

Ländervergleich der rechtlichen Grundlagen

Vergleichen Sie hier die rechtlichen Grundlagen in ausgewählten Zielmärkten. Mit Hilfe der Suchfilter am rechten Seitenrand können Sie Länder hinzufügen oder abwählen und den Ländervergleich individuell auf Ihre Zielmärkte einschränken.

Übersicht

[Deutschland: Rechtliche Grundlagen](#)

[Indien: Rechtliche Grundlagen](#)

[Italien: Rechtliche Grundlagen](#)

[Japan: Rechtliche Grundlagen](#)

[Mexiko: Rechtliche Grundlagen](#)

[Nigeria: Rechtliche Grundlagen](#)

[Russland: Rechtliche Grundlagen](#)

[Tschechische Republik: Rechtliche Grundlagen](#)

[USA: Rechtliche Grundlagen](#)

[VR China: Rechtliche Grundlagen](#)

[Vereinigtes Königreich: Rechtliche Grundlagen](#)

Deutschland: Rechtliche Grundlagen

Der deutsche Onlinehandel steht unter starkem Einfluss des EU-Rechts. Einen Überblick verschafft unser Beitrag zum [EU-Recht im E-Commerce](#) ▶.

Vertragsschluss und Informationspflichten im Onlinehandel regeln vor allem das Bürgerliche Gesetzbuch und das Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch, die auch einschlägige EU-Richtlinien umsetzen. Besonderes Augenmerk verdient unter anderem die Buttonlösung. Nach dieser kommt ein Vertrag bei Nutzung eines Bestellbuttons im E-Commerce nur zustande, wenn diese Schaltfläche gut lesbar mit den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder entsprechend eindeutig beschriftet ist. Nach der Gesetzesbegründung sollen „bestellen“ oder „Bestellung abgeben“ regelmäßig nicht ausreichen. Das Oberlandesgericht (OLG) Köln entschied 2016, dass „Jetzt gratis testen - danach kostenpflichtig“ ebenfalls nicht eindeutig genug ist.

Das OLG Hamm urteilte 2013, dass für einen im Ausland ansässigen Reisedienstleister, der online deutsche Kunden anspricht, grundsätzlich deutsche Impressum- und Verbraucherinformationspflichten gelten.

Verbraucher haben bei Fernabsatz- und E-Commerce-Verträgen Widerrufsrechte von mindestens 14 Tagen ab Erhalt der Ware. Allerdings beginnt die Widerrufsfrist ohne ordentliche Belehrung des Verbrauchers nicht zu laufen. In diesem Fall erlischt das Widerrufsrecht grundsätzlich erst zwölf Monate und 14 Tage nach Vertragsabschluss.

Ein Vertrauensdienstegesetz zur Konkretisierung europäischer Vorgaben für den Abschluss von elektronischen Transaktionen ist derzeit in parlamentarischer Beratung. Neben der bestehenden elektronischen Signatur sollen künftig auch elektronische Siegel, Zeitstempel, Zustelldienste und Webseitenzertifikate den Onlinevertragsabschluss einfacher, medienbruchfreier und beweiskräftiger machen.

Sebastian Schulz, Leiter Rechtspolitik & Datenschutz beim bevh, sieht als einige aktuelle „Don'ts“ im deutschen E-Commerce die Kundenreaktivierung oder Zufriedenheitsumfragen ohne Erlaubnis sowie das Verlangen einer Gebühr für Servicehotlines. bevh und Händlerbund informieren online und in Newslettern regelmäßig über Abmahnfallen und Muster-AGB.

Zum Vorschlag der EU-Kommission zur Einschränkung von Geoblocking mahnt der Mittelstandsmonitor für EU-Vorhaben des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie und zahlreicher Wirtschaftsverbände vom Mai/ Juni 2017 den Schutz der Vertragsautonomie der Händler an. Der Vorschlag könne zu Einschränkungen der Vertragsfreiheit insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen führen, die Auslandsmärkte erst langsam erschließen und nicht auf viele Bestellungen in verschiedenen Sprachen ausgerichtet sind.

Text: Udo Sellhast

Indien: Rechtliche Grundlagen

Die Entwicklung von Smart Cities, E-Government und E-Commerce sind zentrale Bestandteile des Programmes zur wirtschaftlichen Entwicklung der indischen Regierung. Dazu sind verschiedene Normen wie der „Information Technology Act“ und die „National Cyber Security Policy“ erlassen worden.

Gleichfalls schützt die Verfassung das Persönlichkeitsrecht, jedoch sind diese Rahmenbedingungen noch sehr vage. So besteht keine Behörde, die die Datensicherheit beaufsichtigt und ebenfalls keine Registrierungspflicht zur Datenweiterverarbeitung. Gleichfalls gibt es keine Regelungen zu elektronischem Marketing (Spam-E-Mails). Der Datentransfer in das Ausland ist gestattet sofern die allgemeinen Datenschutzbestimmungen gemäß indischer Standards eingehalten werden. Durch die Einführung der Goods and Service Tax (GST) vereinfacht sich die Versteuerung von Onlinetransaktionen.

Die Betätigung im E-Commerce durch ausländische Anbieter unterliegt Beschränkungen. So legt die Press Note 3 vom 29.3.16 die Grenzen eines ausländischen Engagements im E-Commerce fest. Danach ist der B2B-E-Commerce (Business-to-Business) ausländischen Anbietern vollständig geöffnet, der B2C-E-Commerce (Business-to-Consumer) ist allerdings nur unter engen Voraussetzungen möglich.

Dies befindet sich im Einklang mit den Vorschriften zum Einzelhandel mit Filialgeschäften. So bestehen im indischen Einzelhandel Beschränkungen für ausländische Unternehmen, die mehrere Marken führen. Investitionen sind nur mit einer Beteiligung bis zu 52% möglich. Die Errichtung von Multi-Brand-Retail, und damit die Eröffnung von Super- oder Hypermärkten durch ein indisch-ausländisches Joint Venture unterliegt dem regierungsbehördlichen Genehmigungsverfahren (Government Approval Route). Voraussetzung ist eine ausländische Mindestinvestition von 100 Mio. US\$. Auch dürfen ausländisch investierte Super- und Hypermärkte grundsätzlich lediglich in Städten mit einer Einwohnerzahl von mehr als 1 Mio. Einwohnern eröffnet werden.

Dies wirkt sich auch im E-Commerce aus, so ist der Betrieb einer B2C-Onlineplattform mit Lagerhaltung nicht gestattet. Erfolgt der Vertrieb durch eine Onlineplattform mit Angeboten verschiedener Unternehmen (Geschäftsmodell Amazon) darf diese maximal 25% Umsatz durch einen Anbieter erzielen. In diesem Fall obliegen die Pflichten für Lieferung und Gewährleistung dem Verkäufer.

Text: Robert Herzner

Italien: Rechtliche Grundlagen

Im Verhältnis Business-to-Consumer (B2C) sind die maßgeblichen Rechtsgrundlagen das Gesetz vom 11.3.14 zur Umsetzung der Verbraucherschutzrichtlinie, welches das Verbraucherschutzgesetzbuch (Codice del Consumo) entsprechend geändert hat, die gesetzesvertretende Verordnung vom 09.04.2003 zur Umsetzung der [E-Commerce-Richtlinie](#) ▶ sowie der Codice dell'amministrazione digitale, der Form- und Zugangsfragen regelt.

Zu beachten sind die in Art. 52 Codice del Consumo aufgeführten Informationspflichten bei Fernabsatzverträgen, denen auch ein Vertrag im Rahmen des E-Commerce zuzuordnen ist. Hinzu kommen Informationspflichten gemäß Art. 12 der erwähnten gesetzesvertretenden Verordnung.

Eine Besonderheit betrifft bereits das Zustandekommen eines Vertrages. Nach italienischem Vertragsrecht ist ein an die Öffentlichkeit gerichtetes Angebot, das in seinen wesentlichen Elementen (wie Preis und Warenmerkmale, AGB) vollständig ist, rechtlich verbindlich. Die Produktbeschreibung in einem Onlineshop, der alle wesentlichen Elemente umfasst, ist daher regelmäßig als ein rechtlich verbindliches Angebot des Onlinehändlers zu werten.

Gemäß Art. 21 II-bis Codice dell' amministrazione ersetzt das mit einer sogenannten „qualifizierten“ (im Sinne des Art. 2 Nr. 2 der EG-Signaturrichtlinie 1999/93 EG) elektronischen Signatur versehenes Dokument die gesetzliche Schriftform. Außerdem besitzt ein mit einer solchen Signatur versehenes Dokument Beweiskraft im Sinne des Art. 2702 Codice Civile. Die beglaubigte digitale Signatur ersetzt die Unterschriftsbeglaubigung gemäß Art. 2702 Codice Civile. An der erforderlichen notariellen Beurkundung für Kaufverträge über Grundstücke ändert dies freilich nichts.

Keine Regelungen enthält das Gesetzbuch zur sogenannten „einfachen“ Signatur im Sinne des Art. 2 Nr. 1 Signaturrichtlinie. Dokumente mit einer solchen Signatur sind aber (sofern keine besonderen Formerfordernisse bestehen) rechtserhebliche Erklärungen.

