



# RECHTLICHE ASPEKTE DES ONLINE-AUFTRITTS

 Managementcenter Nord  
**BUSINESS BREAKFAST**

06. März 2020

RECHTSANWALT  
MAG. (FH) MAG. FLORIAN PUM

RECHTSANWALTSANWÄRTER  
MAG. JOSEF LEHNER

[www.hasch.eu](http://www.hasch.eu)




HASCH  
&  
PARTNER

## RECHTLICHE ASPEKTE DES ONLINE-AUFTRITTS

MCN – BUSINESS BREAKFAST  
06. März 2020

RECHTSANWALT  
MAG. (FH) MAG. FLORIAN PUM

RECHTSANWALTSANWÄRTER  
MAG. JOSEF LEHNER




HASCH  
&  
PARTNER

## INHALTSVERZEICHNIS

- I. Rechtliche Problemfelder (eine Auswahl)
- II. Wettbewerbsrechtliche Aspekte
- III. Impressums- und Offenlegungspflicht
- IV. Fazit

F. PUM / J. LEHNER




**HASCH & PARTNER**

## INTERNET & SOZIALE MEDIEN

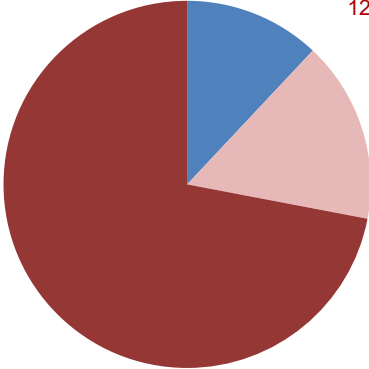
- Kein rechtsfreier Raum
- Online-Stellen von Inhalten ist eine Veröffentlichung (auch bei Zugangsbeschränkungen)
- Inhalte sind für jedermann leicht auffindbar
- Hauptgefahrenquelle: Fotos und Videos
- Verbot unlauteren Wettbewerbs
- Offenlegungspflicht

F. PUM / J. LEHNER 3



**HASCH & PARTNER**

## SOCIAL MEDIA: RECHTSWIDRIGE UNTERNEHMENSPROFILE



Kategorie	Anteil
RECHTSWIDRIG	72 %
UNPROBLEMATISCH	12 %
VERBESSERUNGSWÜRDIG	16 %

Quelle: ky-center for social media law.


F. PUM / J. LEHNER 4



HASCH  
&  
PARTNER

## I. RECHTLICHE PROBLEMFELDER (EINE AUSWAHL)

F. PUM / J. LEHNER 5



HASCH  
&  
PARTNER

## DAS RECHT AM EIGENEN BILD § 78 UrhG

Bildnisse von Personen dürfen nicht veröffentlicht werden, wenn dadurch berechtigte Interessen des **Abgebildeten** verletzt würden.

- Persönlichkeitsrecht
- eigenes Bildnis wird vor Missbrauch geschützt  
(Missdeutungen, entwürdigende oder herabsetzende Wirkung)
- Interessensabwägung
- auch Begleittext und Bildunterschrift maßgeblich

F. PUM / J. LEHNER 6



**HASCH  
&  
PARTNER**


## EHRENBELEIDIGUNG UND KREDITSCHÄDIGUNG

§ 1330 ABGB:

*"(1) Wenn jemandem durch Ehrenbeleidigung ein wirklicher Schade oder Entgang des Gewinnes verursacht worden ist, so ist er berechtigt, den Ersatz zu fordern.*

*(2) Dies gilt auch, wenn jemand Tatsachen verbreitet, die den Kredit, den Erwerb oder das Fortkommen eines anderen gefährden und deren Unwahrheit er kannte oder kennen mußte...."*

F. PUM / J. LEHNER 7



**HASCH  
&  
PARTNER**

## EHRENBELEIDIGUNG UND KREDITSCHÄDIGUNG

- **Interessenabwägung**  
(Grundrecht auf freie Meinungsäußerung)
- **Tatsachenbehauptung vs. Werturteil**
- **Unterlassungsanspruch**  
(verschuldensunabhängig!)
- **Wahrheitsbeweis möglich**
- **in der Öffentlichkeit stehende Personen:**  
müssen mehr und härtere Kritik "ertragen"

F. PUM / J. LEHNER 8



**HASCH  
&  
PARTNER**

## HAFTUNGSPRIVILEG FÜR HOST-PROVIDER

§ 16 E-Commerce-Gesetz:

- keine Verantwortlichkeit für "fremde" Inhalte
- keine Haftung des Diensteanbieters für die von Nutzern eingegebenen Informationen
- außer: bei Kenntnis oder Offenkundigkeit der Rechtswidrigkeit
- bei Kenntniserlangung: umgehende Löschung

F. PUM / J. LEHNER 9



**HASCH  
&  
PARTNER**

## BEISPIEL 1: HAFTUNG FÜR ONLINE-GÄSTEBUCH

OGH 6 Ob 178/04a:

- Website einer Tourismusgesellschaft: Gästebuch
- kreditschädigende Behauptungen über Pension
- Posting sofort nach Aufforderung gelöscht
- nachfolgendes Posting wurde nicht gelöscht  
(erst nach Klageeinbringung)

Verpflichtung zur Überwachung des Gästebuchs?

F. PUM / J. LEHNER 10



**HASCH  
&  
PARTNER**

## URHEBERRECHT AN FOTOS UND VIDEOS

- jedes Foto/Video ist urheberrechtlich geschützt
- Urheberrecht/Leistungsschutzrecht entsteht mit Schaffung des Werkes (keine Registrierung)
- für die Verwendung fremder Videos und Fotos: Erlaubnis (Lizenz) stets erforderlich
- bloße Nennung des Fotografen genügt nicht
- lange Schutzdauer (70 Jahre nach dem Tod des Urhebers bzw. 50 Jahre nach Herstellung bzw. erstmaliger Veröffentlichung)

F. PUM / J. LEHNER 11



**HASCH  
&  
PARTNER**

## URHEBERRECHTLICHER SCHUTZ VON WEBSITES

- Schutzvoraussetzungen:
  - individuelle, eigentümliche Leistung
  - die sich vom Alltäglichen abhebt
  - keine Registrierung erforderlich
- Schutz der Datei als Computerprogramm
- Schutz der Benutzeroberfläche zB als Datenbank, Sprachwerk oder Werk der bildenden Kunst (Layout)

F. PUM / J. LEHNER 12




**HASCH  
&  
PARTNER**

## DER SCHUTZ DES NAMENS GEMÄß § 43 ABGB

- gesetzliches Namensrecht  
(bei Beeinträchtigung durch unbefugten Gebrauch seines Namens  
⇒ Klage auf Unterlassung und Schadenersatz möglich)
- Der Schutz umfasst:
  - auch Firmen- und Vereinsnamen
  - auch unterscheidungskräftige Bestandteile
  - auch Decknamen
- "Domaingrabbing" idR unzulässig

F. PUM / J. LEHNER 13



**HASCH  
&  
PARTNER**

## WAHL VON BENUTZER- UND PROFILNAMEN

- sorgfältig auswählen
- Beachtung der Marken- und Namensrechte anderer
- Vermeidung von Irreführung
- Profilname sollte Bezug zum eigenen Unternehmen / zur eigenen Marke haben

F. PUM / J. LEHNER 14





HASCH  
&  
PARTNER

## II. WETTBEWERBSRECHTLICHE ASPEKTE

F. PUM / J. LEHNER 15



HASCH  
&  
PARTNER

## GESETZ GEGEN DEN UNLAUTEREN WETTBEWERB (UWG)

§ 1 Abs 1:  
"Wer im geschäftlichen Verkehr

1. eine unlautere Geschäftspraktik oder sonstige unlautere Handlung anwendet, die geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil von Unternehmen nicht nur unerheblich zu beeinflussen, oder
2. eine unlautere Geschäftspraktik anwendet, die den Erfordernissen der beruflichen Sorgfalt widerspricht und in Bezug auf das jeweilige Produkt geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers, den sie erreicht oder an den sie sich richtet, wesentlich zu beeinflussen,

kann auf Unterlassung und bei Verschulden auf Schadenersatz in Anspruch genommen werden."

F. PUM / J. LEHNER 16



**HASCH  
&  
PARTNER**

## AGGRESSIVE UND IRREFÜHRENDE GESCHÄFTSPRAKTIKEN

Eine Geschäftspraktik ist insbesondere unlauter, wenn sie

- aggressiv oder
- irreführend

ist.

