

## Inhaltsverzeichnis

### Das aktuelle Interview

Prof. Dr. Thomas Hoeren, Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht, Universität Münster. 443

### Aufsätze

Volker Galland, GbR und OHG – keine Chance für Kapitalanleger? 445  
Zwei Gesellschaftsformen mit unklarer Zukunft  
Dietmar Beining, Zum Umfang der Bürgschaft nach § 7 Makler- und Bauträgerverordnung (MaBV) 450

### Recht der Finanzdienstleistungen

*Finanzdienstleistungen aktuell* 454

#### Entscheidungen

Altersvorsorge, Riester-Rente, Stornogebührenklausel („Hamburg-Mannheimer“) 455  
LG Hamburg, Urteil vom 11.07.2003, 324 O 577/02 mit Anmerkung Lars Gatschke  
Lebensversicherungshypothek, integriertes Produkt OLG Karlsruhe, Urteil vom 4.4.2003, 15 U 8/02 462  
Allgemeine Geschäftsbedingungen, Lastschriftgebühren, Umgehungsversuch 465  
LG Köln, Urteil vom 11.6.2003, 26 O 100/02  
Rechtsprechung im Überblick 467

### Recht der Sonstigen Dienstleistungen

*Beitrag des vzbv*  
Krankenversicherung und Gesundheitsleistungen im Ausland 468

#### Entscheidung

Gewinnzusage, Verfassungsmäßigkeit, Zuständigkeit OLG Köln, Urteil vom 24.2.2003, 16 U 93/02 (rk.) mit Anmerkung Christian Schneider 474

### Informationen

*Bericht*  
Verbraucherbefragung in Deutschland: Stand und Empfehlungen 479  
Veranstaltung des vzbv, 8.10.2003 in Berlin  
*Buchbesprechungen* 483  
*Veranstaltungen* 485  
*Verbraucherzeitschriften im Ausland* 486

## Das aktuelle Interview

E-Commerce und Datenschutz sind gerade in der Weihnachtszeit – aber nicht nur dann – hochaktuell. Kann der Verbraucher wirklich unbeschwert im Netz genau so einkaufen wie im Laden? Welches Potenzial hat dieser Vertriebsweg überhaupt, wo liegen die Grenzen und Probleme. „Verbraucher und Recht“ sprach darüber mit Prof. Dr. Thomas Hoeren, Professor für Informationsrecht und Rechtsinformatik am Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht der Universität Münster.



### *Herr Professor Hoeren, was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten aktuellen Probleme im E-Commerce?*

Zum einen ist das die Einhaltung der Informationspflicht auf den Homepages, was die Information über Produkte, den Lieferanten und seine Identität angeht, außerdem fehlt oft der Hinweis darauf, wo man die AGB runterladen kann – da hapert es ganz massiv. Die Lieferanten im Internet wissen oft gar nicht genau, welche Informations- und Verbraucherschutzpflichten sie haben und bevor sie etwas falsch machen, lassen viele lieber jeden Versuch dazu weg. Das zweite Problem ist die fehlende Umsetzung der Finanzdienstleistungsrichtlinie. Es gibt ja eine EU-Richtlinie über Finanzdienstleistungen beim Fernabsatz, die ist aber noch nicht in deutsches Recht umgesetzt. Das ist aus meiner Sicht sehr bedenklich, ich finde, dass das so schnell wie möglich geschehen sollte, weil es hier eine große Lücke bei dem Schutz der Verbraucher in dem wichtigen Bereich Electronic Banking, Versicherungen etc. gibt. Das dritte ist das große Auslandsproblem, das man bisher in keiner Weise in den Griff bekommen hat, also die Frage, was passiert, wenn jemand etwas im Ausland bestellt und es dann Probleme gibt. Da gibt es noch große rechtliche Lücken, wenn jemand klagen will, wie er sein Recht durchsetzen kann. Im Grunde muss man immer

noch davor warnen, im Ausland per E-Commerce einzukaufen, weil in vielen Ländern immer noch der deutsche Verbraucherschutz, der im Prinzip auch dort gilt, ignoriert wird und die Anbieter versuchen, mit Brachialgewalt zu verkaufen.