Ebenfalls enthält der Codice dell'amministrazione Bestimmungen zur Abgabe und zum Zugang von per E-Mail versandten Willenserklärungen. Abgegeben ist eine solche Erklärung dann, wenn sie an den Internetprovider übermittelt wurde. Der Zugang beim Empfänger tritt ein, sobald sich die Erklärung im Postfach des Empfängers befindet, das vom Internetprovider zur Verfügung gestellt wird.

Ist ein Vertrag wirksam geschlossen worden, hat der Verbraucher das Recht, innerhalb von zehn Tagen ohne Angabe von Gründen den Vertrag zu widerrufen.

Die Ausführungen bezüglich Zustandekommen des Vertrages, Form sowie Fragen des Zugangs gelten auch im Verhältnis Business-to-Business (B2B).

Einen elektronischen Nachweis für den Zugang einer E-Mail bildet die „zertifizierte elektronische Post“ („posta elettronica certificata“). Diese Form der Übermittlung erfordert eine bestimmte E-Mail Adresse. Unter anderem müssen Kapital- und Personengesellschaften sowie eingetragene Freiberufler über eine solche Adresse verfügen.

Text: Achim Kampf

Japan: Rechtliche Grundlagen

Im japanischen Rechtssystem besteht Vertragsfreiheit. Die den Onlinehandel betreffenden Regelungen hinsichtlich Datenerhebung und -weiterverarbeitung lassen den Vertragsparteien darüber hinaus weitgehenden Gestaltungsfreiraum. Es bestehen generell wenige Vorschriften hinsichtlich E-Commerce, sodass überwiegend generelle zivilrechtliche Vorschriften wie der Consumer Contract Act und der Civil Code anzuwenden sind.

Seit 2000 besteht das E-Notification Law, wonach digitale Signaturen ermöglicht werden. Um dem hohen Sicherheitsbewusstsein japanischer Konsumenten gerecht zu werden und damit Onlinetransaktionen attraktiver zu machen, wurde die E-Signatur im Act on Electronic Signatures and Certification Business geregelt. Japans Einwohner können diese nunmehr in Verbindung mit ihrer Sozialversicherungs- und Steuernummer erhalten und so die händische Unterschrift ersetzen.

Weitere Vorgaben erfolgten durch das Ministry of Economy, Trade and Industry (METI), welches 2015 mit den Interpretative Guidelines on Electronic Commerce Richtlinien herausgab, die jedoch keine Gesetzeskraft entfalten können.

Beim Vertragsschluss ist zu beachten, dass ein Onlineverkauf an einen Endverbraucher diesem zu bestätigen ist, das heißt er ist darauf hinzuweisen, mit welchem Schritt er einen kostenpflichtigen Auftrag erteilt. Dazu muss der Käufer eine gesonderte Bestätigungs-E-Mail oder -meldung im Browser erhalten, anderenfalls gilt der Kauf als nicht abgeschlossen. Üblicherweise erscheint eine separate Bildschirmeinblendung mit der Möglichkeit, die Angaben zu ändern und einer abschließenden Bestätigung mittels Anklicken.

Für den Betreiber eines Onlineshops kann eine erweiterte Haftung gegenüber dem Markeninhaber für eine Markenverletzung bestehen. Diese kommt in Betracht, wenn er nicht nur den Rahmen für die Einrichtung der Webseite von Verkäufern bereitstellt, sondern auch den Zugang kontrolliert.

Zu beachten ist die Besteuerung von Importen. Die Consumption Tax ist auch für ausländische Anbieter einschlägig. Dabei erfolgt eine Unterscheidung zwischen Verkäufen an Geschäftskunden (Business-to-Business, B2B) sowie an Endverbraucher (Business-to-Consumer, B2C). Im Warenverkehr zwischen Unternehmen wird die Steuer von dem japanischen Käufer abgeführt. Bei Verkäufen an Endverbraucher ist die Steuer inkludiert und muss von dem ausländischen Unternehmen an die japanische Steuerbehörde abgeführt werden. Dies ist den EU-Bestimmungen vergleichbar.

Text: Robert Herzner

Mexiko: Rechtliche Grundlagen

E-Commerce wird in Mexiko in diversen Gesetzen geregelt, insbesondere im Zivilgesetzbuch (Código Civil), Handelsgesetzbuch (Código de Comercio) und im Verbraucherschutzgesetz (Ley de Protección al Consumidor). In den Jahren 2000 und 2003 wurden Reformen zur Schaffung eines Rechtsrahmens für den elektronischen Geschäftsverkehr erlassen, die teilweise auf dem Modellgesetz über den elektronischen Handel der Kommission der Vereinten Nationen für Internationales Handelsrecht (UNCITRAL) beruhen.

Zudem sind diverse Leitlinien der OECD zu verbraucherschutzrelevanten Themen bezüglich Werbung, Marketing und Datenschutz zu beachten, wie zum Beispiel die Leitlinien für den Verbraucherschutz im Zusammenhang mit dem elektronischen Geschäftsverkehr.

