

RECHT IM

Von Ralph Wyss

Während KMU ihre Kunden bisher vor allem regional und national akquiriert haben, eröffnet ihnen das Internet innerhalb der Sprachbarrieren einen globalen Markt. Dem ist mit entsprechenden Sicherheits- und Vorsichtsmassnahmen Rechnung zu tragen.

Geschäfte über das Internet werfen nur wenige grundsätzlich neue Rechtsfragen auf. Viele Rechtsfragen lassen sich bereits dann einfach beantworten, wenn man das Medium «Internet» versteht. Viele bisher kaum bedeutende Rechtsgebiete erhalten aber durch das Internet ein völlig neues Gewicht (z.B. Steigerungskauf). Und schliesslich wirft das Internet auch einige Fragestellungen auf, für die unsere Gesetze keine oder eine stossende Lösung bieten. Nachfolgend werden einige dieser vie-

*Dr. iur. Ralph Wyss
ist Rechtsanwalt bei BBLP Meyer-Lustenberger
in St.Gallen. Er betreut eine Rubrik zu Rechtsfragen
des Internet in der Electronic Mall Bodensee
(www.emb.net).*

len Fragen für KMU in möglichst einfacher Weise und unter Annahme des schweizerischen Rechts dargestellt. Dabei geht es nicht darum, ein konkretes Problem rechtlich präzise abzuhandeln, sondern einfache Ansätze für die Praxis zu liefern. Die Lösung des konkreten Einzelfalles ist jedoch meist komplizierter und bedarf daher im Streitfall oder bei wesentlichen Risiken oder Engagements immer der speziellen Beratung durch eine Fachperson.

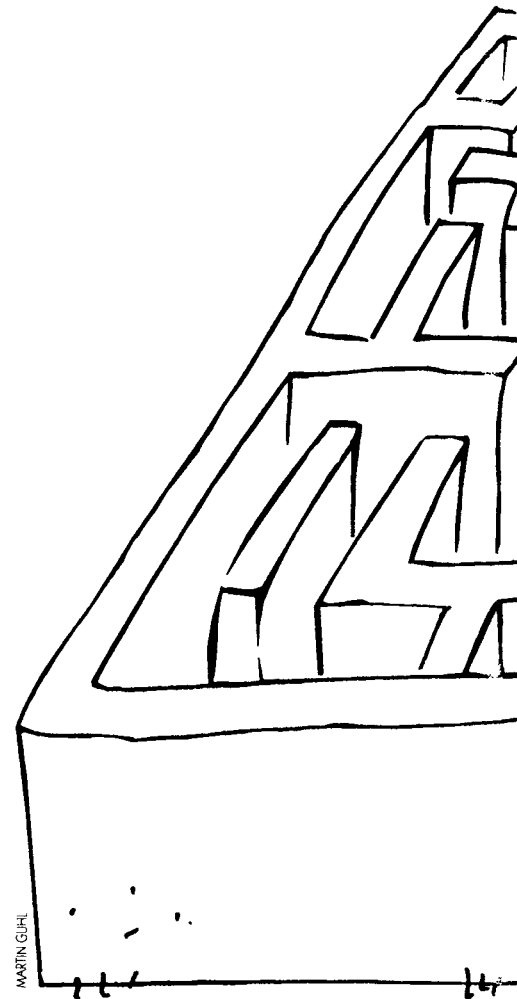


→ Kann man einen Vertrag über das Internet gültig schliessen?

Die meisten Verträge können formlos, also ohne Ausstellen einer schriftlichen Vertragsurkunde geschlossen werden. Genau so, wie man via Telefon gültig etwas bestellen kann, geht dies auch über das Internet. Der Vorteil des Internet ist ausserdem, dass die gegenseitigen Äusserungen schriftlich vorliegen. Nun lassen sich bekanntlich elektronische Dokumente mühelos verändern.

Um solchen Eingriffen durch den Vertragspartner vorzubeugen, empfiehlt es sich, wichtige E-Mails mit digitalen Unterschriften zu versehen. So gesicherte e-mails können durch den Empfänger nicht mehr verändert werden. Gleichzeitig hat auch der Empfänger die Möglichkeit zu beweisen, dass er das Mail genau so empfangen hat, wie es in seiner Mailbox liegt. Ein gerichtlicher Beweis kann notfalls unter Zuhilfenahme eines Sachverständigen erbracht werden.

