

Mag. Oliver van Haentjens

Rechtsfragen zum Einsatz von Shopping Agenten unter besonderer Berücksichtigung verbraucherschutzrechtlicher Bestimmungen

Einleitung

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Was sind Shopping Agenten? | 2 |
| 1.1 | Das „Consumer Buying Behaviour (CBB) Model“ | 3 |
| 2 | Zur Charakteristik von Shopping Agenten | 4 |
| 2.1 | Die Funktionsweise von Shopping Agenten | 4 |
| 2.2 | Die Plazierung des Shopping Agenten | 6 |
| 3 | Geschichte der Shopping Agenten | 7 |
| 4 | Rechtliche Einordnung von Shopping Agenten | 9 |
| 4.1 | Der Shopping Agent als reines Kommunikationsmittel | 10 |
| 4.2 | Rechtspersönlichkeit für Agenten | 10 |
| 4.3 | Vertretung durch Agenten | 11 |
| 4.3.1 | Der Shopping Agent als Abschlußvermittler | 11 |
| 4.3.2 | Der Shopping Agent als „digitaler Stellvertreter“ | 11 |
| 5 | Vertragsabschluß mittels Shopping Agenten | 12 |
| 5.1 | Der Shopping Agent als Stellvertreter | 12 |
| 5.2 | Der Shopping Agent als Bote | 13 |
| | <i>Exkurs: Die österreichische Rechtslage betreffend Shopping Agenten im Lichte der E-Commerce Richtlinie</i> | 14 |
| 6 | Die Haftung des Nutzers für seinen Shopping Agenten | 15 |
| 6.1 | Analogie zu § 1313a ABGB | 16 |
| 6.2 | Analogie zu den Gefährdungshaftungsnormen | 17 |
| 6.3 | Analogie zu § 27 GUG, § 453a ZPO, § 37 FBG | 18 |
| 6.4 | Ergebnis | 19 |
| 7 | Ausgesuchte Rechtsfragen zum Einsatz von Shopping Agenten | 20 |
| 7.1 | Automatenkauf | 20 |
| 7.2 | Bestimmtheitsgebot | 20 |
| 7.3 | Bindungswirkung | 21 |
| 7.4 | Geltung von allgemeinen Geschäftsbedingungen | 21 |
| 7.5 | Informationspflicht nach dem Fernabsatzgesetz | 24 |
| 7.6 | Selling Agents | 26 |
| 7.7 | Kollisionsrechtliche Problematik | 26 |
| 8 | Ein Überblick über internationale Regeln betreffend intelligente Agenten | 27 |
| 8.1 | Das UNICTRAL Model Law on Electronic Commerce | 27 |
| 8.2 | Der U.S. Uniform Electronic Transactions Act | 28 |
| 8.3 | Der U.S. Uniform Computer Information Transactions Act | 29 |
| 9 | Zusammenfassung | 31 |

Literaturverzeichnis

Einleitung: Derzeit ist Einkaufen im Internet noch ein mühsames Unterfangen. Um ein Produkt günstig zu erwerben müssen Anbieter ermittelt und Vergleiche zwischen diesen, sowie den einzelnen Produkten von Hand durchgeführt werden. Aufgrund der großen Anbieterzahl ist ein umfassender Überblick über das gesamte Angebot und eine Auswahl des optimalen Produktes kaum mehr möglich. Da sich diese Arbeitsschritte immer wiederholen ist es sinnvoll, sie zu automatisieren und einem intelligenten Softwareagent – einem sogenannten Shopping Agenten - zu übertragen. Ihm wird der gesuchte Artikel beschrieben und er sucht bei allen in Frage kommenden Anbietern selbständig nach dem günstigsten Angebot, wobei er Informationen sammelt und den Artikel gegebenenfalls selbständig kaufen kann.

Mit dem Einsatz derartiger intelligenter Agenten sind jedoch auch eine Vielzahl von rechtlichen Fragen verbunden. So stellt sich etwa die Frage nach der rechtlichen Einordnung von Shopping: handelt es sich hierbei um ein reines Kommunikationsmedium? Kann der Agent als „digitaler Stellvertreter“ angesehen werden? Daran knüpft sich Frage, ob ein Vertragsabschluß mittels eines Shopping Agenten dessen Nutzer bindet und ob der Nutzer für seinen Shopping Agenten haftet? Auch stellen sich aus verbraucherschutzrechtlicher Sicht einige Fragen im Zusammenhang mit dem Einsatz von Shopping Agenten.

