



Christine Fligge

Verbraucherschutz beim Internetkaufvertrag

Ein Vergleich der Rechtslage in
den USA und in Deutschland



PETER LANG

Einleitung

Das Medium Internet stellt heute eine der größten Herausforderungen des modernen Verbraucherschutzrechts dar. Das World Wide Web hat sich in einem rasanten Tempo von einem modernen Informations- und Kommunikationsmedium zu einem globalen, ständig wachsenden Massenmarkt entwickelt (E-Commerce), an dem immer mehr auch die privaten Endabnehmer teilnehmen. Hat es bei anderen medialen Errungenschaften, wie dem Radio und dem Fernsehen, noch Jahrzehnte gedauert bis eine nennenswerte Verbreitung in den privaten Haushalten stattgefunden hatte, hat es seit dem Zeitpunkt, in dem der erste Webbrowser auf dem freien Markt erhältlich war, nicht mehr als drei Jahre gedauert, bis fünfzig Millionen private Nutzer des World Wide Web gezählt werden konnten.¹ Diese Entwicklung lässt die immensen Wachstumsmöglichkeiten dieses Marktes nur erahnen.²

Umso drängender stellen sich die Fragen der rechtlichen Beurteilung von Internettransaktionen, der Anwendbarkeit von Verbraucherschutzregelungen und der Notwendigkeit eines gesonderten Verbraucherschutzes im Electronic Commerce. Da der virtuelle Markt nationale Grenzen ignoriert, gewinnt dabei auch die Frage an Bedeutung, inwieweit die rechtlichen Beurteilungen international übereinstimmen und welche Maßnahmen zur Angleichung getroffen werden können.

Gegenstand der folgenden Untersuchung ist die rechtsvergleichende Betrachtung der verbraucherschutzrechtlichen Rechtslage in den USA und in Deutschland im elektronischen Warengüterverkehr.³ Ausgeklammert werden dabei die Fragen des Internatio-

1 Vgl. die Angaben in FTC, „Report From the Federal Trade Commission Staff, Protecting Consumers Online: The FTC’s First Five Years”, S.2; ähnliche Angaben bei Köhler/Arndt, Rn.1.

2 Dafür sprechen vor allem die stetig steigenden Umsatzzahlen im World Wide Web. Im Jahre 1998 sollen bereits Waren im Wert von 10 Milliarden Dollar weltweit über das Internet umgesetzt worden sein, vgl. Deutscher Bundestag, Enquete Kommission (1998), „Verbraucherschutz in der Informationsgesellschaft“, S.9. Zu den Umsatzzahlen des Online-Marktes in den vergangenen Jahren und den erwarteten Steigerungen in den USA und in Deutschland s.a. FTC, „Report From the Federal Trade Commission Staff, Protecting Consumers Online: The FTC’s First Five Years”, S.2f; FTC, „2000 Global Internet Summit at George Mason University“, S.1; Boehme-Neßler, S.125; Köhler/Arndt, Rn.2; Glatt, S.13.

3 Aktuell besteht kein völkerrechtlicher Vertrag zwischen den USA und Deutschland, der diese Rechtsbereiche regelt. Als Initiativen zur Rechtsvereinheitlichung des Warenkaufrechts und des Electronic Commerce sind vor allem die beiden Abkommen der UN-Vollversammlung das Modellgesetz UNICITRAL und das UN-Kaufrecht zu nennen. Die USA und Deutschland haben aber das Wiener Übereinkommen der Vereinten Nationen über Verträge hinsichtlich des internationalen Warenkaufs ratifiziert (United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods, CISG oder UN-Kaufrecht; abgedruckt in Jayme/Hausmann Nr.77 oder Schönfelder Ergänzungsband, Ordnungsnr.50 c, oder online unter: <http://www.jus.uio.no/un.contracts.international.sale.of.goods.convention.1980/doc.html> (zuletzt 1.8.2007). Der Unilaterale, völkerrechtliche Vertrag ist nach dem Grundsatz des internationalen Privatrechts (pacta sunt servanda) vorrangig vor einzelstaatlichem Recht. Jedoch ist das CISG ausdrücklich nicht auf Geschäfte mit

nenal Privatrechts, also die Frage der Gerichtszuständigkeit und des anwendbaren Rechts.

