

### E-Commerce

Die Bemühungen um die Anpassung des Rabatt- und Zugaberechts an die EU-Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Richtlinie), die im Laufe des kommenden Jahres umzusetzen sein wird, aber auch die EU-Richtlinie über elektronische Signaturen, zeigen die Aktualität des Themas E-Commerce.

#### **Begriff und Ausprägungen:**

Heute bezeichnet E-Commerce (**EC** oder auch **elektronischer Geschäftsverkehr**) alle Geschäftstätigkeiten eines Unternehmens oder einer Privatperson, bei denen die Nutzung elektronischer Medien zur Kommunikation eine tragende Rolle spielt. Es lassen sich dabei grob vier Ausprägungsformen unterscheiden: der Handel zwischen Unternehmen („business-to-business“ oder auch „B2B“), der Handel zwischen Unternehmen und Konsumenten („B2C“, „business-to-consumer“), der Handel zwischen Unternehmen und der öffentlichen Hand („business-to-government“) sowie der Handel zwischen Privatpersonen („consumer-to-consumer“). EC ist inzwischen in den meisten traditionellen Markttypen, wie Börsen, Waren- oder Versandhäusern etabliert, wobei der Grad der elektronischen Unterstützung von Unternehmen zu Unternehmen variiert. Während im Bereich business-to-consumer die Umsätze noch gering sind, breitet sich EC zwischen Betrieben mit hohem Tempo aus. Im internationalen Vergleich liegen deutsche Unternehmen beim Einsatz von elektronischem Geschäftsverkehr im Mittelfeld.

Im Wege von EC werden weltweit Daten zur Vertragsanbahnung und –abwicklung, für den Verkauf und Einkauf, zur Zahlungsabwicklung und für den After Sales Service ausgetauscht. Hierdurch ändert sich das Wirtschaftsleben in dreierlei Weise. Zum einen richten sich die Märkte global aus und gewinnen an Dynamik, da E-Commerce die Bedeutung geographischer Grenzen verwischt. Zum anderen ist durch die Anwendung von business-to-business eine weitreichende Spezialisierung der Unternehmen möglich und sinnvoll, so dass sich die Wertschöpfungsketten für Produkte verkürzen. Ferner treten speziell auf das Internet zugeschnittene neue Geschäftsmodelle in Konkurrenz zu den alten Modellen. Aus diesen Gründen bringt EC zwei große **Vorteile** mit sich: Kosteneinsparung und Neugeschäft.

Zum Beispiel werden virtuelle Marktplätze und sogenannte B2B Handelsplattformen errichtet. Diese erlauben ein günstigeres und zeitsparendes Einkaufen, in dem sie Angebot und Nachfrage direkt zueinander führen. Oft gründen Firmen der selben Branche im Rahmen eines Joint Ventures eine eigene Plattform und bündeln so ihre Einkaufsmacht. In kürzester Zeit kann so das weltweit günstigste Angebot ausgewählt werden. Andererseits besteht darin auch die Gefahr, dass die Zulieferer durch den erhöhten Druck ihr Verhalten abstimmen oder horizontal fusionieren, um verlorene Verhandlungsmacht zurückzugewinnen.

„Powershopping“ heißt eine andere Verkaufsidee, die sich die technischen Möglichkeiten des Internets zunutze macht. Dabei handelt es sich um Internetsammelbestellungen, die den Ausgabepreis senken, wenn und soweit sich mehrere Käufer für ein virtuell angebotenes Produkt entscheiden. Erheblich vereinfacht hat sich zudem der Verkauf von digitalisierten Produkten wie z.B. Software, Musik oder Videos. Bei diesen sogenannten Download-Fällen vollzieht sich von der Anbahnung des Vertrags bis zu dessen Abwicklung jeder Verkaufsschritt online.

#### **Rechtliche Rahmenbedingungen:**

Selbst die moderne Form des **Vertragschlusses** im Internet erfordert im Wesentlichen keine neuen Vorschriften, sondern lässt sich nach den Regeln des BGB befriedigend lösen. Angebote auf

Homepages im Internet sind mit Offerten in Versandkatalogen zu vergleichen und daher nur als Aufforderung zur Abgabe einer Willenserklärung (invitatio ad offerendum) zu verstehen. Der eigentliche Vertragsschluss kommt erst durch das Absenden der eigenen Willenserklärung mittels E-Mail (Angebot) und der darauf folgenden Bestätigung (Annahme), die aber auch in der Erfüllung – z.B. beim Download von Software - gesehen werden kann, zu Stande. Dazu muss die E-Mail – vergleichbar mit dem klassischen Brief, der in den Hausbriefkasten eingeworfen wird – abrufbereit in der Mailbox angekommen sein. Für den Vertragszeitpunkt ist zwischen gewerblicher und privater Nutzung zu unterscheiden. Bei gewerblicher Nutzung der Mailbox ist der Zugang der Annahme während der gesamten Geschäftszeit anzunehmen. Geht eine Nachricht außerhalb der Geschäftszeit ein, erfolgt der Zugang bei deren Wiederbeginn. Bei Privatnutzung jedoch gilt die E-Mail frühestens am nächsten Tag als zugegangen, da hier weder eine allgemein übliche Zustellzeit noch ein genereller Abfragezeitpunkt, wann die Nutzer ihre Mailbox überprüfen, festgelegt werden kann.