Bestimmungen zu elektronischen Verträgen und zur elektronischen Signatur finden sich vor allem in den Artikeln 89 ff. im Handelsgesetzbuch, die aufgrund des sogenannten E-Signatur Dekrets von 2003 reformiert wurden. Elektronische Verträge sind schriftlichen Verträgen gleichgestellt, ein Vertrag im Internet kommt nach den allgemeinen Grundsätzen zustande. In bestimmten gesetzlich vorgeschriebenen Fällen ist eine E-Signatur erforderlich beziehungsweise möglich, wie zum Beispiel bei der elektronischen Abgabe von Steuererklärungen. Weitere Bestimmungen zu elektronischen Verträgen finden sich in den Art. 76 bis ff. im Verbraucherschutzgesetz. Ein besonderes Widerrufsrecht für Verbraucher bei Fernabsatzverträgen existiert nicht, allerdings bestehen Widerrufsmöglichkeiten nach den allgemeinen Vorschriften.

Einschlägige Bestimmungen zum Datenschutz im elektronischen Geschäftsverkehr finden sich im Datenschutzgesetz für den Privatsektor (Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares) von 2010 und der entsprechenden Durchführungsverordnung. Geregelt werden die Sammlung, Speicherung und Nutzung der im Rahmen von E-Commerce erhobenen personenbezogenen Daten, die Voraussetzungen und notwendigen Inhalte von Datenschutzerklärungen sowie Cloud-Computing. Zudem sind die 2013 erlassenen Leitlinien für Hinweise zum Datenschutz (Lineamientos del Aviso de Privacidad) zu beachten, die den Einsatz von Cookies und Web Beacons regeln.

Geistiges Eigentum wird durch das Gesetz zum gewerblichen Eigentum (Ley de la Propiedad Industrial) und das Urhebergesetz (Ley del Derecho de Autor) geschützt. Oftmals wird allerdings eine schärfere Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen im Internet durch die Behörden gefordert. Im Bereich der Computerkriminalität regelt das Strafgesetzbuch (Código Penal) Straftaten im Internet.

Text: Corinna Päßgen

Nigeria: Rechtliche Grundlagen

Wer denkt beim E-Commerce im Geschäftsverkehr mit Nigeria nicht unwillkürlich an die sogenannte Nigeria Connection. Mails, die viel versprechen, aber nichts halten - schlimmer noch: es handelt sich dabei um Betrug, den sogenannten Vorschussbetrug. Dieser ist auch als „four-one-niner“ bekannt, was für Section 419 des nigerianischen Strafgesetzbuches steht. Jenseits dieser Assoziation lässt sich festhalten: E-Commerce ist im Geschäftsleben Nigerias zwar angekommen, doch halten die nationalen Gesetze mit dem digitalen Wandel bislang nicht Schritt.

Internationale Übereinkommen

Nigeria ist Mitglied der Vereinten Nationen (UN), hat aber weder das „[UNCITRAL-Modellgesetz über den elektronischen Handel \(1996\)](#) ▶“ noch an das „[UNCITRAL-Modellgesetz über elektronische Signaturen \(2001\)](#) ▶“ als Grundlage für nationale Gesetzesreformen genutzt (siehe dazu aber Nationale Gesetzgebung). Auch hat es bislang weder das „[UN-Übereinkommen über den Einsatz elektronischer Kommunikation in internationalen Verträgen](#) ▶“ (2005) noch das „[Übereinkommen des Europarates vom 23.11.01 über Computerkriminalität](#) ▶“ unterzeichnet. Das von der Afrikanische Union (AU) Mitte 2014 verabschiedete Rahmenwerk „[Convention on Cyber Security and Personal Data Protection](#) ▶“ hat Nigeria bislang ebenfalls nicht ratifiziert.

Nationale Gesetzgebung

Im Mai 2017 kam Bewegung in das nationale Recht. Am 18.5.17 passierte der Gesetzentwurf über elektronische Transaktionen („[Electronic Transaction Bill, 2017](#) ▶“) den Senat.

Das zukünftige Gesetz soll den rechtlichen Rahmen zum Abschluss von Verträgen auf elektronischem Weg schaffen und sieht Bestimmungen über den Verbraucher- sowie Datenschutz vor. Zudem enthält es Vorschriften über die elektronische Signatur und die Haftung von Anbietern. Allerdings werden voraussichtlich erst Durchführungsbestimmungen dem Gesetz Leben einhauchen. Eine wichtige Rolle spielt hier die „[National Information Technology Development Agency](#) ▶“ (NITDA), die - gegebenenfalls in Abstimmung mit der „[Nigerian Communications Commission](#) ▶“ (NCC) - durch das Gesetz mit dem Erlass solcher Regelungen beauftragt ist.

