



E-Commerce

***Verbraucherrechte,
Datenschutz & Schlichtung***

***Ein Leitfaden für Verbraucher
und Anbieter***



Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland wurde zum 1. Januar 2003 beim Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V. (vormals Euro-Info-Verbraucher e.V.) eingerichtet. Dies beruht auf einer Entscheidung des Bundesministeriums der Justiz.

Die eCommerce-Verbindungsstelle befasst sich mit allen Fragen rund um den Vertrieb von Waren oder Dienstleistungen über das Internet und richtet ihr Beratungsangebot gleichermaßen an Anbieter wie Verbraucher.*

Auf unserer Homepage finden Sie umfangreiche ergänzende und vertiefende Informationen zum Recht im Internet und Hinweise auf diverse Organisationen und weitere Ansprechpartner zu speziellen Themen des eCommerce.

*Bei konkreten Fragen können Sie
uns gerne direkt kontaktieren:*

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

beim Zentrum für Europäischen
Verbraucherschutz e.V. in Kehl

Tel. + 49 78 51 / 991 48 0

Fax + 49 78 51 / 991 48 11

eMail: info@eCommerce-Verbindungsstelle.de

Die eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland wird vom
Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz finanziert.

*Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung (z.B. Verbraucherinnen / Verbraucher) verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Inhalt

*Online-Shopping:
Verbraucherschutz im elektronischen
Geschäftsverkehr..... 6*

*Schlichtung und E-Commerce:
Ein neuer Regelungsrahmen 15*

*Datenschutz:
Wichtig für Nutzer und Anbieter.....23*

Darum geht's

Diese Broschüre informiert zu den drei Themenbereichen Online-Shopping, Schlichtung und Datenschutz. Sie richtet sich sowohl an Verbraucher als auch an Unternehmer.

*Die Beliebtheit des **Online-Shoppings** ist weiterhin ungebrochen. Und wie das Internet selbst sind die rechtlichen Rahmenbedingungen in diesem Bereich sehr dynamisch.*

Dennoch haben einige klassische Fragestellungen zum Online-Shopping weiterhin nichts an Aktualität eingebüßt. Diese werden im ersten Teil der Broschüre aufgegriffen.

*Der zweite Teil der Broschüre befasst sich mit dem Thema **Schlichtung**. Die neuen rechtlichen Rahmenbedingungen zu den aus der ADR-Richtlinie und der ODR-Verordnung erwachsenden Informationspflichten für Anbieter werden unter diesem Punkt erläutert.*

*Der letzte Teil der Broschüre thematisiert den **Datenschutz** im Internet. Hier wird der Frage nachgegangen, welche Pflichten Online-Anbieter im Zusammenhang mit dem Sammeln und der Weitergabe personenbezogener Daten haben. Internetnutzer erhalten Informationen darüber, welche Rechte ihnen zustehen und wie sie diese geltend machen können.*



Online-Shopping: Verbraucherschutz im elektronischen Geschäftsverkehr

Grundpfeiler zur Gewährleistung des Verbraucherschutzes beim Online-Shopping sind umfangreiche Informationspflichten sowie das Widerrufsrecht. Auf diese konzentriert sich die folgende Darstellung. Zu vielen weiteren Themen, welche damit im Zusammenhang stehen, wie z.B. der Impressumspflicht und Fragen zu Gewährleistung und Garantie, finden Sie Informationen auf der Internetseite der eCommerce-Verbindungsstelle.

Welche Informationspflichten bestehen?

Die zwischen Unternehmern und Verbrauchern beim Online-Shopping geschlossenen Verträge werden als Fernabsatzverträge (§§ 312c ff. Bürgerliches Gesetzbuch – BGB) bezeichnet. Umfangreiche Informationspflichten treffen den Unternehmer vor, während und nach dem Bestellvorgang. So ist z. B. über die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers, den Gesamtpreis, das Widerrufsrecht und ggf. die Vertragslaufzeit zu informieren. Ein Blick in § 312d Abs. 1 BGB i. V. m. Art. 246a Einführungsgesetz BGB (EGBGB) verschafft eine gute Übersicht über weitere Informationspflichten.

Welche Folge hat ein Verstoß gegen Informationspflichten?

Die Nichtbeachtung von Informationspflichten bringt dem Unternehmer Rechtsnachteile. So kann dies z.B. dazu führen, dass er schadensersatzpflichtig wird oder sich die Widerrufsfrist zu seinen Lasten verlängert. Zudem besteht für Unternehmer das Risiko, wegen eines Wettbewerbsverstoßes abgemahnt zu werden.

Korrekte Gestaltung des Bestellprozesses – die Button-Lösung

Besondere Pflichten regelt auch § 312j BGB. Bei der Gestaltung des Bestellprozesses ist z. B. zwingend die sogenannte Button-Lösung zu beachten (§ 312j Abs. 3 BGB). Zum Bestellen muss der Verbraucher durch Klicken eines Buttons bestätigen, dass er sich zu einer Zahlung verpflichtet. Hierfür muss der Button mit eindeutigen Begriffen wie „zahlungspflichtig bestellen“ beschriftet sein.

Welche Folge hat ein Verstoß?

Ein Verstoß gegen die Button-Lösung, z. B. das Verwenden mehrdeutiger Begriffe wie „Anmelden“, führt zur Nichtigkeit des Vertrags (§ 312j Abs. 4 BGB). Die Bestellung ist für den Verbraucher nicht bindend.