Die Behandlung dieser Rechtsfragen soll durch eine Beschreibung der Funktionsweise von derartigen Agenten, sowie deren geschichtliche Darstellung ergänzt werden. Abschließend möchte ich einen Überblick über einige international bestehende Regeln intelligente Agenten betreffend verschaffen.

1. Was sind Shopping Agenten?

Jeenie, der Shopping Agent von Sue erhält die Nachricht von Tom, einem Agenten der für die Überwachung kürzlich erschienener Publikationen zuständig ist, dass der Lieblingsautor von Sue ein neues Buch veröffentlicht hat. Jeenie besucht daraufhin schnell den elektronischen Marktplatz und fordert eine Liste der Buchhändler, die das Buch zum Verkauf anbieten und deren Preisliste an. Als die Liste eintrifft bemerkt Jeenie, dass ein Buchhändler das Buch in gebundener Form zu einem Sonderpreis anbietet, der sogar unter dem Preis für die digitale Version des Buches liegt. Da Jeenie jedoch weiß, dass Sue kürzlich ihre Vorliebe für E-books zum Ausruck gebracht hat, ordert Jeenie die elektronische Version des Buches, belastet Sues Kreditkarte und weist Paul, den Agenten des Buchhändlers an, das Buch direkt in Sues elekt-

ronischen Buchordner zu senden. Paul überprüft Jeenies Berechtigung die Kreditkarte von Sue zu belasten und übermittelt danach die digitale Kopie des Buches zusammen mit einem Email an Sue, um sie über ihre letzte Anschaffung zu informieren.¹

Bei den hier dargestellten „Personen“ Jeenie, Tom and Paul handelt es sich nicht um Menschen, sondern um Software Agenten.² Diese sollen uns Menschen in Zukunft dabei helfen, die für uns relevante Information aus dem Überangebot des Netzes herauszufiltern, zu verarbeiten, an uns zu übermitteln und Verträge für uns abzuschließen.

Shopping Agenten sollen den Benutzer somit dabei unterstützen Anbieter bestimmter Produkte zu suchen, Produktpreise zu vergleichen und schließlich bei dem günstigsten Anbieter eine Bestellung zu tätigen. Dies funktioniert entweder auf dem Wege, dass dem Konsumenten eine Liste der günstigsten Anbieter übermittelt wird und er deren Homepage besucht um eine Bestellung zu tätigen, oder dass der Agent nach Vorgabe einiger Parameter, diese Bestellung eigenständig vornimmt.

1.2 Das Consumer Buying Behaviour (CBB) Model

Um den Einsatz von Shopping Agenten im E-Commerce zu ermöglichen wurde das „Consumer Buying Behaviour (CBB) Model“ erfunden.³ Dieses Modell identifiziert sechs Schritte, die jedem Kaufvorgang innewohnen und zeigt auf, wo dabei Shopping Agenten ins Spiel kommen können. Diese Schritte werden wie folgt definiert:

- 1) Sobald dem potentiellen Käufer bewußt wird, dass ein unbefriedigtes Bedürfnis vorliegt (need identification),
- 2) werden die, nach den eingegebenen Parametern in Frage kommende Produkten gesucht und dem Käufer präsentiert (product brokering).

¹ Emily M. Weitzenböck, Electronic Agents and the formation of contracts, S. 2, Version vom 29.04.2001 online unter www.eclip.org

² Nach Russell & Norvig wird ein Agent wie folgt definiert: “An agent is anything that can be viewed as perceiving its environment through sensors and acting upon that environment through effectors. A human agent has eyes, ears, and other organs for sensors, and hands, legs, mouth, and other body parts for effectors. A robotic agent substitutes cameras and infrared range finders for the sensors and various motors for the effectors. A software agent has encoded bit strings as its precepts and actions.” see S.J. Russell & P. Norvig, “Artificial Intelligence: A modern approach”, Prentice Hall, 1995, p. 31

³ P. Maes, R.H. Guttman, A.G. Moukas, “Agents that Buy and Sell: Transforming Commerce as we Know It”, 1998, online unter <http://www.ai.univie.ac.at/~paolo/lva/vu-sa/html/ker95>

- 3) Dem Käufer wird sodann eine Auswahl an potentiellen Händlern aufgelistet (merchant brokering).
- 4) Sobald das Produkt und der Händler ausgewählt wurden, werden die Einzelheiten des Vertrages ausgehandelt (negotiation)
- 5) und gegebenenfalls das Produkt gekauft und geliefert (purchase and delivery).
- 6) Der letzte Schritt des Modells umfaßt den Kunden- und Produktservice und die Evaluierung des Einkaufs (product service and evaluation).

Das CBB Modell beschreibt, dass Shopping Agenten aufgrund ihrer Charaktereigenschaften⁴ bestens dafür geeignet sind, die ersten vier der vorab beschriebenen Schritte wahrzunehmen. Ergänzend ist hierzu anzuführen, dass diese Schritte nicht von ein und demselben Agenten wahrgenommen werden müssen, sondern sich verschiedene Agenten diese Aufgaben teilen können.

Darüber hinaus eröffnen sich jedoch weitere Betätigungsfelder für Shopping Agenten.⁵ Einzelne Artikel lassen sich zu Artikelgruppen zusammenstellen, so dass die Steuerung des Agenten noch weiter vereinfacht wird.

- Der Einkaufsagent läßt sich mit der Lagerverwaltung eines Betriebes koppeln und beschafft eigenständig benötigtes Material.
- Bei einem entsprechenden Agenten auf der Verkäuferseite können die Agenten selbständig Preisverhandlungen führen.
- Wenn ein Kunde Interesse an einem Artikel angemeldet hat, kann ihn der Verkaufsagent selbständig über Neuerungen informieren.

2. Zur Charakteristik von Shopping Agenten

2.1 Die Funktionsweise von Shopping Agenten

Funktionell verfügen typische intelligente Agenten über eine Wissensbasis, eine Planungs-, Lern- und Kontrollkomponente. Die Planungskomponente generiert Pläne, um die Ziele des

⁴ siehe Punkt 2.1

⁵ Uwe Pomp (MMS), Konzept und Implementierung eines Shopping-Agenten-Systems für elektronische Marktplätze, online unter <http://www.medienassistent.org>

Agenten zu erfüllen. Die Lerneinheit versucht allgemeine Regeln in den Daten der Wissensbasis zu entdecken. Die Kontrollkomponente koordiniert das Zusammenspiel der verschiedenen Komponenten und stellt die Verbindung zur Außenwelt dar, indem sie Nachrichten und Sensorinformationen aufnimmt und Aktionen ausführt.⁶

All diesen Agententypen ist also gemeinsam, dass sie in einer nicht vorhersehbaren Umgebung operieren, die sie über Sensoren wahrnehmen und durch Aktionen beeinflussen. Sie müssen über Eigenschaften verfügen, die auch für das menschliche Handeln typisch sind. Sie müssen folglich:

- Autonom sein und demnach ohne direkte menschliche Intervention agieren, sich selbst verwalten und organisieren.
- Interaktiv sein, somit mit der Umwelt in der sie „leben“ und welche sie durch entsprechende Schnittstellen wahrnehmen, mit ihrem Nutzer als auch mit anderen Agenten kommunizieren.⁷
- Reaktiv sein um auf Ereignisse in ihrer Umgebung reagieren zu können.
- Deliberativ sein, um Schlußfolgerungen aus Informationen zu ziehen.
- Proaktiv sein und selbständig ihre Ziele zu verfolgen.⁸

Im Zusammenhang mit Software Agenten werden verschiedentlich⁹ noch folgende Attribute in Zusammenhang gebracht:

- Mobilität: die Fähigkeit sich in einem elektronischen Netzwerk zu bewegen
- Aufrichtigkeit: die Annahme, dass ein Agent nicht wissentlich falsche Information kommuniziert.
- Zielgerichtetheit: Der Agent verfolgt keine widersprüchlichen Ziele

⁶ Alexander Pauk, Technologie und Anwendung Intelligenter Agenten als Mittler in Elektronischen Märkten online unter <http://www.rhoen.de/pauki/work/diplom/diplom.htm>)

⁷ Georg Schwarz, Die rechtsgeschäftliche „Vertretung“ durch Softwareagenten: Zurechnung und Haftung, Auf dem Weg zur ePerson, Verlag Österreich 2001

⁸ Michael Schröder, Axel Kossel, Agenten im Kaufrausch, Perspektiven des elektronischen Handels, c't 6/99

⁹ M. Wooldridge & N. Jennings, „Intelligent Agents: Theory and Practice“, Knowledge Engineering Review Vol. 10 No. 2, June 1995, Cambridge University Press, 1995

2.2 Die Platzierung des Shopping Agenten

Bezüglich der Platzierung des Agenten, d.h. wo der Shopping Agent implementiert wird, bieten sich drei Möglichkeiten:

a) Der Agent befindet sich im digitalen Einkaufszentrum (Mall)¹⁰

Das Agentensystem wird komplett auf dem Rechnersystem der Mall installiert. Diese Architektur liefert die schnellsten Suchergebnisse, da der Agent nicht im Internet suchen muß, sondern die relevanten Daten idealer Weise auf dem selben Rechner wie das Agentensystem liegen. Dafür ist aber ein umfassender Vergleich mehrerer Malls für den Kunden nicht gewährleistet: da jede Mall ihre Angebote speziell präsentiert und möglicherweise eine Recherche auf anderen Malls nicht oder nur eingeschränkt unterstützt, wird das Angebot erheblich eingegrenzt. Ein Kunde müßte also mehrere Agenten auf unterschiedlichen Malls unterhalten. Weiters werden sämtliche Kundendaten auf der Mall gespeichert werden, was die Gefahr eines Mißbrauchs in sich birgt.¹¹

b) Der Agent befindet sich auf dem Rechner des Verbrauchers

In diesem Fall läuft der Einkaufsagent auf dem Rechner des Kunden. Die Daten des Kunden bleiben innerhalb seiner Sphäre und werden nur bei Zustandekommen eines Kaufes an den Anbieter weitergegeben. Der Agent steht gänzlich unter der Kontrolle des Kunden und kann somit optimal für dessen Bedürfnisse eingerichtet werden.

c) Der Agent befindet sich bei einem externen Provider

Bei dieser Version stellt ein externer Provider Nutzern den Einkaufsagenten zur Verfügung. Dieser ist auf dem Rechnern des Providers installiert, wo auch die Kundendaten gespeichert werden. Indem der Provider nicht an eine Mall gebunden ist, kann er dem Kunden ein umfassendes Produktangebot bieten. Da der Kunde nur zur Kommunikation mit dem Agenten online sein muß, nicht aber während dessen Recherche und weiters keine Rechnerleistung auf den Kundenrechnern benötigt wird, ist dies eine sehr günstige Variante für den Konsumenten.¹²

¹⁰ Hierbei handelt es sich um eine Online Plattform in deren Rahmen Anbietern aus verschiedenen Branchen kooperieren und ihre Angebote darstellen können. Der Kunde kontrahiert nicht mit dem Betreiber der Mall, der nur ein Marktorganisateur ist sondern mit dem einzelnen Anbieter.

¹¹ Hans-Bernhard Beykirch, Weltweit handeln - OTP: Open Trade Protocol, iX - Magazin für professionelle Informationstechnik, S. 122f, Heft 3, 1998 online unter <http://www.heise.de/ix/artikel/1998/03/122/>.

¹² Uwe Pomp (MMS) - Konzept und Implementierung eines Shopping-Agenten-Systems für elektronische Marktplätze (<http://www.medienassistent.org>)

Die Kommunikation des Kunden mit seinen Agenten gestaltete sich derart, dass er mittels Internettechnologie, also einem Browser über HTML-Sheets¹³ oder Java-Applets¹⁴ mit dem Agentensystem Kontakt hält. Jegliche Kundendaten werden auf dem Rechnersystem des Agenten gehalten. Lediglich in dringenden Fällen (z.B. nach einem Kauf) meldet sich der Agent per Mail bei seinem Bediener.¹⁵

3. Geschichte der Shopping Agenten

Der Begriff der intelligenten Agenten ist bereits seit Mitte der fünfziger Jahre bekannt, wobei das Massachusetts Institute of Technology, die Carnegie Mellon University, die Stanford University und IBM bei der Entwicklung von intelligenten Agenten an vorderster Front standen.¹⁶ Heute werden Intelligente Agenten im E-Commerce als „Unterhändler“ eingesetzt, um entweder Händler (Selling Agents) oder Käufer (Shopping Agents) zu unterstützen.

Bargain Finder¹⁷ war einer der ersten im Web verfügbaren Shopping Agenten. Nach Eingabe von Titel und Interpret einer CD suchte er bei verschiedenen Händlern nach und liefert die unterschiedlichen Preise für das Produkt. Nach kurzer Zeit wurden jedoch konzeptionelle, technische und organisatorische Probleme, mit denen Bargain Finder zu kämpfen hatte offensichtlich: Viele Betreiber von online Shops hielten Agenten, die per Knopfdruck das günstigste Angebot liefern können, für ein zu mächtiges Werkzeug in den Händen der Anwender, weshalb viele der Händler den Zugriff von Bargain Finder blockierten. Aus Sicht der Händler war diese Reaktion jedoch verständlich, denn die Agenten konzentrierten sich lediglich auf den Preis der Ware und erlaubten es den Anbietern nicht, sich in anderen Punkten von der Konkurrenz abzuheben. Kriterien wie Rückgaberecht, Service, Kreditoptionen und ähnliches zogen sie nicht in Betracht. Aus Sicht des Kunden brachte dies aber auch Nachteile mit sich: da Bargain Finder derartige Untersuchungen nicht durchführen konnte, waren einige der ermittelten Produkt aufgrund zusätzlicher Bearbeitungs-, Versand- und Verpackungskosten letztendlich doch teurer als bei anderen Anbietern.¹⁸

¹³ Abkürzung für »HyperText Markup Language«. HTML ist die Auszeichnungssprache für www-Seiten

¹⁴ An C++ angelehnte, objektorientierte und plattformunabhängige Programmiersprache, die von Sun Microsystems entwickelt wurde

¹⁵ Walter Brenner, Rüdiger Zarnekow, Hartmut Wittig, Intelligente Softwareagenten, 1998 Springer Verlag

¹⁶ Russell & Norvig, "Artificial Intelligence: A modern approach", Prentice Hall, 1995, S. 17

¹⁷ Andersen Consulting, "Bargain Finder agent prototype" online unter <http://bf.cstar.ac.com/bf/>

¹⁸ Michael Schröder, Axel Kossel, Agenten im Kaufrausch, Perspektiven des elektronischen Handels c't 6/99

Neben einigen Systemen, die mit ähnlichen Problemen zu kämpfen haben wie Bargain Finder, stellt Jango¹⁹ die nächste Stufe auf dem Gebiet der Shopping Agenten dar. Das System wurde an der Universität Washington entwickelt und ist ein Folgeprojekt des Metacrawler, der alle gängigen Suchmaschinen mit einer Anfrage besucht und die Resultate für den Benutzer zusammenstellt. Diese Idee wurde auf Jango übertragen, der statt Suchmaschinen online Shops besucht und dort nicht Webadressen, sondern Produkte und deren Preise erfragt, so dass nach ein bis zwei Minuten eine Reihe von Links zu Anbietern und Informationen über das Produkt bereitstehen. Nach der Auswahl eines Anbieters wird das Bestellformular automatisch mit den Kundeninformationen gefüllt, sodass man es im einfachsten Falle nur noch abschicken muß.

Anfangs lief Jango als Serverversion²⁰ auf den Rechnern der Universität Washington und litt schnell unter dem gleichen Problem wie Bargain Finder - er wurde von den online Shops abgewiesen. Daraufhin wurde eine Client-Version²¹ generiert, so dass die Web Shops den Agenten nicht mehr von einem „echten Kunden“ unterscheiden konnten.

Doch als Excite²² Jango für 40 Millionen US-Dollar aufkaufte, mußte die Software wieder umgeschrieben werden: Excite wollte eine Serverversion für ihre Webseite. Dieser standen schließlich auch alle Türen offen, da es sich kein Anbieter leisten konnte, die populäre Suchmaschine auszusperren.

Diese ersten praktischen Ansätze von Shopping Agents, insbesondere Jango, führten in letzter Konsequenz zu der Version eines elektronischen Marktplatzes, auf dem Agenten in der Rolle von Anbietern mit Agenten in der Rolle von potentiellen Kunden um Produkte und ihre Preise verhandeln und Verträge abschließen.