Bis zum Inkrafttreten des Gesetzes wird man damit leben müssen, dass es in Nigeria kein ausgewiesenes Daten- oder Verbraucherschutzgesetz oder gar E-Commerce-Recht gibt. Lediglich NITDA, NCC oder auch das „[Consumer Protection Council](#) ▶“ (CPC) halten Guidelines beziehungsweise Codes of Practice in Teilbereichen vor. Aussagen, die in computergenerierten Dokumenten enthalten sind, sind gemäß Section 84 des „[Evidence Act, 2011](#) ▶“ zudem bislang nur unterbestimmten Voraussetzungen vor Gericht zulässig.

Mit dem „[Cybercrime \(Prevention, Prohibition etc.\) Act 2015](#) ▶“ liegt ein Gesetz gegen Cyberkriminalität vor.

Russland: Rechtliche Grundlagen

Beim E-Commerce in Russland sind die folgenden föderalen Gesetze zu beachten: Nr. 2300-I „Über den Verbraucherschutz“ vom 7.2.92, Nr. 149-FZ „Über Information, Informationstechnologien und Informationsschutz“ vom 27.7.06, Nr. 152-FZ „Über personenbezogene Daten“ vom 27.7.06, Nr. 38-FZ „Über die Werbung“ vom 13.3.06, Nr. 63-FZ „Über die elektronische Signatur“ vom 6.4.11 sowie die Regierungsverordnung Nr. 612 vom 29.9.07 zum „Fernabsatz von Waren“ (jeweils in der Fassung späterer Änderungen).

Gemäß Art. 26.1 Verbraucherschutzgesetz können Verbraucher Fernabsatzverträge innerhalb von sieben Tagen nach Erhalt der Ware widerrufen und die Ware zurückgeben. Der Verkäufer muss dann den Kaufpreis binnen zehn Tagen erstatten. Fehlt eine schriftliche Widerrufsbelehrung, ist die Warenrückgabe innerhalb von drei Monaten möglich. Es sind umfassende Informationspflichten vorgesehen, darunter zur Beschaffenheit der Ware, Adresse des Herstellers, Herstellungsort, Garantiefrist, Anleitung zur sicheren Nutzung - jeweils in russischer Sprache.

Für einen grenzüberschreitenden Vertrag ist eine Rechtswahl zugunsten ausländischen Rechts möglich. Unabhängig davon sind zwingende Normen der russischen Rechtsordnung zu Verbraucherschutz, Datenschutz und Werbung zu beachten. Vertragliche Schiedsklauseln mit Verbrauchern werden in der Regel für unwirksam erklärt, mit der Folge, dass Verbraucher auch vor russischen Gerichten an deren Wohnsitz Klagen gegen ausländische Lieferanten erheben können. Zu beachten ist, dass russische Gerichtsurteile in Deutschland und deutsche Urteile in Russland nicht anerkannt und nicht vollstreckt werden können.

Die Erhebung, Speicherung und Nutzung von personengezogenen Daten setzen die Zustimmung der jeweiligen Person voraus. Seit 1.9.15 müssen personenbezogene Daten von russischen Kunden auf einem Server auf dem Gebiet der Russischen Föderation gespeichert werden. Anbieter, die gegen diese Anforderungen verstoßen, riskieren Geldbußen und eine Sperrung der Internetplattform durch die russische Telekommunikationsbehörde [Roskomnadzor](#).

Seit 1.1.17 wird das Bestimmungslandprinzip bei E-Commerce-Dienstleistungen (Werbung im Internet, Herunterladen von E-books, Musik, Software und PC-Spielen, Cloud-Datenspeicherung etc.) angewendet. Sofern solche Dienstleistungen gegenüber Firmen und Personen in Russland erbracht werden, fällt die russische Umsatzsteuer von 18% an. Ausländische Unternehmen müssen sich bei B2C-Dienstleistungen auf dem Internetportal der russischen Steuerbehörde registrieren. Am 1.7.17 sind Änderungen des Gesetzes 54-FZ „Über die Verwendung von Registrierkassen“ in Kraft getreten. Alle Onlinehändler seither sind verpflichtet, ihren Kunden elektronische Quittungen zu senden und Informationen über die getätigten Verkäufe an den Föderalen Steuerdienst zu übermitteln.

Russland gehört seit dem 1.8.14 zu den Mitgliedstaaten des UN-Übereinkommens über die Nutzung elektronischer Kommunikation beim Abschluss grenzüberschreitender Verträge (seit 1.3.13 in Kraft). Zu beachten ist, dass das Übereinkommen keine Anwendung auf Verträge für persönliche Zwecke (Familie, Haushalt) findet. Elektronische Signaturen werden in Russland bei Abschluss von Verträgen und bei Korrespondenz mit Steuerbehörden, jedoch nicht im Internethandel verwendet.

Der Schutz von Warenzeichen (Marken) und Domainnamen erfolgt gemäß dem Vierten Teil des russischen Zivilgesetzbuches (Art. 1477 ff.).

Text: Dmitry Marenkov

15.09.2017

Tschechische Republik: Rechtliche Grundlagen

Relevante Normen sind im neuen tschechischen BGB (občanský zákoník, 89/2012 Sb.), dem Gesetz über bestimmte Dienstleistungen in der Informationsgesellschaft (Zákon o některých službách informační společnosti, 480/2004 Sb.), dem Gesetz über Vertrauensdienste für elektronische Transaktionen (Zákon o službách vytvářejících důvěru pro elektronické transakce, 297/2016 Sb.) sowie im Datenschutzgesetz (Zákon o ochraně osobních údajů, 101/2000 Sb.) enthalten.

In §§ 1820 ff. BGB erfolgte die Umsetzung der europäischen Fernabsatzrichtlinie (97/7/EG). In §§ 1848-1864 BGB wurde die Richtlinie 2002/65/EU zum Fernabsatz von Finanzdienstleistungen an Verbraucher umgesetzt. Gemäß § 1829 BGB haben Verbraucher bei Fernabsatzverträgen ein Widerrufsrecht, das innerhalb von 14 Tagen ausgeübt werden muss. Ist keine Widerrufsbelehrung vor Vertragsschluss erfolgt, ist der Widerruf innerhalb eines Jahres und 14 Tagen möglich, jedoch nicht später als 14 Tage nach einer nachgeholtten Widerrufsbelehrung. Es sind die Informationspflichten im Zusammenhang mit dem Vertragsabschluss gemäß § 1820 BGB zu beachten.

Das neue Gesetz über Vertrauensdienste für elektronische Transaktionen vom 24.8.16 ersetzt das Gesetz über die elektronische Signatur (Zákon o elektronickém podpisu, 227/2000 Sb.) und passt die tschechische Rechtsordnung an die EU-Verordnung 910/2014 vom 23.7.14 an. Das Gesetz beinhaltet Vorschriften zu elektronischen Signaturen, Siegeln, Zeitstempeln etc. Ferner legt es Sanktionen für Verstöße gegen die Verordnung fest (vergleiche Art. 16 der Verordnung).

Nach neuer Rechtslage kann im Privatsektor die einfache elektronische Signatur ausreichen. Bei Korrespondenz mit Behörden sind fortgeschrittene und qualifizierte elektronische Signaturen erforderlich. Weitere Informationen in tschechischer und englischer Sprache finden sich auf der [Internetseite](#) ▶ des tschechischen Innenministeriums.

In Verträgen zwischen ausländischen E-Shops und tschechischen Verbrauchern ist die Rechtswahl nur eingeschränkt möglich, sodass in der Regel tschechisches Verbraucherschutzrecht Anwendung findet. Bei Verträgen mit Kunden, die keine Verbraucher sind, ist eine Rechtswahl möglich; fehlt eine solche gilt die Rechtsordnung am Sitz des Verkäufers.

Es sind Datenschutzvorgaben zu beachten. E-Shops müssen sich als für Datenverarbeitung Verantwortliche bei der tschechischen [Datenschutzbehörde](#) ▶ anmelden.

Text: Dmitry Marenkov

Einen Überblick zum [EU-Recht im E-Commerce](#) finden Sie hier ▶.

15.09.2017

USA: Rechtliche Grundlagen

E-Commerce wird in den USA in diversen Gesetzen sowohl auf Bundesebene als auch auf Ebene der Bundesstaaten geregelt, daneben ist das Fallrecht (case law) zu beachten. Zudem erlässt die für Verbraucherschutz zuständige Handelsbehörde FTC (Federal Trade Commission) Regelungen und Best-Practice-Leitlinien zu verbraucherrelevanten Themen wie Werbung, Marketing und Datenschutz, die sich an den Verbraucherschutzleitlinien im elektronischen Geschäftsverkehr der OECD orientieren.

Bestimmungen zu elektronischen Verträgen und zur elektronischen Signatur finden sich in den allgemeinen Vorschriften über Verträge im „Uniform Commercial Code“ (UCC), im „Uniform Electronic Transactions Act“ (UETA) und im „Electronic Signatures in Global and National Commerce Act“ (ESIGN Act). Beim UCC und UETA handelt es sich um Modellgesetze, die in fast allen Bundesstaaten umgesetzt wurden. Der ESIGN Act ist ein Bundesgesetz und bei zwischenstaatlichem und internationalem Geschäftsverkehr anwendbar. Daneben greifen bei innerstaatlichem Handel die jeweiligen E-Signaturgesetze der Bundesstaaten, die untereinander stark abweichen können.

