

# Vertragsschlüsse im E-Commerce

## Eine kompakte Darstellung für Studium und Examen

Von Wiss. Mitarbeiter Cyril Hergenröder, M.A., Würzburg\*

*Der Kauf und Verkauf von Produkten im Internet ist aufgrund der oft unkomplizierten und bequemen Bestellmöglichkeiten und der meist raschen Lieferung in der heutigen Zeit ein alltäglich gewordenen Phänomen. Die Kenntnis der in diesem Bereich maßgeblichen rechtlichen Voraussetzungen und Problemkomplexe, welche zu einem großen Teil dem Allgemeinen Teil des BGB entstammen, ist sowohl für Studierende in den Anfangssemestern als auch für Examenskandidaten besonders essentiell. Denn Vertragsschlüsse unter Zuhilfenahme des Internets stellen auch ein regelmäßig auftretendes Phänomen in juristischen Klausuren dar. Der vorliegende Beitrag stellt vor diesem Hintergrund die aus Sicht des Verfassers wesentlichen rechtlichen Probleme im Bereich des E-Commerce anhand eines illustrierenden Beispielsfalles knapp dar.*

### I. Rechtliche Voraussetzungen eines Vertragsschlusses im E-Commerce

Unter dem Begriff Electronic Commerce, kurz E-Commerce, versteht man allgemein den Vertrieb von Waren und Dienstleistungen über das Internet. Der Kauf und Verkauf von Waren auf elektronischem Wege, etwa mittels einer Bestellung auf einer Internetseite unter Zuhilfenahme eines elektronischen Bestellformulars, folgt zunächst den allgemeinen Regelungen, welche das BGB für „klassische“ Vertragsschlüsse aufstellt.<sup>1</sup> Sofern es sich dabei um einen Verbrauchervertrag nach § 310 Abs. 3 BGB, also einen Vertragsschluss zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher im Sinne der §§ 13, 14 BGB handelt, sind darüber hinaus allerdings zusätzlich die Vorgaben der §§ 312 ff. BGB zu beachten.

*Beispielsfall:* Verbraucher V möchte eine neue Stereoanlage erwerben. Im Webshop des Unternehmers U findet er eine große Auswahl an solchen Produkten, unter anderem auch die Anlage „Super Sound Machine 3000“, die aufgrund ihrer Eigenschaften für seinen Bedarf besonders geeignet erscheint. Diese ist mit einem Preis von 1000 € ausgezeichnet. Durch Anklicken legt er diese in den Warenkorb des Webshops und klickt sodann auf die Schaltfläche „Zur Kasse“. Dort wird dem V seine Produktauswahl und der Gesamtpreis der Bestellung aufgezeigt. Zudem findet sich ein deutlich erkennbarer, eingerückter Link mit dem Betreff „Beachten Sie bitte unsere AGB“.

Nach Angabe seiner persönlichen Daten, seiner Kreditkarteninformationen und seiner Email-Adresse klickt V mit dem Mauszeiger auf die Schaltfläche „Jetzt kosten-

pflichtig bestellen“. Kurz darauf erhält er eine E-Mail von U mit unter anderem folgendem Inhalt: „Vielen Dank für Ihre Bestellung! Die von Ihnen angegebene Kreditkarte Nr. xxxx wird mit dem Betrag von 1000 € belastet. Das von Ihnen gewünschte Produkt wird demnächst versandt. Sie erhalten es voraussichtlich in 3 bis 5 Werktagen.“

Ist zwischen U und V ein wirksamer Kaufvertrag im Sinne des § 433 BGB über die Stereoanlage zustande gekommen?

#### 1. Vertragsschluss und Willenserklärung

Notwendige Grundvoraussetzung auch im E-Commerce ist der Abschluss eines Kaufvertrages nach § 433 BGB.<sup>2</sup> Ein Vertrag stellt nach allgemeiner Definition ein Rechtsgeschäft dar, welches durch mindestens zwei inhaltlich übereinstimmende, mit Bezug aufeinander abgegebene Willenserklärungen in Form eines Antrags und einer Annahme nach §§ 145, 147 BGB zustande kommt.<sup>3</sup> Die zwingende Voraussetzung des Vorliegens zweier kongruenter Willenserklärungen auf Seiten sowohl des Käufers als auch des Verkäufers gilt uneingeschränkt auch im Bereich des elektronischen Vertragsschlusses.

Unter einer Willenserklärung ist jede private Willensäußerung zu verstehen, welche auf die Herbeiführung einer Rechtsfolge gerichtet ist.<sup>4</sup> Dabei gelten die vom jeweils Erklärenden selbst formulierten und unter Zuhilfenahme eines Computers oder anderer elektronischer Hilfsmittel erstellten Willensäußerungen unproblematisch als Willenserklärungen im rechtlichen Sinne, sofern die notwendigen Voraussetzungen einer solchen in Gestalt von Handlungswille, Erklärungsbewusstsein und Geschäftswille vorliegen.<sup>5</sup>

Aber auch solche Erklärungen, welche nicht von natürlichen Personen aufgrund eines aktuellen Willensentschlusses formuliert werden, sondern von einem Computer aufgrund dessen Programmierung erstellt und versandt werden, stellen Willenserklärungen im genannten Sinne dar.<sup>6</sup> Hierzu zählen etwa automatisierte Antwortschreiben nach Absenden einer elektronischen Bestellanfrage.

Von einem automatisierten Antwortschreiben in diesem Sinne ist nach Wortlaut und Gestaltung der Antwortmail des U sowie aufgrund des engen zeitlichen Zusammenhangs mit der Bestellung des V im Beispielsfall auszugehen. Eine Wil-

<sup>2</sup> Sofern ein Rechtskauf vorliegt, etwa im Falle des Erwerbs von Software, ist zudem die Vorschrift des § 453 BGB zu beachten. Vgl. hierzu *Weidenkaff*, in: Palandt, Kommentar zum BGB, 75. Aufl. 2016, § 453 Rn. 8.

<sup>3</sup> Vgl. *Eckert*, in: Beck'scher Online-Kommentar zum BGB, Ed. 40, Stand: 1.8.2016, § 145 Rn. 2.

<sup>4</sup> Vgl. *Brox/Walker*, Allgemeiner Teil des BGB, 40. Aufl. 2016, Rn. 82.

<sup>5</sup> Vgl. *Glossner* (Fn. 1), Teil 2 Rn. 15.

<sup>6</sup> Vgl. *Faust*, Bürgerliches Gesetzbuch Allgemeiner Teil, 5. Aufl. 2016, § 2 Rn. 5.

\* Der Autor ist Rechtsassessor und Europajurist (Univ. Würzburg) sowie Wiss. Mitarbeiter und Doktorand am Lehrstuhl für Deutsche und Europäische Rechtsgeschichte, Kirchenrecht und Bürgerliches Recht, Julius-Maximilians-Universität Würzburg (Prof. Dr. Anja Amend-Traut).

<sup>1</sup> Vgl. *Glossner*, Münchner Anwaltshandbuch IT-Recht, 3. Aufl. 2013, Teil 2 Rn. 14.

lenserklärung stellt diese folglich ungeachtet der automatisierten Versendung dar.

Argument für eine Einordnung unter den Begriff der Willenserklärung ist, dass der Programmierung eines Computers stets menschliches Handeln zugrunde liegt. Der Vertrauensschutz auf Seiten des potentiellen Vertragspartners, der bei Verwendung elektronischer Hilfsmittel sein Gegenüber nicht identifizieren kann, gebietet eine Gleichstellung solcher „Willensäußerungen“ mit denjenigen natürlicher Personen.<sup>7</sup>

Schließlich gilt auch im Fall einer elektronisch geführten Kommunikation, dass Willenserklärungen sowohl ausdrücklich als auch konkludent geäußert werden können. So kann nach dem objektiven Empfängerhorizont etwa eine Bestätigungs-E-Mail mit dem Wortlaut „Die Lieferung erfolgt nach Zahlungseingang. Bitte überweisen Sie den Rechnungsbetrag [...] auf folgendes Konto [...]“ als konkludente Angebotsannahme verstanden werden.<sup>8</sup>

## 2. Abgabe und Zugang elektronischer Willenserklärungen

Eine empfangsbedürftige Willenserklärung unter Abwesenden<sup>9</sup> muss zunächst abgegeben, also unter erkennbarer Kundgabe des rechtsgeschäftlichen Willens in Richtung auf den Empfänger in Bewegung gesetzt werden, so dass der Entäußernde unter normalen Umständen mit einem Zugang beim Empfänger rechnen darf.<sup>10</sup> Zudem muss die Willenserklärung dem Empfänger auch tatsächlich zugehen, um Rechtsfolgen herbeizuführen.<sup>11</sup>

### a) Abgabe

Die Abgabe elektronischer Willenserklärungen im Internet, etwa bei Nutzung eines Online-Bestellformulars oder einer Anmeldemaske, erfolgt durch Mausclick oder Drücken der Eingabetaste auf der Tastatur.<sup>12</sup> Bei der Versendung von E-Mails liegt eine Abgabe mit Erteilung des Sendebefehls vor.<sup>13</sup> Auch bei elektronischen Willenserklärungen kommen naturgemäß die Vorschriften über die Irrtumsanfechtung nach § 119 BGB zur Anwendung, so dass beispielsweise im Falle des Vertippens des Erklärenden bei Erstellung einer E-Mail eine Anfechtung wegen Erklärungsirrtums gem. § 119 Abs. 1 Alt. 2 BGB in Betracht kommt.<sup>14</sup>

<sup>7</sup> Vgl. *Glossner* (Fn. 1), Teil 2 Rn. 15.

<sup>8</sup> Vgl. hierzu AG Dieburg BeckRS 2015, 19901.

<sup>9</sup> Um eine solche handelt es sich bei elektronisch geäußerten Willenserklärungen regelmäßig, sofern keine direkte Kommunikation wie etwa bei Nutzung von Skype oder ähnlichen Online-Chat-Systemen besteht, vgl. *Brox/Walker* (Fn. 4), Rn. 147.

<sup>10</sup> Vgl. *Brox/Walker* (Fn. 4), Rn. 143.

<sup>11</sup> Vgl. *Ellenberger*, in: Palandt, Kommentar zum BGB, 75. Aufl. 2016, § 130 Rn. 2, 4.

<sup>12</sup> Vgl. *Brox/Walker* (Fn. 4), Rn. 147.

<sup>13</sup> Vgl. *Taupitz/Kritter*, JuS 1999, 839 (840).

