Vergabe und Koordination von eindeutigen Adressen (IP-Adressen) und Domain-Namen im Internet ist die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN – im Internet unter <http://www.icann.net/>).

ICANN hat die praktische Administration der Vergabe und Eintragung der Domain-Namen an sogenannte Registrare delegiert, die sich dabei einer zur Anerkennung einer **außergerichtlichen Streitbeilegung** (Domain-Name Dispute Resolution (UDRP) im Internet unter <http://www.icann.org/udrp/udrp.htm>) unterwerfen mussten. Dadurch wird gewährleistet, dass die Entscheidungen der anerkannten Streitbeilegungsstellen praktisch durchgesetzt werden können. Diese sind die World Intellectual Property Organization, eResolution, The National Arbitration Forum und CPR Institute for Dispute Resolution.

Erste Erfahrungen mit der Registrierung bekannter Marken oder geschäftlicher Bezeichnungen durch Privatleute oder Konkurrenten haben dazu geführt, dass sich die eintragenden Stellen der Gefahr von Kennzeichenkonflikten bewusst geworden sind. Die Domainnamen werden zwar vor ihrer Registrierung nach wie vor keiner Überprüfung auf ältere Rechte unterzogen. Die eintragenden Organisationen behalten sich aber das Recht auf Zurückweisung offensichtlich missbräuchlicher Anmeldungen vor. Es wurde auch in die weltweit verwendeten Anmeldeformulare ein Hinweis aufgenommen, dass Rechte Dritter zu respektieren sind.

3.2.1 Streitbeilegung im Bereich .com, .org und .net

Die bereits zuvor erwähnte Domain-Name Dispute Resolution (UDRP) bietet rasche und effektive Abhilfe gegen Domaingrabbing, dem missbräuchlichen Registrieren von fremden Marken oder Namen als Domainname.

Anders als beim klassischen Schiedsgerichtsverfahren, das eine freiwillige Schiedsgerichtsvereinbarung voraussetzt, unterwirft sich jeder Domaininhaber bei der Registrierung dieser TLD unter die UDRP. Die Schiedsverfahren sind normalerweise zwei Monate nach Einreichung der Beschwerde abgeschlossen und die anfallenden Kosten (~ 1500 bis 3000 US\$) sind im Vergleich zu internationalen Gerichtsverfahren eher gering. Der

entscheidende Vorteil der UDRP ist die sofortige Durchsetzung eines nach der UDRP ergangenen und von einer anerkannten Schiedsstelle ausgesprochenen Entscheidung.

Die Anwendung der Streitbeilegung setzt zwei Tatsachen voraus:

- 1) Es muss sich um einen Domainnamen im Bereich .com, .org oder .net handeln.
- 2) Vom Beschwerdeführer muss geltend gemacht werden, dass die Registrierung und Benutzung des Domainnamens böswillig erfolgte. Konflikte, bei denen zwar Verwechslungsgefahr besteht, wo der Inhaber aber beispielsweise ein anderes nationales Namens- oder Markenrecht hat, sind der Schlichtung entzogen.

Das Schlichtungsverfahren beginnt durch eine begründete Beschwerde bei einer der anerkannten Streitbeilegungsstellen (World Intellectual Property Organization, eResolution, The National Arbitration Forum und CPR Institute for Dispute Resolution). Dabei ist zu begründen, warum die Marke mit dem Domainnamen verwechslungsfähig ist, weshalb die Benutzung der Domain durch den jetzigen Domaininhaber missbräuchlich ist und warum der Domaininhaber sich nicht auf ein eigenes Recht an der Domain berufen kann.

Die Beschwerde wird im Anschluss an den Domaininhaber übermittelt, der 20 Tage Zeit hat, die Beschwerde zu erwidern. Tut er dies nicht, trifft das Entscheidungspaneel die Entscheidung nur aufgrund der Beschwerde des Beschwerdeführers.

Das Panel wird innerhalb von 5 Tagen nach der Beschwerdeerwidernung ad hoc von den anerkannten Streitbeilegungsstellen bestellt, wobei diese aus einer Liste von Markenrechtsexperten auswählen. Normalerweise besteht das Panel nur aus einer Person, auf Wunsch einer der beiden Parteien kann es auch aus 3 Personen gebildet werden.

Normalerweise entscheidet das Panel innerhalb von 14 Tagen nach der Ernennung. Die Entscheidungen werden im Anschluss auf einer Seite der Streitbeilegungsorganisation veröffentlicht. Beim Verfahren, bei dem elektronische Kommunikation der schriftlichen völlig gleichgestellt ist, besteht kein Anwaltszwang.

Als durch die UDRP geschützt werden in letzter Zeit nicht nur Marken angesehen. Neue Entscheidungen schützen auch Namen bekannter Persönlichkeiten (z.B.: julia-roberts.com) oder geschäftliche Bezeichnungen (z.B.: buypc.com). Die Ähnlichkeit des Zeichens mit der Domain wird nach herkömmlichen Markenrechtsgrundsätzen bestimmt. Abweichungen um nur einen Buchstaben (z.B.: hewlittpackard.com) gelten noch als ähnlich. Zu beachten ist natürlich immer, dass der Domaininhaber die Domain im schlechten Glauben registriert haben muss. Beschreibende Domainnamen werden meist als zulässig angesehen und geben dem Domaininhaber ein berechtigtes Interesse (z.B.: dogs.com, allocation.com).

3.3 Vergabe von .at

Domains unterhalb der österreichischen Internetdomain .at vergibt NIC.AT (im Internet unter nic.at). NIC.AT ist eine 100%ige Tochter des freiwilligen Verbandes ISPA (Internet Service Provider Austria).

Der Antragsteller hat selbst dafür zu sorgen, dass keine Rechtsverletzung in der Verwendung des Namens vorliegt. Insbesondere Marken- und Musterschutzrecht sind vom Antragsteller selbst zu beachten. NIC.at kontrolliert nicht, ob es einen Widerspruch zur aktuellen Rechtslage gibt und dient nicht als Schlichtungsstelle. Bei augenscheinlichen Konflikten

können Anträge allerdings von der Vergabestelle unmittelbar abgelehnt werden, wobei seitens der Vergabestelle keine Verpflichtung zur Bekanntgabe des Ablehnungsgrundes besteht.

Bei österreichischen Domains gilt also das oben erwähnte Streitbeilegungsverfahren nicht, sodass man bei Konflikten um die Berechtigung zur Nutzung einer Domain auf die österreichischen Gerichte oder außergerichtliche Vergleiche angewiesen ist.

Einzigste „Hilfe“ von NIC.AT bei der Lösung von Streitigkeiten ist der sogenannte „Wartestatus“. Der Wartestatus bedeutet die Sperre des Inhaberwechsels bei einer Domain. Da es immer wieder vorkam, dass während ein Streit bezüglich einer Domain geführt wurde, die Domain an Dritte (z.B. ins Ausland) weitergegeben wurde und dadurch die Rechtsverfolgung sehr schwer wurde, hat sich nic.at entschlossen, eine Sperre des Inhaberwechsels einzuführen. Dies gilt bei Prozessen wie auch bei außergerichtlichen Verhandlungen.

Im österreichischen Recht kommt vor allem das Marken-, Namens- und Wettbewerbsrecht in Frage, um gegen einen unberechtigt registrierten Domainnamen vorgehen zu können. Die Grundzüge werden hier dargestellt.

3.3.1 Voraussetzungen für den Schutz von Kennzeichen gegen die Benutzung als Domain-Namen

3.3.1.1 Unterscheidungskraft

Damit einem Kennzeichen Unterscheidungskraft zukommt, muss es geeignet sein, das Unternehmen mit seinen Waren und Leistungen von anderen Unternehmen abzugrenzen. Deshalb muss das Kennzeichen etwas Individuelles schon objektiv und ursprünglich an sich haben. Keine Kennzeichenkraft kommen zu:

- 1) Ziffern und Zahlen
- 2) einzelnen Buchstaben und Buchstabenkombinationen
- 3) Worten der Umgangssprache und der Fachsprache
- 4) beschreibenden Angaben
- 5) geographische Beschreibungen
- 6) Allerweltsnamen

Wenn ein Kennzeichen die Eigenschaft der Individualität von Beginn an nicht erfüllt, kann sie sich auch dadurch entwickeln, dass es infolge seiner Bekanntheit bei den beteiligten Verkehrskreisen als Kennzeichen gilt. Dieses Merkmal wird Verkehrsgeltung genannt.

3.3.1.2 Verwechslungsgefahr

Verwechslungsgefahr liegt vor, wenn der Gebrauch eines Zeichens geeignet ist, einen Irrtum über die Zuordnung dieses Zeichens zu einem bestimmten Unternehmen hervorzurufen. Bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr ist auch das Betätigungsfeld der Unternehmen zu berücksichtigen.

Nach dem österreichischen Markenschutzgesetz besteht Verwechslungsgefahr nur, wenn das gleiche oder ein ähnliches Zeichen (§ 14 MaSchG) zur Kennzeichnung gleicher oder gleichartiger Waren und Dienstleistungen verwendet wird.

In diesem Zusammenhang ist auch der Schutz der sogenannten „berühmten Marke“ zu erwähnen. Er richtet sich gegen den Gebrauch der Marke durch Dritte für nicht gleichartige

Waren. Unter dem Schutz der berühmten Marke versteht man den Schutz des Markeninhabers vor dem Gebrauch der Marke durch Dritte für unähnliche Waren, die entweder zur Ausnutzung des wirtschaftlichen Wertes der berühmten Marke oder zu seiner Beeinträchtigung führt. Das OLG Wien sah einen Gesetzesverstoß gegen die §§ 1 und 9 UWG bei Verwendung der Marke "Coca-Cola" für Bonbons als gegeben an.

3.3.1.3 Kennzeichenmäßiger Gebrauch

Hier wird auf die beteiligten Verkehrskreise abgestellt. Wenn diese den Eindruck gewinnen können, dass das Zeichen zur Unterscheidung der Waren oder Dienstleistungen des Werbenden von denen der Konkurrenten benutzt wird, ist ein kennzeichenmäßiger Gebrauch anzunehmen. Grundsätzlich aus dem Schutz des Kennzeichenrechts (nicht des Namensrechts) ausgeschlossen sind deshalb von Privatpersonen registrierte Domainnamen, da dies nicht Fälle des geschäftlichen Verkehrs sind.

3.3.2 Markenschutzgesetz

Der Schutz einer Bezeichnung durch das Markenrecht setzt die Eintragung beim Markenregister, das beim Patentamt geführt wird, voraus. Marken werden in bestimmten Waren- bzw. Dienstleistungsklassen eingetragen. Der Schutz besteht normalerweise nur innerhalb dieser Warenklassen, es sei denn es handelt sich um eine „berühmte“ Marke.

Das MaSchG untersagt es, Dritten ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr

- a) ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die mit denjenigen identisch sind, für die sie Schutz genießt,
- b) ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfassten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, dass das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird, oder
- c) ein mit der Marke identisches Zeichen oder ein ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke Schutz genießt, wenn es sich bei der Marke um eine im Inland bekannte Marke handelt und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der bekannten Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt.

