

# FIT FÜR ... die Vermeidung typischer Rechtsfehler als Jungunternehmer

Vortrag vom 18.02.2020

# Zur Person des Referenten:

Rechtsanwalt Jens Bräumer

Fachanwalt für IT-Recht und

Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz



- seit Anfang 2010 selbständiger Rechtsanwalt
- Gründungsmitglied der Anwaltskooperation it-recht-deutschland
- seit 2016 Dozent für IT-Recht an der ASW - Berufsakademie Saarland e.V.

# AGENDA

- Im Dschungel der Paragraphen den Überblick behalten
- Das Offensichtliche zuerst richten: Internetauftritt
- Dokumentation rechtlich relevanter Vorgänge / Vertragsmanagement
- „Das Kleingedruckte“ / Überblick zu AGB
- Tipps zum Projektvertrag / Werkvertrag
- Umgang mit eigenen Schutzrechten und Schutzrechten Dritter
- Exkurs zu Abmahnungen
- Grundlagen rechtskonformer Werbung

Im Dschungel der Paragraphen den  
Überblick behalten.

# Im Dschungel der Paragraphen den Überblick behalten

- Menge und Komplexität der rechtlichen Vorgaben ist angestiegen.
- Neben „Soll-Vorschriften“ existieren zahlreiche „Muss-Vorschriften“
- Beispiele für zwingend zu beachtende Vorschriften:
  - Verschärftes Datenschutzrecht (EU-DSGVO und BDSG n.F.)
  - Dienstleistungs-Informationspflichten-Verordnung (DL-InfoV)
  - Telemediengesetz (TMG) -> insbesondere die Impressumspflicht
  - Wettbewerbsrechtliche Vorgaben (Regulierung unter den Mitbewerbern)
  - Produktsicherheitsgesetz (ProdSG) + zahlreiche Kennzeichnungspflichten für diverse Waren

# Im Dschungel der Paragraphen den Überblick behalten

- Einordnung der eigenen Tätigkeit: Waren und/oder Dienstleistungen
- Allgemeine Pflichtangaben beachten
- Bereichsspezifische Besonderheiten identifizieren
- Angebote von IHK bzw. Berufs-/Branchenverbänden (z.B. Bitkom), Beratung über Förderprogramme wahrnehmen
- Rechtsbeistand konsultieren

Das Offensichtliche zuerst richten:

Internetauftritt

# Der Internetauftritt

Mindestangaben von Unternehmen bei Aktivitäten im Internet:

**vollständiges Impressum**

und

**(verständliche) Datenschutzerklärung**

(Achtung: deutlich erhöhte Pflichtangaben in Webshops!)



# Der Internetauftritt

## Wesentliche Pflichtangaben in Webshop:

- Unterschiedliche Vorgaben bei Angeboten b2c oder b2b
- reine b2b-Angebote: Eindeutige Hinweise im Webshop und Prüfung der Unternehmereigenschaft erforderlich!
- Verschärfte Regelungen bei Angeboten ggü. Verbrauchern:
  - Widerrufsbelehrung / Muster-Widerrufsformular
  - Pflichtangaben im Fernabsatzrecht / elektronischen Rechtsverkehr: i.d.R. in AGB
  - Versandkosten
  - Grundpreisangaben
  - Umsatzsteuerhinweis
  - Hinweise zu Zahlungsmöglichkeiten
  - Link zur „OS-Plattform“ der EU
  - Produktspezifische Besonderheiten: bspw. für Batterien, Altöl, Elektrogeräte, Textilien etc.
  - Vorsicht! Strenges Heilmittelwerberecht
- Bei Missachtung der Vorgaben drohen wettbewerbsrechtliche Abmahnungen!

# Mögliche Rechtsverstöße in sozialen Netzwerken

- gegen das Wettbewerbsrecht (z.B. Rechtsbruch, Verunglimpfung oder Herabsetzung von Mitbewerbern, irreführende Angaben über das Unternehmen, die Waren, die Dienstleistungen, fehlerhafte Preisausschreiben etc.)
- gegen das Urheberrecht: bei Verwendung fremder Werke
- gegen das Markenrecht: durch Verwendung fremder Marken zur Bewerbung eigener Leistungen (auch bei Angaben im Seitenquelltext!)
- Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts
- Verletzung des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung (Datenschutzverstöße; falscher Einsatz von Social Media Plugins)

Dokumentation  
rechtlich relevanter Vorgänge /  
Vertragsmanagement

# Dokumentation rechtlich relevanter Vorgänge / Vertragsmanagement

- Vertrauen ist gut - verlässliche Nachweise sind besser!
- Schutz des Unternehmens und Wahrung seiner Liquidität
- Auftragserteilung (insbesondere: zur erbringenden Leistung und Höhe der Vergütung sowie deren Fälligkeit); mindestens per E-Mail bestätigen lassen
- im Werkvertragsrecht: Abnahme(n) schriftlich bestätigen lassen
- zwingend einzuhaltende Fristen eindeutig und schriftlich vereinbaren

# Dokumentation rechtlich relevanter Vorgänge / Vertragsmanagement

- Für Standardvorgänge Vertragsunterlagen / Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) erstellen und verwenden
- Rechtlichen Rahmen für Arbeitsverhältnisse beschreiben: § 2 NachwG
- Vertragsversionen und deren Erstellungsdatum dokumentieren
- Inhalt und Umfang von Nutzungsrechten für Software belegen können, wie auch für sonstige urheberrechtlich geschützte Werke (insbes. bei Fotos, die im Internet genutzt werden)

**„Das Kleingedruckte“ / Überblick zu AGB**

# „Das Kleingedruckte“ / Überblick zu AGB

- wenig beliebt, aber dennoch (aus Verwendersicht) oft hilfreich
- Regelungen „vor die Klammer ziehen“ / Wiederholungen vermeiden
- fester Rahmen für immer wiederkehrende Rechtsgeschäfte
- AGB teilweise bereits bei erstmaliger Verwendung
- Vorrang der Individualabrede: müssen belegbar „ausgehandelt“ worden sein
- WARNUNG! Kein eigenes Zusammenbasteln / kein „Wunschkonzert“
- Rechtliche Regelungen in den §§ 305 ff. BGB

# „Das Kleingedruckte“ / Überblick zu AGB

## Vorteile von AGB

- standardisierte Abläufe
- Bsp.: feste Liefer- und Zahlungsbedingungen
- b2b: teilweise erweiterte Regelungsspielräume
  - Bsp.: Verkürzung der Gewährleistungsfrist / kfm. Rügeobliegenheit
- **Vorsicht: Haftungsbeschränkungen nur sehr begrenzt umsetzbar!**
  - Haftungsausschluss eigentl. nur teilweise bei leichter Fahrlässigkeit



# „Das Kleingedruckte“ / Überblick zu AGB

## Einbeziehung von AGB

### ➤ Einbeziehung gegenüber Verbrauchern (b2c):

- vorformulierte Vertragsbedingungen, werden bei Abschluss des Vertrages gestellt
- können im Vertrag selber oder in gesonderter Urkunde festgehalten werden
- wenigstens ein sichtbarer Aushang des Verwenders
- Möglichkeit der Kenntnisnahme bei Vertragsschluss
- ausdrückliche Einbeziehung erforderlich

### ➤ Einbeziehung gegenüber Unternehmern (b2b):

- Einigung der Parteien auch über die Einbeziehung der AGB
- ansonsten erleichterte Einbeziehung, etwa: Hinweis im Vertrag (ohne Vorlage der AGB)
- durch schlüssiges Verhalten (Verweis eines Vertragspartners, ohne Widerspruch)
- kaufmännisches Bestätigungsschreiben, ohne anschließenden Widerspruch
- Möglichkeit der Kenntnisnahme muss aber auch im b2b-Bereich bestehen,

# Tipps zum Projektvertrag / Werkvertrag

# Tipps zum Projektvertrag / Werkvertrag

- Bei größeren Projekten: Unterscheidung einer Planungs- und Umsetzungsphase  
=> gesonderte Bezahlung für Vorarbeiten regeln
- gesetzliche Regel: nur 1 (Gesamt-)Abnahme und nur 1 Bezahlung  
=> bei längeren Projekten: Teilabnahmen / Milestones vereinbaren
- Regelungen / Verfahren für unvorhergesehene Änderungen (bei Software: Change Request)
- Aufnahme von Eskalations- und Streitbeilegungsklauseln
- Regelung von Mitwirkungspflichten des Kunden (Bestellers)  
und Festlegung handlungs- und entscheidungsbefugter Ansprechpartner der Vertragspartner

Zum Umgang mit eigenen Schutzrechten  
und mit Schutzrechten Dritter

# Zum Umgang mit eigenen Schutzrechten und mit Schutzrechten Dritter

- Über den Schutz von Werken und die Vorteile von Markenmeldungen einerseits & über die Risiken der Nichtbeachtung fremder Urheber- und Markenrechte andererseits.
- Hohe Anforderung der Rspr. an Prüfung der Rechte
- Schutz der eigenen Herkunftsbezeichnung / Corporate Design
- Abmahnung und einstweilige Verfügung / Unterlassungsverfahren
- Hohes Kostenrisiko, insbesondere bei markenrechtlichen Streitigkeiten

# Exkurs: Schutzrechtsverwarnungen / Abmahnungen

- evtl. falsche Gewichtung: Kosten werden als größeres Übel gegenüber der Unterlassungserklärung empfunden
  - Unterlassungsversprechen prüfen: kann es überhaupt eingehalten werden
  - Zu unterlassende Handlung(en): nach Möglichkeit einschränken
  - auf günstige Formulierung der Vertragsstrafe achten: „neuer Hamburger Brauch“
- hohe Zahlungspflichten können drohen; Beispiele:
  - gewerbliche Bilderabmahnung: Streitwert (SW) pro Bild 6.000 € => 571,44 € inkl. MwSt.
  - Wettbewerbsverstöße in AGB, SW 4 x 2.500 € = 10.000 € => 887,03 € inkl. MwSt.
  - Markenrechtsverstoß: SW mind. 50.000 € => 1.822,96 € inkl. MwSt.