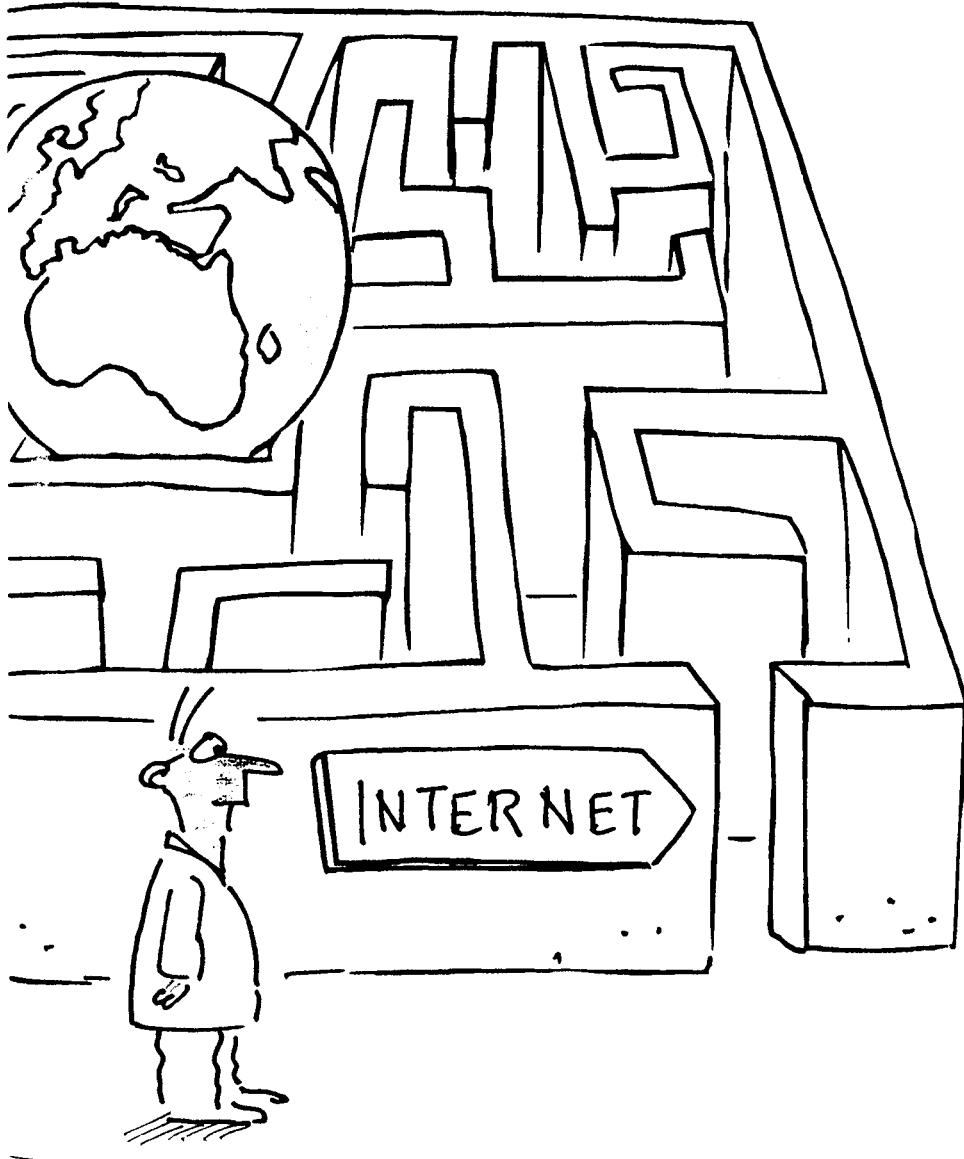
Ein Problem ist damit allerdings noch nicht gelöst, nämlich die zweifelsfreie Identifikation des Absenders. In der Schweiz ist zu diesem Zweck eine Verordnung des Bundesrates [1] geplant,



MARTIN GIJHI

welche vorerst unverbindliche Richtlinien für Anbieter von digitalen Signaturen aufstellen soll. Das Ziel dieser Initiative ist es, die gesammelten Erfahrungen später in ein Gesetz einfließen zu lassen, welches dann zwingende Qualitätserfordernisse aufstellt und der digitalen Signatur im Gegenzug auch gewisse Rechtswirkungen verleiht. International bestehen teilweise schon weitergehende

INTERNET



Regeln (z.B. in Deutschland, Spanien usw.). Ebenfalls hat die EU letztes Jahr eine Richtlinie zu digitalen Signaturen vorgeschlagen [2].

