

von Rechtsanwalt **Dr. Daniel S. Huber**

E-Commerce und Verbraucherschutzrecht in Kanada

In Deutschland und der EU gibt es einen recht umfassenden Verbraucherschutz sowie eine Vielzahl an Vorschriften zum E-Commerce. Aber wie sieht dies in anderen Ländern aus? Gibt es auch außerhalb der EU wirksame Vertragsschlüsse im Internet, Widerrufsrechte und Informationspflichten für Webshop-Betreiber? Die IT-Recht Kanzlei wagt den Blick über den Atlantik und gibt einen Überblick über das kanadische Recht zum Verbraucherschutz und E-Commerce.

I. Kanada baut aktuell den Verbraucherschutz im E-Commerce aus

Vorschriften zum E-Commerce, wie sie in Europa insbesondere gemäß dem EU-Recht existieren, gibt es in Kanada nicht in demselben Umfang und der gleichen Regelungsdichte. Jedoch sind viele Teilaspekte des E-Commerce, die – häufig zwar nicht auf Bundesebene, jedoch zumindest in den einzelnen Bundesstaaten Kanadas, die Provinzen genannt werden – geregelt.

Nach einem langwierigen Gesetzgebungsverfahren mit dem Titel „Canada’s new anti-spam legislation“ (kurz: CASL, auf Deutsch: Kanadas neue Anti-Spam-Gesetzgebung) treten zum 1. Juli 2014 neue Vorschriften für die kommerzielle elektronische Kommunikation auf Bundesebene in ganz Kanada in Kraft. Darin geregelt ist vor allem, in welchen Situationen Absender bestimmte Empfänger auf elektronischem Weg kontaktieren dürfen; das betrifft insbesondere das Verhältnis von Unternehmern zu Verbrauchern. Als Faustformel gilt dabei wie in Deutschland: eine Kontaktaufnahme auf elektronischem Weg darf in der Regel nur dann erfolgen, wenn der Empfänger im Vorfeld dafür sein Einverständnis gegeben hat. Allerdings bestehen auch einige Ausnahmetatbestände.

Das kanadische E-Commerce-Recht umfasst verschiedene rechtliche Themenbereiche. So geht es beim E-Commerce etwa um online contracting (=Vertragsschlüsse im Internet), internet sales contracts (=Kaufverträge im Internet), protection of personal information (=Datenschutz), consumer protection online (=Verbraucherschutz im Internet), web-based-competition (=Wettbewerb im Internet), digital signatures (=digitale Signaturen), deceptive advertising (=irreführende Werbung), specific disclosure requirements (=spezielle Informationspflichten) und die bereits angesprochene canada’s new anti-spam legislation (=Kanadas neue Anti-Spam Gesetzgebung).

II. Das kanadische Common Law

In Kanada gilt wie in Großbritannien und in den USA das sog. Common Law (=Gewohnheitsrecht) bzw. Case Law (=Fall- oder Präzedenzrecht). Dieses Recht beruht im Grundsatz auf Präzedenz-Entscheidungen, die von den Gerichten getroffen werden. Im Gegensatz zum kontinentaleuropäischen Recht ist das Recht im Common Law somit regelmäßig nicht im großen Stil in Gesetzbüchern abstrakt festgeschrieben, sondern entwickelt sich erst über die einzelnen Fälle, die die Gerichte zu entscheiden haben.

Dennoch kennt natürlich auch das Common Law Gesetze, die von einem Parlament erlassen werden, um bestimmte Bereiche sinnvoll und einheitlich im Ganzen zu regeln. Auf diese Weise haben Kanada und dessen einzelne Provinzen Vorschriften im Bereich des E-Commerce, Verbraucherschutzes und Lauterkeitsrechts erlassen.

III. Die Unterteilung in Federal und Provincial Law

Kanada ist provinziell – es besteht aus zehn Provinzen und drei sog. Territorien. Die einzelnen Provinzen wie etwa British Columbia, Ontario oder Quebec haben dabei eine Vielzahl eigener Gesetzgebungsbefugnisse, die sie für den Bereich des E-Commerce und des Verbraucherschutzes umfangreich ausgeübt haben.

