

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Was haben deutsche Onlinehändler beim Vertrieb von Waren und Dienstleistung in den USA zu beachten?

Für deutsche Onlinehändler, die die verbraucherfreundlichen europäischen Vorschriften zum Onlineverkauf von Waren und Dienstleistungen gewohnt sind, kann der US-Onlinemarkt, mit der größte Onlinemarkt der Welt, der anscheinend kaum durch verbraucherfreundliche Vorschriften des Kaufrechts oder des Datenschutzrechts reguliert ist, äußerst attraktiv sein. Das bedeutet aber nicht, dass für den deutschen Onlinehändler keine Fallstricke lauern. Ein Onlinehändler kann sehr schnell in Haftungsansprüche von Kunden verwickelt werden, die ihn auf Grund eines äußerst klägerfreundlichen Prozessrechts (Sammelklagen) in große Schwierigkeiten bringen können. Auch das angeblich so händlerfreundliche US-Datenschutzrecht kann für den Onlinehändler problematisch werden.

1. Besonderheiten des US-Vertrags- und Haftungsrechts

Im Unterschied zu Deutschland, unterliegt das US-Vertragsrecht dem jeweiligen Recht des zuständigen US-Bundesstaates. Es gibt für das Vertrags-, Gewährleistungs- und Haftungsrecht lediglich unverbindlich Mustergesetze auf Bundesebene. Die rechtliche Situation ist angesichts der gewohnten deutschen Rechtsstandards paradox. Einerseits können wichtige Vertragsgrundsätze im europäischen Online-Verbraucherrecht wie Widerrufsrecht, verbindlicher Preis, verbindliche Lieferfrist, verbindliche Beschreibung der Ware durch AGB-Klauseln ausgeschlossen oder abgeschwächt werden. Andererseits ist die Haftung des Onlinehändlers für Schäden und insbesondere Mangelfolgeschäden und seine Haftung aus dem Betrieb seines Onlineshops nach US-Recht sehr stark ausgeprägt und kann nur zum Teil durch entsprechende AGB-Klauseln zumindest abgeschwächt werden. AGB-Klauseln zur Begrenzung der Haftung des Onlinehändlers sind daher enorm wichtig. Dies ist der Hauptgrund, warum die Verwendung von AGB beim Onlinevertrieb von Waren und Dienstleistungen dringend zu empfehlen ist.

Es ist angesichts solcher Schwierigkeiten leider auch kein Ausweg, in den AGB eine Klausel zur Geltung von deutschem Recht und der Zuständigkeit von deutschen Gerichten einzubauen. Das Risiko ist zu groß, dass das jeweilige Gericht des zuständigen Bundesstaates sich als zuständig erachtet und US-Recht anwendet (s. Beitrag der IT-Recht Kanzlei <http://www.it-recht-kanzlei.de/online-shop-usa-amerika.html>)

2. Besonderheiten des US-Datenschutzrechts

Hier gilt eine ähnliche Feststellung wie beim Verbrauchervertrags- und Haftungsrechts. Auch hier gilt das Recht des jeweiligen US-Bundesstaates. Im Allgemeinen sind zwar die Standards des Verbraucherdatenschutzrechts in den USA wesentlich laxer als in der Europäischen Union. Aber der wichtige bevölkerungsreichste Bundesstaat Kalifornien hat ein relativ strenges Datenschutzrecht (insbesondere im Vergleich zu anderen Bundesstaaten) eingeführt. Hier ist der "California Online Privacy Protection Act, CalOPPA" und der "CAN SPAM Act") zu nennen. Der deutsche Onlinehändler, der Waren und Dienstleistungen in den USA vertreiben will, ist gut beraten, sich an dem strengen Standard des Bundesstaates Kalifornien zu orientieren, wenn er Risiken in seinem US-Geschäft vermeiden will.

Der Onlinehändler muss nach kalifornischen Recht auf seiner Webseite eine Datenschutzerklärung (privacy policy) aufnehmen, die u.a. folgende Fragen behandelt:

- Welche personenbezogenen Daten werden erfasst und gesammelt
- Wie werden diese Daten genutzt und an wen werden sie weitergegeben
- Welche personenbezogenen Daten werden von Dritten erfasst und gesammelt, die Zugang zu der Webseite des Onlinehändlers haben.
- Wie wird die Webseite des Onlinehändlers gegen Missbrauch geschützt
- Einsatz von Cookies
- Behandlung von Spams

Der California Online Privacy Protection Act verlangt weiterhin, dass der Betreiber einer Webseite, also der Onlinehändler, der einen Onlineshop betreibt, die "do not track" Grundsätze beachtet. Damit ist folgendes gemeint:

Der Nutzer einer Webseite kann auf seinen Browser eine Opt-Out Funktion für die Online-Verhaltensnachverfolgung (behaviorial tracking) verschiedener Unternehmen wie zum Beispiel Google AdWords oder AdRoll aktivieren, wenn sein Browser dies zulässt. Der Onlinehändler muss dem Nutzer mitteilen, ob seine Webseite auf eine solche Opt-Out Einstellung reagiert oder nicht. Er ist allerdings nicht verpflichtet, seine Webseite so zu konfigurieren, dass sie auf die genannte Opt-Out Funktion reagiert. Er ist nur zu der o.g. Mitteilung verpflichtet (ja oder nein). Der Betreiber sollte nur dann dem Nutzer mitteilen, dass seine Webseite die Opt-Out Funktion berücksichtigt, wenn auch sämtliche dritte Parteien wie zum Beispiel Google Analytics, die seine Webseite nutzen, diese Opt-Out Funktion beachten.

Betreiber von Webseiten, die das kalifornische Datenschutzrecht verletzen, können von der US Federal Trade Commission belangt werden.

3. Rechtstexte der IT-Recht Kanzlei für den US-Markt

Die IT-Kanzlei bietet ihren Mandanten, die Waren und Dienstleistungen in den USA vertreiben, **Rechtstexte an (AGB und Datenschutzerklärung), die die oben dargestellten Besonderheiten des US-Rechts berücksichtigen.**

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt