

Mietrecht und Internet

Das Internet gewinnt auch in der Immobilienbranche immer stärker als Kommunikationsmittel an Bedeutung. Vermieter nutzen Websites immer öfter zur Werbung und Vertragsanbahnung. Neben der reinen Angebotspräsentation geht der Trend zur Nutzung des Internets als „Online-Geschäftsstelle“, in der neben der Auslösung von Reparaturaufträgen auch der Abschluss von verbindlichen Verträgen angeboten wird.

Sowohl bei der Werbung als auch bei der einfachen Kommunikation, der Datenerfassung und insbesondere dem Vertragsabschluss sind die verschiedensten rechtlichen Vorgaben sowohl aus dem bundesdeutschen als auch aus dem europäischen Recht zu beachten.

I. Werbung im Internet

Für die Werbung im Internet sind grundlegend zunächst alle Vorgaben aus dem reformierten Wettbewerbsrecht zu beachten, die auch für die Werbung in den Printmedien gelten.

Häufige Fehler ergeben sich sowohl bei der Zeitungswerbung als auch bei der Online-Werbung aus der Missachtung der Preisangabenverordnung. Zudem ist insbesondere bei der Werbung auf Internetseiten vor der Verwendung geschützter Zeichen oder der Verletzung von Urheberrechten an Grafiken zu warnen. Wegen der leichten Verfügbarkeit von fremden Bildern und Logos ist die unbefugte Nutzung sehr verlockend. Bei Verstößen setzt man sich hier der Gefahr von einstweiligen Verfügungen aus, die wegen des hohen Pauschalstreitwerts in Wettbewerbssachen zu erheblichen Kosten führen können.

Häufiges Werbemittel im Internet sind sogenannte Newsletter. Für Versender solcher Newsletter und auch für deren – teilweise unfreiwilligen – Empfänger gilt es, einige rechtliche Grundlagen zu beachten.

Juristisch zulässig ist nach derzeitigem Recht eine Online-Werbesendung – im Gegensatz zu den Prospekten im Briefkasten – nur dann, wenn der Empfänger die Übersendung angefordert hat oder bereits ein geschäftlicher Kontakt besteht. Die entsprechende **EU-Richtlinie**, die diesen Grundsatz festschreibt, wird durch eine Neufassung des **Gesetzes gegen den Unlauteren Wettbewerb (UWG)** umgesetzt.

Danach wird die sogenannte **Opt-In Regelung** vorgeschrieben. Dies bedeutet, dass der Versender einer gewerblichen E-Mail vor der Zustellung der Nachricht vom Empfänger eine Erlaubnis einholen muss. Eine Versendung von ungewollten Werbemails stellt nach der Neuregelung in § 7 UWG eine „unzumutbare Belästigung“ dar, die einen Unterlassungs- bzw. Beseitigungsanspruch und einen Schadenersatzanspruch auslöst.

Nur wer sich ausdrücklich für einen Newsletter angemeldet hat oder schon in gewerblichem Kontakt zu dem werbenden Unternehmen steht, darf angeschrieben werden. An den vorherigen geschäftlichen Kontakt werden derzeit durch die Rechtsprechung noch keine hohen Anforderungen gestellt. So soll im Zweifel bereits die Überlassung einer Visitenkarte ausreichen.

Von verschiedenen Interessenverbänden wird eine doppelte Absicherung gefordert, das bedeutet, dass nach dem Eintrag in eine Verteilerliste zunächst der Empfänger angeschrieben und um Rücksendung einer Bestätigung gebeten werden muss. Damit soll ausgeschlossen werden, dass Fremde die Anmeldung vornehmen. Zudem sichert sich der Versender mit dieser Bestätigung ab. Nach einer Entscheidung des LG Berlin muss nämlich der Versender den Nachweis für die Anmeldung durch den Empfänger erbringen.

II. Vertragsabschluss im Internet

Ein Vertrag kommt auch unter Zuhilfenahme von elektronischen Kommunikationsmitteln durch Übereinstimmung von Angebot und Annahme zu Stande.

Bei dem Vertragsabschluss über das Internet sind in der Regel die Vorschriften über den Vertragsabschluss unter Abwesenden anzuwenden. Allein beim Internet Relay Chat (IRC) könnte man von einem Vertragsabschluss unter Anwesenden ausgehen, da hier die Informationen ohne Zwischenspeicherung direkt gesendet werden.

Für den Vertragsabschluss unter Abwesenden gilt, dass der Vertrag erst nach Zugang der Annahmeerklärung beim richtigen Empfänger zu Stande kommt. Notwendig für den Nachweis eines Vertragsabschlusses ist demnach der Nachweis des Zugangs einer elektronischen Erklärung.

Zugegangen ist eine E-Mail mit dem Eingang im Empfangsbriefkasten des Internetproviders des Empfängers. Dieser Zugang kann jedoch in der Regel nicht nachgewiesen werden. Es bedarf daher entweder einer Bestätigungs-E-Mail oder einer Lesebestätigung, die auch vom Versender angefordert werden kann.

Im Übrigen entsteht mit der Einrichtung einer geschäftlichen E-Mail-Adresse auch die Verpflichtung, die E-Mails zu den gewöhnlichen Geschäftszeiten regelmäßig abzuholen, da viele Fristen eben bereits mit dem Zugang im Empfangsbriefkasten beim Provider in Gang gesetzt werden.

Bei der Verwendung von Allgemeinen Geschäftsbeziehungen beim Vertragsabschluss im Internet ist zu beachten, dass auf die AGB deutlich hingewiesen wird und die AGB unmittelbar, am besten durch direkten Link, abrufbar sind. Die AGB müssen dabei in einem üblichen Format vorliegen und nach Wahl des Nutzers auch abzuspeichern und auszudrucken sein. Fehler in diesem Zusammenhang führen dazu, dass die AGB nicht Vertragsbestandteil werden.

Besondere Voraussetzungen müssen für formbedürftige Erklärungen geschaffen werden. Soweit Verträge der Schriftform unterliegen, kann diese nur durch die Verwendung von elektronischen Signaturen geschaffen werden. Dabei gilt nach § 126a II BGB, dass für Verträge jeweils gleichlautende Dokumente mit den jeweiligen elektronischen Signaturen versehen werden müssen. Die entsprechenden technischen Voraussetzungen müssen demnach auf beiden Vertragsseiten vorliegen.

Technisch einfacher ist die Versendungen von Erklärungen in Textform gemäß § 126b BGB, wobei diese Textform nur in bestimmten Fällen vorgesehen ist. Die Textform ist bereits eingehalten, wenn die Erklärung in Schriftzeichen abgefasst, der Erklärende genannt und die Erklärung durch Nachbildung der Namensunterschrift abgeschlossen ist.

Besondere Verbreitung hat die Textform in den Normen zum Mietrecht und WEG. So können Modernisierungsankündigungen, Mieterhöhungen und Betriebskostenabrechnung in Textform, also auch als E-Mail versendet werden. Wert gelegt werden muss jedoch auch hier auf die Nachweisbarkeit des Zugangs.

III. Datenschutzrechtliche Aspekte

Bei der Erhebung von personenbezogenen Daten über Formulare ist strikt auf die Einhaltung des Datenschutzrechts zu achten. Insbesondere sollten solche Daten bei einer einfachen Anfrage nur für einen kurzen Zeitraum gespeichert und danach gelöscht werden.

Da E-Mails wie Postkarten von anderen Internetnutzern gelesen werden können, sollte für den Versand von Vertragsunterlagen auf Verschlüsselungstechniken zurückgegriffen werden.

Es empfiehlt sich, auf der Internetseite den Umgang mit den Daten zu beschreiben und den Datenschutzbeauftragten des Unternehmens als Ansprechpartner zu benennen.