Ein Beispiel hierfür ist „Kasbah“, ein Projekt des MIT Media Lab.²³ es realisiert einen elektronischen Marktplatz, auf dem sich menschliche und künstliche Agenten treffen und um Waren handeln. Nach erfolgter Registrierung trifft der Nutzer die Entscheidung, ob er als Käufer oder Verkäufer auftreten möchte und stellt einen künstlichen Agenten zusammen, der den U-

¹⁹ <http://www.jango.com>, NetBot Inc., Seattle, USA (1997)

²⁰ d.h. der Agent agiert nicht vom einzelnen Rechner des Anwenders, sondern von einem zentralen Rechner aus, wodurch er anhand seiner IP Adresse identifizierbar ist

²¹ Hierbei handelt es sich um einen lokal installierten Agenten, der vom Rechner des Nutzers aus agiert, was es für dem Händler erschwert, den Zugang auf eine ähnlich einfache Weise zu sperren wie dies bei Bargain Finder möglich war.

²² www.excite.com

ser auf dem Marktplatz vertritt. Dieser Software Agent wird auf den elektronischen Marktplatz „Kasbah“ gesandt um dort die gewünschten Produkte für den Konsument zu ersteigern. Hierfür erhält der Agent die Vorgabe, in welchem Zustand sich das Produkt befinden soll und bis wann und zu welchem Preis er einen Kauf tätigen darf. Seine Verhandlungsstrategie ergibt sich aus drei Parametern: dem gewünschten Preis, dem maximalen Preis und einer Angebotskurve. In der Verhandlung wird der Agent gemäß dieser Kurve den Preis erhöhen bis der Verkäufer einwilligt oder der maximale Preis überschritten ist.²⁴

Es stehen drei Angebotskurven zur Wahl: eine lineare, eine quadratische und eine exponentielle Funktion. Die beiden letzteren ergeben eher zögerlichen Agenten, die erst sehr spät ihre Angebote spürbar erhöhen, während die lineare Funktion kontinuierlich und schnell höher geht. Ein vorsichtiger Käufer wird also die exponentielle Funktion wählen. Er bietet damit unter Umständen zu niedrig und geht dann mit leeren Händen aus, während die lineare Funktion häufiger den Zuschlag erhält, doch manchmal zu einem unnötig hohen Preis.²⁵

4. Rechtliche Einordnung von Shopping Agenten

Aus den vorab dargestellten Betätigungsfeldern wird deutlich, dass im Zusammenhang mit dem Einsatz von Shopping Agenten eine Reihe von rechtlicher Unklarheiten bestehen: sind von derartigen intelligenten Agenten geschlossene Verträge bindend? Wer ist für den eingesetzten Agenten und dessen Handlungen verantwortlich?

Um diesen Problemen Herr zu werden wurden verschiedene Lösungsansätze vorgeschlagen

²³ Massachusetts Institute of Technology, online unter www.media.mit.edu

²⁴ Michael Schröder, Axel Kossel, Agenten im Kaufrausch, Perspektiven des elektronischen Handels, c't 6/99

²⁵ Cai Ziegler, Robots & Spiders, Internet World 5/2000

4.1 Der Shopping Agent als reines Kommunikationsmittel

Denkbar wäre es, den Shopping Agenten als reines Kommunikationsmittel, ähnlich einem Fax oder einem Telefon zu sehen. In diesem Falle bestünde an der Zurechenbarkeit der „Handlungen“ des Agenten zu seinem menschlichen Benutzer kein Zweifel, da es der Mensch war, der seinen Willen mittels des Agenten übermittelt hat. Der Vorteil dieser These liegt wohl darin, dass der Nutzer des Agenten großes Interesse daran haben wird, dass der Agent ordnungsgemäß konfiguriert und gewartet ist, da der Schaden der aus dem Verhalten des Agenten resultiert jedenfalls seinem „Herren“ zuzurechnen ist.