3.3.3 Der Schutz des Namens gemäß § 43 ABGB

§ 43 ABGB gewährt ein subjektives Recht, das den Namensträger schützt. Das Recht zur Führung des Namens wird anerkannt und bei Beeinträchtigung dieses Rechtes stehen Unterlassungs- und Schadenersatzansprüche zu. Der Schutz hängt nicht vom Vorliegen einer Verwechslungsgefahr ab. Es genügt auch die Verletzung rechtlich geschützter Interessen, etwa wenn der Namensträger zu Unrecht mit jemandem anderen in Verbindung gebracht wird oder aber der Anschein ideeller oder wirtschaftlicher Beziehungen erweckt wird.

§ 43 ABGB ist damit eine der stärksten Vorschriften zum Namensschutz, da sie auch Beseitigung (also das Löschen der Domain) und bei Verschulden Schadenersatz, der auch ein ideeller sein kann, gewährt. Diese Bestimmung reicht weiter als § 9 UWG, da kein Handeln im geschäftlichen Verkehr vorausgesetzt wird.

Es wird nicht nur der Familienname geschützt, sondern auch Decknamen, Namen juristischer Personen, Handelsnamen (Firma) und Namen politischer Parteien. Der unbefugte Gebrauch eines fremden Namens liegt vor, wenn der wirkliche Namensträger den Gebrauch nicht gestattet hat und der Gebrauch nicht auf einem eigenen Recht beruht. Die Abwehr ist allerdings nur dann möglich, wenn eine konkrete Beeinträchtigung geschehen ist oder droht. Einen Ausweg hierzu bietet eine Klarstellung auf der ersten Seite (normalerweise index.html genannt) der jeweiligen Domain. In diese Richtung weist auch die jüngste OGH Entscheidung bundeheer.at. Weist der berechtigte Namens- und Domaininhaber auf seine eigene Identität hin, so wird die Verwechslungsmöglichkeit zumindest minimiert.

3.3.4 Der Schutz von Kennzeichen gemäß §§ 9, 2, 14ff UWG

§ 9 Abs 1 UWG pönalisiert den Missbrauch von Kennzeichen eines Unternehmens im geschäftlichen Verkehr. Ein Wettbewerbsverhältnis zwischen den Beteiligten wird nicht vorausgesetzt. Auch Sittenwidrigkeit des Handelns ist nicht erforderlich. Es genügt, dass der Eingreifer im geschäftlichen Verkehr handelt; der Kläger muss dies nicht.

§ 9 Abs 3 dehnt den Schutz auf registrierte Marken, Geschäftsabzeichen und sonstige zur Unterscheidung des Unternehmens von anderen Unternehmen bestimmte Einrichtungen aus, wenn diesen Bezeichnungen Verkehrsgeltung zukommt. Verkehrsgeltung liegt vor, wenn ein Zeichen in beteiligten Verkehrskreisen als Hinweis auf ein Unternehmen oder dessen Waren oder Dienstleistungen bekannt ist.

3.3.5 Der Schutz von Kennzeichen mit Hilfe von § 1 UWG

Da die Benutzung eines Domain-Namens sowohl im Hinblick auf seine blockierende Wirkung als auch die damit verbundene Kanalisierung von Kundenströmen über den durch die kennzeichenrechtlichen Sondervorschriften geschützten Tatbestand hinausgreift, bleibt schließlich auch Raum für die Anwendung der wettbewerblichen Generalklausel des § 1 UWG.

Um mit Hilfe des § 1 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) Anspruch auf Schadenersatz zu erlangen, muss die Kennzeichenverletzung beim

- Handeln im geschäftlichen Verkehr
(Zum geschäftlichen Verkehr gehört jede selbständige, auf Erwerb gerichtete Tätigkeit im weitesten Sinn. Der Begriff entspricht damit etwa dem weitgefassten Unternehmensbegriff des KSchG.)
- zu Zwecken des Wettbewerbs erfolgen und
(Das Wettbewerbsverhältnis liegt in erster Linie zwischen Unternehmern vor, die sich an einen im wesentlichen gleichen Kreis von Abnehmern wenden. In den letzten Jahren nimmt der OGH auch oft ein Wettbewerbsverhältnis „ad hoc“ an. In diesen Fällen wird das Wettbewerbsverhältnis erst durch die Wettbewerbshandlung geschaffen. Das trifft zu, wenn Anbieter verschiedener Produkte sich um denselben

Kunden bemühen, so z.B. wenn ein Verkäufer von Schokolade potentielle Nachfrager nach Blumen zu überzeugen versucht, sein Angebot sei als Geschenk besser geeignet.)

- gegen die guten Sitten verstoßen.
Darunter versteht der OGH Handlungen, die zwar nicht 100%ig unter einen der Sondertatbestände des Wettbewerbsrechts zu subsummieren sind, aber deshalb trotzdem nicht den guten Sitten entspricht.

4 Datenschutz, Datensicherheit

„Milliarden-Schaden durch "Liebesbrief"!“, „60 bis 80 % aller US-Unternehmen betroffen!“
„Ausfall von vier der insgesamt 13 für das Domain Name System (DNS) zuständigen Haupt-Server kurzzeitig ausgefallen.“ (siehe <http://www.heise.de/newsticker/search.shtml>)

Solche oder ähnliche Schlagzeilen führen vor Augen, wie verletzlich die relativ junge Internetinfrastruktur ist. Computerviren und E-Mail-Würmer können durch unachtsame Mitarbeiter in Unternehmen eingeschleust werden und können die gesamte IT-Infrastruktur lahm legen. Solchen Schäden, die im übrigen von kaum einer Versicherung getragen werden, kann man durch geeignete Sicherheitssoftware und Netzwerkeinstellungen vorbeugen. Machtlos ist der einzelne Unternehmer aber, wenn die Infrastruktur selbst angegriffen wird, sei es durch Ausfall der DNS-Server (zuständig für die Zuordnung von Domainnamen zu IP-Adressen) oder organisierte Hackerattacken. So wurde das Web-Portal von Yahoo im Frühjahr 2000 für rund drei Stunden vollständig lahmgelegt. Nach Schätzungen betrug der wirtschaftliche Schaden über 21 Milliarden Schilling. Die angewandte Angriffsform nennt sich Distributed Denial of Service (DDoS), über die bereits mit wenig Hintergrundwissen nahezu jeder Server überflutet werden kann. Vereinfacht ausgedrückt überfordern solche Angriffe den Ziel-Server mit Massen von Anfragen, sodass der Rechner reguläre Anfragen nicht mehr abarbeiten kann. Im Jänner 2001 hat sich ein 16-jähriger Kanadier zu der Tat bekannt. Ihm drohen zwei Jahre Haft und eine Geldstrafe von 1000 kanadischen Dollar.

Solche Beispiele sollen zeigen, wie verletzlich die digitale E-Commerce Infrastruktur zur Zeit noch ist. Der Unternehmer muss dies bei der Planung seiner Aktivitäten immer mitbedenken. Eine andere Gefahr der Digitalisierung ist die automatisierte Auswertung jedweder digitaler Kommunikation. So betreibt der US Geheimdienst NSA seit Jahrzehnten ein weltweites Abhörsystem namens „Echelon“, das mit Hilfe von Schlüsselwortlisten die wichtigsten interkontinentalen Kommunikationsverbindungen durchsucht und verdächtige Nachrichten auswertet. (Näheres unter <http://www.gn.apc.org/duncan/stoa.htm>) Die Existenz des globalen Überwachungssystems wurde durch die niederländische Regierung bestätigt. Demgemäss werden (soweit bekannt) 9 Internet-Netzknoten (u.a. MAE West, MAE East, New York NAP), die gesamte Satellitenkommunikation und die Unterwasserkabel systematisch abgehört. Insgesamt besteht das System aus 140 Stationen und dient hauptsächlich der Wirtschaftsspionage.

Die Konsequenz, die jeder einzelne und vor allen Dingen der Unternehmer ziehen sollte ist, dass vertrauliche Kommunikation nur verschlüsselt oder anonymisiert erfolgen sollte. Landläufig wird angenommen, dass der normale Unternehmer oder Durchschnittsbürger nicht sehr viel vertrauliche Informationen verarbeitet oder via Internet oder Fax übermittelt. Das ist aber nicht der Fall. Im digitalen Zeitalter sollte man unter vertraulich all jene Information verstehen, die man nicht auf einer Pinwand vor dem Geschäft des Konkurrenten

veröffentlichen würde. Eine erhaltene Email, Auftragsunterlagen oder ein Bauplan ist binnen Sekunden auf einer Website veröffentlicht und via Mail gezielt weitergeleitet. Es gibt mittlerweile einige Beispiele dass nationale Geheimdienste Unternehmen ihres Landes gezielt mit Informationen über wirtschaftliche Konkurrenten aus dem Ausland versorgen.

Bei der Verwendung von IT-Komponenten sollte man immer auch diese negativen Seiten der Digitalisierung bedenken! Aber nicht nur als Selbstschutzmaßnahme ist der vorsichtige Umgang mit personenbezogenen und vertraulichen Daten geboten! Das österreichische Datenschutzgesetz und die EU Richtlinien regeln, wie diese Informationen verarbeitet werden dürfen.

4.1 Maschinenbezogene oder personenbezogene Daten?

Viele Daten im Bereich der Internetübertragung bezeichnen und identifizieren Computer bzw. Internet-Server. Nur diese sind adressierbar und deshalb erkennbar. Die vor dem Bildschirm sitzende Person kann durch diese Information allein nicht identifiziert werden.

Das österreichische Datenschutzgesetz trifft diese Unterscheidung nur unvollkommen, indem es zwar zwischen „personenbezogenen“ und „indirekt personenbezogenen“ Daten differenziert. Wenn es für den konkreten Verwender der Daten nicht möglich ist, den vorhandenen Personenbezug auf eine in ihrer Identität bestimmte Person zurückzuführen, dann ist der Gebrauch solcher „nur indirekt personenbezogener“ Daten durch **diesen** Verwender unter erleichterten datenschutzrechtlichen Bedingungen erlaubt. Es kommt darauf an, ob der Verwender unter Anwendung legaler Mittel die Identität des Betroffenen bestimmen kann. Erwägungsgrund 26 der Datenschutz-RL sieht als mögliches Mittel der Identifikation nur solche an, die „vernünftigerweise“ angewendet werden, die also weder der Art noch dem Aufwand nach ungewöhnlich sind.

Die Unterscheidung im österreichische Datenschutzgesetz ist aber deshalb nicht vollkommen, da es bezüglich des Personenbezugs nicht auf jeden einzelnen Übermittlungsvorgang ankommt. Wenn Daten einer bestimmten Person zugeordnet sind (z.B.: Telefonnummer, öffentlich zugänglich E-Mail-Adresse), dann werden diese Daten vom österreichischen Datenschutzrat als personenbezogene Daten eingestuft, unabhängig davon, ob wirklich diese Person das zugeordnete Gerät benutzt hat oder nicht.