Sofortige Bestellbestätigung

Wenn ein Verbraucher eine Ware im Online-Shop eines Unternehmers bestellt, möchte er natürlich wissen, ob die Anfrage auch tatsächlich übermittelt wurde. Der Unternehmer muss daher nach § 312i Abs. 1 Nr. 3 BGB den Zugang der Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege bestätigen.

Informationspflicht über Kosten

Ein Anspruch des Unternehmers auf Zahlung von Fracht-, Liefer-, Versandkosten und sonstigen Kosten besteht nur dann, wenn der Unternehmer den Verbraucher hierüber unterrichtet hat (§ 312e BGB). Die Angaben zu diesen Kosten muss der Unternehmer vor Vertragsschluss in klarer und verständlicher Weise machen.

Soweit möglich, müssen die Kosten konkret beziffert werden. Stehen die Versandkosten der Höhe nach bereits fest oder sind sie ermittelbar, ist ein Hinweis „zzgl. üblicher Versandkosten“ nicht ausreichend.

Der Verbraucher trägt grundsätzlich die Kosten für den Rückversand der Ware, allerdings nur, wenn der Unternehmer ihn hierauf in der Widerrufsbelehrung hingewiesen hat. Die Kosten für den (Standard-) Versand an den Verbraucher, also die Hinsendekosten, trägt bei einem Widerruf der Unternehmer.

Informationspflicht über das Widerrufsrecht - Wie ist zu belehren?

Zentral für die Gewährleistung des Verbraucherschutzes beim Online-Shopping ist das Widerrufsrecht. Über dieses muss der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise unterrichten.

Ein auf den jeweiligen Fall anzupassendes Muster für die Widerrufsbelehrung enthält Anlage 3 zu Artikel 246b § 2 Absatz 3 EGBGB. Den Text dazu finden Sie im Internet unter:

https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_248anlage_3.html

Die Verwendung dieses Musters bzgl. der Belehrung ist für Unternehmer nicht zwingend vorgeschrieben.

Zwingend erforderlich ist allerdings, dass der Unternehmer den Verbraucher auf das Muster-Widerrufsformular nach Anlage 2 zu Artikel 246a § 1 Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 und § 2 Absatz 2 Nummer 2 EGBGB hinweist:

https://www.gesetze-im-internet.de/bgbeg/art_248anlage_2.html

Welche Folge hat eine fehlende bzw. unvollständige Widerrufsbelehrung?

Für den Unternehmer hat dies gravierende Folgen. Da ist zum einen das Risiko einer Abmahnung. Zum anderen verlängert sich die Widerrufsfrist. Sie beginnt erst dann zu laufen, wenn der Unternehmer die ordnungsgemäße Belehrung nachgeholt hat. Falls er dies unterlässt, verlängert sich die Widerrufsfrist auf höchstens ein Jahr und 14 Tage.

Praxistipp

Wer als Unternehmer das gesetzliche Muster für die Widerrufsbelehrung verwendet und dem Verbraucher sodann in Textform (z. B. per E-Mail) übermittelt, hat den Vorteil, rechtlich auf der sicheren Seite zu sein.

Wie und wann widerrufen?

Die Ausübung des Widerrufs bedarf weder einer besonderen Form noch einer Begründung. Der Verbraucher muss daher auch nicht das Muster-Widerrufsformular verwenden, selbst wenn sich dies aus Gründen der Rechtssicherheit empfiehlt.

Maßgeblich ist, ob der Unternehmer die Erklärung als Widerruf verstehen konnte oder hätte verstehen müssen. Aus Beweisgründen empfiehlt sich ein Widerruf per E-Mail, per Fax oder per Einschreiben, auch wenn der telefonische Widerruf ebenfalls zulässig ist. Die EU-weite 14-tägige Frist für die Ausübung des Widerrufsrechts beginnt bei einer Warenbestellung – eine korrekte Belehrung vorausgesetzt – frühestens bei Eingang der Ware. Anders ist dies bei Dienstleistungen. Hier beginnt die Widerrufsfrist am Tag des Vertragsschlusses. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.

Hinweis

Anders als nach altem Recht reicht nach aktueller Gesetzeslage die bloße Rücksendung der Ware ohne Widerrufserklärung nicht mehr aus.

Widerrufsrecht bei Downloads?

Der Verbraucher hat grundsätzlich die Möglichkeit, Verträge über Dateien-Downloads, die Übersendung von Software oder Dokumenten per E-Mail, ferner über Apps, Musik- oder Videostreaming und ähnlichem zu widerrufen.

Bei ausdrücklichem Hinweis ist allerdings ein vertraglicher Ausschluss des Widerrufsrechts – oder eine Verkürzung der Widerrufsfrist – bei solchen Lieferungen möglich. Auch erlischt das Widerrufsrecht bereits mit Beginn der Ausführung des Vertrags, wenn der Verbraucher ausdrücklich zugestimmt hat, dass der Unternehmer mit der Ausführung des Vertrags vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnt und der Verbraucher seine Kenntnis dieser Regelung bestätigt. Widerruft der Verbraucher hingegen wirksam einen Vertrag über eine Online-Lieferung digitaler Inhalte, so ist er nicht zum Wertersatz verpflichtet.

Widerrufsrecht bei Onlineauktionen?