⇒ "Schwarze Liste" (Anhang zum UWG)

F. PUM / J. LEHNER 17



**HASCH  
&  
PARTNER**

## VERBOT DES UNLAUTEREN WETTBEWERBS (UWG)

- Erkennbarkeit unternehmerischer Aktivitäten
- Einhaltung gesetzlicher Informationspflichten
- keine unerbetene Kontaktaufnahme
- Sachlichkeitsgebot und Diskriminierungsverbot
- Verbot der Ausbeutung fremder Leistung
- Verbot aggressiver und irreführender Geschäftspraktiken
- vergleichende Werbung: beschränkt zulässig

F. PUM / J. LEHNER 18




**HASCH  
&  
PARTNER**

## "DOMAINGRABBING" (1)

- Registrieren von Domains (zB www.xyz.at) in der Absicht, die Bemühungen eines Konkurrenten zu sabotieren:
  - Domainblockade ⇒ eigene Nutzung
  - Domainvermarktung ⇒ "Lösegeld" durch Abgeltungszahlung
- idR Verletzung des Namensrechtes iSd § 43 ABGB

F. PUM / J. LEHNER 19




**HASCH  
&  
PARTNER**

## "DOMAINGRABBING" (2)

- sittenwidriger Behinderungswettbewerb gemäß § 1 UWG
- überwiegende Vermarktungs- und Behinderungsabsicht im Registrierungszeitpunkt
- Beklagter hat kein nachvollziehbares Eigeninteresse am Rechtserwerb
- Bescheinigung durch Kläger

F. PUM / J. LEHNER 20




**HASCH  
&  
PARTNER**

**BEISPIEL 2: "DOMAINGRABBING"  
(1)**

OGH 20.05.2008, 17 Ob 9/08k

- **Klägerin:** Herausgeber der deutschen Zeitschrift "Eltern"
- **Beklagte:** Domainbetreiberin von "eltern.at"
- Eingabe von "eltern.at " leitet Benutzer weiter zu "Link.at"

F. PUM / J. LEHNER 21




**HASCH  
&  
PARTNER**

**BEISPIEL 2: "DOMAINGRABBING"  
(2)**

- "Eltern.de" führt zum Onlineauftritt der Klägerin
- Klagebegehren wird abgewiesen
  - unlautere Absichten sind nicht feststellbar
  - Angebot der beiden Seiten ist nicht gleichartig

F. PUM / J. LEHNER 22




**HASCH  
&  
PARTNER**

## INFORMATIONSPFLICHTEN IN DER WERBUNG

- Werbung muss als solche erkennbar sein
- der/die Werbende muss erkennbar sein
- Entgeltlichkeit darf nicht verschleiert werden
- B2C: immer Bruttopreise angeben
- wenn Verbraucher Kauf tätigen kann:  
Pflichtangaben

F. PUM / J. LEHNER 23




**HASCH  
&  
PARTNER**

## WERBUNG IN SOZIALEN MEDIEN

- Werbung muss als solche gekennzeichnet und eindeutig erkennbar sein:
  - *#ad* nicht ausreichend
  - stattdessen: *#Anzeige* oder *#Werbung*
- Recht am eigenen Bild:
  - für Werbezwecke immer Einwilligung erforderlich  
(auch bei Mitarbeitern)
- **Wettbewerbsrecht ist zu beachten!**  
(Achtung bei Nennung von Mitbewerbern und vergleichender Werbung)

F. PUM / J. LEHNER 24




**HASCH  
&  
PARTNER**

## INFLUENCER-MARKETING (1)

- Scheinbar private Aktivitäten, werden zu unternehmerischen Zwecken dargestellt und beworben
- Werbung muss als solche gekennzeichnet werden (§ 26 MedienG)

F. PUM / J. LEHNER 25




**HASCH  
&  
PARTNER**

## INFLUENCER-MARKETING (2)

- Wenn Zweifel über die Entgeltlichkeit nicht ausgeschlossen:
  - Beiträge als "Anzeige", "entgeltliche Einschaltung" oder "Werbung" zu kennzeichnen
- Kostenlose Überlassung von Produkten / Bereitstellung von "Affiliate-Links" ⇒ Entgelt

F. PUM / J. LEHNER 26

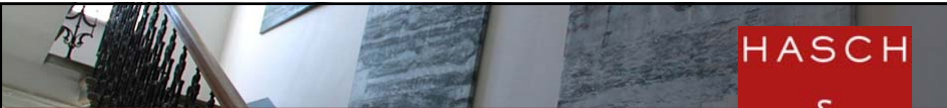


**HASCH  
&  
PARTNER**

## INFLUENCER-MARKETING (3)

- Bei Verstoß:
  - Verwaltungsstrafen nach MedienG
  - Ansprüche (Schadenersatz, Unterlassung, etc.) nach UWG
  - UWG sanktioniert Unternehmen, nicht Medieninhaber
- Bereits einige Entscheidungen zu influencer-marketing in Deutschland

F. PUM / J. LEHNER 27



**HASCH  
&  
PARTNER**

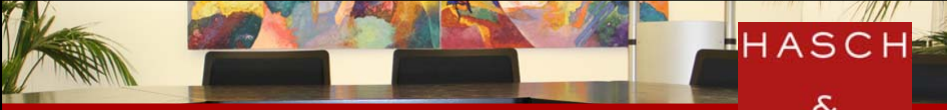
## INFLUENCER-MARKETING (4)

- In Österreich bisher noch keine höchstgerichtliche Entscheidung

OGH 4 Ob 60/16a

- Unentgeltliche Beiträge die für ein Unternehmen erstellt werden: keine Kennzeichnungspflicht! (zB bei Gratiszeitung)

F. PUM / J. LEHNER 28



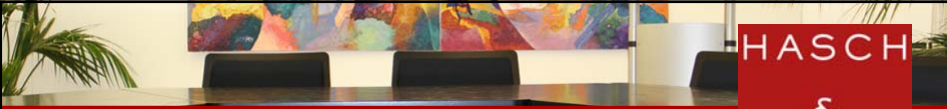
**HASCH  
&  
PARTNER**

## ANGABE VON "REFERENZEN"

Vor Nennung eines Kunden / Geschäftspartners in der Öffentlichkeit:

Einwilligung einholen!

F. PUM / J. LEHNER 29



**HASCH  
&  
PARTNER**


## MARKTSCHREIERISCHE SUPERLATIV-WERBUNG (1)

OGH 4 Ob 111/10t

- Marktschreierisch ⇒ wenn Werbung sofort von Niemandem wörtlich ernstgenommen wird
- Bloß reklamehafte Übertreibung
- Im Zweifel ⇒ ernstgemeinte Behauptung

F. PUM / J. LEHNER 30






HASCH  
&  
PARTNER

## MARKTSCHREIERISCHE SUPERLATIV-WERBUNG (2)

- Marktschreierische Anpreisungen, die nicht eindeutig als solche erkennbar sind, sind zur Irreführung geeignet
- **Fazit:** nur bei tatsächlicher Überlegenheit ⇨ Superlativwerbung

F. PUM / J. LEHNER 31




HASCH  
&  
PARTNER

## MARKTSCHREIERISCHE SUPERLATIV-WERBUNG (3)

- **Konkreter Fall:**  
Fenster wurden wahrheitswidrig als "*Spitzenprodukte*" bezeichnet: "*Top Qualität*", "*ein Produkt von höchster Qualität*", "*immer am neusten Stand der Technik*", "*beste Isolierung und Dichtheit*"
- In Wahrheit waren die Fenster nicht besser als jene der Konkurrenz

F. PUM / J. LEHNER 32




**HASCH  
&  
PARTNER**

## BEI UWG-VERSTÖßEN: ZIVILRECHTLICHE FOLGEN (1)

Rechtsinhaber hat Ansprüche auf:

- **Unterlassung**
- **Beseitigung** (Vernichtung der Ware, "Einstampfen" von Katalogen)
- **Zahlung** angemessenes Entgelt (verschuldensunabhängig)  
Schadenersatz / Gewinnherausgabe (bei Verschulden)
- **Rechnungslegung**
- **Auskunft** (um an die "Hintermänner" zu gelangen)
- **Urteilsveröffentlichung** (auf Kosten des Verletzers!)

F. PUM / J. LEHNER 33



**HASCH  
&  
PARTNER**

## BEI UWG-VERSTÖßEN: ZIVILRECHTLICHE FOLGEN (2)

- **außergerichtliche Aufforderung**  
(Einfordern einer Unterlassungserklärung)
- **Klage**
- **Antrag auf einstweilige Verfügung**  
(bei Verstoß gegen EV: Beugestrafen)

F. PUM / J. LEHNER 34



HASCH  
&  
PARTNER

### III. IMPRESSUMS- UND OFFENLEGUNGSPFLICHT

F. PUM / J. LEHNER 35




HASCH  
&  
PARTNER

### IMPRESSUMPFLICHT MIT PFLICHTANGABEN

- Gesetzesbestimmungen in
  - GewO/UGB
  - ECG
  - MedienG
- gilt für alle elektronischen Inhalte
  - Websites
  - Social Media Profile
  - Newsletter

F. PUM / J. LEHNER 36




**HASCH  
&  
PARTNER**

## IMPRESSUMPFLICHTEN gemäß UGB und GewO

- Name bzw. Firma laut Firmenbuch
- Rechtsform (wenn im Firmenbuch eingetragen)
- Firmensitz / Standort der Gewerbeberechtigung
- Firmenbuchnummer und -gericht (falls vorhanden)

F. PUM / J. LEHNER 37

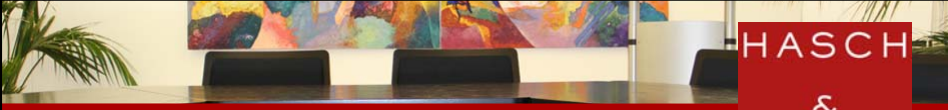


**HASCH  
&  
PARTNER**

## IMPRESSUMPFLICHTEN gemäß ECG

- gelten für alle kommerziellen Websites/Profile:
  - volle geografische Anschrift, E-Mail, Telefon, Fax
  - Mitgliedschaft(en) bei der Wirtschaftskammer
  - Aufsichtsbehörde (zB Gewerbebehörde)
  - Anwendbare gewerbe- oder berufsrechtliche Vorschriften (zB GewO) samt Zugang dazu (Link)
  - Berufsbezeichnung
  - UID-Nummer

F. PUM / J. LEHNER 38



**HASCH  
&  
PARTNER**

## OFFENLEGUNGSPFLICHTEN gemäß MedienG

- große Website:
  - geht über Präsentation des Unternehmens hinaus
  - ist geeignet, die Meinungsbildung zu beeinflussen
  - umfangreiche Offenlegungspflichten
- kleine Website:
  - auf Präsentation des Unternehmens und seiner Produkte/ Dienstleistungen beschränkt
  - nur wenige Pflichtangaben

F. PUM / J. LEHNER 39



**HASCH  
&  
PARTNER**

## OFFENLEGUNGSPFLICHTEN gemäß MedienG

- Pflichtangaben bei kleinen Websites:
  - Name/Firma des Medieninhabers  
(in der Regel der Inhaber/Betreiber der Website)
  - Unternehmensgegenstand des Medieninhabers
  - Wohnort/Sitz des Medieninhabers


F. PUM / J. LEHNER 40



HASCH  
&  
PARTNER

## IV. FAZIT

F. PUM / J. LEHNER 41




HASCH  
&  
PARTNER

## ZUSAMMENFASSUNG

- Hauptgefahrenquelle: Fotos und Videos  
(Recht am eigenen Bild, Urheberrecht)
- keine unwahren Behauptungen und niemanden  
in ein schlechtes Licht rücken  
(Ehrenbeleidigung, Kreditschädigung, Verstoß gegen UWG)
- Verbot des unlauteren Wettbewerbs (UWG)
- Informations- und Offenlegungspflichten  
(Impressum)
- Beachtung von Namens-/Markenrechten Dritter

F. PUM / J. LEHNER 42



## AUSZUG AUS UNSEREM LEISTUNGSSPEKTRUM:

- **Unternehmens- & Gesellschaftsrecht**
- **Immaterialgüterrecht** (Marken-, Muster- und Urheberrecht)
- **Wettbewerbsrecht**
- **Internet- & IT-Recht, Domainrecht**
- **Medienrecht**
- **Prozessführung, Vertretung vor Gerichten und Behörden**
- **Verträge** aller Art
- **Bau & Immobilien** (zB Kaufverträge, Grundbuch, Bauträger, Mietrecht)
- **Vertriebsrecht, Franchiseverträge**
- **Erbrecht** (zB Testamente, Übergabsverträge, Verlassenschaften)
- **Sanierung & Insolvenz**

F. PUM / J. LEHNER 43



Rechtsanwalt  
**Mag. (FH) Mag. Florian PUM**  
Landstraße 47  
4020 Linz  
Tel: 0732 / 77 66 44-122  
f.pum@hasch.eu

Rechtsanwaltsanwarter  
**Mag. Josef LEHNER**  
Landstraße 47  
4020 Linz  
Tel: 0732 / 77 66 44-156  
j.lehner@hasch.eu

**www.hasch.eu**

44



HASCH  
&  
PARTNER

**DANKE FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT**

45