<sup>14</sup> Vgl. *Wendtland*, in: Beck'scher Online-Kommentar zum BGB, Ed. 40, Stand: 1.8.2016, § 119 Rn. 28; zu den Besonderheiten bei einer fehlerhaften automatisierten Willenserklärung vgl. *Wendtland* (Fn. 14), § 119 Rn. 29.

Insbesondere kann es zu einer ungewollten Abgabe der elektronischen Willenserklärung kommen, etwa bei Erteilung des Sendebefehls durch ein versehentliches Klicken auf die Maus oder eine ungewollte Betätigung der Eingabetaste.

*Abwandlung zum Beispielfall:* Nachdem V die Stereoanlage im Warenkorb platziert hat, ist er sich unsicher geworden, ob diese seinen Ansprüchen genügen wird, oder ob er nicht doch lieber eine Anlage der Marke „Sound Monster 4000“ erwerben sollte, die er beim Scrollen im Onlineshop des U ebenfalls gefunden hatte. Daher möchte er durch Klick auf die Schaltfläche „Zurück zum Shop“ zur Produktübersicht zurückkehren, um die Anlagen erneut zu vergleichen. Aus Unachtsamkeit klickt er stattdessen auf die räumlich abgehobene Schaltfläche „Jetzt kostenpflichtig bestellen“. Hat V einen Antrag auf Abschluss eines Kaufvertrages abgegeben?

Sofern es in einer entsprechenden Konstellation nicht bereits am Handlungswillen fehlen sollte<sup>15</sup>, ist umstritten, wie ein solcher Fall hinsichtlich der Wirksamkeit der Willenserklärung zu bewerten ist.

Unter Anlehnung an die Konstellation der „abhanden gekommenen“ Willenserklärung bestehen dabei letztlich zwei Lösungsansätze. Nach einer Auffassung soll die ohne Wissen oder Wollen des Erklärenden abgegebene Willenserklärung als nicht abgegeben gelten und lediglich ein Anspruch des Erklärungsempfängers aus §§ 280 Abs. 1, 311 Abs. 2, 241 Abs. 2 BGB bzw. § 122 BGB analog in Betracht kommen. Nach anderer Ansicht könnte dem Absender die Willenserklärung über die Grundsätze des fehlenden Erklärungsbewusstseins zugerechnet werden, gleichwohl bestünde eine Anfechtungsmöglichkeit desselben analog § 119 Abs. 1 Alt. 2 BGB.<sup>16</sup>

### b) Zugang

Nach § 130 Abs. 1 S. 1 BGB wird eine unter Abwesenden abgegebene, empfangsbedürftige Willenserklärung wirksam, sobald sie dem Empfänger zugeht. Nach allgemeiner Definition liegt ein solcher Zugang vor, sobald sich die Willenserklärung dergestalt im räumlichen Machtbereich des Empfängers befindet, dass dieser unter normalen Umständen von ihr Kenntnis nehmen kann.<sup>17</sup> Ein Eintritt in den Machtbereich ist im Fall mittels E-Mail oder im Internet abgegebener Erklärungen anzunehmen, sobald diese von der Empfangseinrichtung des Empfängers aufgenommen werden und abrufbereit zur Verfügung stehen.<sup>18</sup>

<sup>15</sup> Zu diesen Fällen vgl. *Spindler*, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 3. Aufl. 2015, Vorb. zu §§ 116 ff. Rn. 3.

<sup>16</sup> Vgl. zur gesamten Problematik die Darstellung des Streitstandes bei *Taupitz/Kritter*, JuS 1999, 839 (840).

<sup>17</sup> Vgl. *Faust* (Fn. 6), § 2 Rn. 23, welcher auch die von den genannten Voraussetzungen abweichende Mindermeinungen darstellt.

<sup>18</sup> Vgl. *Faust* (Fn. 6), § 2 Rn. 33; *Brox/Walker* (Fn. 4), Rn. 149.

Tatsächlich zugegangen ist eine solche Erklärung gleichwohl erst dann, sobald nach der Verkehrsanschauung mit der Leerung des elektronischen Postfaches zu rechnen ist.<sup>19</sup> Zu differenzieren ist dabei nach überwiegender Meinung zwischen geschäftlicher und privater E-Mail-Nutzung.<sup>20</sup> Bei für den Bereich des E-Commerce relevanter geschäftlicher Nutzung auf Seiten des Verkäufers ist der Zeitpunkt der gewöhnlichen Kenntnisnahme anhand der geschäftlichen Gepflogenheiten zu bestimmen. Im Allgemeinen soll daher von einem Zugang spätestens am Ende des Geschäftstages auszugehen sein, da eine tägliche Leerung geschäftlich genutzter elektronischer Postfächer erwartet werden könne.<sup>21</sup> Hiervon abweichende Einzelfälle sind durchaus denkbar, etwa im Fall eines automatisierten minutenweisen Abrufs geschäftlicher Emails über POP3 oder IMAP, bei welchem ein entsprechend früherer Zugang vorliegen kann.<sup>22</sup>

### 3. Antrag und Annahme

Zum Zustandekommen eines Kaufvertrages mittels elektronisch abgegebener Erklärungen ist zunächst ein Antrag auf Abschluss des Kaufvertrages im Sinne des § 145 BGB vonnöten, welcher sowohl vom Käufer als auch vom Verkäufer abgegeben werden kann und dabei die oben dargestellten Merkmale einer Willenserklärung aufweisen muss.