Zu den **Nachteilen** des elektronischen Handels gehören die Manipulationsfähigkeit und die Vertraulichkeitslücken des Datenaustausches per Computer. Überall dort, wo das Gesetz eine bestimmte Form anordnet (z.B. § 126 BGB), ist der Vertragsschluss durch Mausclick problematisch. Daher sind **digitale Signaturen** entwickelt worden, die eine sehr sichere Verschlüsselung und Verifizierung elektronischer Daten ermöglichen. Von einem Schlüsselregister (Zertifizierungsstelle) werden je ein öffentlicher und ein privater Schlüssel ausgegeben. Mit dem privaten Schlüssel erstellt der Absender eine elektronische Kurzform des Dokumentes, die mit dem öffentlichen Schlüssel vom Empfänger entschlüsselt werden kann. Dieser sog. „public-key“ wird dem Adressaten entweder vom Autor mitgeteilt oder einem öffentlichen (Online-)Verzeichnis entnommen. Hierdurch können Echtheits-, Identitäts- und Beweisfunktion von gesetzlichen Formvorschriften gewahrt werden. Aus diesen Gründen ist die digitale Signatur nach Art. 5 I RLeS (**Richtlinie** über gemeinschaftliche Rahmenbedingungen für elektronische Signaturen, bis 19.07.2001 in nationales Recht umzusetzen) einer eigenhändigen Unterschrift gleichzustellen und sind in dieser Weise signierte Daten im Prozess als Beweismittel zuzulassen. Lediglich dort, wo der gesetzliche Formzwang auch vor Übereilung schützen und den Erklärenden warnen soll, helfen digitale Signaturen nicht weiter.

Beim grenzübergreifenden elektronischen Handel stellt sich die Frage, welches Recht anzuwenden ist. Durch die **E-Commerce-Richtlinie** der EU - verabschiedet am 08.06.2000 und bis zum 17.1.2002 in nationales Recht umzusetzen - gilt grundsätzlich das in Art. 3 verankerte **Herkunftslandprinzip**. Danach ist das „Heimatrecht“ des Landes maßgeblich, in dem der Anbieter der vertragscharakteristischen Leistung seinen Sitz hat. Dies gilt jedoch nicht für Verbraucherverträge, die nach Art. 3 Abs. III i.V.m. der Anlage ausdrücklich von den Regelungen der Richtlinie ausgenommen sind. Nach Internationalem Privatrecht besteht hier grundsätzlich freie Rechtswahl (Art. 27 Einführungsgesetz zum BGB). Unabhängig davon, welches Recht die Parteien vereinbart haben, findet bei Internetgeschäften eines Verbrauchers, die er von Deutschland aus tätigt, Art. 29 EGBGB Anwendung. Diese Vorschrift erhält ihm den Schutz der zwingenden Bestimmungen des deutschen Rechts, soweit das gewählte Recht über keine vergleichbare Regelung verfügt. Hierzu gehören insbesondere **Verbraucherschutzbestimmungen**, wie z.B. das Gesetz über Allgemeine Geschäftsbedingungen. Indes bestehen erhebliche praktische Schwierigkeiten, Ansprüche gegen Anbieter außerhalb des Geltungsbereichs des Europäischen Gerichtsstands- und Vollstreckungsübereinkommen durchzusetzen.

Durch das **Gesetz über Fernabsatzverträge** vom 27.06.2000 sind bereits einige europarechtliche Verbraucherschutzvorschriften in nationales Recht transformiert worden, die besonders für den EC relevant sind. Erfasst werden –mit Ausnahmen- Verträge, die planmäßig durch den Einsatz von Fernkommunikationsmitteln (WWW, E-Mail, Telefon usw.) abgeschlossen werden. Hierbei werden dem Anbieter detaillierte Informationspflichten auferlegt, während das Widerrufsrecht des Kunden gestärkt wird.

Quellen u.a.: [www.ec-net.de](http://www.ec-net.de); [www.bsi.de](http://www.bsi.de);

- Taupitz/Kritter, Electronic Commerce – Probleme Bei Rechtsgeschäften im Internet, in: JuS 99, 839 ff.;
- Roßnagel, Digitale Signaturen im europäischen elektronischen Rechtsverkehr, in: K&R 00, 313 ff.;
- Bender/Sommer, E-Commerce-Richtlinie: Auswirkungen auf den elektronischen Geschäftsverkehr in Deutschland, in: RIW 00, 260 ff.

**Bearbeiter:** gepr. Rechtskandidat Leptien, Fachbereich V - Wirtschaft und Technologie, Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, Angelegenheiten der neuen Länder, Tourismus -, Tel.:(0228)16-23573