Bis wir aber so weit sind, dass ein digital signiertes Dokument rechtlich einem schriftlichen Vertrag oder gar einer öffentlichen Urkunde (z.B. Erbvertrag, Grundstückkauf) gleichgestellt wird, dürften noch einige Jahre vergehen.



→ Ist eine Auslage im Internet-Laden eine verbindliche Offerte?

Es kann heute als zunehmend gesichert angesehen werden, dass eine Ausschreibung von materiellen Waren (z.B. ein Fahrrad) im Internet-Laden nur als Ein-

ladung an den Kunden gilt, eine Offerte zu machen. Der Laden muss die Ware also nicht beliebig vorrätig halten und kann unter gewissen Bedingungen auch nachträgliche Preisänderungen vornehmen.

Anders sieht es hingegen bei Angeboten aus, welche direkt über das Internet bezogen werden können (z.B. Download von Programmen oder Musik). Hier wird der Vertrag bereits durch die Bestellung des Kunden gültig geschlossen.

Selbstverständlich können Geschäftsbedingungen eines Internet-Ladens diese Regeln auch ändern. Allerdings müssen diese Geschäftsbedingungen so formuliert und im Internet-Laden publiziert sein, dass sie gültig sind.



→ Sind Kreditkarten im Internet ein Risiko?

Kreditkarten sind immer attraktive Objekte für Betrüger. Dies ändert sich auch im Internet nicht. Erfolgen Zahlungen mit Kreditkarte ohne besondere Schutzmassnahmen, liegt das Risiko in der Regel beim Internet-Laden. Denn, wenn der Kunde und Karteninhaber die Richtigkeit der Belastung auf seinem Monatsauszug bestreitet, wird die Zahlung dem Internet-Laden nachträglich wieder belastet. Es liegt dann an diesem zu beweisen, dass die Ware gültig bestellt, zugestellt und noch nicht bezahlt wurde.

Aus Sicht eines Internet-Ladens empfiehlt es sich daher, zumindest für grössere Beträge sichere Transaktionsverfahren einzuführen, welche gleichzeitig das Restrisiko dem Kunden überwälzen. Aktuelles Beispiel dafür ist SET [3].



→ Darf man Kundendaten im Internet sammeln und auswerten?

Das Internet bietet enorme Möglichkeiten zur Sammlung und Auswertung von Kundendaten. Dies dient auch dem Kunden, indem er entsprechend seinen Wünschen und Gewohnheiten bedient werden kann. Die schweizerischen und auch europäischen Regeln zum Datenschutz sehen jedoch, einfach ausgedrückt, vor, dass Daten nur zum beim Erheben erkennbaren Zweck verwendet werden dürfen. Eine klare und nach aussen kommunizierte Richtlinie zur Verwendung der Kundendaten ist dem Internet-Laden daher dringend zu empfehlen.

Es ist also nicht zulässig, ohne Zustimmung des Kunden die Daten einem anderen Anbieter entgeltlich oder unentgeltlich zur Verfügung zu stellen. Da hilft auch eine standardmässig angeklickte Erklärung des Kunden nichts, wonach dieser mit einer beliebigen Bearbeitung oder Verwendung seiner Daten einverstanden sei.

Stimmt der Kunde hingegen ausdrücklich zu, dass seine Daten für ganz spezifische weitere Dienstleistungen verwendet werden, ist dagegen nichts einzuwenden. Vorsicht ist ausserdem geboten, wenn Kundendaten ins Ausland transportiert werden. Gewisse Länder, namentlich die USA, gelten datenschutzrechtlich als unsicher.

Ein Export von Personendaten in solche Länder ist nur unter sehr restriktiven Bedingungen erlaubt.



→ Darf man beim Bau seiner Homepage Inhalte fremder Homepages verwenden?

Verlockend ist es in jedem Fall. Wenn eine Confiserie Pralinen über das Internet verkauft und dabei noch einige Hintergrundinformationen zur Herstellung von Schokolade einblendet (z.B. mittels Frame-Seiten), welche von einer Homepage eines Schokoladeherstellers stammen, dann wird dieser wohl einverstanden sein – zumindest dann, wenn er selbst Lie-

ferant der Pralinschokolade ist. Wenn hingegen eine Confiserie Inhalte der Homepage einer Konkurrentin verwendet, um möglichst billig selbst einen tollen Auftritt im Internet zu haben, dann ist dies ein klarer Gesetzesverstoss. Klare technische Regeln gibt es leider nicht. Nicht jedes einbezogene Frame ist schon ungesetzlich, und umgekehrt ist nicht jeder klar erkennbare Link von vornherein unproblematisch.

