

Was beim Einstieg in den Online-Handel rechtlich zu beachten ist

Zwei von drei unter 45-jährigen kaufen regelmäßig online ein. Viele Händler reagieren, indem sie mit ihrem Angebot online gehen. Dabei sind Betriebe mit vielen Rechtsvorschriften konfrontiert. Die aktualisierte Ausgabe der Rechtsfibel E-Commerce gibt detailliert über den aktuellen Stand Auskunft.

29.10.2020, 14:11



© DANIEL JEDZURA/SHUTTERSTOCK

Der Online-Handel hat schon vor Corona zweistellige Umsatzzuwächse verbucht. Durch die Pandemie hat sich die Entwicklung beschleunigt. Wer seine Produkte online anbieten will, braucht eine gute Strategie und muss rechtlich einiges beachten

Rechtswirksame Verträge können in Österreich auch im Internet und per E-Mail abgeschlossen werden. Neben den generellen Informationspflichten des E-Commerce-Gesetzes (ECG) bestehen vor allem bei Vertragsabschlüssen zwischen Unternehmen und Privaten (B2C) spezielle Bedingungen wie zusätzliche Informationspflichten im Fernabsatz B2C oder Rücktrittsrechte bei Dienstleistungen und Downloads. Durch die Verbraucherrechte-Richtlinie gelten seit 2014 zusätzlich neue rechtliche Rahmenbedingungen für den Verkauf von Waren in Webshops. Das betrifft beispielsweise die Gestaltung der Bestellseite. Der Verbraucher muss hier ausdrücklich bestätigen, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Das wird mit der sogenannten „Button-Lösung“ umgesetzt. Die Werbeordnung gilt auch im digitalen Raum. Unternehmer benötigen eine Berechtigung für das Handelsgewerbe, auch wenn sie ihre Waren nun online und nicht in einem Geschäft verkaufen.

+ AGB

Da die allgemeinen Regeln des Vertragsrechts auch im Internet gelten, können selbstverständlich auch AGB im E-Commerce verwendet werden. Wichtig ist, dass der Link zu den AGB vor Abschluss der Bestellung bereitgestellt wird, da sie anderenfalls nicht gültig vereinbart werden. Im Online-Handel kann dies am sichersten dadurch erreicht werden, indem die AGB im Bestellvorgang beispielsweise durch Anklicken eines Kontrollkästchens akzeptiert werden müssen. Möglich wäre etwa auch der deutliche Hinweis auf die AGB oberhalb des Bestell-Buttons samt Verlinkung auf den Volltext der AGB.

+ Impressumspflicht beachten

Der Betreiber einer Webseite ist verpflichtet, den Nutzern der Webseite ständig, leicht und unmittelbar zugänglich, Informationen über das

Unternehmen zur Verfügung zu stellen. Das Impressum, das diese Angaben, wie etwa die Firmenbuchnummer enthält muss leicht und unmittelbar zugänglich zur Verfügung gestellt werden, wobei ein Link genügt. Empfehlenswert ist eine Angabe gleich auf der Startseite.

+ Urheberrecht

Eine Webseite bzw. ein Web-Shop kann urheberrechtlich geschützt sein, und zwar in vielerlei Hinsicht: Sowohl das Layout, das Computerprogramm, Datenbanken, Texte, Fotos, Grafiken, Logos, Videos, als auch eine Musikuntermalung. Fremde Fotos bzw. Werke dieser Art dürfen dann genutzt werden, wenn sie der freien Werknutzung, unterliegen oder eine Einwilligung, deren Umfang vertraglich unterschiedlich ausgestaltet werden kann, des Urhebers vorliegt.

+ Datenschutz

Die Speicherung von Kundendaten ist grundsätzlich erlaubt, wenn alle Kriterien erfüllt sind. Man benötigt eine Zustimmungserklärung der Kunden. Jeder Online-Händler, der personenbezogene Daten von Kunden für eine Niederlassung in der Europäischen Union erhebt oder verarbeitet, hat die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zu beachten. Die rechtliche Grundlage auf der die Datenverarbeitung basiert muss überprüft werden - z.B. wurde der EU-US Privacy Shield (Abkommen zwischen der EU und den USA, das die Übermittlung personenbezogener Daten von der EU in die USA regelte) heuer aufgehoben. Als Verantwortlichem für seine (z.B. Kunden-)Daten hat der Händler auch für die ausreichende Datensicherheit - auch technisch - zu sorgen.

+ Barrierefreiheit

Neue Webinhalte, die nach dem 23. September 2018 veröffentlicht worden sind, mussten bereits seit dem 23. September 2019 barrierefrei angeboten werden und mobile Anwendungen sollten ab dem 23. Juni 2021 barrierefrei gestaltet sein.

+ Rücktrittsrechte

Im Online-Handel werden hauptsächlich Fernabsatzverträge abgeschlossen. Im Verbrauchergeschäft gilt das Fern- und Auswärtsgeschäfte-Gesetz (FAGG). Der Vertrag unterliegt diesem Gesetz aber nicht, wenn zuvor eine persönliche Beratung stattgefunden hat. Für Online-Händler, die auch über Geschäftsräumlichkeiten verfügen. Der Verbraucher muss die erhaltene Ware bis spätestens 14 Tage nach Abgabe des Rücktritts zurückstellen. Ist der Verbraucher rechtswirksam vom Vertrag zurückgetreten, hat der Unternehmer bis spätestens 14 Tage nach dem Zugang des Rücktritts alle vom Verbraucher geleisteten Zahlungen zu erstatten. Dazu zählen auch die Kosten für die Lieferung an den Verbraucher.

+ Schlichtung

Das Alternative Streitbeilegung-Gesetz (ASStG) ermöglicht es Unternehmern, sich bei Streitigkeiten mit Verbrauchern einem Verfahren zu unterziehen, um ein Gerichtsverfahren zu vermeiden. Für Websites und vor allem Webshops bedeutet das zusätzliche Informationspflichten. Die Teilnahme am Schlichtungsverfahren ist freiwillig. Unternehmer müssen ihre Kunden auf ihrer Website davon informieren und, wenn sie AGB verwenden, diese Information in ihre AGB aufnehmen - beides unabhängig von einem konkreten Streitfall.

Das könnte Sie auch interessieren



Erste Hilfe im Betrieb sichern und immer up-to-date bleiben

In jedem größeren Betrieb müssen im Notfall ausgebildete Ersthelfer anwesend sein. Sie sind verpflichtet, ihre Kenntnisse in regelmäßigen Abständen aufzufrischen. [➤ mehr](#)



1. Oktober: Anpassung der Kündigungsfristen

Nach zweimaliger Verschiebung tritt die Angleichung von Arbeitern und Angestellten bei Kündigungsfristen und -terminen nun mit 1. Oktober in Kraft. Sie bringt für die Unternehmen wichtige Änderungen. [➔ mehr](#)