Das Datenschutzrecht wurde in der EU durch 2 Richtlinien (allgemeine Datenschutz-RL und TelekomdatenschutzRL) harmonisiert. Trotzdem ergeben sich in der Praxis Unterschiede in den einzelnen nationalen Datenschutzgesetzen. So wird in Österreich beispielsweise der praktische Umgang mit bestimmten Arten von personenbezogenen Daten auf Grund der Standard- und Musterverordnung wesentlich erleichtert. Die darin enthaltenen Datenarten dürfen für bestimmte Zwecke ohne vorherige oder durch erleichterte einzelne Genehmigungen des Datenschutzregisters verarbeitet werden.

Da der Datenschutz aber auf Grund der E-Commerce Richtlinie nicht dem Recht des Herkunftslandes unterworfen ist, ist es wichtig, die europaweit geltenden Grundsätze der EU-Datenschutz-Richtlinie zu kennen. Alle nationalen Datenschutzgesetze der EU-Staaten spiegeln diese Grundsätze wieder.

4.2 Gewährleistung der Datenqualität:

Personenbezogene Daten dürfen nur für **festgelegte eindeutige und rechtmäßige Zwecke** erhoben und nicht in einer mit diesen **Zweckbestimmungen** nicht zu vereinbarenden Weise weiterverarbeitet werden (Artikel 6 Abs 1b).

Das bedeutet, dass bei jeder Abfrage von personenbezogenen Daten darüber informiert werden sollte, wofür die Daten erhoben werden. Diese Daten sind dann zweckgebunden und dürfen nur noch zu dieser bestimmten Tätigkeit verwendet werden.

Weiters müssen die Daten den Zwecken entsprechend und sachlich richtig erhoben werden und, wenn nötig, auf den neuesten Stand gebracht werden.

Die gängige Praxis von vielen web-basierenden personalisierten Angeboten ist deshalb zu empfehlen: Erst nach Eingabe von User-ID und Passwort wird ein personenbezogenes Informationsangebot dargestellt, das sich an dem vom Benutzer selbst eingegebenen Datenprofil orientiert. Im Unterschied zu Cookies kann durch die Eingabe des Passwortes hinreichend nachgewiesen werden, dass es sich wirklich um die Person handelt, die dieses Profil erstellt hat. Gleichzeitig sollte der Benutzer jederzeit die Möglichkeit haben, sein Datenprofil zu editieren und somit die Datenqualität gesichert bleibt.

Die Daten dürfen auch nicht länger, als für die Realisierung der Zwecke notwendig, aufbewahrt werden. Der Benutzer sollte deshalb die Möglichkeit haben, sein Profil zu löschen.

Die Verarbeitung besonderer Kategorien¹ personenbezogener Daten ist nur unter bestimmten Voraussetzungen, die in Artikel 8 Abs. 2 festgelegt werden, zulässig.

4.3 Informationsrechte

Artikel 10 bis 12 der RL gewähren spezielle **Informationsrechte**, die der für die Verarbeitung Verantwortliche den betroffenen Personen gewähren muss.

So muss der Benutzer beispielsweise darüber informiert werden, wer die personenbezogenen Daten zu welchen Zwecken verarbeitet und an wen sie übermittelt werden. Spezielle Informationsrechte bestehen, wenn personenbezogene Daten nicht bei der betreffenden Person erhoben wurden. Um dem Auskunftsrecht der betroffenen Personen nachzukommen ist zu empfehlen, eine eigene E-Mail-Adresse einzurichten, an die Anfragen bezüglich Datenschutz geschickt werden können.

Artikel 16 und 17 betreffen die Vertraulichkeit und **Sicherheit der Verarbeitung**. Jede Person, die Zugang zu persönlichen Daten hat, darf diese nur auf Weisung des für die Verarbeitung Verantwortlichen verarbeiten. Der für die Verarbeitung Verantwortliche muss die geeigneten technischen und organisatorischen Maßnahmen setzen, die für den Schutz gegen die zufällige oder unrechtmäßige Zerstörung, den zufälligen Verlust, die unberechtigte Änderung, die unberechtigte Weitergabe oder den unberechtigten Zugang - insbesondere wenn im Rahmen der Verarbeitung Daten in einem Netz übertragen werden - und gegen jede andere Form der unrechtmäßigen Verarbeitung personenbezogener Daten erforderlich sind. Im Internetbereich ist deshalb hinsichtlich personenbezogener Daten die Verwendung entsprechend aktueller Sicherheitskomponenten wie Verschlüsselung, Firewalls und Lagerung

¹ Daten, aus denen die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder philosophische Überzeugungen oder die Gewerkschaftszugehörigkeit hervorgehen, sowie von Daten über Gesundheit oder Sexualleben.

der Daten auf abgeschirmten Rechnern nicht nur aus eigener Vorsorge zu empfehlen sondern rechtlich geboten.

4.4 Meldung der Verarbeitung

Die Mitgliedstaaten haben eine Meldung der Verarbeitung durch den für die Verarbeitung Verantwortlichen bei einer öffentlichen, unabhängigen Kontrollstelle vorzusehen, bevor eine vollständig oder teilweise automatisierte Verarbeitung oder eine Mehrzahl von Verarbeitungen zur Realisierung einer oder mehrerer verbundener Zweckbestimmungen durchgeführt wird (Artikel 18 bis 21).

Bezüglich der Meldung der Verarbeitung an das DVR-Register sind in Österreich zahlreiche Ausnahmen vorgesehen. Diese sind in den §16 bis 20 DSGVO geregelt. Hinsichtlich der Dienste der Informationsgesellschaft könnte § 48 DSGVO zur Anwendung kommen, der für Medienunternehmen, Mediendienste und deren Mitarbeiter bei ihrer unmittelbaren publizistischen Tätigkeit weite Ausnahmen aus der generellen Anwendbarkeit des DSGVO vorsieht. Unklar ist, was der Gesetzgeber unter den Medienunternehmen und -diensten versteht. Die Ausnahme geht auf eine Abwägung der Meinungsfreiheit mit den Geheimhaltungsinteressen der Betroffenen zurück. Die Regierungsvorlage betont den Informationsauftrag der Medien, sodass von der Definition und der Auslegung des Mediengesetzes ausgegangen werden kann. Diesbezüglich herrscht leider auch keine Klarheit, da zwar einerseits das OLG Wien die Internetausgabe einer Zeitschrift dem Mediengesetz unterstellt hat aber andererseits keine generelle Festlegung des OGH erfolgte.

Das Bundeskanzleramt hat in Aussicht gestellt, dass die Registrierung auch via Internet erfolgen können wird. Leider ist diese Funktionalität (noch) nicht gegeben.

4.5 Schadenersatz

Artikel 23 gewährt jeder Person, der wegen einer rechtswidrigen Verarbeitung oder jeder anderen mit den einzelstaatlichen Vorschriften zur Umsetzung dieser Richtlinie nicht zu vereinbarenden Handlung ein Schaden entsteht, das Recht, von dem für die Verarbeitung Verantwortlichen Schadenersatz zu verlangen. Davon umfaßt ist auch ein eventueller ideeller Schaden.

Auch hinsichtlich des Schadenersatzes ist festzuhalten, dass Mediendienste in Ausübung ihrer Tätigkeit nicht unter das österreichische DSGVO fallen. Vielmehr sind die Bestimmungen des Mediengesetzes anzuwenden.

4.6 Datentransfer in Drittländer

Sobald die persönlichen Daten die europäische „Datenschutzzone“ verlassen sollen, muss das Zielland der Daten einen ebensolchen Datenschutzstandard gewährleisten. Es wird in Zukunft eine Liste geben, die feststellt, welche Staaten dem europäischen Standard entsprechen.

Bis jetzt umfaßt diese Liste nur die Schweiz und Ungarn. Auf höchster Ebene wurde seitens der EU-Kommission 2 Jahre lang mit der US-Regierung verhandelt.

Als Ergebnis wurde die sogenannte „Safe Harbour“-Lösung vorgestellt, die im wesentlichen auf einer freiwilligen Selbstbeschränkung der US-Unternehmen beruht und von der FTC² überwacht werden soll. Da von dieser Überwachung nicht alle Unternehmen betroffen sind und der „Safe Harbour“ nach jahrelanger Datensammlung plötzlich von seiner Selbstverpflichtung Abstand nehmen kann ist nicht klar, ob diese Lösung europaweit akzeptiert wird.

² US-amerikanische Wettbewerbsbehörde

Freilich stellt sich die Frage nach der Alternative – also was tun, wenn diese freiwillige Selbstbeschränkung nicht akzeptiert wird? Theoretisch dürften dann keine personenbezogenen Daten in diese Länder transportiert werden. Im Zeitalter des boomenden E-Commerce und verschlüsselter Übertragungen wird dies in der Praxis schwer zu verhindern sein.

4.7 Fernmeldegeheimnis

§ 88 TKG definiert das Fernmeldegeheimnis, das in Art 10a StGG verfassungsgesetzlich geschützt ist.

§ 88. (1) Dem Fernmeldegeheimnis unterliegen die Inhaltsdaten und die näheren Umstände der Kommunikation, insbesondere die Tatsache, ob jemand an einem Telekommunikationsvorgang beteiligt ist oder war. Das Fernmeldegeheimnis erstreckt sich auch auf die näheren Umstände erfolgloser Verbindungsversuche.

(2) Zur Wahrung des Fernmeldegeheimnisses ist jeder Betreiber und alle Personen, die an der Tätigkeit des Betreibers mitwirken, verpflichtet. Die Pflicht zur Geheimhaltung besteht auch nach dem Ende der Tätigkeit fort, durch die sie begründet worden ist.

Offensichtlich gilt die Bestimmung des Abs 2 nur für Betreiber von öffentlichen Telekommunikationsdiensten, wozu zwar Internetprovider aber nicht Website Betreiber zu zählen sind. Unternehmen die via Internet ihre Dienstleistungen interaktiv und auf Abruf bereitstellen und keine eigentlichen Telekommunikationsleistungen erbringen, werden in der jüngst beschlossenen **E-Commerce Richtlinie** als „Dienste der Informationsgesellschaft“ bezeichnet. Dazu zählen alle Online-Dienste, die elektronisch³ im Fernabsatz und auf individuellen Abruf eines Dienstleistungsempfängers erbracht werden. Nach der Begründung der RL fallen Pay-TV, Pay-Radio-Dienste, Audio (Music) on Demand, Video on Demand, Electronic Publishing, Online-Zugang zu Datenbanken sowie eine breite Palette von Online-Diensten in den Anwendungsbereich der RL.⁴

Diese „Dienste der Informationsgesellschaft“ unterliegen zwar gemäß Erwägungsgrund 14 der E-Commerce RL ebenfalls den beiden Datenschutzrichtlinien, sie sind aber keine Betreiber von öffentlichen Telekommunikationsdiensten sodass auf sie nicht § 88 Abs 2 TKG anzuwenden ist.