#### a) Antrag

Notwendige Voraussetzung eines Antrags ist, dass dieser sämtliche Punkte enthält, welche inhaltlich für den Abschluss des Kaufvertrages vonnöten sind, sog. *essentialia negotii*.<sup>23</sup> Hierzu zählen insbesondere die Vertragsparteien, der Verkaufsgegenstand und der durch den Käufer zu bezahlende Preis der Ware. Entscheidend für das Vorliegen eines Antrags ist zudem, dass sich aus der jeweiligen Erklärung ein objektiv erkennbarer Rechtsbindungswille ergibt.

Bietet ein Unternehmer Waren auf einer Website an, so ist zunächst mittels einer Auslegung nach §§ 133, 157 BGB zu überprüfen, ob darin bereits ein an eine Vielzahl nicht näher bestimmter Personen gerichteter Antrag im Sinne des § 145 BGB oder lediglich eine sogenannte *invitatio ad offerendum*

zu sehen ist.<sup>24</sup> Einer *invitatio ad offerendum*, also einer bloßen Aufforderung zur Abgabe eines Antrags, mangelt es an einem objektiv erkennbaren Rechtsbindungswillen.

Insbesondere im Fall des Freischaltens einer Verkaufsseite im Internet samt Buchungsmaske und des Anbietens von bestellbaren Waren auf derselben ist im Zweifel von einer bloßen *invitatio ad offerendum* auszugehen.<sup>25</sup> Denn aus Sicht eines objektiven Dritten in der Position des Kaufinteressenten kann nicht davon ausgegangen werden, dass sich der Anbieter der Ware durch das Freischalten der Angebotsseite mit Rechtsbindungswillen an alle potentiellen Kunden richtet.<sup>26</sup> Dies würde ihm im Fall der gehäuften Annahme eines entsprechenden Antrages *ad incertas personas* ein erhebliches Haftungsrisiko insbesondere für den Fall eines nicht ausreichenden Warenbestandes auferlegen.<sup>27</sup> Ein Antrag im Sinne des § 145 BGB erfolgt somit in solchen Fällen durch den Kunden, welcher eine Bestellung der Ware vornimmt.

Im eingangs gestellten Beispielfall liegt im Warenangebot des U im Rahmen seines Webshops demnach lediglich eine *invitatio ad offerendum* vor. Eine abweichende Einschätzung ist hier mangels näherer Angaben im Sachverhalt nicht geboten. Durch Betätigung des Buttons „Jetzt kostenpflichtig bestellen“ entäußert V rechtswirksam eine Willenserklärung gegenüber U, welcher dieser nach dem objektiven Empfängerhorizont auf Grundlage der Gesamtumstände nur als Antrag auf Abschluss eines Kaufvertrages auffassen konnte.

Anders gestaltet sich die Sachlage jedoch im Fall einer Internetversteigerung, etwa über eBay oder ähnliche Plattformen. Auch bei diesen Online-Versteigerungen kommen die §§ 145 ff. BGB zur Bestimmung des Vorliegens eines Vertragsschlusses zur Anwendung, da es insoweit an einem für „klassische“ Versteigerungen charakteristischen Zuschlag nach § 156 BGB fehlt.<sup>28</sup> Entgegen den obigen Feststellungen ist dann im Freischalten der Angebotsseite nach überwiegender Auffassung ein verbindliches Verkaufsangebot des Verkäufers zu sehen, da dieser objektiv betrachtet den Willen aufweist, mit dem nach Ablauf der Auktionszeit Höchstbietenden zu kontrahieren.<sup>29</sup> Zur Ermittlung des Erklärungsinhaltes sind überdies im Rahmen der dabei erforderlichen

<sup>19</sup> Mansel, in: Jauernig, Kommentar zum BGB, 16. Aufl. 2015, § 130 Rn. 5.

<sup>20</sup> Vgl. Mansel (Fn. 19), § 130 Rn. 5.

<sup>21</sup> Vgl. Brox/Walker (Fn. 4), Rn. 150b. Im Falle privater Nutzung hingegen ist, entsprechend der Grundsätze zur Nutzung eines Hausbriefkastens, jedenfalls von einer einmaligen täglichen Leerung des E-Mail-Postfaches auszugehen. Problematisch erscheint dabei, dass sich im Unterschied zum Hausbriefkasten keine im Sinne der Verkehrsanschauung einheitliche Tageszeit für die Leerung eines E-Mail-Postfaches bestimmen lässt. Daher schlagen etwa Brox/Walker ([Fn. 4], Rn. 150b) vor, von einem Zugang spätestens einen Tag nach Eingang der abrufbar gespeicherten E-Mail im Postfach des Empfängers auszugehen.

<sup>22</sup> Vgl. Spindler (Fn. 15), § 130 Rn. 8.

<sup>23</sup> Vgl. Faust (Fn. 6), § 3 Rn. 3.

<sup>24</sup> Vgl. Köhler, BGB Allgemeiner Teil, 40. Aufl. 2016, Rn. 59.

<sup>25</sup> Vgl. Sutschet, NJW 2014, 104.

<sup>26</sup> Vgl. Oechsler, Jura 2012, 497 (498).

<sup>27</sup> Vgl. Köhler (Fn. 24), Rn. 59, mit dem Hinweis, dass dies im Fall von uneingeschränkt verfügbaren Waren anders sein kann, etwa bei der Möglichkeit eines Downloads von Software.