Die Untersuchung ist in zwei Abschnitte aufgeteilt. Das erste Kapitel enthält eine Einführung in die gegenwärtige, rechtliche Situation in den beiden Ländern. Zunächst wird jeweils kurz vorgestellt, welche rechtlichen Quellen im privatrechtlichen Verbraucherschutzrecht existieren und in welchem Verhältnis diese zueinander stehen. Dargestellt werden des Weiteren die nationalen Entwicklungen und Zielsetzungen des modernen Verbraucherschutzrechts, des E-Commerce Rechts und die Bedeutung des Verbraucherschutzes in diesem Rechtsbereich. Sodann werden die für den elektronischen Verbraucherschutz maßgeblichen rechtlichen Quellen dargestellt und im Kontext der rechtlichen Zielsetzungen analysiert. Im letzten Teil dieses Abschnitts werden die nationalen Entwicklungen, die Zielsetzungen im Verbraucherschutzrecht und E-Commerce Recht sowie die einschlägigen rechtlichen Quellen miteinander verglichen.

Im zweiten Kapitel werden die materiellrechtlichen Regelungen zum elektronischen Verbraucherschutz dargestellt, gegliedert nach Problemkreisen. Wie im ersten Kapitel, wird dabei zu jedem Unterabschnitt die Rechtslage in den beiden Ländern dargestellt und miteinander verglichen. Das zweite Kapitel besteht dabei aus zwei Teilen. In dem ersten Teil werden grundlegende Fragen zum elektronischen Verbraucherschutz analysiert: Zunächst wird erörtert, welches Verbraucherleitbild dem jeweiligen Verbraucherschutzrecht zugrunde gelegt wird. Zweitens wird der persönliche Anwendungsbereich der Verbraucherschutzgesetze untersucht. Hierbei soll analysiert werden, welche Begriffsbestimmungen für die Begriffe des Verbrauchers und des Unternehmers zur Begrenzung der jeweiligen Regelungen herangezogen werden. In dem anschließenden Vergleich wird, neben der Darstellung der wichtigsten Unterschiede und Gemeinsamkeiten, erörtert, welche Bedeutungen die jeweiligen Anwendungsbeschränkungen für das Verbraucherschutzrecht haben.

Der zweite Abschnitt dieses Kapitels untersucht die einzelnen materiellrechtlichen Regelungen, gegliedert in drei große Teilbereiche. Im ersten Teil werden die verbraucherschützenden Regelungen im Rahmen von Online-Werbepraktiken dargestellt. Hierbei werden zunächst die wettbewerbsrechtlichen Grundregelungen der beiden Rechtsordnungen dargestellt, wie sie auf Werbepraktiken generell angewendet werden. Sodann werden die besondere Online-Werbeformen und im Online-Bereich häufig auftretende Marketingpraktiken auf ihre wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit untersucht. Dies betrifft vor allem die rechtliche Handhabung der Werbebanner, Pop-Up Windows und Werbe-Links. Ferner wird die rechtliche Beurteilung von bestimmten Marketingpraktiken, wie die elektronische Datenerhebung und -Verwendung zu kommerziellen Zwecken, die Zusendung unbestellter Waren und die Versendung von

Cerutti, Rn.45ff; Scherer/Butt, DB 2000, S.1009ff (1010); Mehrings, CR 1998, S.613ff (615). Das UNICITRAL von 1996 ist ein Modellgesetz zur Rechtsvereinheitlichung und Vereinfachung des elektronischen Geschäftsverkehrs und gilt auch für den Handel mit dem Endverbraucher; der Text des Modellgesetzes von 1996, der Status und die Weiterentwicklung bis 2006 ist online zu finden unter: <http://www.unicitral.org> (zuletzt 1.8.2007). Die Vorlage ist allerdings bis heute (2006) weder in den USA noch in Deutschland umgesetzt, es wurden lediglich einige Grundsätze des UNICITRAL in das nationale Recht der USA übernommen (z.B. E-SIGN Act (15 U.S.C. § 7001 (a)) und UETA (Section 7)).