Als Betreiber von öffentlichen Telekommunikationsdiensten gelten vielmehr Internetprovider, da diese die Schnittstelle zwischen dem herkömmlichen Telefonnetz und der Menge aller Computer, die das Internetprotokoll verwenden bilden.

§ 88 (3) TKG: Das Mithören, Abhören, Aufzeichnen, Abfangen oder sonstige Überwachen einer im Rahmen der Nutzung eines öffentlichen Telekommunikationsdienstes erfolgten Kommunikation sowie die Weitergabe von Informationen darüber durch andere Personen als einen Benutzer ohne Einwilligung aller beteiligten Benutzer ist unzulässig.

Die Kommunikation zwischen Benutzer und Provider ist deshalb durch § 88 Abs 3 geschützt.

³ Das sind über elektronische Verarbeitungs- und Speicherungssysteme erbrachte Dienste.

⁴ Brenn, Richtlinie über Informations- und Kommunikationsdienste mit Zugangskontrolle und Überlegungen zur innerstaatlichen Umsetzung, ÖJZ 1999, 81

4.8 Sicherheit im Verkauf

Um Ihren Kunden gewährleisten zu können, dass deren Daten und geschäftliche Details bei der Übertragung geschützt und nicht abhörbar sind, können verschiedene Methoden angewandt werden.

Neben dem Einsatz sicherer Übertragungsmethoden ist es aber mindestens genauso wichtig, dass die Systeme, die zur Speicherung von Kundendaten verwendet werden, sicher sind. Die meisten „Diebstähle“ von Kreditkartennummern erfolgen, indem genau diese Datenbanken angegriffen und schließlich kopiert werden

4.8.1 Secure Socket Layer (SSL)

Diese Verschlüsselungstechnologie gewährleistet eine gesicherte Übertragung vom Browser des Besuchers zum Server des Unternehmens. Dabei kommt die RSA-Verschlüsselung zur Anwendung, die in allen modernen Browsern bereits eingebaut ist. Diese Technik bieten die meisten Provider zu einem relativ geringen Preis (je nach Größe des gesicherten Angebots von gratis bis zu 1000,- pro Monat) an und sollte bei jeder direkten Bestellmöglichkeit, in der auch geschäftliche Daten wie Kreditkarteninformationen oder Kontonummern abgefragt werden, Verwendung finden.

4.8.2 Secure Electronic Transaction (SET)

Die Kreditkartenunternehmen VisaCard und Mastercard haben gemeinsam einen neuen Standard zur Bezahlung im Internet via Kreditkarte entwickelt. Bei SET verfügt jeder Karteninhaber und jeder Vertragspartner über ein SET-Zertifikat. Der Käufer weist sich damit als berechtigter Karteninhaber und der Händler als autorisiertes SET-Vertragsunternehmen aus. SET garantiert die Sicherheit und Integrität der ausgetauschten Daten zwischen Karteninhaber und Vertragsunternehmen. Die Zahlungen von Karteninhaber werden online autorisiert und automatisch dem Vertragsunternehmen rückgemeldet. Kreditkartenzahlungen erfolgen direkt über die Abrechnungssoftware. Die eingegangenen Beträge werden dem Vertragsunternehmen automatisch gutgeschrieben. Durch die Verwendung von Zertifikaten kann gegenüber dem Vertragsunternehmen auch eine Zahlungsgarantie abgegeben werden. Der Nachteil dieser Lösung sind die relativ hohen Kosten für den anbietenden Unternehmer und die Voraussetzung der Kreditkarte und der Software beim Konsumenten. Bis jetzt hat sich SET noch nicht durchgesetzt und bei Verträgen über kleine Summen wird dies auch nicht erwartet.

Der Vorteil besteht sicher darin, dass der Unternehmer im Gegensatz zum SSL-Verfahren eine Zahlungsgarantie seitens des Kreditkartenunternehmens erhält. Beim SSL-Verfahren ist zusätzlich noch die Verwendung einer elektronischen Signatur seitens des Bestellers zu empfehlen, um Sicherheit über die Identität des Vertragspartners im Streitfall zu haben.

5 Vertragsrecht

Im Privatrecht kommt ein **Vertrag** durch die sog. übereinstimmende Willenserklärung betreffend den Vertragsinhalt zustande, dh immer dann, wenn sich die beiden Vertragsparteien auf Leistung und Gegenleistung einigen. (§ 861 ABGB) Da eine Unterschrift nicht notwendig ist, kann ein Vertrag **auch mündlich geschlossen** werden, ja sogar durch bloßes Handeln z.B. wird ein Zeitungskauf in einer Trafik auch “ohne Worte” getätigt.

Der Gesetzgeber legt jedoch für **bestimmte Fälle** fest, dass für das gültige Zustandekommen eines Vertrages die **Unterschrift notwendig** ist; dies ist beispielsweise bei manchen Konsumentengeschäften oder dann der Fall, wenn man jemanden vor einer überhasteten Abgabe einer Bürgschaftserklärung schützen will. Man spricht in diesem Fall von einem gesetzlichen Schriftformerfordernis. Liegt kein gesetzliches Formerfordernis vor, kann man mit einem einfachen Mouseclick einen gültigen Vertrag schließen. Voraussetzung ist natürlich, dass sich die beiden Vertragspartner auf Leistung und Gegenleistung einigen konnten.

In jenen Fällen, in denen der Gesetzgeber die Unterschrift für einen gültigen Vertrag verlangt, ergibt sich die Frage, wie dieses Formerfordernis in der elektronischen Welt erbracht werden kann. Die Lösung auf diese Frage lautet "**digitale Signatur**".

5.1 Digitale Signatur

Die digitale Signatur ist ein technisches Hilfsmittel, mit dem zweierlei festgestellt werden kann:

- die Nachricht kann eindeutig dem tatsächlichen Verfasser zugeordnet werden
- jegliche Veränderung oder Verfälschung des Dokuments während des Transportes wird sofort erkannt.

Technisch werden digitale Signaturen in der Regel durch sog **asymmetrische Kryptographieverfahren** (mathematisches Verschlüsselungsverfahren) erstellt, die im übrigen auch für die Verschlüsselung verwendet werden. Zwei komplementäre, sich ergänzende Schlüssel (Schlüsselpaar) werden erstellt und einem Nutzer zugeordnet. Einer von ihnen - ein Signaturschlüssel - bleibt privat (**privater Schlüssel - private key**), während der andere - ein Signaturprüf Schlüssel - veröffentlicht wird (**öffentlicher Schlüssel - public key**). Es müssen mathematische Verfahren eingesetzt werden, bei denen der private Schlüssel nicht aus dem öffentlichen Schlüssel berechnet werden kann. Der private Schlüssel sollte unbedingt geheim bleiben. Im besten Fall ist dieser nicht einmal dem Besitzer bekannt sondern nur auf einer Chipkarte gespeichert..

Im Gegensatz zu Verschlüsselungsverfahren - diese werden vor allem für Vertraulichkeitszwecke verwendet - werden digitale Signaturen lediglich den Daten beigelegt und lassen den Inhalt eines unterzeichneten elektronischen Dokuments unverändert. Mit dem öffentlichen Schlüssel des Senders (vgl Signaturprüfschlüssel) kann der Empfänger herausfinden, ob die mit dem privaten Schlüssel signierten Daten verändert wurden und ob der öffentliche und private Schlüssel des Senders ein passendes Schlüsselpaar bilden; hier sei angemerkt, dass sich aus dem öffentlichen Schlüssel der private nicht errechnet lässt, und umgekehrt. Selbst die geringste Veränderung der Daten würde sofort festgestellt werden (**Unverfälschtheit der Nachricht**). Was sich hier wie ein komplizierter mathematischer Prozess anhört, geschieht in der Praxis in Sekundenschnelle im Computer.

Möchte man sich nun seine eigene digitale Signatur zulegen, ist es notwendig, zu einer sogenannten Zertifizierungsstelle zu gehen, welche einem einen (mathematischen) Schlüssel zuordnet. Ab diesem Zeitpunkt hat man sozusagen eine elektronische Identität, mit der man auch überall im Internet auftreten kann.

Seit dem Inkrafttreten des Signaturgesetzes (1.1.2000) kann man mit Hilfe der „sicheren elektronischen Signatur“ auch das oben beschriebene gesetzliche Schriftformerfordernis der Verträge erfüllen.

Die digitale Signatur wird dem jeweiligen Dokument bloß angehängt, inhaltlich verschlüsselt dieses jedoch nicht, dh es bleibt weiterhin für jeden lesbar. Will man verhindern, dass unbefugte Dritte Kenntnis von einem beispielsweise geheimen Bauplan oder vertraulichen Dokumenten erlangen, ist dieser zu verschlüsseln, wobei es grundsätzlich zwei Verfahren gibt:

Bei der **symmetrischen** Verschlüsselung wird zum Verschlüsseln und zum Entschlüsseln der gleiche (mathematische) Schlüssel verwendet, wobei das Problem der erstmaligen Schlüsselübertragung – diese muss über einen sicheren Kanal erfolgen – besteht.

Bei der **asymmetrische** Verschlüsselung bilden hingegen zwei unterschiedliche Schlüssel das Schlüsselpaar, wobei der eine bei Kenntnis des anderen nicht berechnet werden kann. Dadurch kann einer der beiden Schlüssel bekannt gegeben werden (Public Key). Mit diesem Public Key kann man dem Besitzer des dazugehörigen Private Key eine verschlüsselte Nachricht zukommen lassen, die nur dieser entschlüsseln kann. Somit kann auch sichergestellt werden, dass nur der Inhaber des private key die verschlüsselte Nachricht lesen kann.

Die Verwendung von Verschlüsselungssoftware ist in Österreich erlaubt. Allerdings darf bei sicheren elektronischen Signaturprodukten die Verschlüsselung nicht gleichzeitig mit der Signatur ausgelöst werden.

5.2 Anwendbares Recht / Gerichtsstand

Da das Internet ein globales Medium ist liegt es auf der Hand, dass ein österreichisches Internetangebot überall abgerufen werden kann. Demnach ist der Betreiber eines Internetshops oft mit der Frage des anwendbaren Rechtes und des Gerichtsstandes konfrontiert. Der Gerichtsstand zeigt an, vor dem Gericht welchen Landes ein etwaiger Streitfall zu lösen ist. Das von diesem Gericht anzuwendende Recht ist meist – aber nicht immer – das des Gerichtsstandes.

Bezüglich des anwendbaren Rechtes ist immer zu unterscheiden, ob es sich um **Vertragsbeziehungen zu Dritten oder um öffentliches Recht im weitesten Sinn** (z.B.: Gewerbeordnung, Medienrecht, Telekomgesetz, Strafrecht) handelt.