<sup>28</sup> Vgl. hierzu näher Leipold, BGB I – Einführung und Allgemeiner Teil, 8. Aufl. 2015, § 14 Rn. 43.

<sup>29</sup> Vgl. Sutschet, NJW 2014, 1041 (1042); alternativ könnte konstruktiv im Freischalten der Angebotsseite eine antizipierte Annahme des Verkäufers gesehen werden, vgl. hierzu etwa Leipold (Fn. 28), § 13 Rn. 44, dort auch Fn. 54. Zur Möglichkeit einer in den AGB der Versteigerungsplattform zu regelnden Zurücknahme des Angebots durch den Verkäufer vgl. Köhler (Fn. 24), Rn. 59.

Auslegung die AGB des betreffenden Unternehmens, beispielsweise eBay, heranzuziehen.<sup>30</sup>

#### b) Annahme

Auf Seiten des jeweiligen Vertragspartners bedarf es wiederum einer Annahme dieses Angebots, welche ebenfalls den oben dargestellten Anforderungen an eine wirksame Willenserklärung genügen muss. Problematisch ist dabei oftmals, ob in einer Bestätigung des Zugangs einer elektronischen Bestellung, wie sie nach § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 1 BGB vorgeschrieben ist, bereits eine Annahme zu sehen ist. Dies ist im Einzelfall mittels einer Auslegung nach dem objektiven Empfängerhorizont gem. §§ 133, 157 BGB anhand der konkreten Ausgestaltung der Bestätigung durch den Unternehmer zu ermitteln. Dabei ist zu überprüfen, ob die betreffende Bestätigung lediglich der Information des Bestellers über den Eingang seiner Bestellung dienen soll, oder ob sie darüber hinaus bereits eine Willenserklärung des Unternehmers hinsichtlich einer Annahme des Vertragsangebots darstellt.<sup>31</sup> Bei Vorliegen einer bloßen Zugangsbestätigung bedarf es zusätzlich noch einer eigenen Annahmeerklärung, welche gem. § 151 S. 1 BGB auch durch bloßes Zusenden der Ware erfolgen kann.<sup>32</sup>

Im Beispielfall ergibt eine Auslegung nach §§ 133, 157 BGB, dass es sich bei der dem V zugegangenen, automatisiert generierten Zugangsbestätigung zugleich um eine Annahme des Antrags handelt. Insbesondere wird nicht ersichtlich, dass auf Seiten des U eine Bedenkzeit oder eine weitere Prüfung des Antrags oder der Person des V vonnöten wären. Die Ankündigung des baldigen Warenversands durch U legt vielmehr eine unmittelbare Annahme nahe.

## II. Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen

Im E-Commerce werden von Unternehmern regelmäßig Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) verwendet. Entsprechend den Vorgaben aus § 305 Abs. 2 BGB müssen diese in den Vertrag einbezogen werden, um Inhalt desselben werden zu können.<sup>33</sup> Hierzu verlangt § 305 Abs. 2 Nr. 1 BGB zunächst einen ausdrücklichen Hinweis auf die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Unternehmers. Dies ist bei entsprechender Gestaltung des Webauftritts grundsätzlich unproblematisch auf der Website des Unternehmers selbst möglich.

Nach § 305 Abs. 2 Nr. 2 BGB muss der Unternehmer des Weiteren der anderen Vertragspartei die Möglichkeit verschaffen, in zumutbarer Weise von den AGB Kenntnis zu nehmen. Darüber hinaus verlangt § 312i Abs. 1 Nr. 4 BGB für Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr, dass der Unternehmer dem Kunden die Möglichkeit verschafft, die

Vertragsbestimmungen einschließlich der AGB bei Vertragsschluss abzurufen und in wiedergabefähiger Form abzuspeichern. Beiden Normen kann der Unternehmer durch Wiedergabe des Textes der AGB auf der Website selbst oder mittels eines Links sowie durch die Ermöglichung des Herunterladens derselben entsprechen.<sup>34</sup>

Im Beispielfall liegt ein entsprechender Link zu den AGB des U vor. Dieser muss hinreichend erkennbar sein für den durchschnittlichen Verbraucher, etwa durch Gestaltung von Schriftart und -größe sowie Platzierung auf der Website.

## III. Geltung besonderer Vorschriften beim Vertragsschluss im E-Commerce

Neben den vorgenannten allgemeinen Anforderungen an einen wirksamen Vertragsschluss unter Zuhilfenahme elektronisch übermittelter Willenserklärungen enthält das BGB für den Bereich des E-Commerce mit den §§ 312 ff. BGB einige spezielle Vorschriften, welche im Rahmen eines solchen Vertragsschlusses ergänzend zu beachten sind.

### 1. Besondere Vorschriften für Fernabsatzverträge

Schließen ein Unternehmer im Sinne des § 14 BGB und ein Verbraucher im Sinne des § 13 BGB einen sog. Verbrauchervertrag nach § 310 Abs. 3 BGB unter ausschließlicher<sup>35</sup> Verwendung von Fernkommunikationsmitteln, so liegt gem. §§ 312 Abs. 1, 312c Abs. 1 BGB ein Fernabsatzvertrag vor, sofern der Vertragsschluss nicht im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystems erfolgt. Im Falle des Vorliegens eines Fernabsatzvertrages ergeben sich für den Unternehmer aus §§ 312d, 312f Abs. 2 BGB besondere Pflichten, während dem Verbraucher gem. § 312g BGB ein Widerrufsrecht nach § 355 BGB zusteht.

