

Datenschutz und E-Commerce

Eine Einführung in die wichtigsten
rechtlichen Aspekte

Von

Dr. Philipp Kramer
Rechtsanwalt

und

Michael Herrmann
Rechtsanwalt und Mediator,
Lehrbeauftragter an der Universität Lüneburg

ERICH SCHMIDT VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über dnb.ddb.de abrufbar.

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie im Internet unter
[ESV.info/3 503 08720 6](http://ESV.info/3_503_08720_6)

ISBN-13: 978 3 503 08720 4

ISBN-10: 3 503 08720 6

Alle Rechte vorbehalten

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co., Berlin 2005
www.ESV.info

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Bibliothek und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso Z 39.48-1992 als auch der ISO Norm 9706.

Satz: multitext, Berlin
Druck und Bindung: Difo-Druck, Bamberg

Vorwort

Electronic Commerce bewegt sich in einem immer enger werdenden Kreis neuer Gesetze. Die weiteren Anforderungen, die von der Rechtspraxis mittlerweile an den einzelnen Shop-Betreiber gestellt werden, sind nur schwer zu überblicken. Selbst etablierte und umsatzstarke Online-Shops erfüllen die gesetzlichen Anforderungen häufig nur ungenügend.

Die Ursachen hierfür sind vielfältig. Sie reichen von der einfachen Unkenntnis bis hin zum Unwillen, ein Mehr an gesetzlich geforderten Informationen zu Lasten der Bedienbarkeit und Benutzerfreundlichkeit eines Online-Shops zu integrieren.

Auf der anderen Seite steht selbstverständlich ein berechtigtes Interesse der Verbraucher nach Transparenz und vertrauensvollem Handeln. Dies betrifft in erster Linie den Umgang mit den im Rahmen des E-Commerce gewonnenen Kundendaten. Die Informationspflichten, die das Fernabsatzrecht (§§ 312b ff. BGB) sowie das Teledienststedatenschutzgesetz den Anbietern von E-Commerce auferlegen, sind in diesem Zusammenhang ebenfalls zu nennen. Bei näherer Betrachtung müssen die Anbieter von E-Commerce daher einen wahren Drahtseilakt vollziehen, wobei das „Drahtseil“ nicht lediglich zwischen zwei Punkten gespannt ist, sondern ein Dreieck zwischen den gesetzlichen Anforderungen an einen Online-Shop, der Benutzerfreundlichkeit des Angebotes und der Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Angebotes beschreibt.

Nachhaltig erfolgreich scheint auf Dauer nur derjenige zu sein, der diesen Dreiklang des E-Commerce beherrscht. Der Weg zu diesem Ziel ist steinig. Neben Verbraucherschutzverbänden wacht auch die eigene Konkurrenz mit Argusaugen über die Einhaltung der rechtlichen Bestimmungen. Abmahnungen und einstweilige Verfügungsverfahren sind daher eine latente Drohung für jeden Shop-Betreiber. Schlimmer noch: die Publizität von Gesetzesverstößen erschüttert das Vertrauen der Verbraucher und wird damit zu Bedrohung des eigenen Geschäftsmodells. Dies gilt mit Blick auf die steigende Sensibilisierung der Verbraucher insbesondere für

Verstöße gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen. Allein dies ist Grund genug, sich mit der Materie auseinanderzusetzen.

Das vorliegende Buch greift die praxisrelevanten gesetzlichen Bestimmungen auf und versteht sich als Leitfaden durch die häufig unübersichtliche Materie des Daten- und Verbraucherschutzes im E-Commerce. Der Fokus liegt dabei auf der Frage, wie trotz der Vielzahl an rechtlichen Vorschriften dennoch ein sowohl benutzer- als auch gesetzeskonformer E-Commerce betrieben werden kann, ohne dabei an der Attraktivität eines wettbewerbsfähigen Online-Shops einzubüßen.

Gleichwohl muss darauf hingewiesen werden, dass es aufgrund des Aufeinanderprallens von Technik, Recht und wirtschaftlichen Interessen nicht den Königsweg gibt. Ob und wie welche Bestimmungen in den eigenen Shop integriert werden müssen und können, bedarf daher immer der sorgfältigen Abwägung im Einzelfall.

Die Autoren haben sich bemüht, dem Leser dennoch ein praxisnahes Werk an die Hand zu geben, das eben diese Entscheidungsfindung erleichtert.

Unser Dank gilt Herrn Hans Gliss, der aufgrund seines Weitblicks viele wertvolle Hinweise für dieses Buch gegeben hat.