Die gesetzgeberische Autonomie der einzelnen Provinzen ist dabei deutlich höher als etwa die der einzelnen deutschen Bundesländer. Dies bedeutet, dass im Bereich des E-Commerce in den einzelnen Provinzen Kanadas unterschiedliche Regelungen gelten, auch wenn es eine gemeinsame Linie und inhaltliche Übereinstimmungen gibt. Jedenfalls ergibt erst die Zusammenschau der unterschiedlichen Rechtsgrundlagen aus den verschiedenen Provinzen ein vollständiges Bild über den kanadischen Verbraucherschutz und das E-Commerce-Recht.

Anknüpfungspunkt für die Anwendung des Verbraucherschutzrechts einer kanadischen Provinz ist regelmäßig der Wohnort des betroffenen Verbrauchers: wohnt ein Verbraucher beispielsweise in der Provinz Ontario, die mit zwölf Millionen Einwohnern die bevölkerungsreichste und damit auch in Bezug auf den Warenabsatz attraktivste und interessanteste Provinz Kanadas ist, so kann sich der Verbraucher auf die verbraucherschützenden Gesetze von Ontario berufen.

IV. Verträge im Internet nach kanadischem Recht

Als Federal Law auf Bundesebene gilt in Kanada vor allem der sog. Personal Information Protection and Electronic Documents Act (=Gesetz zum Schutz personenbezogener Daten und über elektronische Dokumente). Kernaussage des Gesetzes ist, dass Verträge grundsätzlich auch mittels elektronischer Medien – etwa per E-Mail oder im Internet – geschlossen werden können. Allerdings ist auch in Kanada die Schriftform nicht abgeschafft: in vielen Situationen müssen Dokumente auch weiterhin in Papier- und Schriftform vorliegen.

In der Provinz Ontario gilt zudem der Electronic Commerce Act, 2000 (=Gesetz über den elektronischen

Geschäftsverkehr). Darin ist gleichfalls geregelt, dass grundsätzlich die elektronische Form andere Formen wie das Schriftformerfordernis ersetzen kann. Auch wird darin vorgeschrieben, unter welchen Voraussetzungen es beim Schriftformerfordernis bleibt.

Zudem geht es in dem Gesetz um die Anforderungen an die Speicherung, Verlässlichkeit und Integrität von elektronischen Dokumenten sowie um weitere Aspekte im Umgang mit elektronischen Dokumenten.

V. Vorschriften zum Verbraucherschutz

Der Verbraucherschutz ist in Kanada grundsätzlich nicht einheitlich für das ganze Land auf Bundesebene, sondern in den einzelnen Provinzen und Territorien angesiedelt.

Auf Bundesebene finden sich daher nur ganz vereinzelte Regelungen. Im Folgenden ein kurzer Überblick über die verbraucherschützenden Vorschriften der einzelnen Provinzen. Häufig ist der Verbraucherschutz dabei unabhängig von der Frage, ob der Verbraucher den Vertrag im Internet oder in einem Ladengeschäft geschlossen hat – sowohl hier wie da kann sich der Verbraucher auf die verbraucherschützenden Vorschriften berufen.

1. Der Verbraucherschutz in der Provinz Ontario

In Ontario, der bevölkerungsreichsten Provinz Kanadas, gilt der Consumer Protection Act, 2002 (=Verbraucherschutzgesetz), in dem verbraucherschützende Regelungen für solche Verbraucher enthalten sind, die sich zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses in Ontario aufhalten (Artikel 2) – etwa weil sie dort etwas in einem Ladengeschäft kaufen oder von in einem Webshop im Internet bestellen.

Des Weiteren ist darin geregelt, dass durch die Lieferung unbestellter Waren keine Ansprüche begründet werden (Artikel 13), Anfechtungs- und Widerrufsrechte bei sog. unfair practice (=unlauterem Verhalten) von Unternehmen (Artikel 18) bestehen; zudem gibt es Regelungen über Kreditgeschäfte (Artikel 21 ff.), Informationspflichten bei internet agreements (=Geschäften im Internet) zwischen einem Verbraucher und einem Unternehmer (Artikel 37 ff.) sowie Verfahrensvorschriften für Rechtsmittel von Verbrauchern.