*Hinweis:* In Klausuren stellt die Prüfung der Voraussetzungen eines Widerrufsrechts des Verbrauchers gem. §§ 312g I, 355 BGB eine häufige Anforderung an die Klausurbearbeiter dar. Das Widerrufsrecht ist als Gestaltungsrecht in Klausuren neben den Instituten der Anfechtung und des Rücktritts denkbar. Bei der Prüfung desselben kommt es regelmäßig vor allem auf eine saubere Prüfung des Fristlaufs gem. § 356 BGB sowie die Rechtsfolgen des Widerrufs nach § 357 BGB an.

Den Begriff der Fernkommunikationsmittel definiert § 312c Abs. 2 BGB. Fernkommunikationsmittel sind danach alle Kommunikationsmittel, die zur Anbahnung oder zum Abschluss eines Vertrags eingesetzt werden können, ohne dass die Vertragsparteien gleichzeitig körperlich anwesend sind.

<sup>30</sup> Vgl. Mansel (Fn. 19), § 133 Rn. 10.

<sup>31</sup> Vgl. Köhler (Fn. 24), Rn. 60; zur Möglichkeit einer Anfechtung automatisch generierter Erklärungen durch den Unternehmer etwa im Falle eines Online-Shops vgl. beispielsweise Faust (Fn. 6), § 21 Rn. 23.

<sup>32</sup> Vgl. Köhler (Fn. 24), Rn. 60.

<sup>33</sup> Vgl. Mansel (Fn. 19), § 312c Rn. 8.

<sup>34</sup> Vgl. Köhler (Fn. 24), Rn. 61.

<sup>35</sup> Zu denkbaren „Mischfällen“ vgl. etwa Schulte-Nölke, in: Schulze u.a., Handkommentar zum BGB, 9. Aufl. 2017, § 312c Rn. 5.

Exemplarisch nennt die Vorschrift Briefe, Katalog, E-Mails und SMS, wobei diese Aufzählung nicht abschließend ist.<sup>36</sup>

Im Falle des Vorliegens eines Fernabsatzvertrages im Sinne des § 312c BGB werden dem Unternehmer gegenüber dem Verbraucher durch § 312d Abs. 1 S. 1 BGB Informationspflichten nach Maßgabe des Art. 246a EGBGB bzw. im Falle eines Fernabsatzvertrages über Finanzdienstleistungen gem. § 312d Abs. 2 BGB nach Maßgabe des Art. 246b EGBGB auferlegt. Kommt der Unternehmer diesen umfangreichen Informationspflichten nicht nach, so beginnt als Konsequenz hieraus die Frist für die Ausübung des dem Verbraucher nach § 312g BGB zustehenden Widerrufsrechts gem. § 356 Abs. 3 S. 1 BGB nicht zu laufen. Eine Verletzung von Informationspflichten über Fracht-, Liefer-, Versand- oder sonstige Kosten aus § 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246a EGBGB, § 1 S. 1 Nr. 4 BGB zieht zudem gem. § 312e BGB einen Verlust des Anspruchs des Unternehmers gegen den Verbraucher auf entsprechende Kosten nach sich.

Schließlich verpflichtet § 312f Abs. 2 BGB den Unternehmer grundsätzlich dazu, dem Verbraucher innerhalb einer angemessenen Frist nach Vertragsschluss, spätestens aber bei Lieferung der Ware, eine Bestätigung des Vertrags nebst der in Art. 246a EGBGB genannten Angaben auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung zu stellen.<sup>37</sup>

Im Beispielsfall schließen Verbraucher V und Unternehmer U durch Nutzung des online gestellten Webshops einen Verbrauchervertrag unter ausschließlicher Verwendung von Fernkommunikationsmitteln. Insbesondere liegt auch ein Vertragsschluss im Rahmen eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebssystems vor, da U seinen Betrieb so organisiert, dass Verträge regelmäßig im Fernabsatz abgeschlossen werden können.<sup>38</sup> U hat folglich die besonderen Anforderungen aus § 312d Abs. 2 BGB zu beachten, um den Beginn der Widerrufsfrist auszulösen.

## 2. Besondere Vorschriften für Verträge im elektronischen Geschäftsverkehr

Für den Bereich des elektronischen Geschäftsverkehrs enthalten die §§ 312i, j BGB ebenfalls spezielle Pflichten für den Unternehmer. Die genannten Vorschriften dienen der Umsetzung der sog. E-Commerce-Richtlinie.<sup>39</sup> Während § 312i BGB allgemeine Pflichten eines Unternehmers im elektronischen Geschäftsverkehr statuiert, sieht § 312j BGB besondere Pflichten des Unternehmers gegenüber Verbrauchern vor.

<sup>36</sup> Schirnbacher, in: Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 3. Aufl. 2015, § 312c Rn. 5.

<sup>37</sup> Eine Ausnahme von der Pflicht zur Beifügung der Informationen nach Art. 246a EGBGB sieht § 312f Abs. 2 S. 2 Hs. 2 BGB vor, sofern der Unternehmer diese Informationen bereits vor Vertragsschluss zur Erfüllung seiner Informationspflichten aus § 312d Abs. 1 BGB auf einem dauerhaften Datenträger zur Verfügung gestellt hat.

<sup>38</sup> Vgl. Grüneberg, in: Palandt, Kommentar zum BGB, 75. Aufl. 2016, § 312c Rn. 6.

<sup>39</sup> Schulte-Nölke (Fn. 35), § 312i Rn. 1.

### a) Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr

Grundsätzliche Voraussetzung für die Anwendbarkeit beider Vorschriften ist ein Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr, wie ihn § 312i Abs. 1 BGB konkretisiert. Der Unternehmer muss sich demnach zum Zwecke des Abschlusses eines Vertrages über die Lieferung von Waren oder über die Erbringung von Dienstleistungen sog. Telemedien bedienen. Die Definition der Telemedien enthält § 1 Abs. 1 TMG. Unter § 312i BGB fallen demzufolge beispielsweise Teleshopping, Webportale, der Vertragsschluss per E-Mail sowie Angebote von Waren und Dienstleistungen auf Internetseiten mit interaktivem Zugriff, klassischerweise einem Warenkorbsystem, und unmittelbarer Bestellmöglichkeit.<sup>40</sup> Insbesondere die letztgenannten „Online-Shops“ gewinnen zunehmend an Bedeutung für das alltägliche Konsumverhalten.

Ein solcher Online-Shop liegt im Beispielsfall der Bestellung des V zugrunde. Der zwischen V und U abgeschlossene Kaufvertrag stellt folglich einen Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr dar.

Auch über Mobiltelefone in ihrer Funktion als mobile Endgeräte abgeschlossene Verträge, sogenannter „M-Commerce“, unterfallen dem sachlichen Anwendungsbereich des § 312i BGB.<sup>41</sup> Insgesamt ist der Begriff der Telemedien enger gefasst als derjenige der Fernkommunikationsmittel in § 312c Abs. 2 BGB, da unter letzteren auch Briefe oder Kataloge fallen können, während der Begriff „Telemedien“ nach § 1 TMG ausschließlich elektronische Informations- und Kommunikationsdienste erfasst.<sup>42</sup>

### b) Allgemeine Pflichten des Unternehmers

Zu den allgemeinen Pflichten des Unternehmers im elektronischen Geschäftsverkehr zählen insbesondere die sich aus § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 2 BGB i.V.m. Art. 246c EGBGB ergebenden vorvertraglichen Informationspflichten, die unverzügliche elektronische Bestätigung des Zugangs der Bestellung des Kunden nach § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BGB sowie die Bereitstellung der Vertragsbestimmungen einschließlich der verwendeten AGB in der von § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 4 BGB vorgeschriebenen Weise.

Die in Art. 246c EGBGB genannten Informationen sind dem Kunden rechtzeitig vor Abgabe seiner Bestellung klar und verständlich mitzuteilen. Zu diesen Informationen zählt etwa die Unterrichtung über die einzelnen zum Vertragsschluss führenden technischen Schritte sowie über die dem Kunden für den Vertragsschluss zur Verfügung stehenden Sprachen. Die Anforderung der rechtzeitigen Information ist dann als erfüllt anzusehen, wenn die Informationen während des Bestellvorgangs auf der Website des Unternehmers mitgeteilt werden; nicht ausreichend ist es hingegen, wenn der Kunde die Information erst nach Betätigung des unterhalb des jeweiligen Produkts befindlichen Bestellbuttons erhält.<sup>43</sup>

<sup>40</sup> Schulte-Nölke (Fn. 35), § 312i Rn. 2.

<sup>41</sup> Schirnbacher (Fn. 36), § 312i Rn. 12.

<sup>42</sup> Vgl. auch Maume, in: Beck'scher Online-Kommentar zum BGB, Ed. 40, Stand: 1.8.2016, § 312i Rn. 13.

<sup>43</sup> Schirnbacher (Fn. 36), § 312i Rn. 41 f.

Eine erforderliche unverzügliche elektronische Bestätigung liegt in der Praxis auch dann vor, wenn der Unternehmer eine automatische Antwortfunktion eingerichtet hat, mittels derer jegliche eingehende E-Mail umgehend beantwortet wird.<sup>44</sup> Üblicherweise stellt eine solche von § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BGB vorgeschriebene unverzügliche elektronische Bestätigung noch keine Willenserklärung des Unternehmers in Form der Annahme des Vertragsangebotes dar, sondern lediglich eine bloße Wissenserklärung. In Zweifelsfällen ist die Abgrenzung mittels einer Auslegung nach dem Empfängerhorizont gem. §§ 133, 157 BGB vorzunehmen.<sup>45</sup>

Eine entsprechende unverzügliche elektronische Bestätigung ist im Beispielsfall erfolgt. Diese war gem. § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BGB auch erforderlich, da aufgrund der Nutzung eines Online-Shops im oben beschriebenen Sinne ein Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr vorliegt.

Die sich aus § 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 4 BGB ergebende Pflicht des Unternehmers zur Bereitstellung der Vertragsbestimmungen einschließlich der AGB geht über die Anforderungen des § 305 Abs. 2 BGB hinaus, da die AGB nicht nur elektronisch abrufbar, sondern zudem in wiedergabefähiger Form speicherbar sein müssen.<sup>46</sup>

Spezifische Rechtsfolgen für die Nichtbeachtung der genannten Pflichten durch den Unternehmer enthält das Gesetz nicht, gleichwohl können in diesem Fall die allgemeinen schuldrechtlichen Regelungen zu einem Anspruch des Kunden gegen den Unternehmer beispielsweise wegen eines Vertrauensschadens führen.<sup>47</sup>

#### c) Besondere Pflichten gegenüber Verbrauchern

Zusätzlich zu den vorgenannten allgemeinen Pflichten des Unternehmers im elektronischen Geschäftsverkehr enthält § 312j BGB besondere Pflichten für den Unternehmer im Falle eines Vertragsschlusses mit Verbrauchern im Sinne des § 13 BGB. Insbesondere hat der Unternehmer dem Verbraucher gem. § 312j Abs. 2 BGB die sich aus Art. 246a EGBGB, § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 1, 4, 5, 11 und 12 BGB ergebenden Informationen unmittelbar vor Abgabe der Bestellung klar, verständlich und in hervorgehobener Weise zur Verfügung zu stellen. Folglich hat der Unternehmer dem Verbraucher Informationen über die wesentlichen Eigenschaften der Ware (Nr. 1), den Gesamtpreis der Ware sowie die Art der Preisberechnung und gegebenenfalls anfallende Fracht- oder Lieferkosten (Nr. 4) mitzuteilen.

Zudem hat der Unternehmer die Bestellsituation gem. § 312j Abs. 3 S. 1 BGB so zu gestalten, dass der Verbraucher mit seiner Bestellung ausdrücklich bestätigt, sich zur Zahlung zu verpflichten. Bei Bestellung mittels einer Schaltfläche, sog. Button, erfüllt der Unternehmer die vorgenannte Pflicht gem. § 312j Abs. 3 S. 2 BGB allerdings nur, wenn die betreffende Schaltfläche ausschließlich mit den Worten „zahlung-

spflichtig bestellen“ oder ähnlich eindeutigen Formulierungen beschriftet ist.

Kommt der Unternehmer dieser Verpflichtung nicht nach, so kommt nach § 312j Abs. 4 BGB der Vertrag nicht zustande.<sup>48</sup> Ein Verstoß gegen die sich aus § 312j Abs. 2 BGB ergebenden Informationspflichten hingegen hat keine Auswirkung auf den Vertragsschluss, denkbar sind gleichwohl wiederum Ansprüche des Verbrauchers nach den allgemeinen Vorschriften.<sup>49</sup>

Im Beispielsfall hat U eine Ausgestaltung der elektronischen Bestellfläche entsprechend der Button-Lösung des § 312j Abs. 3 S. 2 BGB vorgenommen, so dass ein wirksamer Vertrag zustande kommen konnte. Die nach § 312j Abs. 2 BGB hier ebenfalls erforderlichen Pflichtangaben müsste der U dabei in räumlicher Nähe zu dieser Schaltfläche so dargestellt haben, dass sie in der Regel bei einer üblichen Bildschirmauflösung gleichzeitig mit der Schaltfläche zu sehen sind und nach Schriftart und -größe ohne Weiteres zu erkennen sind.<sup>50</sup>

#### IV. Fazit

Abschließend lässt sich festhalten, dass für eine zufriedenstellende Lösung der sich im Bereich des E-Commerce ergebenden Rechtsprobleme in einer Klausur zunächst fundierte Kenntnisse des BGB AT unentbehrlich sind. Nur unter Zugrundelegung der allgemeinen Voraussetzungen etwa hinsichtlich der Elemente einer Willenserklärung und der Auslegung einer solchen lassen sich spezifische Probleme des Vertragsschlusses im Internet, etwa im Bereich der automatisierten Willenserklärungen, identifizieren und zutreffend einordnen.

Auch die Grundsätze der Abgabe und des Zugangs von Willenserklärungen werden in entsprechenden Klausuren vorausgesetzt. Hier kann beispielsweise der traditionelle Hausbriefkasten schlichtweg durch ein Email-Postfach ersetzt werden, um Transferleistungen der Klausurbearbeiter abzufragen.

Darüber hinaus sollten die §§ 312 ff. BGB in ihrer Regelungssystematik bekannt sein, um Fallkonstellationen, die einen Fernabsatzvertrag bzw. einen Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr enthalten, mit den dafür geltenden Vorschriften korrekt in den Griff bekommen zu können. Hier ist zu empfehlen, sich mit den jeweiligen Verweisungen auf die maßgeblichen Vorschriften des EGBGB vertraut zu machen. Gerade eine Kenntnis der maßgeblichen Widerrufsvorschriften erscheint unabdingbar, da Widerrufskonstellationen häufig Gegenstand von Klausuren sind.

<sup>44</sup> Schirnbacher (Fn. 36), § 312i Rn. 48.

<sup>45</sup> Vgl. hierzu auch schon die Ausführungen oben unter I. 3. b).

<sup>46</sup> Zu den Möglichkeiten, dieser Anforderung gerecht zu werden, vgl. die Ausführungen unter II.

<sup>47</sup> Vgl. Schulte-Nölke (Fn. 35), § 312i Rn. 12.

<sup>48</sup> Vgl. Schirnbacher (Fn. 36), § 312j Rn. 49. Zu Überlegungen bezüglich einer teleologischen Reduktion der Norm vor dem Hintergrund des europarechtlichen Telos derselben vgl. Weiss, JuS 2013, 590, (593).

<sup>49</sup> Vgl. Schirnbacher (Fn. 36), § 312j Rn. 36.

<sup>50</sup> Vgl. Grüneberg (Fn. 38), § 312j Rn. 6, 7.