- Im Vertragsrecht kommt grundsätzlich das Recht des Landes jenes Vertragspartners zur Anwendung, der die für den Vertrag charakteristische Leistung erbringt. Dies ist im Vertragsrecht beispielsweise der Lieferant, im Mietrecht der Ort des Mietobjekts – kurz das Recht des „Nicht-Geld Schuldenden“.
 - **Achtung:** Für Konsumenten legt das internationale Vertragsrecht eine Ausnahme fest: Wenn dem Vertragsschluss Werbung des Unternehmers im Konsumentenstaat vorangegangen ist, ist auf den Vertrag zwingend das Recht des Konsumenten zur Anwendung zu bringen. Bis jetzt sehen die meisten Gerichte die bloße Existenz eines Internetshop als Werbung in ihrem Staat an. Dabei ist die Sprache und die Währung nicht unbedingt ein Indiz für das anwendbare Recht. Falls man daher die Anwendung des Rechtes von bestimmten Staaten ausschließen will ist es empfehlenswert bei den möglichen Lieferadressen nur die Staaten als auswählbare Möglichkeit anzugeben, dessen Recht man sich unterwerfen will.
- Im öffentlichen und vom Staat zu vollziehenden Recht gibt es bis jetzt verschiedenen internationale Entscheidungen: So sehen sich die französischen Gerichte zuständig für Verletzungen französischen Rechts, obwohl der hostende Server in den USA steht, das

Angebot in englischer Sprache und mit amerikanischer Währung ausgezeichnet ist. (Auf Yahoo-Servern wurden Nazi-Andenken versteigert, was in den USA legal ist.) Deutsche Gerichte urteilten bereits über die Rechtmäßigkeit von .com-Domains, obwohl die Domain in Deutschland bloß abrufbar aber nicht gehostet wurde.

Für „Dienste der Informationsgesellschaft“ in EU-Mitgliedsstaaten wird die demnächst umzusetzende E-Commerce Richtlinie festschreiben, dass bezüglich der Aufnahme- und Ausübungsvorschriften grundsätzlich nur das Recht jenes Staates anzuwenden ist, in dessen Gebiet die Hauptniederlassung des Unternehmens ist.

6 Haftung für Inhalte

Das Oberlandesgericht Wien hat in einer Entscheidung festgestellt, dass das Internet (besser gesagt das WWW) ein Medium im Sinn des Mediengesetzes ist: *„Durch die Bekanntgabe des Namens eines vermeintlichen Straftäters im Internet/WWW kann § 47a MedG genauso verletzt werden kann wie durch eine Veröffentlichung in einer Zeitung.“*

Das Mediengesetz beschäftigt sich mit der Verantwortlichkeit für die Inhalte von Medien. Als für die inhaltliche Gestaltung der Information verantwortliche Person ist der Medieninhaber zu sehen. Als Medieninhaber (Verleger) ist zu sehen wer ein Medienunternehmen oder einen Mediendienst betreibt.

Da das WWW ein periodisches Medium ist hat der Medieninhaber die Informationen der Offenlegung im Sinn von § 25 Mediengesetz anzubieten. Entgeltliche Veröffentlichungen sind zu kennzeichnen. (§ 26 MedienG) Die Abrufbarkeit des Angebots und die Tatsache der österreichischen Staatsbürgerschaft allein begründen bereits die Geltung des österreichischen Mediengesetzes. Auf den Standort des anbietenden Servers kommt es dabei nicht an.

7 Wettbewerbsrecht

Das Wettbewerbsrecht, und hier vor allem die Generalklausel des § 1 UWG, bilden die Grundlage um gegen sittenwidrige Praktiken im Internet vorgehen zu können. Wie schon zuvor erwähnt, kommt das Wettbewerbsrecht nur im geschäftlichen Verkehr zwischen Unternehmern zur Anwendung. Als sittenwidrig gilt auch jedes Handeln, das gegen bestehende Gesetze verstößt. Dabei ist es unerheblich, ob es sich um Verwaltungs-, Straf- oder Privatrecht handelt.

7.1 E-Mail-Werbung

In der derzeit geltenden Fassung verbietet § 101 Telekomgesetz (TKG) Anrufe, Faxe und elektronische Post, wenn sie ohne vorherige Einwilligung „zu Werbezwecken“ erfolgen. Für E-Mail-Werbung wurde auch zusätzlich festgelegt, dass Massensendungen –unabhängig vom Inhalt - verboten sind. Das Gesetz sagt allerdings nicht, ab wann eine Sendung als Massensendung gilt.

Das Telekomgesetz sieht bei Verstoß eine Strafe bis zu 500.000 ÖS vor.

In der Praxis nutzen manche Rechtsanwälte diese Vorschrift aus, um strafbewehrte Unterlassungsverfügungen zu verfassen und zu versenden. Der Empfänger muss dann sowohl die Kosten für die Verfassung der Unterlassungsverfügung tragen als auch die Unterlassungserklärung unterzeichnen.

7.2 Hyperlinks

Hyperlinks sind ein wesentliches Merkmal des World Wide Webs. Sie erlauben das direkte Verbinden von allen Dokumenten die im WWW verfügbar sind. Darunter können aber natürlich auch illegale Inhalte sein.

In den Anfangstagen des Internet regelte ein freiwilliger Verhaltenskodex, auch „Netiquette“ genannt, das „Benehmen“ im WWW. Dieser Kodex enthält zwar keine Regeln über das „Linken“, es wurde aber allgemein begrüßt, wenn Links auf die eigene WWW-Seite gesetzt wurden. Die Information des Webangebotes ist schließlich für die Öffentlichkeit bestimmt. Bezüglich der Haftung für die Inhalte von fremden Seiten, auf die von der eigenen Seite aus verwiesen wird, hängt es vom Kontext des Hyperlinks ab.

7.3 Inline Link

Inline Links sind Grafiken, die am Bildschirm als Teil *einer* (im Gegensatz zu verschiedenen Fenstern) WWW-Seite sichtbar sind, die allerdings einen anderen Ursprung haben als die WWW-Seite selbst. So ist es möglich, eine Homepage mit hunderten Bildern zu programmieren, ohne auf dem eigenen Serverplatz auch nur ein Bild abzulegen. Es werden einfach die schon am WWW vorhandenen Grafiken (und diese gehen sicherlich in die Millionen) verwendet. Der Begriff Link ist vielleicht etwas irreführend, da der Betrachter von der Tatsache, dass sich diese Bilder nicht am gleichen Server, sondern ganz wo anders befinden, nichts mitbekommt. Es muss dabei kein Link angeklickt werden, sondern der Browser des Betrachters setzt nach den Anweisungen des HTML-Codes die WWW-Seite zusammen. Hierbei können auch die Originalbilder in der Größe verändert werden. Dass die Grafiken nicht mehr im selben Zusammenhang stehen wie vom Urheber geplant, liegt auf der Hand.

Eine Vervielfältigung des Bildes findet beim Betrachten der Homepage, aber nicht beim Anbieter der Homepage statt. Diese kommt von einem anderen Server. Als Rechtsverletzung kommt deshalb ein Eingriff in das Verwertungsrecht der öffentlichen Wiedergabe in Betracht. Durch den vom Autor erstellten HTML-Code findet die öffentliche Wiedergabe statt. Unterlassen Sie es deshalb, fremde Grafiken ohne Genehmigung via Inline-Link in Ihr Angebot zu übernehmen.

7.4 Frames

Die Frames, auch Fenster genannt, wurden 1996 im Zuge einer neuen Version des Browsers Netscape Navigator eingeführt. Heutzutage ist diese Fenstertechnik sehr häufig am WWW anzutreffen und die meisten Browser können diese auch darstellen. Fenster erlauben Autoren von WWW-Seiten diese Seiten in verschiedene Teile zu trennen und jedem Fenster eigene Eigenschaften zuzuordnen. Abgesehen von beliebigen Größen, Formaten und Hintergründen der Fenster ist es auch möglich in jedem einzelnen Fenster völlig beliebige Inhalte (z.B. Text, Grafiken, Links) darzustellen. Fenster werden häufig benutzt, um einen kleinen Teil der Seite statisch am Bildschirm zu fixieren um darin Überschriften, Inhaltsverzeichnisse oder Steuerknöpfe, die immer gesehen werden sollen, unterzubringen. Der größere andere Teil der Seite stellt dann die eigentlichen Inhalte dar.

Anders als normale Links erlaubt die Fenstertechnik komplette WWW-Seiten in die eigene WWW-Seite einzubinden. Diese erscheinen dann als eigenes Angebot, wobei anders als bei den Inline Links ganze Seiten und nicht nur einzelne Bilder dargestellt werden. Im Adress-Anzeigefeld des Browsers scheint aber nur die eigene Seite auf.

Problematisch wird diese Möglichkeit, wenn fremde Seiten mit eigener Werbung oder Logos umgeben werden. So verdient nur der „framende“ Programmierer, der „geframte“ leistet allerdings die gesamte Arbeit.

Vermeiden Sie deshalb, fremde Inhalte in Ihre eigenen Seiten mit Hilfe der Frame-Technik einzubinden. Fremde Inhalte sollten grundsätzlich als solche gekennzeichnet sein und am Besten in einem neuen Browserfenster geöffnet werden.

7.5 Markenverwendung

Die Verwendung von fremden Marken ohne Genehmigung des Marken-Inhabers ist nicht nur als Domainname sondern auch im Inhalt von Webseiten grundsätzlich unzulässig. Man darf also nicht ungefragt die Wortbildmarken oder Logos von Produkten, die man vertreibt, in eine Homepage einbauen. Die Verwendung von fremden Marken darf auch nicht „unsichtbar“ in META-Tags erfolgen. Man sollte vorher die Genehmigung des Markeninhabers im Inland einholen. Den Berechtigten kann man beim Patentamt erfragen.

Wenn man seine Leistung nicht anders beschreiben können, darf man Wort-Marken in der Beschreibung, aber nicht in der Benennung, des Angebots verwenden. So dürfen beispielsweise auf Mercedes spezialisierte Automechaniker auch mit Ihrer Qualifikation werben.

7.6 Werbeverbote

In Zusammenhang mit Werbung und Öffentlichkeitsarbeit sollte man natürlich auch bestehende Werbeverbote behandeln. Diese betreffen vor allem Tabak, Alkohol und Arzneimittel – unbehandelt bleiben an dieser Stelle solche, die sich aus dem Landesrecht ergeben, du beispielsweise die Homepage von Rechtsanwälten oder Ärzten betreffend.

Tabakwerbung im Internet ist unter Einhaltung der im Tabakgesetz genannten Bedingungen zulässig, du diese darf beispielsweise nicht mit der Bewerbung anderer Produkte kombiniert werden oder darf nicht unter Verwendung von Comics sowie einzelner Figuren daraus erfolgen.

Die Bewerbung von **Alkohol** ist für das Radio und Fernsehen näher geregelt, wobei vereinfacht gesagt die Werbung für „harte“ Getränke unzulässig ist. Da jedoch das Internet weder Radio noch Fernsehen ist, findet diese Form des Werbeverbotes keine Anwendung auf das Internet, womit grundsätzlich Alkoholwerbung im Internet erlaubt ist.

Schließlich sei noch Werbung für **Arzneimittel** erwähnt, die gewissen Beschränkung unterliegen. Bestimmte, im Arzneimittelgesetz aufgezählte Medikamente dürfen nicht beworben werden; für andere gelten Kennzeichnungspflichten, wobei diese Regelungen auch im Internet Anwendung finden.