Zusammengefasst ergeben sich für Verbraucher aus Ontario im Kern folgende (nicht abschließend aufgeführte) Rechte im Rahmen von Verbraucherverträgen:

- a. Bei consumer agreements (=Verbraucherverträgen) muss der Unternehmer stets alle für den Verbraucher relevanten Informationen offenlegen. Tut er dies nicht, so steht dem Verbraucher 30 Tage lang ein Widerrufsrecht zu, mit dem er sich von dem Vertrag wieder lösen kann.
- b. Bei Haustürgeschäften (aber nicht bei im Internet geschlossenen Verträgen) gibt es eine sog. cooling-off-period (=Widerrufsfrist) von 10 Tagen, wenn der Kaufpreis mehr als 50 CAD (=kanadische Dollar) beträgt.
- c. Ein Widerrufsrecht steht dem Verbraucher auch dann zu, wenn die Lieferung einer gekauften Ware mehr als 30 Tage nach dem vereinbarten Lieferdatum noch immer nicht erfolgt ist, es sei denn, der Verbraucher hat die Lieferverzögerung akzeptiert.

d. Sog. future contracts (=Terminkontrakte) über einen Gegenwert von mehr als 50 CAD bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform; die elektronische Form genügt hier somit nicht.

e. Vertragsklauseln müssen klar und verständlich sein – deren Auslegung geht stets zu Gunsten des jeweiligen Verbrauchers, also zu Ungunsten des Unternehmers, ähnlich wie dies auch im deutschen AGB-Recht geregelt ist.

f. Enthält ein Unternehmer beim Vertragsschluss einem Verbraucher bestimmte Informationen vor, die er dem Verbraucher hätte geben müssen („unfair practice“), so hat der Verbraucher eine Art Anfechtungsrecht, das er binnen einer Frist von einem Jahr ausüben kann.

Beispiele für unfair practice sind die Bewerbung von angeblichen Eigenschaften eines Produktes, die dieses Produkt tatsächlich gar nicht hat, die Täuschung über die Verfügbarkeit eines Produktes, die Verwendung für den Verbraucher unangemessener Vertragsbedingungen und die widerrechtliche Drohung, um den Verbraucher zum Vertragsschluss zu bewegen.

g. Interessant dabei ist zudem, dass Rechtsverstöße gegen verbraucherschützende Normen nicht nur zivilrechtlich, sondern vor allem auch strafrechtliche Folgen wie Geldstrafe oder gar Gefängnis nach sich ziehen können – es existiert somit ein recht strenger strafrechtlicher Verbraucherschutz.

2. Der Verbraucherschutz in der Provinz Saskatchewan

Ähnliche Verbraucherschutzvorschriften für internet sales contracts (=Kaufverträge im Internet) wie in Ontario finden sich auch in der deutlich bevölkerungsärmeren Provinz Saskatchewan.

- Vom Anwendungsbereich der verbraucherschützenden Regelungen aus Saskatchewan erfasst sind Verbraucher mit Wohnsitz in Saskatchewan sowie andere Personen, die Waren oder Dienstleistungen im Wert von mehr als 50 CAD von Unternehmen, deren Sitz in Saskatchewan ist, im Internet kaufen.
- Unternehmer müssen Verbraucher beim Vertragsschluss im Internet über bestimmte Informationen in Kenntnis setzen, insbesondere über mögliche zusätzliche Gebühren und deren Höhe.
- Der Verbraucher hat ein Widerrufsrecht ab dem Zeitpunkt des Vertragsschlusses im Internet bis sieben Tage nach Erhalt der schriftlichen oder elektronischen Kopie des Vertragstextes, wenn der Unternehmer gegen die Informationspflichten verstoßen oder dem Verbraucher beim Vertragsschluss im Internet nicht die Möglichkeit eingeräumt hat, den Vertrag abzulehnen, zu akzeptieren oder Eingabefehler zu korrigieren.
- Ein solches Widerrufsrecht steht dem Verbraucher auch bis 30 Tage nach dem Vertragsschluss im Internet zu, wenn der Unternehmer dem Verbraucher nicht spätestens 15 Tage nach Vertragsschluss eine schriftliche oder elektronische Kopie des Vertragstextes zur Verfügung gestellt hat.
- Daneben steht dem Verbraucher ein Widerrufsrecht zu, wenn die Lieferung einer gekauften Ware mehr als 30 Tage nach dem vereinbarten Lieferdatum noch immer nicht erfolgt ist, es sei denn, der Verbraucher hat die Lieferverzögerung akzeptiert.

- Zudem haben Verbraucher in Saskatchewan sog. statutory warranties (=gesetzliche Gewährleistungsrechte), die ihnen die Verkäufer bei Vertragsschluss einräumen müssen. Dazu zählt: das gekaufte Produkt muss Eigentum des Verkäufers gewesen sein, (zumindest) von durchschnittlicher Qualität sein, zur hinterlegten Produktbeschreibung passen, langlebig sein, und sich für die beabsichtigte Verwendung eignen; zudem muss es für einen angemessenen Zeitraum Ersatzteile geben.

3. Der Verbraucherschutz in der Provinz Alberta

Auch die Provinz Alberta kennt besondere verbraucherschützende Vorschriften, die bei internet sales contracts (=Kaufverträge im Internet) Anwendung finden.

a. Unternehmer müssen Verbrauchern bestimmte Informationen zur Verfügung stellen. Dies betrifft:

- die Kontaktdaten des Unternehmens wie dessen Geschäftsname (Firma), Geschäftsanschrift, Telefonnummer und E-Mail-Adresse
- eine wahrheitsgemäße Beschreibung der zu kaufenden Waren und Dienstleistungen
- die Angabe von Kosten wie Versandkosten, Steuern, Provisionen, Zollgebühren etc.
- die terms and conditions (=Allgemeinen Geschäftsbedingungen) sowie Zahlungsmethoden
- das Lieferdatum und den Lieferanten, mit dem die Lieferung voraussichtlich erfolgen wird, samt den entsprechenden Lieferbedingungen
- die Widerrufs- und Rückgabebedingungen, falls der Unternehmer dem Verbraucher entsprechende Rechte einräumt

b. Der Unternehmer muss diese Informationen klar und verständlich sowie deutlich und einfach auffindbar im Webshop darstellen.

- Auch in Saskatchewan muss der Unternehmer dem Verbraucher innerhalb von 15 Tagen nach Vertragsschluss im Internet eine schriftliche oder elektronische Kopie des Vertragstexts zur Verfügung stellen.
- Dem Verbraucher aus Alberta stehen zudem dieselben Widerrufsrechte zu wie den Verbrauchern aus der Provinz Saskatchewan.

Im Falle des Widerrufs hat der Unternehmer dem Verbraucher binnen 15 Tagen den Kaufpreis zurückzuerstatten. Tut dies der Unternehmer nicht, so kann der Verbraucher das eigene Kreditkartenunternehmen anweisen, die entsprechende Zahlung zu stornieren und zurückzubuchen.

VI. Kanadische Vorschriften gegen den unlauteren Wettbewerb im E-Commerce

Das kanadische Recht enthält ebenfalls Vorschriften gegen den unlauteren Wettbewerb – vergleichbar den Vorschriften des deutschen UWG (=Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb).

- Auf Bundesebene gilt in Kanada der Competition Act (=Wettbewerbsgesetz), in dem insbesondere Vorschriften gegen irreführende Werbung und täuschende Geschäftspraktiken enthalten sind. Teilweise vergleichbar mit dem deutschen UWG (=Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) sollen dadurch Webshop-Betreiber dazu angehalten werden, keine falschen Angaben über die von ihnen im Internet feilgebotenen Waren oder Dienstleistungen zu machen. Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht können dann sowohl zivilrechtliche als auch strafrechtliche Folgen haben.
- Daneben enthält das im Dezember 2013 verabschiedete sog. Anti-Spam-Gesetz u. a. Vorschriften betreffend falscher oder irreführender Werbung.
- Auch in den verschiedenen Provinzen Kanadas gibt es wettbewerbsrechtliche Regelungen. So enthält beispielsweise der Consumer Protection Act, 2002 (=Verbraucherschutzgesetz) der Provinz Ontario ebenfalls ein Verbot irreführender (Artikel 14) oder sonst rechtswidriger Werbung (Artikel 15).