# Exkurs: Schutzrechtsverwarnungen / Abmahnungen

## ➤ Vorsicht vor „Vertragstrafenjägern“:

- Häufig mind. 5.000 € für jeden Fall der Zuwiderhandlung
- Bsp. 3-fache Zuwiderhandlung: Vertragsstrafe => 15.000 €
- Reduzierung der Vertragsstrafe bei Kaufleuten nicht möglich (§ 348 HGB)

## ➤ Teure Folgeabmahnung droht bei erneutem Verstoß:

- erhöhter Streitwert bei Folgeabmahnung und neue Unterlassungserklärung mit höherer Vertragsstrafe

## ➤ Fehleinschätzung als unberechtigte Abmahnung

- es droht eine einstweilige Verfügung (evtl. Schutzschrift ratsam)
- alternativ ein Unterlassungsverfahren

# Exkurs: Schutzrechtsverwarnungen / Abmahnungen

- Sorgfältige Prüfung (bei öffentlich erkennbaren geschäftlichen Handlungen und nach Erhalt einer Abmahnung)
- kein überstürztes Handeln
- von geringen Abmahnkosten nicht verleiten lassen
- Ausführliche Prüfung der Rechtslage; im Zweifel über Rechtsanwalt
- Keine Reaktion: nur bei offensichtlich fehlender Berechtigung – Stellungnahme meist ratsam
- im Wettbewerbsrecht: Gegenabmahnung prüfen
  - aber Vorsicht: evtl. droht eine „Abmahnspirale“
  - mit Bedacht: Rechtsmissbrauch von manchen Gerichten angenommen



# Grundlagen rechtskonformer Werbung

# Grundlagen rechtskonformer Werbung

## Überblick über die wichtigsten Gesetze

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

(insbesondere § 7 UWG: „Unzumutbare Belästigung“)

Datenschutzgrundverordnung (EU-DSGVO)

Bundesdatenschutzgesetz (BDSG n.F.)

# Grundlagen rechtskonformer Werbung

## Telefonwerbung („cold callings“)

- b2c : nur mit vorheriger und ausdrücklicher Einwilligung zulässig
- b2b: erforderlich ist wenigstens eine „**mutmaßliche Einwilligung**“  
*„Wenn aufgrund konkreter Umstände ein sachliches Interesse des Angerufenen an gerade dieser Art der Kontaktaufnahme besteht.“*
- zulässige Gründe:
  - konkreter Grund aus dem Interessenbereich des Angerufenen
  - Bezug zur eigentlichen geschäftlichen Tätigkeit
  - bestehende (regelmäßige) Geschäftsbeziehung
  - Anrufer erwartet den Anruf

# Grundlagen rechtskonformer Werbung

## E-Mail- / Newsletterwerbung

- Hier: gleiches Recht b2b und b2c
- Erfordernis der **vorherigen ausdrücklichen Einwilligung** im konkreten Fall
- gilt gleichermaßen für Anrufmaschinen, Telefax, SMS und MMS
- Achtung! Auch Kundenzufriedenheitsbefragungen sind Werbung.
- Ausnahmeregelung für elektr. Werbung/Newsletter ->

# Grundlagen rechtskonformer Werbung

## Sonderregelung für elektronische Post / Newsletter

### § 7 Abs. 3 UWG

[...] Ausnahmsweise zulässig, wenn (*die folgenden Voraussetzung alle beachtet werden!*) ...

1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,
2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,
3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

# Grundlagen rechtskonformer Werbung

## Briefkastenwerbung

- stets unzulässig:
  - hartnäckiges Ansprechen von Verbrauchern
  - entgegenstehender Wunsch („*Keine Werbung*“)
- grundsätzlich erlaubt:
  - persönlich adressierte Briefe
  - Postwurfsendungen
- Voraussetzung:
  - Werbung muss als solche erkennbar sein
- Datenquelle legal?
  - aus allgemein zugänglichen Quellen
  - Im Zuge eines Vertragsverhältnisses erlangt oder aus legalem Adresshandel

Vielen Dank für Ihr Kommen und Ihr Interesse!



JENS  
BRÄUMER

Fachanwalt für IT-Recht &  
gewerblichen Rechtsschutz

[www.rechtsanwalt-braeumer.de](http://www.rechtsanwalt-braeumer.de)