

## AGB IM INTERNET - DIE DETAILS

### Geltung von AGB im Internet - allgemeine zivilrechtliche Voraussetzungen

Werden bei Geschäftsabschlüssen über das Internet AGB verwendet, dann müssen diese vereinbart werden, damit sie Bestandteil des konkreten Rechtsgeschäftes werden. Der Unternehmer muss daher darauf hinweisen, dass er dem beabsichtigten Vertrag seine AGB zu Grunde legt, was vor dem Vertragsabschluss zu erfolgen hat, und der Kunde muss zumindest die Möglichkeit haben, sich Kenntnis vom Inhalt dieser AGB zu verschaffen.

In der Praxis werden AGB auf der Homepage eines Online-Händlers oftmals durch einen eigenen Link auf den Text der AGB zur Verfügung gestellt. Der Kunde kann sich dadurch Kenntnis vom Inhalt dieser AGB verschaffen, in dem er den entsprechenden Link anklickt. Dies genügt, um dem Erfordernis zu entsprechen, dass der Vertragspartner die **Möglichkeit** haben muss, sich Kenntnis vom Inhalt der AGB zu verschaffen. Ob er es tatsächlich anklickt, ist seine Sache.

### Das Fernabsatzgesetz (KSchG)

Das Fernabsatzgesetz (dabei handelt es sich um einen Teil des Konsumentenschutzgesetzes - KSchG) sieht bei Verträgen mit Konsumenten (B2C) die unter ausschließlicher Verwendung eines oder mehrerer Fernkommunikationsmittel (zB E-Mail oder online) geschlossen werden, bestimmte Informations- und Bestätigungspflichten vor (§ 5c KSchG).

Danach muss der Verbraucher rechtzeitig vor der Abgabe seiner Vertragserklärung über folgende Informationen verfügen:

- Name (Firma) und ladungsfähige Anschrift des Unternehmers,
- die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung,
- den Preis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern,
- allfällige Lieferkosten,
- die Einzelheiten der Zahlung und der Lieferung oder Erfüllung,
- das Bestehen eines Rücktrittsrechts,
- die Kosten für den Einsatz eines Fernkommunikationsmittels, sofern sie nicht nach dem Grundtarif berechnet werden,
- die Gültigkeitsdauer des Angebotes oder des Preises, sowie
- die Mindestlaufzeit des Vertrages, wenn dieser eine dauernde oder wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat.

Alle diese Informationen, die mehr oder weniger typischer Inhalt von AGB sind, müssen dem Verbraucher klar und verständlich in einer dem verwendeten Fernkommunikationsmittel angepassten Art und Weise erteilt werden (vgl § 5c Abs 2 KSchG).

Dieser Link muss in der Abfolge des Bestellvorganges im Internet (auch) vor der definitiven Absendung der Bestellung bereitgestellt werden, da andernfalls der Kunde keine Möglichkeit hätte, vor Abgabe seines Vertragsangebotes den Inhalt der AGB zu lesen. Unzureichend ist es daher, den Hinweis auf die AGB (nur) versteckt auf der

Homepage zu platzieren, während AGB, die dem Besteller unmittelbar vorangestellt werden, ausreichend sind. Sinnvoll ist es, die AGB sowohl allgemein auf die Homepage zu stellen, damit der Kunde sie in Ruhe lesen kann, und sie für die Gültigkeit im konkreten Vertrag im Bestellvorgang zu integrieren.

Der Link auf die AGB sollte in auffälliger Form auf der Website des jeweiligen Unternehmens aufscheinen, so dass er vor einer Bestellung des Kunden zur Kenntnis genommen wird. Die auffällige Form kann durch besondere Unterstreichungen, Farben oder auch durch andere Schrifttypen erreicht werden. Diesen Voraussetzungen ist nicht entsprochen, wenn die AGB zB an nicht zu erwartender oder erkennbarer Stelle platziert werden, etwa unter „Hilfe“ oder erst nach dem Bestell-Button, oder aber auch wenn sie einfach im Fließtext der Website oder am unteren Rand der Bestellmaske versteckt werden.

Ferner sollte der Link auf die AGB möglichst in Verbindung mit dem Bestellformular, mit dem der endgültige Bestellvorgang eingeleitet wird, bzw auf derselben Seite angebracht sein, von der auch die übrigen Informationen über die Bestellung bezogen werden können. Sofern man als Diensteanbieter in Bezug auf die Geltung der AGB auf Nummer sicher gehen möchte, sollte der Bestellvorgang derart implementiert werden, dass das Abschicken der Vertragserklärung des Nutzers ohne Abruf der AGB technisch unmöglich ist. Damit ist die Erkennbarkeit der AGB jedenfalls gewährleistet.

Im Rahmen dieser Informationspflichten soll der Konsument bestimmte Informationen vorweg erhalten und dadurch vor unüberlegten Vertragsabschlüssen geschützt werden. Daraus ergibt sich, dass der Unternehmer gemäß § 5c Abs 2 KSchG bereits vor Vertragsabschluss alle wesentlichen Details der Geschäftsbeziehung klar und deutlich darzulegen hat.

**Tipp:** Richten Sie Ihre Website so ein, dass vor Abgabe der Bestellung der Kunde auf einen Button drücken muss mit dem er bestätigt, dass er die AGB zustimmend zur Kenntnis genommen hat.

Der reine Hinweis auf der Homepage, dass der Text der vertragsrelevanten AGB dem Kunden auf Wunsch zugesandt werden kann, genügt nicht dem Erfordernis der Kenntnisnahme vor bzw bis zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses und widerspricht auch dem E-Commerce-Gesetz (ECG).

### Das E-Commerce-Gesetz (ECG)

Das E-Commerce-Gesetz sieht zusätzlich in § 11 ECG ausdrücklich vor, dass ein Diensteanbieter die Vertragsbestimmungen und allfällige allgemeine Geschäftsbedingungen dem Nutzer so zur Verfügung zu stellen hat, dass er sie speichern und wiedergeben kann. Diese Verpflichtung kann nicht zum Nachteil des Nutzers abgedungen werden und gilt für Verbraucherverträge (B2C) genau so, wie bei Verträgen zwischen Unternehmern (B2B).

Der Verpflichtung des Speicherns und Wiedergebens ist entsprochen, wenn der Nutzer die AGB herunterladen und ausdrucken kann. Dies muss ohne erheblichen technischen Aufwand möglich sein. Die bloße Anforderungsmöglichkeit per reguläre Post oder die Zurverfügungstellung entsprechender pdf-files (portable document format), bei denen der Druckmodus gesperrt ist, widerspricht dieser Verpflichtung.

Nicht umfasst ist von dieser Verpflichtung auch die Beistellung von Software, die zum Speichern oder Ausdrucken (und Öffnen) erforderlich ist. Die technischen Voraussetzungen hierfür hat der Nutzer selbst zuschaffen. Der Diensteanbieter darf jedoch seine Pflicht nicht dadurch unterlaufen, dass er

ungewöhnliche Programme verwendet, die ein durchschnittlicher Nutzer nicht übernehmen kann.

### **Sind AGB auch bei Verletzung der Bestimmungen des ECG bzw des KSchG gültig?**

Sind die allgemeinen zivilrechtlichen Voraussetzungen für die Geltung der AGB erfüllt, so gelten die AGB bereits unabhängig davon, ob sie speicher- und/oder reproduzierbar sind.

Die Einhaltung der Verpflichtung gemäß § 11 ECG ist daher **nur verwaltungsstrafrechtlich**, nicht aber **zivilrechtlich** relevant. Die Strafbestimmung findet sich in § 26 Abs 1 Z 5 ECG, wonach ein Diensteanbieter eine Verwaltungsübertretung begeht und mit Geldstrafe bis zu € 3.000,- zu bestrafen ist, wenn er gegen § 11 ECG die Vertragsbestimmungen und die AGB nicht so zur Verfügung stellt, dass sie der Nutzer speichern und wiedergeben kann.

Ein Verstoß gegen die Informationspflichten des KSchG führt hingegen nicht zu einer Verwaltungsstrafe, sondern kann zu einer **Verlängerung der Rücktrittsfrist** von ansonsten 7 Werktagen auf 3 Monate führen.

### **Wie müssen AGB optisch gestaltet sein?**

Die AGB, die im www verwendet werden, müssen den für gedruckte AGB festgelegten Prinzipien entsprechen. Das heißt, dass die dabei verwendete Schriftart eine allgemein übliche Größe, einen deutlichen Kontrast zum Hintergrund und das Schriftbild eine gute Lesbarkeit auf einem Monitor aufweisen müssen.

### **Nachteilige / Ungewöhnliche / Überraschende Klauseln**

Solche Regelungen in AGB gelten nicht, wenn der Vertragspartner nach den Begleitumständen des Vertrages und dem äußeren Erscheinungsbild (zB Kleindruck, versteckte Einordnung) nicht mit ihnen rechnen musste und nicht besonders darauf hingewiesen wurde. Ob eine Klausel in AGB Überrumpelungs- oder Übertölpelungseffekt hat und deshalb unwirksam ist, muss im konkreten Einzelfall beurteilt werden und hängt von der Branchenüblichkeit und dem Erwartungshorizont des Adressatenkreises ab.

Eine Liste verbotener (und damit ungültiger) Klauseln für B2C-Geschäfte enthält § 6 KSchG. Insbesondere ist danach eine Klausel ungültig, wenn sie unklar oder unverständlich formuliert ist (§ 6 Abs 3 KSchG - „Transparenzgebot“).

Ob verwendete Klauseln darüber hinaus (B2C und B2B) sittenwidrig (und damit ungültig) sind, entscheiden unter Berücksichtigung aller Umstände (optische Gestaltung, Auswirkung der Klauseln, gröbliche Benachteiligung des Vertragspartners, grobes Missverhältnis von Leistung und Gegenleistung, sachliche Rechtfertigung etc) die Gerichte im Einzelfall.

### **Unklare AGB**

Darüber hinaus ist für unklare (mehrdeutige) Bestimmungen in AGB § 915 ABGB einschlägig (B2C und B2B). Danach ist eine undeutliche Formulierung zum Nachteil desjenigen auszulegen, der sich ihrer bedient hat, also zum Nachteil des Erstellers der AGB.

### **Wie lang müssen / dürfen AGB sein?**

Es ist möglich, dass die Rechtsprechung bei Online-Geschäften von dem Grundsatz abgeht, dass AGB prinzipiell beliebig lang sein können. Dies ergibt sich aus der Überlegung, dass man im Internet üblicherweise mit kurzen Texten arbeitet

und man daher damit rechnen muss, dass ein Konsument lange Texte nicht genau liest, wodurch ihn einzelne Klauseln dann überraschend treffen können. Beim Kauf von Büchern, Datenträgern, etc in einem Online-Shop sollte daher wohl mit (maximal) etwa drei Seiten das Auslangen gefunden werden. Rechtsprechung, wie lange AGB im Bereich des E-Commerce tatsächlich sein dürfen, gibt es allerdings noch nicht. Auch hier werden branchenspezifische Unterschiede zu treffen sein. Beim Online-Banking werden AGB auch in längerem Umfang als bloß im Ausmaß von drei Seiten zulässig sein.

Empfehlenswert ist auch eine genaue Dokumentation darüber zu führen, welche Fassung der AGB wann und in welcher Form im Internet auf der Homepage des Unternehmers verwendet wurde. In einem späteren Streitfall lässt sich dann genau nachvollziehen, welche Fassung der AGB dem jeweilig elektronisch abgeschlossenen Vertrag zugrunde lag. Auch sollten die bestehenden technischen Möglichkeiten des Bestellvorgangs sowie die Möglichkeit des Abrufs der AGB genau dokumentiert werden. Verlässliche elektronische Datums- und Zeitstempel kämen diesem Erfordernis entgegen und würden auch den Kunden vor der Gefahr der nachträglichen einseitigen Veränderung des Inhalts der AGB schützen.

### Vertragssprache

Es gibt keine ausdrückliche gesetzliche Bestimmung, die vorschreibt in welcher Sprache AGB abgefasst werden müssen, damit sie rechtsverbindlich werden. Dies kann im Bereich des Internet zu Zweifelsfragen führen, insbesondere dann, wenn der Kunde auf der Homepage eines fremdsprachigen Internethändlers bestellt.

Die herrschende Auffassung geht diesbezüglich davon aus, dass es genügt, wenn der Text der AGB in jener Sprache abgefasst ist, wie der abzuschließende Hauptvertrag. Wenn somit auf einer englischsprachigen Homepage bestellt wird, genügt es für die Verbindlichkeit der AGB unter diesem Aspekt, wenn auch die AGB englisch verfasst sind.

Allerdings kann diese Beurteilung bei Verträgen mit Konsumenten im Sinn des Konsumentenschutzgesetzes auch anders ausfallen, wenn das im Konsumentenschutzgesetz normierte Transparenzgebot so ausgelegt wird, dass Vertragsbestimmungen in AGB schon deshalb als unklar oder unverständlich abgefasst sind, weil sie nicht in deutscher Sprache verfasst sind. Höchstgerichtliche Rechtssprechung fehlt zu dieser Thematik noch, nicht zuletzt wegen der relativen Neuheit dieser Problematik.

**Tipp:** Sinnvoll ist es auf jeden Fall sich am „Zielstaat“ zu orientieren, also jene Sprache(n) zu wählen, für die das Internetangebot gedacht ist und das auch auf der Homepage ausdrücklich (beispielsweise durch Länderwappen) klarzustellen.

### Verfügbarkeit von AGB

Der Kunde muss vor Abschluss des Vertrages, dh noch bevor er im Internet seine Bestellung abgibt, die Möglichkeit haben, sich vom Inhalt der AGB Kenntnis zu verschaffen und diese auch ausdrucken und speichern können.

Stand: Juli 2004