

LEGAL MATTERS

DR. PETER KREPPER, ANWALT UND MEDIATOR

Rechtliche Fallen im Online-Handel, bei den AGB und im PRG

Internet und E-Mail sind aus dem Geschäftsverkehr nicht mehr wegzudenken. Die Zahl der Reisebüros in der Schweiz hat sich im vergangenen Jahrzehnt rund halbiert. In rechtlicher Hinsicht zeigt sich darin viel Freiheit: des Netzzugangs, des Marktes, des Marketings, der Gestaltung neuer Produkte und Vertriebskanäle. Den neuen Chancen stehen für Reisebüros damit aber auch neue Risiken gegenüber.

RISIKO 1: TOs vermarkten und verkaufen ihre Reisedienstleistungen online selbst, derweil Konsumenten Angebote und Preise vergleichen und das Besterscheinende oft von zuhause aus buchen. Womöglich hat das Reisebüro



zudem anderswo buchende Konsumenten kostenlos beraten. Deshalb gehen viele Reisebüros heute dazu über, Beratungen bei Nicht-Buchung entgeltlich zu machen. Der entsprechend gestaltete Online-Buchungsablauf sowie gut formulierte AGB sichern das ab. Allgemein zu beachten sind bei Kommunikation via E-Mail zudem die einschlägigen Schritte zum Vertragsschluss inklusive Preisbekanntgabe, bei Pauschalreisen zudem die Vorgaben im Pauschalreisegesetz. Wer hat da überhaupt noch den Durchblick?

RISIKO 2: Die Internet-Auftritte machen Reisebüros ungewollt zu Anbietern. Auch bei so genannten Baukasten-Durchklick-Angeboten soll der Retailer ungewollt zum Pauschalreisen-TO werden.

Welche rechtlichen Problemstellungen ergeben sich daraus? Vorweg: Höchstrichterlich weitgehend geklärt werden konnte inzwischen immerhin, wie sich online präsentierende Retailer vor einer Haftung als TO schützen können: Das Bundesgericht hat entsprechende Abgrenzungs-Kriterien aufgelistet.

RISIKO 3: Auf Grund der eigenen Internet-Werbung – die ja stets über die Landesgrenzen hinaus, etwa im deutschsprachigen europäischen Raum, wirkt – kann ein Reisebüro unverhofft vor fremde Richter zitiert werden, wo auch fremdes (Reise-)Recht verfochten wird. Auch blosser E-Mail-Verkehr hat Tücken. Wie die leidige Praxis der IATA oder von Airlines mit Newsmails an Agenturen zeigt, leiten Erstere daraus doch gerne ADM zulasten der Reisebüros ab – wenn auch in aller Regel zu Unrecht, wie ein Rechtsgutachten für den SRV von 2010 gezeigt hat. Sodann betreiben Branchen-

Profis austariertes vertragliches Konflikt-Management, was ihnen im B2B-Geschäftsverkehr hilft, schwierige Situationen oder Konflikte gezielt, einvernehmlich und kostensparend zu klären. Aber auch das will gelernt sein.

Diese Kolumne bildet den Auftakt einer monatlichen Serie, in welcher auf die rechtlichen Aspekte der genannten sowie weiterer Sachverhalte eingegangen wird. In der Zwischenzeit lohnt sich ein Blick ins soeben erschienene «Handbuch Tourismusrecht». Das praktische Handbuch behandelt auf 265 Seiten alle rechtlichen Aspekte im Zusammenhang mit touristischen Dienstleistungen in und aus der Schweiz.

Zum Autor: Dr. Peter Krepper (49), Zürich, praktiziert als Anwalt und Mediator sowie Ausbilder Tourismus- und Reiserecht für KMU. Zudem ist er Autor des «Handbuch Tourismusrecht – für Studium und Praxis», welches soeben in 2. Auflage erschienen ist.

Die Wirkung macht den Unterschied. Weltweit.

Versenden Sie Ihre internationale Post aus der Schweiz und punkten Sie bei Ihrer Zielgruppe gleich zweifach. Zum einen, weil Ihre Werbebriefe im Zielland gegenüber der sonstigen Post auffallen. Zum anderen, weil Sie so bereits auf dem Umschlag zeigen: Hier kommt Qualität aus der Schweiz.

*Fakten, Erfolgsgeschichten und Inspiration: post.ch/wirkung

In Zusammenarbeit mit:

ASENDIA
BY LA POSTE & SWISS POST

DIE POST 
Gelb bewegt.