Das Widerrufsrecht besteht grundsätzlich nur dann, wenn der Online-Vertrag zwischen einem Unternehmer (Verkäufer) und einem Verbraucher (Käufer) geschlossen wurde.

Wann ist ein Widerruf ausgeschlossen?

Nicht bei jeder Bestellung im Internet steht Verbrauchern ein Widerrufsrecht zu. Gesetzlich geregelt ist das in §§ 312, 312g BGB.

In manchen Fällen macht ein Widerrufsrecht einfach keinen Sinn oder es ist sogar die Anwendbarkeit sämtlicher fernabsatzrechtlicher Regelungen ausgeschlossen. In Fällen wie dem einer Pizzabestellung übers Netz ist dies relativ offensichtlich und leicht nachvollziehbar, in anderen Fällen jedoch weniger, so etwa bei Pauschalreisen.

Im Einzelnen gilt das Widerrufsrecht nicht z. B.,

- für schnell verderbliche Waren,
- für Verträge, die Unterbringung, Gastronomie, Beförderung und Freizeitgestaltung zum Gegenstand haben. Darunter fallen: Buchung, Reservierung (z. B. Hotelreservierung, Pauschalreise, Automiete, Konzerttickets) etc.,
- für Zeitschriftenabonnements oder Verträge über Wett- oder Lotterieleistungen.

Unter die Ausnahmetatbestände fallen auch Lieferungen

- versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, sofern ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- von Waren, die nach der Lieferung aufgrund ihrer Beschaffenheit untrennbar mit anderen Gütern vermischt wurden.

Ein Widerrufsrecht besteht auch nicht bei

- der Lieferung von Waren, „die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind“. Diese Ausnahme betrifft Ware nach Kundenspezifikation.

Gerade letztere Fallgruppe bedarf einer weiteren Erläuterung. So versuchen in der Praxis einige Verkäufer die Anwendbarkeit des Widerrufsrechts auszuschließen, indem sie dem Kunden mitteilen, dass der Artikel speziell für ihn angefertigt wurde und der Kunde deshalb kein Widerrufsrecht habe. Dies ist jedoch nur dann zutreffend, wenn der betreffende Artikel tatsächlich speziell für den Kunden angefertigt wurde. Eine schlichte Auswahlmöglichkeit oder der deklaratorische Hinweis, dass dieser Artikel speziell für den Kunden angefertigt worden ist, reicht nicht aus. Etwas vereinfacht dargestellt heißt das: Der Artikel muss so individualisiert worden sein, dass der Verkäufer keine Möglichkeit hat, ihn anderweitig abzusetzen oder wenn doch, nur mit einem unzumutbaren Preisnachlass.

Schuldet der Verbraucher Wertersatz?

Das Begutachten der Kaufsache, wie die Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsweise der Ware, beeinträchtigt das Recht zum Widerruf grundsätzlich nicht. Allerdings ist klar, dass das Widerrufsrecht nicht dafür da ist, dass man sich z. B. folgenlos für ein bestimmtes Sportereignis 14 Tage lang einen Großbildschirmfernseher „leihen“ kann, um ihn danach zurückzugeben. Der Unternehmer muss nach einem Widerruf die Möglichkeit haben, die Ware ohne weiteres erneut zu verkaufen.

Grundsätzlich gilt, dass das Widerrufsrecht die Nachteile ausgleichen soll, die der Käufer hat, weil er die Ware nicht in einem gewöhnlichen Ladengeschäft ausprobieren kann. Bei einer Prüfung der Sache auf ihre Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise muss daher sehr pfleglich mit ihr umgegangen werden. Nutzungen, die zu diesem Zweck nicht notwendig sind und die zu einem Wertverlust der Ware führen, müssen dem Verkäufer finanziell ausgeglichen werden.

Der Verbraucher muss dem Unternehmer allerdings nur dann für die in Folge der Nutzung des Produkts eingetretene Wertminderung Ersatz leisten („Wertersatz“), wenn

- der Wertverlust der Widerrufsware auf einen Umgang mit der Ware zurückzuführen ist, der zur Prüfung ihrer Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise nicht notwendig war, d. h. über ein normales Ausprobieren wie im Laden hinausgeht, und
- der Käufer vom Unternehmer ordnungsgemäß über sein Widerrufsrecht belehrt worden ist.



Schlichtung und E-Commerce: Ein neuer Regelungsrahmen

Es ist ein Leichtes und oftmals kennzeichnend für den E-Commerce, online über weite Entfernungen hinweg einzukaufen – auch grenzüberschreitend.

Wo viel bestellt wird, kommt es natürlich auch zu Streitigkeiten zwischen Verbrauchern und Unternehmern.

Ein unkomplizierter und leicht zugänglicher Weg zur Geltendmachung eigener Rechte kann ein Schlichtungsverfahren sein – in Deutschland, aber auch EU- und EWR-weit.

Für den E-Commerce hat Verbraucherschlichtung daher eine besondere Bedeutung. Dies hatte auch der europäische Gesetzgeber mit der sog. ADR-Richtlinie (Richtlinie 2013/11/EU über alternative Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) und ODR-Verordnung (Verordnung (EU) Nr. 524/2013 über die Online-Streitbeilegung in Verbraucherangelegenheiten) im Auge. Die Richtlinie wurde durch das Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG) in deutsches Recht umgesetzt. Es ist seit dem 1. April 2016 in Kraft.