VII. Das Datenschutzrecht

Das Datenschutzrecht Kanadas ist recht zersplittert – Teile finden sich im provinziellen Recht, andere Teile sind auf Bundesebene geregelt. Ob auf einen bestimmten Sachverhalt provincial law oder federal law angewendet wird, entscheidet sich häufig danach, ob das betroffene Unternehmen nach provinziell oder Bundesrecht zugelassen ist. Jedoch ist diese Abgrenzung nicht besonders trennscharf, die Anwendungsbereiche überlappen sich teilweise.

- Als federal law gilt auf Bundesebene in ganz Kanada der Personal Information Protection and Electronic Documents Act, 2000 (kurz: PIPEDA; Gesetz zum Schutz personenbezogener Daten und über elektronische Dokumente). Das Gesetz enthält einige Vorschriften in Bezug auf die Speicherung, Verarbeitung und sonstige Verwendung und den Umgang mit personenbezogenen Daten.
- Weitere datenschutzrechtliche Regelungen enthält zudem das neue Anti-Spam-Gesetz, das jüngst im Dezember 2013 verabschiedet worden ist.

VIII. Das neue kanadische Anti-Spam-Gesetz

Als federal law ist im Dezember 2013 das neue kanadische Anti-Spam-Gesetz als Teil von Canada's new Anti-Spam legislation (kurz: CASL), dessen erste Teile zum 1. Juli 2014 in Kraft treten sollen. Mehrere Jahre, fast Jahrzehnte hat es gedauert, bis man sich nach vielem Hin und Her der verschiedenen Interessengruppen auf diese bundeseinheitliche Regelung einigen konnte.

Das Anti-Spam-Gesetz enthält insbesondere Vorschriften über die Kontaktaufnahme auf elektronischem Weg – unabhängig davon, ob es um den C2B- oder B2B-Bereich geht. Dabei gilt grundsätzlich: Absender geschäftlicher elektronischer Nachrichten dürfen andere Personen in Kanada nur dann per E-Mail, Instant Message etc. kontaktieren, wenn die Empfänger im Vorfeld ausdrücklich der Kontaktaufnahme zugestimmt haben (Opt-In-Verfahren). Ausnahmen gibt es jedoch u. a. dann, wenn bereits eine Geschäftsbeziehung zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher bestanden hat.

Verstöße gegen das neue Gesetz können sowohl zivilrechtliche als auch strafrechtliche Folgen haben, so dass die Behörden bei Gesetzesverletzungen Bußgelder von bis zu zehn Millionen kanadische Dollar verhängen können. Zum anderen stehen den Verbrauchern aber auch zivilrechtliche Maßnahmen in Form von private actions (=private Klagen) offen.

Ein Überblick über die Kernregelungen des neuen Anti-Spam-Gesetzes, das ab Mitte 2014 in ganz Kanada gelten wird:

- Gegenstand des Gesetzes sind commercial electronic messages (kurz: CEM; kommerzielle elektronische Nachrichten) wie E-Mails oder Instant Messages, wenn sie in Kanada abgesendet worden sind. Ob Daten und Informationen in Social Media Netzwerken oder Blogs davon umfasst sind, ist bislang unklar.
- Ausgenommen vom Anwendungsbereich des Anti-Spam-Gesetzes ist unternehmensinterne Kommunikation, also etwa die E-Mails eines Arbeitgebers an seine Arbeitnehmer oder E-Mails zwischen Kollegen. Auch Antworten auf Anfragen oder Beschwerden von Kunden werden von den strengen Vorschriften des Gesetzes nicht erfasst. Ebenfalls nicht von dem Gesetz betroffen sind solche elektronischen Nachrichten, bei denen der Absender berechtigterweise die Erwartung haben durfte, dass die Nachricht nicht in Kanada gelesen werden würde (etwa wenn ein US-Bürger sich beim Lesen einer E-Mail auf seinem Smartphone gerade in Kanada aufhält).
- Der Absender darf den Empfänger per CEM nur dann kontaktieren, wenn der Empfänger dem Absender im Vorfeld ausdrücklich oder stillschweigend die Erlaubnis hierfür gegeben hat. Dabei muss der Absender dem Empfänger im Vorhinein den Zweck der Kommunikation klar und deutlich angeben. Weiter hat der Absender seine eigenen Kontaktdaten offenzulegen wie etwa seinen Name und seine Anschrift. Zudem muss er dem Empfänger die Möglichkeit einräumen, die Einwilligung später wieder zu widerrufen, und auf diese Möglichkeit den Empfänger hinweisen.
- Für ein ausdrückliches Einverständnis ist erforderlich, dass der Empfänger sein Einverständnis aktiv und bewusst abgibt. Sog. pre-checked boxes (=Kästchen mit Haken), z. B. im Rahmen eines Internetbestellvorgangs, sind somit nicht gesetzeskonform.