Hamburg und Lüneburg, im April 2005

Philipp Kramer und Michael Herrmann

Inhaltsverzeichnis

	Seite	Randziffer
Vorwort	5	
Inhaltsverzeichnis	7	
A. Einleitung	13	1– 11
I. Begriff	13	1– 4
II. Der E-Commerce-Markt	14	5– 7
III. Geschäftsvertrauen beim E-Commerce	15	8– 9
IV. Intelligente Verwendung von Konsumenten- daten und datenschutzrechtliche Grenzen beim E-Commerce	16	10– 11
B. Rechtliche Grundlagen	19	12– 20
I. Bundesdatenschutzgesetz	19	12
II. Bereichsspezifische Datenschutzvorschriften .	19	13– 20
1. Teledienstvorschriften	19	13– 15
2. Telekommunikationsgesetz	21	16
3. Jugendschutz	21	17– 19
4. Bereichsspezifisches Vertragsrecht	22	20
C. Rechtskonformes Online-Shopping	23	21–143
I. Einbeziehung von Allgemeinen Geschäfts- bedingungen bei Online-Shops	23	21– 31
1. Einleitung	23	21
2. Begriff der AGB	23	22– 26
a) Vorformulierte Vertragsbedingungen ..	23	23
b) Vielzahl von Verträgen	24	24
c) Einseitiges Stellen von Vertragsbe- dingungen durch eine Vertragspartei ...	24	25
d) Keine individuelle Aushandlung der Vertragsbedingungen	24	26
3. Einbeziehung der AGB	25	27– 30
a) Hinweis auf AGB	26	28
b) Zumutbare Kenntnisnahme	26	29

	Seite	Randziffer
c) Einverständnis des Kunden	27	30
4. Sonstige Verpflichtungen	28	31
II. Vorschriften über den Fernabsatz von Waren und Dienstleistungen	28	32–101
1. Unternehmer und Verbraucher	28	32
2. Vertragsgegenstand	28	33
3. Fernkommunikationsmittel	29	34– 38
4. Für den Fernabsatz organisiertes Vertriebs- und Dienstleistungssystem	31	39
5. Beweislast	33	40
6. Ausnahmen vom Anwendungsbereich	33	41– 49
a) Fernunterrichtsverträge, § 312b Abs. 3		
Nr. 1 BGB	34	42
b) Verträge über Teilzeitwohnrechte, § 312b Abs. 3 Nr. 2 BGB	34	43
c) Versicherungen und deren Vermittlung, § 312b Abs. 3 Nr. 3 BGB	35	44
d) Immobiliengeschäfte, § 312b Abs. 3		
Nr. 4 BGB	35	45
e) Verträge über Haushaltsgegenstände des täglichen Bedarfs und Lebensmittel, § 312b Abs. 3 Nr. 5 BGB	36	46
f) Verträge über Unterbringung, Beförde- rung oder Lieferung von Speisen, § 312b Abs. 3 Nr. 6 BGB	38	47
g) Automatenverträge, § 312b Abs. 3 Nr. 7		
Buchst. a BGB	39	48
h) Öffentliche Fernsprecher, § 312b Abs. 3		
Nr. 7 Buchst. b BGB	39	49
7. Informationen nach Fernabsatzrecht	40	50– 78
a) Überblick	40	51
b) Vorvertragliche Phase	41	52– 63
c) Vertragliche Phase	48	64
d) Form der Unterrichtung	48	65
e) Zeitpunkt der Unterrichtung	49	66– 67
f) Inhalt der Information nach Vertrags- schluss	49	68– 77

	Seite	Randziffer
g) Ausnahmen von der Pflicht zur Information des Verbrauchers	54	78
8. Widerrufs- und Rückgaberecht	55	79– 89
a) Überblick	55	79
b) Inhalt des Widerrufsrechts.	55	80– 83
c) Erklärung des Widerrufs	56	84
d) Erklärung in Textform	56	85
e) Rücksendung der Ware	57	86
f) Widerrufsfrist	57	87– 89
9. Ausschluss des Widerrufsrechts.	58	90– 96
10. Erlöschen des Widerrufsrechts	59	96
11. Rechtsfolgen des Widerrufs.	60	97– 98
12. Rückgaberecht statt Widerrufsrecht.	61	99–101
III. Sonstige Pflichten im elektronischen Geschäftsverkehr, § 312e BGB	62	102–112
1. Anwendungsbereich	62	103–104
a) Sachlicher Anwendungsbereich.	62	103
b) Persönlicher Anwendungsbereich.	63	104
2. Pflichten des Unternehmers	63	105–109
3. Ausnahmen vom Anwendungsbereich	66	110
4. Rechtsfolgen	66	111
5. Weitergehende Informationspflichten	67	112
IV. Bedeutung des TDG für Online-Shops	67	113–143
1. Zweck des Gesetzes	67	113
2. Anwendungsbereich	67	114–115
a) Sachlicher Anwendungsbereich.	67	114
b) Persönlicher Anwendungsbereich.	67	115
3. Pflichten von Online-Shopbetreibern nach TDG	68	116–143
a) Impressum	68	117–134
(1) Inhalt der Information.	68	118–125
(2) Gestaltung der Informationen	70	126–130
(3) Rechtsfolgen des Verstoßes gegen die Impressumspflicht	71	131–134
b) Informationen über kommerzielle Kommunikation, § 7 TDG.	72	135–143