Schlichtungsstellen gab es bereits vorher, neu ist aber der Begriff **Verbraucherschlichtungsstelle**, den nur solche Stellen führen dürfen, die **bestimmte vom VSBG vorgegebene Qualitätskriterien** einhalten und als solche anerkannt wurden. Entsprechende Stellen finden sich im ganzen EU- und EWR-Gebiet, so dass es dauerhaft ein regelrechtes Netzwerk für jedwede Art von Verbraucherstreitigkeit geben wird. Es gibt branchenspezifische Verbraucherschlichtungsstellen (z. B. die Schlichtungsstelle Energie, die söp_Schlichtungsstelle für den öffentlichen Personenverkehr, den Versicherungsombudsmann), aber auch eine Allgemeine Verbraucherschlichtungsstelle, die dann tätig wird, wenn keine andere Stelle vorrangig zuständig ist (www.verbraucher-schlichter.de).

Schlichtung ist **freiwillig**, auch für die meisten Unternehmer.

Allerdings treffen Unternehmer unabhängig davon **umfangreiche Informationspflichten** zur Verbraucherschlichtung, insbesondere Online-Shop-Betreiber sind davon betroffen. Die Pflicht trifft auch jene, die nicht an Schlichtungsverfahren teilnehmen möchten. Der Hinweis auf die Online-Streitbeilegungsplattform der Europäischen Kommission, kurz OS-Plattform, ist bereits seit dem 9. Januar 2016 Pflicht, Verstöße dagegen wurden bereits abgemahnt. Für Unternehmer neu hinzu kommen ab 1. Februar 2017 die Informationspflichten nach §§ 36, 37 VSBG.

Die **OS-Plattform** ist übrigens nicht etwa eine EU-weite Schlichtungsstelle. In erster Linie ist sie ein Wegweiserportal, das einen zu der oder den zuständigen Schlichtungsstellen leitet. Darüber hinaus baut sie mit diversen Übersetzungsfunktionen Sprachhürden ab. **Sie kann daher bei grenzüberschreitenden Streitigkeiten sehr hilfreich sein.**

Bei Streitigkeiten innerhalb eines Staates dürfte es sich aber in der Regel anbieten, direkt einen Antrag bei der zuständigen Stelle zu stellen, sofern diese bekannt ist. Hierzu sollten nicht zuletzt auch die Informationspflichten künftig beitragen.

Schlichtung ersetzt nicht den Weg zu den Gerichten, sie ist vielmehr ein zusätzliches Angebot. Sollten die Parteien am Ende eines Schlichtungsverfahrens nicht zu einer außergerichtlichen Lösung bereit sein, steht immer noch der Rechtsweg offen.

Was ist Schlichtung?

Schlichtung ist nicht mit Mediation oder mit Schiedsverfahren zu verwechseln, auch wenn dies allesamt Methoden der außergerichtlichen Streitbeilegung sind.

Am Ende eines Schlichtungsverfahrens steht der **Lösungsvorschlag eines neutralen Dritten**. Für Verbraucher ist der Lösungsvorschlag nie bindend. Auch Unternehmer sind in der Regel frei, ihn anzunehmen oder nicht.

Damit unterscheidet sich Schlichtung grundlegend von Mediation, bei der ein neutraler Dritter den Parteien hilft, selbst eine Lösung zu finden. Eine rechtliche Prüfung nimmt der Mediator nicht vor. Ein Schiedsverfahren ist dadurch gekennzeichnet, dass den Parteien eine verbindliche Lösung auferlegt wird, von der die Parteien nicht abweichen können.

Was ist das Besondere an einer Verbraucherschlichtungsstelle im Sinne des VSBG?

Das Verbraucherstreitbeilegungsgesetz (VSBG) schafft in Deutschland einheitliche Mindeststandards für die Schlichtung zwischen Verbrauchern und Unternehmen.

Diese Standards sichern insbesondere

- *Fachwissen,*
- *Unabhängigkeit,*
- *Unparteilichkeit,*
- *Transparenz,*
- *Effektivität,*
- *Fairness,*
- *sowie leichte Zugänglichkeit.*

Dies ist immer dann gegeben, wenn eine Schlichtungsstelle als Verbraucherschlichtungsstelle anerkannt ist.

Wichtig sind in diesem Zusammenhang u.a. folgende Aspekte:

- *Das **Verfahren bei einer Verbraucherschlichtungsstelle ist transparent**, denn sie muss immer über eine eigene Verfahrensordnung verfügen. Darüber hinaus müssen leicht verständliche Informationen über das Verfahren und zu der Verbraucherschlichtungsstelle auf deren Internetseite abrufbar sein.*
- ***Für Verbraucher ist ein Schlichtungsverfahren nach dem VSBG grundsätzlich kostenlos.** Nur falls der Antrag missbräuchlich ist, können bis zu 30 Euro fällig werden. Für Unternehmer richten sich die Kosten nach der jeweiligen Entgeltordnung der zuständigen Verbraucherschlichtungsstelle.*
- *Jede **Verbraucherschlichtungsstelle** muss – passend zum E-Commerce – auch **online erreichbar** sein.*

- *Vor Anrufung einer Verbraucherschlichtungsstelle muss ein Verbraucher immer erst versucht haben, die **Streitigkeit direkt mit dem Unternehmer zu lösen**. Andernfalls wird der Schlichtungsantrag abgelehnt. Unternehmer müssen also nicht die Sorge haben, ohne weiteres von einer Vielzahl an Schlichtungsanträgen überflutet zu werden.*
- *Wenn der Verbraucher dies beachtet, wird allein **durch die Antragstellung bei einer Verbraucherschlichtungsstelle die Verjährung gehemmt** (§ 204 Abs. 1 Nr. 4 lit. a) BGB). Hierfür muss die Stelle den Antrag zügig an den Unternehmer weiterleiten. Selbst dann, wenn das Unternehmen sich nicht an der Schlichtung beteiligt. Der Verbraucher kann so sechs Monate hinzugewinnen, um seine Rechte im Zweifel auch gerichtlich geltend zu machen.*
- *Die **Schlichtungsvorschläge werden ausschließlich von sog. Streitmittlern ausgearbeitet**, welche die hohen Voraussetzungen der §§ 6, 7 VSBG erfüllen müssen: Unter anderem müssen sie über die Rechtskenntnisse, insbesondere im Verbraucherrecht, das Fachwissen und die Fähigkeiten verfügen, die für die Beilegung von Streitigkeiten in der Zuständigkeit der Verbraucherschlichtungsstelle erforderlich sind. Sie haben entweder die Befähigung zum Richteramt oder sind zertifizierte Mediatoren und sie unterliegen keinen Weisungen. Das sichert insbesondere die Unabhängigkeit. Ein Schlichtungsvorschlag im Sinne des VSBG soll dabei das geltende Recht sowie zwingende Verbraucherschutznormen beachten.*
- *Ein **Verfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle soll innerhalb von 90 Tagen abgeschlossen sein**.*
- *Der **Rechtsweg steht in jedem Stadium des Verfahrens weiterhin offen**.*

Neben den im VSBG geregelten Verbraucherschlichtungsstellen gibt es weiterhin Schlichtungsstellen, die sich ebenfalls Verbraucherstreitigkeiten annehmen und nicht als Verbraucherschlichtungsstellen im Sinne des VSBG anerkannt sind. Sie sind daher auch nicht zur Verwendung der Bezeichnung Verbraucherschlichtungsstelle berechtigt. Auch sie können durchaus hohe Qualitätsstandards bieten. Beispiele dafür sind der Online-Schlichter und die Schiedsstellen des Kfz-Gewerbes. Die Bezeichnung als

Verbraucherschlichtungsstelle dient vorrangig der Orientierung für Verbraucher und Unternehmer. Wenn eine Schlichtungsstelle sich als solche bezeichnen darf ist sichergestellt, dass die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen des VSBG erfüllt werden. Zuständig für die Anerkennung ist in der Regel das Bundesamt für Justiz, welches auch eine Liste aller Verbraucherschlichtungsstellen in Deutschland führt. Diese ist im Internet abrufbar unter:

<https://www.bundesjustizamt.de/DE/Themen/Buergerdienste/Verbraucherschutz/Verbraucherstreitbeilegung/Verbraucherschlichtungsstellen/uebersicht.html>

Da das Verbraucherstreitbeilegungsgesetz auf die europäische ADR-Richtlinie zurückgeht, gibt es auch eine Liste der EU-Kommission, in der alle europaweit anerkannten Stellen aufgeführt sind:

<https://webgate.ec.europa.eu/odr/main/index.cfm?event=main.adr.show&lng=DE>

Welchen Nutzen bietet die OS-Plattform der EU?

Immer wenn ein Vertrag mit einem Unternehmer im Internet geschlossen wurde, können Verbraucher die zentrale OS-Plattform der Europäischen Kommission nutzen (OS = Online-Streitbeilegung).

Erreichbar ist sie unter folgendem Link: <https://webgate.ec.europa.eu/odr>
Sie steht in allen Sprachen der EU zur Verfügung, insbesondere auch das Beschwerdeformular. Anhand der eingereichten Beschwerde ermittelt die Plattform automatisch und EU-weit eine oder mehrere für den konkreten Fall zuständige Schlichtungsstellen.

Ferner wird die Beschwerde dem Unternehmer in dessen Sprache zugeleitet. Dieser hat dann 30 Tage Zeit, auf die Beschwerde zu antworten. Tut er dies nicht, kommt kein Schlichtungsverfahren zustande. Sofern mehrere

Stellen zuständig sein sollten, sind sie es, die eine Schlichtungsstelle vorschlagen können. Unternehmer sollten sich bereits an dieser Stelle mit den auf sie zukommenden Kosten beschäftigen. Falls der Verbraucher die vorgeschlagene Schlichtungsstelle akzeptiert, wird der Fall automatisch dorthin weitergeleitet.

Die OS-Plattform bietet Verbrauchern und Unternehmen insbesondere dann viele Vorteile, wenn ein **grenzüberschreitender Vertrag** Gegenstand der Streitigkeit ist. Sie hilft Sprachbarrieren zu überbrücken, da sie neben den in allen Sprachen verfügbaren Beschwerdeformularen ein Übersetzungs-Tool enthält. Dieses kann von beiden Parteien sowie der eingeschalteten Schlichtungsstelle auch während des Verfahrens genutzt werden. Außerdem können sie sich von nationalen Kontaktstellen unterstützen lassen. In Deutschland ist das Europäische Verbraucherzentrum Deutschland hierfür zuständig. Weitere Informationen sind unter folgendem Link erhältlich:

<http://www.evz.de/de/schlichtung-und-online-streitbeilegung/kontaktstelle-fuer-online-streitbeilegung/>

Die Nutzung des Portals ist freiwillig. Da die Vorteile vor allem grenzüberschreitende Fälle betreffen, ist es **bei rein deutschen Fällen** schon aus Zeitgründen **sinnvoll, den Antrag direkt bei der zuständigen Schlichtungsstelle zu stellen** – es sei denn, man möchte diese gerade mithilfe der Plattform ausfindig machen.