Werbe-E-Mails, analysiert. Daneben werden die im Internet entwickelten Vertriebsformen, wie die Online-Auktion und das Powershopping, untersucht, soweit sie für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung von Bedeutung sind. In dem anschließenden Vergleich werden die Regelungen der einzelnen Teilaspekte einander gegenüber gestellt und die Ergebnisse dieses Vergleichs mit Hinblick auf die Effektivität für das Verbraucherschutzrecht analysiert.

Der zweite Teilbereich erörtert den Verbraucherschutz durch vorvertragliche Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr. Da die Frage des Zustandekommens von Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr für die Bestimmung des Zeitpunkts vorvertraglicher Informationspflichten von Bedeutung ist, wird eine kurze Darlegung⁴ der wichtigsten Regelungen und Grundsätze zum elektronischen Vertragsschluss im deutschen und US-amerikanischen Vertragsrecht diesem Abschnitt vorangestellt. Zunächst wird untersucht, inwiefern im Internetwarenhandel gesetzliche Informationspflichten des Unternehmers bestehen. Der zweite zu untersuchende Aspekt betrifft die Aufklärungspflichten des Unternehmers im Online-Handel hinsichtlich bestimmter Vertragsbestandteile. Dies betrifft zum einen die vorvertragliche Kenntnisverschaffung von einseitig gestellten und vorformulierten Vertragsbedingungen. Im Rahmen dieser Darstellung soll ferner die rechtliche Handhabung der sog. Schutzhüllenverträge (*shrink wrap agreements*) im deutschen und US-amerikanischen Recht untersucht werden. Zum anderen werden in diesem Unterabschnitt die Voraussetzungen und Informationspflichten in Bezug auf Verbrauchsgütergarantien in den beiden Rechtsordnungen dargestellt. Schließlich wird erörtert, welche Anforderungen an die elektronische Darstellung von Informationspflichten nach dem Transparenzgebot zu stellen sind. Bei dem Vergleich der Ergebnisse dieses Abschnitts wird insbesondere das bestehende gesetzliche Informationsschutzniveau im elektronischen Geschäftsverkehr bewertet.

Im letzten Teilabschnitt werden die nachvertraglichen Pflichten der Unternehmer und Rechte des Verbrauchers im Online-Warenhandel untersucht. Dazu werden zunächst die gesetzlichen Informationspflichten des Unternehmers und seine Pflichten hinsichtlich der Lieferung der online bestellten Waren dargestellt. Schließlich wird erörtert, inwiefern im deutschen und US-amerikanischen Recht Beseitigungsrechte des Verbrauchers hinsichtlich des geschlossenen Online-Vertrages bestehen. Bei dem Vergleich dieses Abschnitts werden wiederum die wesentlichen Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Regelungen erörtert, aber auch die Ergebnisse dieses Vergleichs einer kritischen Würdigung unter dem Aspekt eines effektiven Verbraucherschutzrechts im elektronischen Geschäftsverkehr unterzogen.

4 Rechtsvergleichende Arbeiten zum elektronischen Vertragsschluss im US-amerikanischen und deutschen Recht bestehen bereits in größerer Zahl, siehe z.B. Wildemann, Vertragsschluss im Netz; Thot, Elektronischer Vertragsschluss- Ablauf und Konsequenzen, Ein Rechtsvergleich zwischen dem amerikanischen und dem deutschen Recht; Bierehoven, Der Vertragsschluss via Internet im internationalen Wirtschaftsverkehr.