	Seite	Randziffer
(1) Begriff der kommerziellen Kommunikation	72	136
(2) Angabepflichten	73	137–141
(3) Gestaltung der Informationen	74	142
(4) Rechtsfolgen von Pflichtverletzungen bei kommerzieller Kommunikation . .	74	143
D. Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von Kundendaten	75	144–217
I. Begriffsbestimmungen	75	144–164
1. Bestandsdaten	75	145
2. Nutzungsdaten	75	146–147
3. Abrechnungsdaten	76	148
4. Inhaltsdaten	76	149
5. Personenbezogene Daten	76	150–154
6. Pseudonym	78	155–156
7. Anonymisierte Daten	79	157
8. Cookies	79	158–160
9. Web Bugs	80	161–163
10. Nutzerprofile	81	164
II. Anlegen von Nutzerprofilen	81	165–182
1. Allgemein	81	165–166
2. Aktuelle Rechtsauffassung	82	167–177
3. CRM	86	178–182
a) Zweck des CRM	86	178–179
b) Rechtfertigung des CRM	87	180–182
III. CRM und E-Commerce	88	183–217
1. Tele- und Mediendienste	88	184
2. Parteien des Rechtsverhältnisses im E-Commerce	89	185
3. Art von Daten und anwendbare Gesetze	89	186–189
4. Anwendungsumfang der strengen Regeln des TDDSG	91	190–195
a) Bestands- und Nutzungsdaten für Kernzwecke	91	192
b) Bestands- und Nutzungsdaten für weitere Zwecke	92	193

	Seite	Randziffer
c) BDSG statt TDDSG für Inhaltsdaten (Geschäftsdaten)	92	194–195
5. Nutzerprofile mit Internetdaten (Bestands- und Nutzerdaten)	93	196–197
a) Nutzerprofile unter dem Namen des Nutzers	93	196
b) Nutzerprofile unter einem Pseudonym des Nutzers.	95	197
6. Nutzerprofile mit Inhaltsdaten	95	198–206
a) Vertrag	95	200–201
b) Überwiegen berechtigter Interessen des Unternehmens.	96	202
c) Einwilligung	96	203
d) Widerspruchsrecht	97	204
e) Benachrichtigungspflicht	98	205
f) Auskunftsrecht des Betroffenen	98	206
7. Besonderheiten beim Speichern der IP-Nummer	98	207
8. Besonderheiten des Newsletters.	99	208–217
a) Begriff und Wirkung	99	208–209
b) Rechtliche Zulässigkeit nur mit Ein- willigung	99	210–213
c) Ausnahmen vom Einwilligungserfor- dernis	101	214–217
E. Strafrechtliche Aspekte/Ordnungswidrigkeiten	103	218–240
I. Einleitung	103	218
II. Selbstkontrolle und Kontrolle durch die Aufsichtsbehörden	103	219–229
1. Selbstkontrolle durch den betrieblichen Datenschutzbeauftragten	104	220
2. Anforderungen an den Datenschutz- beauftragten	106	221–223
a) Fachkunde	107	222
b) Zuverlässigkeit.	107	223
3. Aufgaben des Datenschutzbeauftragten	108	224
4. Kontrolle durch die Aufsichtsbehörden.	108	225

	Seite	Randziffer
III. Ordnungswidrigkeitenrecht.....	110	230–239
IV. Strafvorschriften.....	114	240
Anhang A: Auszug aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) 115		
Anhang B: Verordnung über Informations- und Nachweispflichten nach bürgerlichem Recht 124		
Muster für die Widerrufsbelehrung (zu § 14 Abs. 1 und 3 BGB-InfoV) ... 129		
Muster für die Rückgabebelehrung (zu § 14 Abs. 2 und 3 BGB-InfoV) ... 134		
Literaturverzeichnis.....	137	
Autorenverzeichnis.....	139	
Stichwortverzeichnis.....	141	