In der Regel dürfte dem Verbraucher die zuständige Stelle dadurch bekannt sein, dass der Unternehmer seine Informationspflichten nach §§ 36, 37 VSBG erfüllt, um die es im Folgenden geht.

Welche Informationspflichten haben Unternehmer?

Bereits seit dem 9. Januar 2016 müssen Unternehmer, die Online-Verträge abschließen, gem. Art. 14 der sog. ODR-Verordnung auf ihren Websites einen Link zur Europäischen Online-Schlichtungsplattform einstellen und ihre E-Mail-Adressen angeben.

Ab dem 1. Februar 2017 ergeben sich weitere Informationspflichten aus §§ 36, 37 VSBG: Nach § 36 VSBG müssen Unternehmer mit mehr als zehn Beschäftigten, die über eine Website verfügen oder AGB verwenden, dort angeben, inwieweit sie bereit oder verpflichtet sind, an einem Verfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen. „Inwieweit“ bedeutet, dass sie auch angeben müssen, wenn sie grundsätzlich nicht an einem Schlichtungsverfahren teilnehmen möchten. Der Verbraucher soll bereits bei Vertragsschluss wissen, ob es im Falle einer nachher auftretenden Streitigkeit zu einer Schlichtung kommen kann oder nicht.

Alle Unternehmer – unabhängig von der Zahl der Beschäftigten – treffen nach § 37 VSBG zudem weitere Hinweispflichten, wenn für eine Streitigkeit mit einem Verbraucher nicht selbst zwischen den Parteien eine Lösung gefunden werden kann. Der Unternehmer muss den Kunden dann in Textform auf die zuständige Verbraucherschlichtungsstelle hinweisen und mitteilen, ob er zu einem Verfahren bereit oder verpflichtet ist. Die Pflicht trifft den Unternehmer auch dann, wenn er gar nicht zu einem Verfahren bei dieser Stelle bereit ist.

Hinweis

Sofern nur auf andere Schlichtungsstellen als Verbraucherschlichtungsstellen im Sinne des VSBG hingewiesen wird, muss der Unternehmer zusätzlich erklären, dass er nicht zu einem Verfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle bereit ist.



Datenschutz: Wichtig für Nutzer und Anbieter

Wenn jemand im Internet ein Auto kauft oder eine Suchmaschine benutzt, erhalten Online-Anbieter (Online-Händler, Suchmaschinenbetreiber etc.) viele Informationen. Beim Online-Kauf erfährt der Händler zum Beispiel Namen und Adresse des Kunden. Betreiber von Suchmaschinen können sehen, für welche Produkte der Internetnutzer sich interessiert. Diese Informationen sind für Online-Anbieter wichtig.

Aus Datenschutzgründen ist es Online-Anbietern jedoch nur in engen Grenzen erlaubt, personenbezogene Daten zu sammeln oder zu verarbeiten und z. B. an andere Unternehmen weiterzugeben. Internetnutzern steht das Recht zu, bei Anbietern nachzufragen, welche Informationen gesammelt wurden und diese gegebenenfalls löschen zu lassen. Einem besonderen Schutz unterliegen Informationen, die einer bestimmten Person zugeordnet werden können (personenbezogene Daten). Der Begriff ist sehr weit gefasst, dazu gehören z. B. Name, Anschrift, Telefonnummer, Alter, Staatsangehörigkeit, Beruf, Vorlieben, Interessen etc. des Internetnutzers.

Dynamische IP-Adressen

Dynamische IP-Adressen sind nur dann als personenbezogene Daten zu bewerten, wenn der Online-Anbieter „über rechtliche Mittel verfügt, die es ihm erlauben, den betreffenden Nutzer anhand der Zusatzinformationen, über die dessen Internetzugangsanbieter verfügt, bestimmen zu lassen“. So urteilte der Europäische Gerichtshof (Urteil vom 19. Oktober 2016 in der Rechtssache C-582/14 Patrick Breyer / Bundesrepublik Deutschland).

Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) regelt, was öffentliche und nicht-öffentliche Stellen mit personenbezogenen Daten machen dürfen und was nicht. Es setzt die Europäische Datenschutzrichtlinie (Richtlinie 95/46/EG) um. Ab dem 25. Mai 2018 wird das Bundesdatenschutzgesetz durch die EU-Datenschutzgrundverordnung ersetzt.

Für Diensteanbieter gelten darüber hinaus spezielle datenschutzrechtliche Regelungen. Sie sind im Telemediengesetz (TMG) geregelt. Es setzt ebenfalls europäische Richtlinien um, wie zum Beispiel die Richtlinie zum elektronischen Geschäftsverkehr (Richtlinie 2000/31/EG).

Welche Pflichten bestehen für Online-Anbieter?

Online-Anbieter dürfen personenbezogene Daten über Internetnutzer nur in engen Grenzen sammeln und weitergeben. Zudem bestehen einige Informationspflichten.