Gut fährt, wer einen eigenständigen Auftritt realisiert und allenfalls problematische Links zu Dritten von vornherein mit diesen abspricht.



→ Kann man sich wehren, wenn ein Dritter die eigene Firma als Domain reserviert hat?

Leider fehlt jede spezialgesetzliche Regelung zu Domains, obwohl diese im Laufe der letzten Jahre eine Bedeutung erlangt haben, die teilweise diejenige von Marken übersteigt. Dies führt dazu, dass keine klaren Aussagen zu dieser Frage gemacht werden können. Je nach Einzelfall muss beurteilt werden, ob die betroffene Firma ein besseres Recht an der Domain hat als der Dritte, welcher sie aktuell besitzt. Rechtliche Instrumente zur Durchsetzung eines besseren Rechts finden sich üblicherweise im Marken- oder Wettbewerbs-, teilweise auch im Namensrecht.

Es empfiehlt sich daher, vor der Publikation einer neuen Firma oder Marke vorsorglich immer auch gleich die passende Domain zu reservieren.

Vergessen sollte man überdies auch nicht ähnliche Domains. Wer also z.B. die Domain «technikseminar.ch» reserviert, sollte sich auch fragen, ob er nicht gleichzeitig «technik-seminar.ch», «technikseminare.ch» und allenfalls weitere Domains reservieren will, um spätere Auseinandersetzungen von vornherein zu vermeiden.



→ Spielt es eine Rolle, in welchem Land der Internet-Server steht?

Zunächst einmal kommt es darauf an, ob

es sich beim Internet-Server um eine reine Werbepattform oder um einen funktionierenden Handelsauftritt handelt. Insbesondere im zweiten Fall diskutiert die OECD zurzeit die Möglichkeit, am Standort des Servers eine steuerpflichtige Betriebsstätte anzunehmen. Dies kann natürlich interessant sein, wenn beispielsweise der Server einer deutschen Firma in der steuerlich billigeren Schweiz steht. Gleichzeitig kommt aber die Frage auf, welcher Richter bei Streitigkeiten über Geschäfte auf diesem Server zuständig und welches Recht darauf anwendbar ist. Diese Fragen sind allgemein kaum zu beantworten. Zurzeit behandelt das europäische Parlament eine Direktive [4], welche dies zumindest innerhalb der EU regeln will. Ausserhalb der EU kommen jedoch weiterhin die allgemeinen Regeln des internationalen Privatrechts zur Anwendung.

Wenn immer möglich sollten daher beim Handel über Internet Rechtswahl- und Gerichtsstandsvereinbarungen geschlossen werden.

Schliesslich haben der Server-Standort sowie weitere Anknüpfungspunkte Einfluss auf die Anwendbarkeit von Gesetzen zum Schutz der öffentlichen Sicherheit und Ordnung, zwingenden Konsumentenschutzbestimmungen und Ähnlichem. Auch hier herrscht grosse Unsicherheit. Empfehlenswert ist es in jedem Fall, dieser Frage vor Realisierung eines neuen Internet-Projektes grosse Beachtung zu schenken.



→ Ist es bei all diesen Risiken nicht empfehlenswert, mit dem Internet-Auftritt noch einige Jahre zu warten?

Die Praxis zeigt, dass deutlich weniger passiert, als theoretisch passieren könnte. Geschäfte über Internet sind bei vernünftiger Planung nicht riskanter als solche über andere Kanäle. Das grösste Risiko, welches ein Unternehmen angesichts des Internet heute eingehen kann, ist wohl, das Internet zu ignorieren. ○

Weitergehende Informationen:
 [1] http://www.bakom.ch/ger/subpage/?category_104.html
 [2] <http://www2.echo.lu/legal/en/econimerc/dhsig.html>
 [3] <http://www.set.ch>
 [4] <http://europa.eu.int/eur-lex/en/com/dat/1999/en599PC0427.html>
 Der vorliegende Beitrag ist die erweiterte Fassung eines Referates des Autors anlässlich der Fachtagung «Geschäftserfolg im Internet» am 8. November 1999 in der Kartause Ittingen unter dem Patronat der Thurgauer Kantonalbank.