Nach dem ESIGN Act sind elektronische Verträge schriftlichen Verträgen gleichgestellt, ein Vertrag im Internet kommt nach den allgemeinen Grundsätzen zustande. In bestimmten gesetzlich vorgeschriebenen Fällen ist eine E-Signatur erforderlich. Ein besonderes Widerrufsrecht für Verbraucher bei Fernabsatzverträgen existiert nicht, allerdings räumen die Gesetze der Bundesstaaten nach den allgemeinen Vorschriften in der Regel Widerrufsmöglichkeiten unter bestimmten Voraussetzungen ein.

Einschlägige daten- und verbraucherschutzrechtliche Bestimmungen für den elektronischen Geschäftsverkehr sind zum Beispiel der „Non-solicited Pornography and Marketing Act“, die „Self-Regulatory Principles for Online Behavioral Advertising“ der Handelsbehörde sowie der für den Zahlungsverkehr relevante „Credit Card Accountability Responsibility and Disclosure Act“ (Credit Card Act). Zudem sind die Datenschutzgesetze der Bundesstaaten zu beachten. Sie enthalten Regelungen für die Sammlung, Speicherung und Nutzung der im Rahmen von E-Commerce erhobenen personenbezogenen Daten, Datenschutzerklärungen und den Einsatz von Cookies.

Das Urheberrecht regelt im Wesentlichen der „Copyright Act“ sowie der „Digital Millennium Copyright Act“ (DMCA). Letzterer bietet vor allem Schutz vor Urheberrechtsverletzungen im Internet. Im Bereich der Computerkriminalität regelt der „Computer Fraud and Abuse Act“ entsprechende Straftaten. Zudem bestehen sowohl auf Bundesebene als auch auf Ebene der Bundesstaaten diverse Cybersecurity-Gesetze.

VR China: Rechtliche Grundlagen

Zum E-Commerce in der VR China bestehen noch keine einheitlichen Vorschriften. Es findet eine Vielzahl von zivilrechtlichen Normen wie Zivilgesetzbuch und Wettbewerbsrecht Anwendung, wobei jedoch regionale Unterschiede zu beachten sind. Diese Rechtslage wird sich ändern, wenn das E-Commerce Law in Kraft tritt, das sich derzeit im Gesetzgebungsverfahren befindet.

Das zukünftige Gesetz wird E-Commerce-basierte Transaktionen und Dienstleistungen regulieren und Verbraucherschutzvorgaben formulieren. Zudem gibt es Standards für die Sammlung, Speicherung und Nutzung der im Rahmen von E-Commerce generierten Daten und für den grenzüberschreitenden Onlinehandel (Crossborder E-Commerce, CBEC) vor. Unterschieden wird zwischen Anbietern einer Plattform zum Austausch (platform) und Betreibern einer Webseite zum Vertrieb (operator). Der Entwurf wurde am 27.12.16 mit der Möglichkeit zu Anmerkungen veröffentlicht, das Inkrafttreten der endgültigen Fassung ist noch nicht terminiert.

Zunächst ist hinsichtlich des Vertriebskanals zu unterscheiden, ob dieser aus dem Ausland erfolgt und ob über eine eigene Onlineplattform, denn es sind unterschiedliche Lizenzen erforderlich. Bei B2C-Geschäften (Business-to-Consumer) ist zwischen dem Vertrieb mittels eines Webshops über einen Dritten (platform) oder dem Verkauf über eine selbst betriebene Webseite (operator) abzugrenzen.

Vertriebswege im E-Commerce in China

Vertriebsweg	Firmensitz	Lizenz
CBEC	Ausland	Nicht erforderlich
Plattform	China	ICP-Licence; Non-commercial
Operator	China	ICP-Licence; Commercial

Bei CBEC-Vertrieb über eine eigene Webseite ist weiter zu unterscheiden, ob diese im Ausland, in einer Freihandelszone (FTZ) oder in China ansässig ist. Bei dem Direktvertrieb aus dem Ausland, insbesondere aus Hongkong, SVR, übernimmt der Logistikdienstleister die Zollerklärung. Beim Bonded Import über eine in einer FTZ ansässige Firma nimmt diese die Zollerklärung vor. Gegenüber einer Auslieferung an den Kunden von einer in China

ansässigen Firma bestehen Steuervorteile, da Produkte in einer FTZ ermäßigten Importtarifen unterliegen (Cross-Border E-commerce Retail Import Tax). Für deutsche kleine und mittlere Unternehmen bieten sich insbesondere Cross-Border E-Commerce Comprehensive Pilot Areas (CBECPIAs) an.