#### **Gilt dies auch für das europäische Ausland?**

Wir haben zwar innerhalb Europas einheitliche Verbraucherschutzlinien, aber die Umsetzung ist sehr, sehr problematisch. Nehmen Sie zum Beispiel Griechenland – hier entscheiden die Gerichte oft erst nach Jahren und die Durchsetzung der Rechte ist eine Katastrophe, weil es schlichtweg keinen Gerichtsvollzieher gibt, der dafür zuständig wäre.

#### **Wie sieht es mit dem Datenschutz beim E-Commerce aus?**

Das ist ein relativ erfreuliches Thema. Wir haben jetzt ja seit 1. November die Datenschutzrichtlinie der EU mit relativ detaillierten Vorschriften, auch für den Bereich E-Commerce. Ein Problem dabei ist nur, dass es bisher keine Vorschriften für Sanktionen gibt – Verbraucherschutzorganisationen haben keine Möglichkeit, eine Abmahnung zu verschicken. Ein weiteres Problem sind die Aufsichtsbehörden – es gibt sie zwar, aber sie sind personell und fachlich so unterrepräsentiert, dass sie faktisch nicht kontrollieren können.

#### **Ein weiteres Thema in diesem Zusammenhang ist das Datensammeln im Internet, beispielsweise in Verbindung mit Marketingmaßnahmen. Wie beurteilen Sie das?**

Werbung, die auf Datensammeln beruht, ist regelmäßig illegal, auch wenn sie weit verbreitet ist. Die Unternehmen wissen das auch, aber das ist für sie eine ökonomische Überlegung, die normative Kraft des Faktischen – wenn sie ohnehin nicht mit einem Bußgeld rechnen müssen oder einem so geringen, dass der Wert der gesammelten Informationen höher liegt, stecken sie das einfach weg. Datensammeln ist nur erlaubt, wenn die Einwilligung des Betroffenen vorliegt und es gibt ganz genaue Vorschriften, wie diese Einwilligung auszusehen hat – sie muss schriftlich beziehungsweise dauerhaft gespeichert und individualisiert sein und sie muss separat ausgewiesen sein. Außerdem gilt sie nur für den Vertrag, für den sie erteilt wurde – ist die Geschäftsbeziehung beendet, muss sie gelöscht werden, der Kunden darf dann nicht mehr mit Werbung etc. belästigt werden. Das geschieht aber häufig nicht. Das Prinzip der Datenvermeidung ist ganz wichtig – man darf Daten nur verwenden, wenn man sie aktuell braucht. Vielgepriesene Marketingtechniken wie Data-Mining sind schlicht illegal, das ist Teufelszeug.

#### **Was halten Sie von bezahlten Links in Suchmaschinen?**

Nach der Rechtsprechung sind sie dann legal, wenn sie deutlich als Bannerwerbung erkennbar beispiels-

weise an der Seite platziert werden. Tauchen sie aber in der Liste der Suchergebnisse auf, ist das irreführende Werbung und verboten. Neuerdings gibt es ja Fachleute für search engine optimizing – so was ist ebenfalls ganz einfach illegal.

#### **Kann der Verbraucher bedenkenlos das Internet als Einkaufsweg nutzen, sowohl bei Produkten als auch bei Dienstleistungen wie Versicherungen?**

Auf jeden Fall sollte er bei Käufen bei Anbietern außerhalb Europas äußerst vorsichtig sein, das ist wirklich gefährlich und man sollte sich dessen zumindest bewusst sein. Bei Anbietern innerhalb Europas sollte man sich das Profil genau ansehen, vor allem bei größeren Beträgen. Bei Versicherungen gibt es die wenigsten Probleme, es werden ohnehin per Internet nur die kleineren Versicherungsarten wie Auslandskrankenversicherung oder Reisegepäckversicherung angeboten, da kann wenig schief gehen. Aber man sollte sich auf jeden Fall den Versicherungsschein noch einmal ausdrucken und als Beweismittel archivieren.

#### **Das gilt auch für den Kauf von Waren?**

Je höher der Preis ist, um so wichtiger wird es, dass man etwas in der Hand hat, also die Homepage mit dem Angebot ausdruckt und den Ausdruck aufhebt.