Ist eine Einwilligung stets erforderlich?

Im Grundsatz gilt: Online-Anbieter dürfen personenbezogene Daten nur dann sammeln oder weitergeben, wenn ein Gesetz (TMG oder BDSG) es ihnen ausdrücklich erlaubt oder der Internetnutzer dem zugestimmt hat. Das Telemediengesetz erlaubt es Online-Anbietern z. B. Informationen zu speichern, die für die Abwicklung eines Vertrages notwendig sind. Dazu können der Name und die E-Mail-Adresse des Internetnutzers gehören.

Wann ist eine Datenschutzerklärung nötig?

Online-Anbieter benötigen fast immer eine Datenschutzerklärung. Eine Verpflichtung dazu besteht bereits dann, wenn sie ein Kontaktformular verwenden oder eine E-Mail-Adresse angeben. Sie müssen Internetnutzer dann zum Beispiel darüber informieren, warum Daten gesammelt und ob sie weitergeben werden. Benötigen Online-Anbieter für das Sammeln oder die Weitergabe darüber hinaus eine Einwilligung, müssen sie Internetnutzer auch darüber aufklären, dass diese ihre Einwilligung widerrufen können.

Nutzerfreundlich ist eine übersichtliche Datenschutzerklärung. Hilfestellung und Muster für eine transparente Datenschutzerklärung finden sich auf der Webseite der eCommerce-Verbindungsstelle. Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz stellt den sogenannten „One-Pager“ zur Verfügung: https://www.bmjv.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2015/11192915_Vorstellung_OnePager.html

Damit können Anbieter eine Datenschutzerklärung erstellen, welche die wichtigsten Informationen kurz und prägnant darstellt. Seit dem 24. Februar 2016 ist das „Gesetz zur Verbesserung der zivilrechtlichen Durchsetzung von Verbraucherschützenden Vorschriften des Datenschutzrechts“ in Kraft. Spätestens seit diesem Zeitpunkt lassen sich Datenschutzverstöße durch Verbraucherschutzverbände besser verfolgen.

Praxistipp

Die Datenschutzerklärung sollte auf jeder Seite des Online-Anbieters über einen speziellen Link anklickbar sein. Ein allgemeiner Hinweis auf Allgemeine Geschäftsbedingungen oder darauf, dass dem Datenschutz Rechnung getragen wird, ist nicht ausreichend.

Was ist beim Einsatz von Cookies zu beachten?

Wenn Online-Anbieter Cookies einsetzen, müssen sie die Internetnutzer darüber informieren. Cookies kommen auf Webseiten zum Beispiel dann zum Einsatz, wenn Kunden über einen Online-Shop Waren bestellen. Sie speichern dann das Passwort und ermöglichen den reibungslosen Bestellvorgang. Es sind kleine Textdateien, welche automatisch auf dem Rechner des Internetnutzers gespeichert werden.

Was gilt für den Einsatz von Tracking-Tools?

Setzen Online-Anbieter Tracking-Tools (z. B. Google Analytics oder Piwik) ein, müssen sie die Internetnutzer darüber detailliert informieren und ihnen die Möglichkeit einräumen, dem Einsatz zu widersprechen.

Tracking-Tools sind spezielle Programme, welche das Nutzerverhalten analysieren und speichern. Sie werden zum Beispiel von Suchmaschinenbetreibern und Online-Shops eingesetzt. So lässt sich herausfinden, was ein bestimmter Internetnutzer im Internet sucht, welche Produkte er vermehrt anklickt oder von welcher Webseite er kommt. Online-Anbieter können dann ihre Webseite verbessern und Werbung personalisieren, d. h. sie auf die Interessen einzelner Nutzer zuschneiden.

Praxistipp

Online-Anbieter sollten Internetnutzer anhand eines gut sichtbaren Banners auf ihren Internetseiten darüber informieren, dass sie Tracking-Tools einsetzen und dass ihrem Einsatz widersprochen werden kann. Der Banner sollte einen Link zu einem ausführlichen Informationstext enthalten, der mit der Datenschutzerklärung kombiniert werden kann.

Datentransfer in Länder außerhalb der EU?

Online-Anbieter müssen Internetnutzer darüber informieren, wenn sie personenbezogene Daten an Unternehmen außerhalb der EU weitergeben wollen. Grundsätzlich benötigen sie dann auch die Einwilligung der Nutzer. Die Einwilligung ist nur dann nicht erforderlich, wenn die Daten in dem anderen Land ausreichend geschützt werden. Die EU hat mit den USA ein Abkommen geschlossen, welches diesen Schutz gewährleisten soll (EU-US-Datenschutzschild (Privacy Shield)).

Eine Weitergabe ohne Einwilligung ist deshalb grundsätzlich möglich. Voraussetzung ist, dass das amerikanische Unternehmen sich dem Abkommen unterworfen hat.

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung

Ab dem 25. Mai 2018 wird die EU-Datenschutz-Grundverordnung unmittelbar in allen Mitgliedstaaten gelten und im Zuge dessen das Bundesdatenschutzgesetz außer Kraft treten. Damit wird sich für Anbieter einiges ändern. Neu ist zum Beispiel, dass für Unternehmen mit mehreren Niederlassungen in Europa nur noch eine Datenschutzbehörde zuständig sein wird. Viele Grundprinzipien des deutschen Datenschutzrechts bleiben jedoch erhalten: die Notwendigkeit einer Erlaubnis zum Datensammeln, die Pflicht zur Datensparsamkeit, das Prinzip der Zweckbindung und das Erfordernis eines Datenschutzbeauftragten.