Zu beachten wären gegebenenfalls noch Selbstbeschränkungsabkommen (beispielsweise der Werberat), denen man freiwillig beigetreten ist und die möglicherweise Werbung im Internet betreffen.

8 E-Commerce Richtlinie

Am 8. Juni 2000 wurde in Brüssel die „Richtlinie über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt“ (auch E-Commerce-Richtlinie genannt) beschlossen. Diese Richtlinie kann als europäisches Grundgesetz für den E-Commerce gesehen werden, denn sie regelt zentrale Problembereiche, mit denen jeder Unternehmer im Internet konfrontiert ist.

Zum Zeitpunkt der Schrifftlegung dieser Unterlage war noch kein Umsetzungsentwurf für ein österreichisches E-Commerce Gesetz verfügbar. Die konkreten Einzelheiten erfahren sie rechtzeitig vor Inkrafttreten unter anderem auf der Homepage der Wirtschaftskammer wko.at.

8.1 Anwendungsbereich

Unternehmen die via Internet ihre Dienstleistungen interaktiv und auf Abruf bereitstellen und keine eigentlichen Telekommunikationsleistungen erbringen, werden als „Dienste der Informationsgesellschaft“ bezeichnet. Dazu zählen alle Online-Dienste, die

- elektronisch (Das sind über elektronische Verarbeitungs- und Speicherungssysteme erbrachte Dienste.)
- im Fernabsatz (Ohne gleichzeitige physische Anwesenheit der Vertragsparteien)
- und auf individuellen Abruf eines Dienstleistungsempfängers

erbracht werden. Nach der Begründung der RL fallen Pay-TV, Pay-Radio-Dienste, Audio (Music) on Demand, Video on Demand, Electronic Publishing, Online-Zugang zu Datenbanken sowie eine breite Palette von Online-Diensten in den Anwendungsbereich der RL.⁵

8.2 Niederlassung von Anbietern von Diensten der Informationsgesellschaft

Die diesbezüglich zur Zeit bestehende Rechtsunsicherheit beseitigt die Richtlinie dadurch, dass der Ort der Niederlassung gemäß den im EG-Vertrag und der Rechtsprechung des Gerichtshofes niedergelegten Grundsätzen definiert wird.

Als „niedergelassener Diensteanbieter“ wird ein Anbieter gesehen, der mittels einer festen Einrichtung auf unbestimmte Zeit eine Wirtschaftstätigkeit tatsächlich ausübt. Das Vorhandensein und Nutzung technischer Mittel und Technologien, die zum Anbieten des Dienstes erforderlich sind, begründen allein keine Niederlassung des Anbieters.

Das bedeutet, dass man durch das Verlegen des Standortes des anbietenden Servers die zuständigen Behörden und die Rechtsordnung nicht wechseln kann. Zuständig ist das Recht und die Behörden jenes Landes, in dem sich der Hauptsitz des Unternehmens befindet.

Besondere Zulassungsregelungen für Dienste der Informationsgesellschaft werden verboten; der Diensteanbieter muss bestimmten Informationserfordernissen genügen, damit die Transparenz seiner Tätigkeit gewährleistet ist.

⁵ Brenn, Richtlinie über Informations- und Kommunikationsdienste mit Zugangskontrolle und Überlegungen zur innerstaatlichen Umsetzung, ÖJZ 1999, 81

8.3 Kommerzielle Kommunikation (Werbung, Direktmarketing usw.)

Kommerzielle Kommunikation ist wesentlicher Bestandteil der meisten Dienstleistungen im Rahmen des elektronischen Geschäftsverkehrs. Es kommt daher darauf an, die Bedingungen für ihren Einsatz zu klären und diesen somit zu erleichtern. In der Vorlage wird daher definiert, worin kommerzielle Kommunikation besteht, und sie wird bestimmten Transparenzerfordernissen unterworfen, die das Vertrauen der Verbraucher und laudable Geschäftspraktiken gewährleisten. Damit die Verbraucher umstandslos auf unerwünschte Formen der kommerziellen Kommunikation reagieren können, verlangt der Richtlinienentwurf, dass kommerzielle Kommunikation per elektronischer Post klar als solche zu erkennen ist. Darüber hinaus haben die innerstaatlichen Rechtsvorschriften über elektronischen Geschäftsverkehr es den reglementierten Berufen (Rechtsanwälte usw.) zu gestatten, "On-line"-Dienstleistungen zu erbringen, sofern die berufsrechtlichen Regeln beachtet werden. Hierzu haben die Berufsverbände entsprechende Verhaltenskodizes aufzustellen.

8.4 "On-line"-Abschluß von Verträgen

Die Möglichkeiten des elektronischen Geschäftsverkehrs lassen sich so lange nicht voll nutzen, wie dem Abschluss elektronischer Verträge bestimmte Formerfordernisse und sonstige Voraussetzungen entgegenstehen, die den Bedingungen des elektronischen Mediums nicht entsprechen. Daher ist in dem Text vorgesehen, dass die Mitgliedstaaten ihre innerstaatlichen Rechtsvorschriften gegebenenfalls anzupassen haben. Rechtsunsicherheit wird auch dadurch behoben, dass für bestimmte Fälle klargestellt wird, zu welchem Zeitpunkt der Vertrag geschlossen ist.

8.5 Verantwortlichkeit der Vermittler

Zum Zweck der reibungslosen Abwicklung des elektronischen Geschäftsverkehrs muss unbedingt klargestellt werden, inwieweit "On-line"-Diensteanbieter für die Übertragung und Speicherung von Informationen Dritter (also in Ausübung einer "Vermittlertätigkeit") verantwortlich sind. Damit hier keine Rechtsunsicherheit mehr besteht und die sich auf mitgliedstaatlicher Ebene abzeichnenden unterschiedlichen Konzepte vereinheitlicht werden, sieht die Vorlage vor, dass bei einer reinen Vermittlungsfunktion eine Verantwortlichkeit des Diensteanbieters nicht existiert und diese bei sonstigen Vermittlungstätigkeiten beschränkt ist. Angestrebt wird eine ausgewogene Berücksichtigung der unterschiedlichen Interessen, die hier im Spiel sind, damit die verschiedenen Beteiligten miteinander zusammenarbeiten und so der Gefahr illegaler Aktivitäten im Netz entgegenzutreten.

8.6 Rechtsdurchsetzung

Mit ihrer Vorlage verfolgt die Kommission das Konzept, keine neuen Regeln zu setzen, sondern dafür zu sorgen, dass die bestehenden Normen auf der Ebene der Gemeinschaft und der Mitgliedstaaten tatsächlich zur Anwendung gelangen. Effektivere Mechanismen zur Rechtsdurchsetzung fördern das gegenseitige Vertrauen zwischen den Mitgliedstaaten und damit die Entwicklung eines echten Binnenmarktes. Deswegen wird die Einführung von

Verhaltenskodizes auf Gemeinschaftsebene und die Amtshilfe zwischen den Mitgliedstaaten gefördert und die Errichtung alternativer Systeme zur effektiven Beilegung grenzüberschreitender Rechtsstreitigkeiten erleichtert. Aus ähnlichen Gründen wird in der vorgeschlagenen Richtlinie von den Mitgliedstaaten verlangt, den Gegebenheiten des elektronischen Mediums gerecht werdende Möglichkeiten zur raschen und effektiven Klageerhebung zu schaffen."

9 E-Commerce Gütezeichen

Die Wirtschaftskammer Österreich hat gemeinsam mit Partnern des öffentlichen und des privaten Sektors das österreichische E-Commerce Gütezeichen entwickelt. Jedes Unternehmen kann sich auf der Website <http://www.guetezeichen.at> zur Zertifizierung anmelden.

Das aus Experten der Wirtschaftskammer, Arbeiterkammer, Justizministerium und ÖIAT bestehende Team überprüft vor Vergabe des Gütezeichens die Einhaltung eines Kriterienkataloges.

Vorteile des Gütezeichens:

- a) Die Website des Gütezeichennutzers wird vor Vergabe aus technischer und rechtlicher Sicht geprüft.
- b) Alle zertifizierten Unternehmen dürfen das Gütezeichen tragen und werden auf der Website <http://guetezeichen.at> aufgelistet.
- c) Die Grafik des Gütezeichens wird für jeden Unternehmen einzeln hergestellt und ist technisch gegen Missbrauch gesichert.
- d) Verpflichtende Teilnahme an einem Streitschlichtungsverfahren für jeden Gütezeichennutzer.
- e) Überprüfung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.
- f) Maximale Antwortzeit des Shopbetreibers 48 Stunden.
- g) Überprüfung des Beschwerdemanagements.
- h) Verdeckte Testeinkäufe und Testrückgabe.



Die allgemeine Idee, die zur Schaffung des E-Commerce Gütezeichens geführt hat, ist das Vertrauen in den E-Commerce zu stärken und den Anbietern einen Leitfaden zu geben, wie sie eine kundenfreundliche Website gestalten können. Das Problem von KMUs sind mangelnde Ressourcen und mangelndes Know-how, wie eine rechtlich und technisch einwandfreie Website geschaffen werden kann. Die Website des Gütezeichens nennt alle Voraussetzungen, wie eine kundenfreundliche Website geschaffen werden kann und dient insofern als Beispiel für eine best practice im E-Commerce Bereich.

9.1 Gütezeichen-Kriterien

Die Gütezeichen-Kriterien regeln den Prozess und die Rahmenbedingungen der elektronischen Geschäftsabwicklung für jene Unternehmen, denen die Führung des Gütezeichens gestattet wurde. Sie geben keinerlei Auskunft über die Qualität oder sonstigen Leistungseigenschaften der von den Zeichennutzern angebotenen Produkte und Dienstleistungen.

Der Antragsteller muss die in den Richtlinien enthaltenen Verpflichtungen klar und unmissverständlich in seine Vertragsbedingungen übernehmen.

Die Kriterien für den Erhalt des Gütezeichens orientieren sich insbesondere an den Vorgaben des österreichischen Rechts (z.B. §§ 5a ff. Konsumentenschutzgesetz, Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch), an EU-Rechtsakten (z.B. Fernabsatz-Richtlinie, Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr) sowie an internationalen Richtlinien (z.B. OECD-Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce).

9.1.1 Anbieter-Identifizierung

Der Nutzer des Gütezeichens identifiziert sich in richtiger, klarer, leicht zugänglicher und ständig verfügbarer Weise (online) zumindest durch die Angabe von (Firmen-)Name (keine bloße Geschäfts- bzw. Etablissementbezeichnung), einer ladungsfähigen geografischen Anschrift (kein Postfach), Telefonnummer (kein Mehrwertdienst), E-Mail-Adresse, Kontaktperson bzw. -stelle für Beschwerde-Entgegennahmen und gegebenenfalls Firmenbuchnummer und Bezeichnung einer Aufsichtsbehörde.

9.1.2 Allgemeine Vertragsbedingungen

Der Nutzer des Gütezeichens stellt klare, leicht zugängliche und ständig abrufbare Vertragsbedingungen für den Online-Einkauf oder die Online-Erbringung von Dienstleistungen unter Angabe des Datums der letzten Aktualisierung (online) bereit. Die Aufbereitung dieser Bedingungen erfolgt so, dass sie sowohl vor als auch nach dem Bestellvorgang (Abgabe der Vertragserklärung) vom Verbraucher leicht eingesehen, gespeichert, ausgedruckt und gelesen werden können. Sie enthalten insbesondere die Einzelheiten über die Zahlung und die Lieferung bzw. die Vertragserfüllung.

Weiters muss in klarer, leicht zugänglicher und ständig abrufbarer Weise (online) darüber informiert werden, welche technischen Schritte für den Online-Bestellvorgang notwendig sind.

In gleicher Weise muss darüber informiert werden, ob der Vertragstext nach Abgabe der Bestellung beim Nutzer des Gütezeichens gespeichert wird und ob er dort zugänglich ist, welche technischen Mittel zur Erkennung von Eingabefehlern und zu deren Korrektur vor Abgabe einer Bestellung zur Verfügung stehen und in welchen Sprachen der Vertrag verfügbar ist.

9.1.3 Produktbeschreibung

Die Leistungsmerkmale und die genaue Beschreibung (ggf. durch bildliche Darstellung) der angebotenen Produkte und Dienstleistungen sowie die Gewährleistungs- und Garantiebedingungen müssen in klarer, leicht zugänglicher und ständig abrufbarer Weise (online) vor Abgabe der Bestellung bekannt gemacht werden.

In gleicher Weise muss über die Dauer der Gültigkeit eines Leistungsangebots bzw. eines Preises und bei dauernden oder wiederkehrenden Leistungen über die Mindestlaufzeit des Vertrages informiert werden.

9.1.4 Preisauszeichnung

Das vom Nutzer des Gütezeichens verrechnete Entgelt für ein Produkt oder eine Dienstleistung wird in klarer und deutlicher Form als Bruttopreis, also inklusive aller Steuern, Abgaben und sonstiger Zuschläge vor Abgabe der Bestellung angegeben.

Vor Abgabe einer Bestellung ist der Verbraucher weiters über den vom Nutzer des Gütezeichens verrechneten Gesamtbetrag inklusive aller entstehenden Versandkosten in klarer und deutlicher Form zu informieren. Das verrechnete Gesamtentgelt wird zudem nach den Preisen für die einzelnen Produkte/Dienstleistungen und den Versandkosten aufgliedert dargestellt.

Wenn dem Verbraucher zusätzliche Kosten aus dieser Geschäftstransaktion entstehen können, die von Dritten verrechnet werden (z.B. Zoll, Einfuhrumsatzsteuer), muss vor Abgabe der Bestellung klar und deutlich darauf hingewiesen werden.

Entstehen bei der Transaktion zusätzliche Kosten durch den Einsatz eines Fernkommunikationsmittels, die nicht schon im Grundtarif berücksichtigt sind, sind auch diese in klarer und deutlicher Form als Bruttopreis vor der Inanspruchnahme dieses Fernkommunikationsmittels anzugeben.

Bei allen Informationen über Entgelte ist die entsprechende Währung eindeutig anzugeben.

9.1.5 Abgabe der Bestellung/Bestätigungen

Vor Abgabe seiner Bestellung erhält der Verbraucher eine übersichtliche speicher- und ausdrucksfähige Darstellung der Bestellung, die es ermöglicht, einerseits allfällige Eingabefehler zu erkennen und sofort zu korrigieren und andererseits die Bestellung noch zu ändern bzw. von ihr wieder Abstand zu nehmen. Diese Aufstellung muss das Bestelldatum und einen klaren und deutlichen Hinweis auf die Möglichkeit des Rücktritts von der Vertragserklärung (siehe Punkt 8.) beinhalten.

9.1.6 Zahlungsmöglichkeit

Bietet der Nutzer des Gütezeichens eine Online-Zahlungsmöglichkeit an, so muss diese in klarer, leicht zugänglicher und ständig abrufbarer Weise (online) beschrieben werden. Sie muss eine nach dem aktuellen Stand der Technik angemessene Sicherheit aufweisen.

Bei Kreditkartenzahlungen wird zumindest eine dem aktuellen Stand der Technik entsprechende verschlüsselte Übertragung ermöglicht (z.B. SSL-Verschlüsselung).

Anmerkung:

Aus Gründen der sicheren Zahlungsabwicklung auch für den Nutzer des Gütezeichens wird der Einsatz eines Authentifizierungs-Systems für elektronische Transaktionen (z.B. SET - Secure Electronic Transaction) empfohlen.

9.1.7 Bestätigung der Bestellung

Jeder Eingang einer Bestellung wird vom Nutzer des Gütezeichens unverzüglich per E-Mail bestätigt.

Spätestens mit dem Erhalt der Ware oder mit Inanspruchnahme der Dienstleistung erhält der Verbraucher eine Detailinformation über die Bestellung die insbesondere folgende Informationen enthält:

- Name, geografische Anschrift und Telefonnummer des Anbieters,
- die Menge und die wesentlichen Eigenschaften der Ware(n) oder Dienstleistung(en) und das dafür zu leistende (Gesamt-) Entgelt und unter Angabe der Versandkosten in der unter Pkt. 4 dargestellten Weise,
- die Einzelheiten der Zahlung, Lieferung, Lieferfrist und Erfüllung,
- ein allfällig bestehendes Rücktrittsrecht und die Bedingungen für dessen Inanspruchnahme,
- Beschwerdestelle,
- Gewährleistungs- und Garantiebedingungen und Kundendienst,
- Kündigungsbedingungen bei mehr als einjähriger Vertragsdauer.

Sieht der Nutzer des Gütezeichens dies vor und stimmt der Verbraucher dem zu, so kann diese Detailinformation auch per E-Mail (auch zugleich mit der "Bestätigung") zugestellt werden.

9.1.8 Rücktrittsrecht

Der Nutzer des Gütezeichens gesteht Verbrauchern ein Rücktritts- und Rückgaberecht ohne Angabe von Gründen und ohne Stornofolgen für den Verbraucher in der Dauer von mindestens sieben Werktagen (wobei Samstage nicht als Werktage zählen) ab Erhalt der Ware bzw. bei Dienstleistungen ab Vertragsabschluss zu, wobei es genügt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb dieser Frist zur Post gegeben wird.

Er gibt die Bedingungen für dessen Inanspruchnahme und der Abwicklung in klarer, leicht zugänglicher und ständig abrufbarer Weise (online) und in der Detailinformation (Pkt. 7.) an.

Tritt der Verbraucher von seiner Vertragserklärung zurück, so erfolgt die Rückerstattung seiner bereits geleisteten Zahlungen unverzüglich nach Einlangen der zurückgesendeten Ware beim Nutzer des Gütezeichens.

Von der Verpflichtung zur Gewährung eines Rücktrittsrechts für Verbraucher kann in gerechtfertigten Fällen in der Entscheidung über die Zeichenvergabe abgesehen werden (z.B. verderbliche Ware, entsiegelte Software, Zeitungen und Zeitschriften).

9.1.9 Lieferfrist

Die Lieferfrist (aufgegliedert in Abwicklungszeit beim Nutzer des Gütezeichens und durchschnittliche Zustellzeit) wird vor Abgabe der Bestellung und in der Detailinformation angegeben.

Die Lieferung hat so rasch als möglich, jedenfalls innerhalb von höchstens 30 Tagen ab dem Eingang der Bestellung folgenden Tag, zu erfolgen.

In gerechtfertigten Fällen (Sonderanfertigungen, etc.) können längere Fristen mit dem Verbraucher individuell vereinbart werden.

Kann der Nutzer des Gütezeichens der eingegangenen Bestellung nicht entsprechen, so hat er dies dem Verbraucher unverzüglich mitzuteilen und gegebenenfalls bereits geleistete Zahlungen unverzüglich rückzuerstatten.

9.1.10 Verrechnung

Die Verrechnung bzw. Abbuchung - außer einer sich aus der Natur der Sache ergebenden geringen Anzahlung - erfolgt nicht vor der Auslieferung der Ware, bzw. nicht vor Beginn der Inanspruchnahme der Dienstleistung durch den Verbraucher.

9.1.11 Datenschutz

Der Nutzer des Gütezeichens verpflichtet sich, in klarer, leicht zugänglicher und ständig abrufbarer Weise (online) Verbrauchern Informationen darüber zu geben, welche personenbezogenen Daten für welche Zwecke wie lange bei ihm gespeichert werden und an wen diese allenfalls übermittelt werden.

In gleicher Weise ist darüber zu informieren, wie Kunden Auskünfte über die sie betreffenden Daten erhalten können und wie diese gelöscht bzw. geändert werden können.

Sensible Daten im Sinne des Datenschutzgesetzes 2000 werden - wenn überhaupt - ausschließlich mit ausdrücklicher Zustimmung der Betroffenen für die Abwicklung eines konkreten Geschäfts gespeichert und nach Geschäftsabwicklung sofort gelöscht.

Übermittlungen von personenbezogenen Daten an Dritte werden nicht vorgenommen, außer dies ist für die Abwicklung des konkreten Vertrages unumgänglich. Veröffentlichungen von personenbezogenen Daten finden nicht statt.

Die Übermittlung von Kreditkartendaten durch Verbraucher wird nur für den Abschluss konkreter Geschäftsabschlüsse unter den in Pkt. 6 beschriebenen Bedingungen verlangt.

Der Nutzer des Gütezeichens kommuniziert Werbe- oder Marketinginformationen an Verbraucher auf Individualkommunikationswegen (z.B. E-Mail, SMS) nur nach deren vorheriger ausdrücklicher Zustimmung und beachtet überdies alle gegebenenfalls bestehenden Robinson-Listen.

9.1.12 Reaktionszeit bei Reklamationen

Kundenanfragen und Reklamationen werden innerhalb von höchstens zwei Werktagen inhaltlich beantwortet, wobei der Samstag nicht als Werktag gilt.

9.1.13 Sprache

Der Vertragsinhalt, alle sonstigen Informationen, Kundendienst und Beschwerdeerledigung werden durchgängig in der Sprache angeboten, in der über das Leistungsangebot informiert und die Bestellung durchgeführt wurde.

9.1.14 Streitschlichtung

Der Nutzer des österreichischen E-Commerce-Gütezeichens verpflichtet sich, bei Streitfällen an einer raschen und unbürokratischen Lösung mitzuwirken. Er erkennt den Internet Ombudsmann und den Verein Österreichisches E-Commerce-Gütezeichen als außergerichtliche Schlichtungsstelle an.

Der Nutzer des Gütezeichens hat an leicht zugänglicher Stelle seines Leistungsangebots auf das Vorhandensein der außergerichtlichen Streitschlichtungsstelle hinzuweisen und die entsprechenden Kontaktmöglichkeiten (Anschrift, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, HTTP-Link) anzuführen.