- Ein stillschweigendes Einverständnis des Empfängers soll wohl angenommen werden können, wenn zwischen dem Absender und dem Empfänger bereits ein geschäftlicher oder nicht-geschäftlicher Kontakt besteht und es keinerlei Hinweis darauf gibt, dass der Empfänger unaufgeforderte CEM ablehnt. Der Absender kann auch dann von einem Einverständnis des Empfängers ausgehen, wenn dieser dem Absender die eigene elektronische Adresse (z. B. E-Mail-Adresse) mitgeteilt hat, ohne deutlich zu machen, dass eine Kontaktaufnahme seitens des Empfängers darüber nicht gewünscht ist.
- Für die Zulässigkeit von sog. refer-a-friend promotions (=Empfehlungen für Freunde) bedarf es sowohl einer besonderen (geschäftlichen, familiären oder persönlichen) Beziehung zwischen dem Empfehlenden und dem Unternehmen, dass die kommerzielle elektronische Nachricht versendet, als auch zwischen dem Unternehmen und dem Empfänger der Nachricht.
- Auch zu Apps und Computerprogrammen enthält das neue Anti-Spam-Gesetz Regelungen. So darf ein Unternehmen keine Apps oder Computerprogramme ohne das Einverständnis des Gerätebenutzers auf dessen Gerät überspielen und installieren.

IX. Fazit

Das kanadische E-Commerce- und Verbraucherschutzrecht für Verträge im Internet ist ein großer Flickenteppich. Dies liegt zum einen daran, dass die entsprechenden Gesetzgebungskompetenzen unübersichtlich auf den Bund und die einzelnen Provinzen verteilt sind. Zum anderen gibt es kein einheitliches Gesetzbuch, sondern einzelne Gesetze für bestimmte Bereiche, die sich zum Teil ergänzen, teilweise aber auch überschneiden.

Jedoch ist der Verbraucherschutz in Kanada im Kern letztlich gar nicht so grundverschieden anders ausgestaltet als in Deutschland.

- So sind Vertragsschlüsse im Internet nach kanadischem Recht im Grundsatz genauso gültig wie in der realen Welt, auch wenn bei bestimmten Verträgen weiterhin die Schriftform gilt.
- Kommerzielle elektronische Nachrichten wie etwa Werbemails etc. dürfen grundsätzlich ohne das ausdrückliche Einverständnis des Empfängers nicht an diesen gesendet werden.
- Bei Verträgen im Internet haben die Unternehmer gegenüber den Verbrauchern Informationspflichten einzuhalten. Zudem steht dem Verbraucher eine Art Widerrufsrecht zu, wenn der Unternehmer zu spät liefert oder seinen Informationspflichten nicht nachgekommen ist.
- Zum Schutz von Verbrauchern und Mitbewerbern ist die irreführende Werbung auch in Kanada verboten.
- Interessanterweise besteht bei vielen Verstößen gegen verbraucherschützende oder lauterkeitsrechtliche Vorschriften nicht nur ein zivilrechtlicher Schutz in der Weise, dass die Betroffenen private Klagen einreichen können, sondern auch ein strafrechtlicher Schutz: Behörden können Bußgelder von bis zu zehn Millionen kanadischen Dollars verhängen.

Bei Problemen, Rückfragen und weiteren Fragen zu diesem Thema hilft Ihnen das Team der IT-Recht Kanzlei selbstverständlich gerne auch persönlich und im Einzelfall weiter.

Autor:

RA Dr. Daniel S. Huber

Rechtsanwalt