Wie können Nutzer ihre Daten im Netz schützen?

Internetnutzer können sich wehren, wenn Online-Anbieter ihre Daten zu Unrecht sammeln oder weitergeben.

Auskunft, Widerspruch und Löschung

Internetnutzer können jederzeit Auskunft darüber verlangen, welche personenbezogenen Daten der Online-Anbieter über sie gesammelt hat und einen Widerspruch gegen die Datenweitergabe einlegen. Zudem können sie fordern, dass personenbezogene Daten gelöscht werden, wenn sie unerlaubt gesammelt wurden. Verweise auf Musterbriefe befinden sich auf der Webseite der eCommerce-Verbindungsstelle.

Tracking-Tools

Internetnutzer können sich dagegen wehren, dass Online-Anbieter Tracking-Tools einsetzen, d. h. analysieren, welche Seiten oder Produkte sie im Internet anklicken. Sie können dem Einsatz entweder im Einzelfall widersprechen oder ihren Browser so einstellen, dass er das Tracking blockt. Informationen darüber wie Letzteres funktioniert, stellen die Browserhersteller zur Verfügung.

Recht auf Vergessenwerden – Suchmaschinen

Der Europäische Gerichtshof (EuGH, Urteil vom 13. Mai 2014, Rechtssache C131/12) hat entschieden, dass Internetnutzer gegenüber den Betreibern von Suchmaschinen ein „Recht auf Vergessenwerden“ haben. Das bedeutet, dass Internetnutzer sich dagegen wehren können, wenn Informationen über sie mit Suchmaschinen auffindbar sind und daran kein öffentliches Interesse besteht. Sie können sich zum Beispiel dagegen wehren, dass veraltete Bilder oder Zeitungsartikel dort gefunden werden. Zur Durchsetzung dieses Rechts können Internetnutzer in einem ersten Schritt den Betreiber der Suchmaschine anschreiben mit der Aufforderung, die entsprechenden Links zu löschen.

Identitätsdiebstahl

Es gibt viele Fälle, in denen Betrüger den Namen, die Adressdaten oder die Kontoinformationen einer fremden Person nutzen, um in Onlineshops einzukaufen. Oft werden betrügerische Webseiten erstellt oder E-Mails gesendet (Phishing), um diese Daten zu erhalten. Verbrauchern wird zum Beispiel in einer E-Mail vorgetäuscht, dass sie im Lotto gewonnen haben. Unter dem Vorwand, den Gewinn auszahlen zu wollen, werden dann die Kontoinformationen abgefragt.

Verbraucher sollten deshalb sehr vorsichtig sein, bevor sie vertrauliche Informationen preisgeben. Sie sollten auch darauf achten, nur vertrauenswürdige Webseiten zu besuchen und sichere Passwörter zu nutzen. Siehe hierzu die Pressemitteilung der eCommerce-Verbindungsstelle vom 28. November 2016: https://www.ecommerce-verbundungsstelle.de/fileadmin/user_upload/eu-verbraucher/Pressemitteilungen/PM_Identitaetsklau.pdf

Tipps zum Datenschutz im Internet

Auf der Website der eCommerce-Verbindungsstelle finden Internetnutzer nützliche Tipps, wie sie ihre personenbezogenen Daten im Internet schützen können: <https://www.ecommerce-verbundungsstelle.de/themen/datenschutz/>

Was, wenn der Anbieter einer Beschwerde nicht abhilft?

Wenn Online-Anbieter auf die Beschwerde nicht reagieren oder nicht bereit sind zu kooperieren, können Nutzer sich an den Datenschutzbeauftragten des Bundeslandes, in dem der Anbieter ansässig ist, wenden. Dieser kann den Anbieter kontaktieren. Natürlich kann man sich auch an ein Gericht wenden. Die eCommerce-Verbindungsstelle berät Sie gerne persönlich darüber, wer Ihnen weiterhelfen kann.



© Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.,
Bahnhofsplatz 3, 77694 Kehl

www.cec-zev.eu

Bildnachweis

Umschlag: smart-watch © Crew/unsplash.com

Innenseiten: S.6 ipad © www.pexels.com, S.15 Shouting employees ©
Ollyy/Shutterstock.com, S.23 Drohne © Jason Blackeye/unsplash.com

Diese Broschüre erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit, sondern soll einen verständlichen Überblick über wesentliche Problem- und Themenfelder bieten. Für die Richtigkeit der in dieser Broschüre enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen.

Stand dieser Information: Dezember 2016



*Bei konkreten Fragen können Sie
uns gerne direkt kontaktieren:*

eCommerce-Verbindungsstelle Deutschland

beim Zentrum für Europäischen
Verbraucherschutz e.V. in Kehl

Tel. + 49 78 51 / 991 48 0

Fax + 49 78 51 / 991 48 11

eMail: info@eCommerce-Verbindungsstelle.de

Angesiedelt beim

Centre Européen de la Consommation
Zentrum für Europäischen Verbraucherschutz e.V.
www.cec-zev.eu

Bahnofsplatz 3 . 77694 Kehl . Deutschland

Tel.: 07851 991 48 0 . Fax: 07851 991 48 11

E-Mail: info@cec-zev.eu