Er beschreibt das innerbetriebliche Beschwerde-Erledigungsverfahren und stellt die Möglichkeit der Inanspruchnahme des Streitschlichtungsverfahrens beim Internet Ombudsmann in Grundzügen dar. Er leistet den Schlichtungsempfehlungen des Internet Ombudsmannes bzw. der Streitschlichtungsstelle des Gütezeichens Folge. Die Möglichkeit für beide Streitparteien, den Rechtsweg zu beschreiten, bleibt davon unberührt. Der Nutzer des Gütezeichens stimmt einer Veröffentlichung der Streitfälle bzw. deren Lösung (Schlichtungsempfehlung) unter Nennung seines Namens ausdrücklich zu.

9.1.15 Gerichtsstand

Der Nutzer des Gütezeichens sieht in seinen Geschäftsbedingungen vor, dass für eventuelle gerichtliche Auseinandersetzungen aus dem Vertrag zumindest auch das Wohnsitzgericht des Verbrauchers zuständig ist und die zwingenden verbraucherrechtlichen Bestimmungen am Wohnsitz des Verbrauchers auf das Vertragsverhältnis anwendbar sind.

9.1.16 Einhaltung sonstiger Gesetze

Zusätzlich zur Einhaltung dieser Kriterien verpflichtet sich der Zeichennutzer zur Einhaltung aller anderen einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen (z.B. Datenschutzgesetz 2000, Telekommunikationsgesetz, Gewerbeordnung, Strafgesetzbuch, Jugendschutzgesetz, Konsumentenschutzgesetz, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, usw.) und der Unterlassung von Handlungen, die den guten Sitten oder dem fairen Handel widersprechen.

Im Rahmen der Begutachtung wird jedoch ausschließlich die Einhaltung bzw. Umsetzung der Vergabekriterien überprüft.

Ein Verstoß gegen gesetzliche Bestimmungen kann, speziell wenn dadurch das Ansehen oder Zweck des Gütezeichens geschädigt wird, mit dem Entzug des Gütezeichens geahndet werden.

9.2 Vergabe und Entzug des Gütezeichens

Die Entscheidung über die Genehmigung zur Führung des Gütezeichens obliegt ausschließlich der Vergabestelle, die ein Expertenteam zur Beurteilung der Umsetzung bzw. Einhaltung der Kriterien einsetzen kann.

Die Gültigkeitsdauer des Gütezeichens beträgt ein Jahr. Die ordnungsgemäße technische und strukturelle Umsetzung dieser Richtlinien wird vor Vergabe des Gütezeichens und anschließend mittels Stichproben mindestens jedoch jährlich überprüft.

Die Vergabestelle hat das Recht, bei Verstoß gegen diese Richtlinien, die Führung des Gütezeichens jederzeit zu untersagen. Der Nutzer des Gütezeichens verpflichtet sich, das Gütezeichen bei Untersagung bzw. nach Verstreichen der Gültigkeitsdauer unverzüglich zu entfernen. Bei Zuwiderhandeln kann eine Vertragsstrafe von bis zu ATS 13.000,- pro Tag des Zuwiderhandelns verlangt werden. Das Faktum des Entzugs des Gütezeichens wird unter Nennung des Namens des Nutzers des Gütezeichens veröffentlicht.

Die Arten der Nutzung des Gütezeichens, die Gültigkeitsdauer und der Gültigkeitsbereich (Online-Shop) werden nach Begutachtung und der Erfüllung aller Kriterien in einem gesondertem Nutzungsvertrag, geschlossen zwischen dem Österreichischen E-Commerce-Gütezeichen und dem Zeichennutzer, verbindlich vereinbart.

Weiters verpflichten sich alle Gütezeichennutzer, die Verfahrensrichtlinien der Streitschlichtungsstelle, welche den Ablauf einer außergerichtlichen Streitschlichtung im Zusammenhang mit dem Österreichischen E-Commerce-Gütezeichen regeln, zu akzeptieren

10 Ansprechpartner/Literatur

Nationale Gesetze

Den Volltext von Gesetzen in den aktuellen Fassungen gibt es gratis im Internet unter <http://www.ris.bka.gv.at>

EU Vorschriften

Den Volltext von EU Vorschriften (Richtlinien, Verordnungen, ..) in den aktuellen Fassungen findet man unter <http://europa.eu.int/eur-lex/de/index.html>

Man sollte die Volltextsuche verwenden, da die Amtsblätter nur eine bestimmte Zeit gratis verfügbar sind.

Weitere Internet Rechts-Links

<http://www.rechtsprobleme.at> Online Plattform für Leser und Autoren

<http://www.internet4jurists.at> Richtervereinigung

<http://www.jurawelt.com>

<http://www.netlaw.at>

<http://info.uibk.ac.at/c/c3/c305/Zivilonline/zivilonline.html> Lehrbuch Zivilrecht online

<http://www.europa.eu.int/rapid/start/cgi/guesten.ksh> RAPID-Datenbank: Pressemeldungen der EU Kommission.

Unterlagen der Wirtschaftskammer Österreich zum Thema E-Commerce :

[Das Internet-Handbuch für Ihr Unternehmen](#)

[Das neue Fernabsatzgesetz](#)

[Datenschutzgesetz 2000](#)

[EDI und INTERNET](#)

[Informationen zur EU und Aussenwirtschaft im Internet](#)

[Quellen österreichischer Wirtschaftsinformationen](#)

[Rechtsprobleme im Internet](#)

[Sicherer elektronischer Geschäftsverkehr](#)

Bestellung unter <http://www.wko.at/webshop/>

Ihre Landeskammer hält eventuell noch weitere Produkte für sie bereit!

Ansprechpartner zum Thema elektronische Signatur:

Wirtschaftskammer Oberösterreich

Mag. Siegfried Ehrenmüller

Mitgliederdatenservice

Hessenplatz 3

4010 Linz

Tel: 0732/7800/365

E-Mail: ehrenms@wkoee.wk.or.at

Wirtschaftskammer Niederösterreich
Mag. Micaela Kleedorfer
Hp, Vp, IH, Euro-Info-Centre
Herrengasse 10
1014 Wien
Tel: 53466/1286
e-mail: micaela.kleedorfer@noe.wk.or.at

Wirtschaftskammer Burgenland
Mag. Peter Wrann
Robert Graf-Platz 1
7001 Eisenstadt
Tel: 02682/695/450 DW
e-mail: wrannp@wkbgl.wk.or.at

Wirtschaftskammer Salzburg
Mag. Klaus Höftberger
Marketing-Referat
Julius Raab-Platz 1
5027 Salzburg
Tel: 0662/8888-386
e-mail: khoeftberger@sbg.wk.or.at

Wirtschaftskammer Wien
Mag. Dr. Helwig-Dieter Grientschnig
Wp-Abteilung
Stubenring 8-10
1010 Wien
Tel: 01/51450-1429
e-mail: helwig.grientschnig@wkw.at

Wirtschaftskammer Steiermark
Mag. Wolfgang Schinagl / IKT
Körblergasse 111-113
8021 Graz
Tel: 0316/601/701
e-mail: wolfgang.schinagl@wkstmk.at

Wirtschaftskammer Kärnten
Frau Hemma Moik
Wp/Vp-Abteilung
Bahnhofstraße 40-42
9021 Klagenfurt
Tel: 0463/5868/556
e-mail: hemma.moik@wkk.or.at

Wirtschaftskammer Vorarlberg
Herr Dr. Markus Kecht

RGp-Abteilung
Wichnergasse 9
6800 Feldkirch
Tel: 05522/305/351
e-mail: kecht.markus@wkv.at

Wirtschaftskammer Tirol
Dr. Reinhard Helweg
Präsidialabteilung
Meinhardstraße 12-14
6021 Innsbruck
Tel: 0512/5310/1248
e-mail: wktpraes1@tirol.wk.or.at

11 Checkliste

Urheberrecht:

Stammen alle Inhalte der Website (Grafiken, Texte, Bilder, Java-Applets uä) von Mitarbeitern des Unternehmens?

Wenn nicht: Wurden entsprechende Werknutzungsverträge (inklusive Verwendung im Internet) mit den Urhebern geschlossen?

Wenn Sie bereits Werbeunterlagen erstellt haben, die Sie nun auch im World Wide Web anbieten wollen, beachten Sie folgendes:

- Überprüfen Sie, ob Sie sich bei der damaligen Gestaltung der Unterlagen von Dritten (Fotos, Grafiken, Texte) das Recht auf öffentliche Wiedergabe einräumen lassen. Nach ersten Gerichtsurteilen ist die Nutzung im Internet eine neue Nutzungsart und muss vom Urheber gesondert eingeräumt werden.
- Haben Sie selbst ein Werk geschaffen, so entsteht der Schutz mit der Schöpfung. Es ist keine Registrierung erforderlich. Achten Sie bei der Nutzung im Internet darauf, dass die einzelnen Dateien von Dritten leicht ausgedruckt werden können. Fügen Sie deshalb in Ihre Unterlagen Namen und Kontaktadresse als Urheberrechtshinweise ein.

Fernabsatzgesetz

- Fällt Ihre Website in den Anwendungsbereich des Fernabsatzgesetzes? (Verkauf via Internet an Konsumenten?)
- Erfüllen Sie alle Informationsverpflichtungen vor und nach Vertragsschluß?
- Gewähren und informieren Sie über das 7-tägige Rücktrittsrecht?

Domainnamen, Marken

- Haben Sie die juristische Berechtigung zur Führung dieses Domainnamens?
 - Verwenden Sie eine ihnen erteilte Marke oder einen Firmennamen?
- Nur dann können sie sich bei Klagen von anderen Marken- oder Firmennamenbesitzern wehren!
- Wenn sie missverständliche oder allgemeingebäuchliche Domainnamen verwenden, weisen sie auf der ersten Seite auf mögliche andere Berechtigte hin. Man kann so der Verwechslungsgefahr entgehen. (siehe OGH-Urteil bundeheer.at)

Datenschutz

- Informieren Sie über die Art der Daten, die sie von ihren Kunden erheben und/oder verwerten?
- Informieren sie über den Zweck der Daten? Jede einzelne Datenart wird bei der Erhebung an den Zweck gebunden, für den sie erhoben wurde!
- Haben sie eine Ansprechstelle für Informationen für oder Widersprüche gegen Datenverarbeitungen eingerichtet und informieren sie über diese?
- Schauen sie sich die Datenschutzseiten grosser deutscher E-Commerce Shops an! Je mehr Transparenz man dem Besucher bietet, desto mehr Vertrauen wird er ihrem Webshop entgegenbringen.

Vertragsrecht/Medienrecht

- Bieten sie als Lieferadresse nur die Staaten an, über deren Privatrecht sie sich informiert haben. Dies sollte durch ein Drop-Down-Menü erfolgen. Ansonsten könnten Konsumenten mit ihnen Verträge schliessen, und ihr Recht zur Anwendung bringen.
- Geben sie auf ihren Seiten eine Offenlegung über die Herausgeberschaft nach dem Mediengesetz.