#### **Wie ist der aktuelle Stand der Zahlungssicherheit im E-Commerce? Welche Verfahren sind hier empfehlenswert, welche nicht?**

Das ist ein ziemliches Katastrophenthema geworden. Vor zwei Jahren war ja noch die Einführung von Technologien wie die digitale Signatur oder e-cash geplant, davon ist keine Rede mehr und wir sind hier mit Zahlungsmethoden über die Kreditkarte oder PIN und TAN ins Steinzeitalter zurückgefallen. Daran ist sicher auch die schlechte wirtschaftliche Lage mit Schuld, welche die Entwicklung von neuen Geräten behinderte. Das ist ein ganz schlimmer Rückschritt, aber so lange es keine größeren Missbrauchsfälle gibt, wird sich daran nichts ändern. Ich glaube aber, dass es nur eine Frage der Zeit ist, bis ein Hacker kommt. Vor allem bei der digitalen Signatur ging es um die Netzökonomie, die Industrie konnte sich nicht einigen und der Verbraucher hätte von sich aus initiativ werden und sich ein Lesegerät kaufen müssen. Aber warum hätte er daran ein Interesse haben sollen? Für den E-Commerce ist diese Stagnation die fatalste Sache. Allerdings ist ohnehin eigentlich nur das Business-to-Business-Geschäft von Bedeutung, Business-to-Consumer spielt kaum eine Rolle. Und im B-t-B-Bereich beispielsweise mit den Lieferanten werden Rahmenverträge abgeschlossen und man kennt sich. Im Massengeschäft des Business-to-Consumer-Bereichs geht das nicht. Einzelne Anbieter wie amazon praktizieren ja ein scharfes Anmeldeverfahren mit einem riesigen logistischen Aufwand, was da-



tenschutzrechtlich aber problematisch ist. Grundsätzlich eignet sich der Verkauf an Privatkunden im E-Commerce nur für Bücher, CDs und das Online-Banking. Außerdem ist für große Firmen das Internet wichtig, um jüngere Zielgruppen zu erreichen – verkauft wird aber im realen Laden.

***Online-Auktionen über E-Bay beispielsweise sind ja sehr erfolgreich – ist die Teilnahme auch unter Verbraucherschutzaspekten empfehlenswert?***

E-Bay ist zweifellos der große Gewinner im E-Commerce. Bei kleinen Transaktionen kann man es vertreten, einen Verbrauchervorschuss zu geben, bei einem höheren Preis sollte man vorsichtig sein – die Szene wird immer krimineller. E-Bay versucht alles, um die Sache in den Griff zu bekommen und hat beispielsweise ein gutes Ratingsystem entwickelt, aber auch das kann missbraucht werden. Das Internet-Auktionssystem ist schwer zu handeln – es funktioniert nur, wenn alle mitziehen und Vertrauen in das Netz haben, sonst gibt es weniger Angebote und das Geschäft wird uninteressant. Außerdem steht schärferen Kontrollen und mehr Sicherheit entgegen, dass dies den Verkauf verlangsamen würde und andererseits die Akteure möglichst schnell kaufen und verkaufen wollen.

***Was erwarten Sie von der Gesetzgebung auf Seiten der Bundesregierung und der EU, welche Entwicklungen sehen Sie da?***

Noch steht die Umsetzung der Finanzdienstleistungsrichtlinie in nationales Recht aus, auch bei den 0190er Nummern gibt es spezielle Risiken. Aber ansonsten sind die Regelungen da, die Probleme werden bei der Umsetzung eintreten und müssen durchprozessiert werden.

***Hat der Verbraucher eigentlich die Möglichkeit, sich gegen lästige Werbung im Internet zu wehren?***

In so einem Fall sollte er sich an die Verbraucherschutzverbände wenden. Vor kurzem gab es beispielsweise eine Abmahnung, weil sich auf einer Site zehn Pop-up-Fenster gleichzeitig öffneten, so dass man nichts mehr lesen konnte.

***Geben Sie bezahlten Inhalten und E-Learning eine gute Zukunftsprognose?***

Bei bezahlten Inhalten spielten vor allem Fragen des Urheberrechts eine Rolle, da muss zunächst einmal geklärt werden, welche Rechte der Autor und der Verlag haben. Beim E-Learning sind Plattformen in der Entwicklung, in die beispielsweise Schulen Inhalte einstellen können. Das ist aber mit Vorsicht zu genießen, da ist noch vieles ungeklärt.