Bei einem Vertrieb einer in China ansässigen Onlineplattform gemäß dem Amazon-Konzept erfolgt die Produkthaftung durch den Plattformbetreiber und Verkäufer gesamtschuldnerisch. Der Plattformbetreiber haftet gegenüber dem Verbraucher, wenn er die Identität des Verkäufers nicht mitteilen kann.

In das E-Commerce Law mit aufgenommen ist der gewerbliche Rechtsschutz. So ist der Plattformbetreiber bei Fälschungen nur zu eingeschränkter Kontrolle verpflichtet. Weiterhin zeichnet es sich ab, dass die Anforderungen an den Markeninhaber bei möglicher Verletzung des Onlineverkäufers diese nachzuweisen, hoch sind. Geregelt wird das Innenverhältnis zwischen Plattformbetreiber und Markeninhaber sowie gegenüber dem Verbraucher. Die Nutzerbedingungen sind zu veröffentlichen.

In Bezug auf den Verbraucher ist zu beachten, dass die tatsächliche Identität des Nutzers festzustellen und dessen Privatsphäre zu schützen ist. Weitere Regelungen betreffen den elektronischen Zahlungsverkehr und die Zustellung, die Haftungsregelungen des Verkäufers entsprechend den üblichen Bestimmungen.

Text: Robert Herzner

15.09.2017

Vereinigtes Königreich: Rechtliche Grundlagen

Rechtliche Ausführungen zum Onlinehandel in und mit dem Vereinigten Königreich stehen aktuell natürlich immer unter einem „Brexit-Vorbehalt“. Das heißt, es ist aktuell unklar, welche Rechtslage nach dem EU-Austritt des Vereinigten Königreichs gelten wird. Die nachfolgenden Ausführungen haben daher möglicherweise eine relativ geringe Halbwertszeit, denn das britische E-Commerce-Recht beruht im Wesentlichen auf [EU-Recht](#) ▶.

Wichtigstes Regelwerk sind die „Electronic Commerce (EC Directive) Regulations 2002“, welche die Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr in britisches Recht umgesetzt haben. Weitere relevante Regelungen sind der „Electronic Communications Act 2000“ und die „Consumer Contracts Regulations 2013“.

Grundsätzlich gilt das Regelwerk für Onlinehändler, die ihren Sitz im Vereinigten Königreich haben, aber sie müssen darüber hinaus mit den Regeln ihres Zielmarktes kompatibel sein, soweit es um Verbraucherschutz geht. Im Vereinigten Königreich besteht das Thema „Verbraucherschutz“ im Wesentlichen aus zwei Elementen: Transparenz und Widerrufsrecht.

Das britische Widerrufsrecht beträgt 14 Tage oder bis zu einem Jahr, wenn nicht explizit darauf hingewiesen wurde. Bei Onlinediensten oder Streaming Services ist das Widerrufsrecht nicht praktikabel; allerdings muss klar darauf hingewiesen werden, dass es nicht gilt - sonst gilt es nämlich doch!

Zum Thema „Transparenz“ muss der Onlinedienst dem potenziellen Kunden viele Informationen zur Verfügung stellen, zum Beispiel die Adresse und Rechtsform des Verkäufers. Darüber hinaus müssen die Kosten aufgeschlüsselt werden, insbesondere ob der genannte Preis Steuern und Lieferkosten beinhaltet.

Auch sonst begegnet man in dem Regelwerk britischem Pragmatismus: Vertragsschlüsse sind online einfach möglich, so lange der Bindungswille klar zum Ausdruck kommt. Dafür genügt es in der Regel, den Namen auf einer Webseite einzutippen und dann auf einen Knopf zu klicken. Allerdings muss klar sein, dass es sich um eine zahlungspflichtige Bestellung handelt.

Wenn die Bestellung aufgegeben wurde, muss der Onlinehändler spätestens zum Zeitpunkt der Lieferung ein Vertragsdokument zur Verfügung stellen (elektronisch genügt), die Lieferung muss innerhalb von 30 Tagen erfolgen, es sei denn, etwas anderes ist ausdrücklich vereinbart.

Ein wichtiges Thema im Onlinehandel ist der Datenschutz. Im Vereinigten Königreich besteht die Besonderheit, dass es die EU verlassen wird, aber voraussichtlich erst nach dem Inkrafttreten der neuen Datenschutzgrundverordnung. Es ist gut möglich, dass diese Verordnung - zumindest zunächst - zum Zeitpunkt des Austritts eins zu eins in britisches Recht übertragen wird. Aktuell gilt der „Data Protection Act 1998“. Je nach Art des Engagements im Vereinigten Königreich kann nach diesem Gesetz eine Registrierung beim Information Commissioner erforderlich sein. Auf jeden Fall lohnt sich der Besuch der Webseite unter <https://ico.org.uk/> ▶.

Text: Karl Martin Fischer

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2019 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.