Meines Erachtens ist jedoch der Vergleich eines Shopping Agenten mit einem reinen Kommunikationsmittel wie dem Telefon irreführend. Shopping Agenten besitzen bereits heute ein gewisses Maß an Ermessensspielraum beim Vertragsabschluß (z.B. Höhe des Kaufpreises), wobei dieser Spielraum in Zukunft eher weiter denn geringer werden wird. Auch werden Agenten zukünftig ihre Tätigkeiten ohne die Einflußnahme oder Aufsicht eines Menschen vornehmen,²⁶ weshalb in diesem Zusammenhang wohl nicht mehr von einem reinen Kommunikationsmedium gesprochen werden kann.

4.2 Rechtspersönlichkeit für Agenten

Verschiedentlich²⁷ wurde vorgeschlagen Agenten Rechtspersönlichkeit zu verleihen, um den juristischen Problemen bei deren Einsatz vorzubeugen. Rein rechtstheoretisch spricht nichts dagegen Software Agenten als Träger von Rechten und Pflichten auszugestalten, da unsere Rechtsordnung bereits jetzt Gebilde mit Rechtsfähigkeit kennt, die vom Menschen verschieden sind, nämlich juristische Personen (z.B. eine GmbH).²⁸

Das erste Problem, das sich aber in diesem Zusammenhang stellt ist, wie der Agent zu definieren ist: ist es Hard oder Software? Wie ist vorzugehen, wenn die Hard- und Software auf verschiedenen Seiten lagert und von verschiedenen Personen betreut wird?²⁹ Um Agenten ding-

²⁶ I.R. Kerr, "Providing for Autonomous Electronic Devices in the Uniform Electronic Commerce Act", S. 18, online unter: <http://www.law.ualberta.ca/alri/ucl/current/ekerr.htm>

²⁷ T. Allen & R. Widdison, "Can Computers Make Contracts?", (1996) 9 Harvard Journal of Law & Technology, S. 25, I.R. Kerr, "Providing for Autonomous Electronic Devices in the Uniform Electronic Commerce Act", S. 18, online: <http://www.law.ualberta.ca/alri/ucl/current/ekerr.htm>, Karnow, "Liability for Distributed Artificial Intelligences" (1996) 11 Berkeley Technology Law Journal, p. 161-162

²⁸ Wolfgang Zankl, Juristische Aspekte künstlicher Intelligenz, online unter www.e-zentrum.at

²⁹ T. Allen & R. Widdison, T. Allen & R. Widdison, "Can Computers Make Contracts?", (1996) Harvard Journal of Law & Technology, S. 25

fest zu machen würde man demnach ein Register, ähnlich dem Firmenbuch benötigen, um den Agenten und die Person, die hinter dem Agenten steht, zu vermerken.

Letztlich wird die Frage, ob es neben natürlichen und juristischen auch künstliche Personen geben soll, nicht so sehr auf rechtskonstruktiver als vielmehr auf rechtsphilosophischer und rechtsethischer³⁰ Ebene zu klären sein.³¹

4.3 Vertretung durch Agenten

Da m.E. die Theorie Agenten als reines Kommunikationsmittel zu betrachten nicht aufrecht zu erhalten ist und Agenten bis zum heutigen Zeitpunkt keine Rechtspersönlichkeit verliehen wurde, verbleibt nur mehr die Option Shopping Agenten als Unterhändler bzw. Vertreter zu betrachten. Hierbei wäre zwischen zwei Arten von Shopping Agenten zu unterscheiden:

4.3.1 Der Agent als Abschlußvermittler

In diesem Fall sucht der Agent das günstigste Angebot im Netz und übermittelt es in Form einer Sammlung von Hyperlinks an den Konsumenten. Dieser ordert das gewünschte Produkt über ein Bestellformular auf der Webseite des Anbieters oder mittels Email. Da der Shopping Agent in diesem Falle nur die manuelle Suche ersetzt und selbst keine Angebote im Netz stellt ist die rechtliche Einordnung problemlos: der Agent weist ähnlich einem Abschlußvermittler Abschlußgelegenheiten nach und bringt potentielle Vertragspartner zusammen. In diesem Fall bereitet der Agent also den Geschäftsabschluß vor, tätigt ihn aber nicht selbst.³² Hier gilt, dass die Wissenserklärung vom Konsumenten - wenn auch unter zur Hilfenahme von Software - selbst formuliert und im Telekommunikationswege übermittelt wurde, so dass an der erforderlichen menschlichen Willensbildung und damit an der, dem Konsumenten zurechenbaren Willenserklärung kein Zweifel besteht.

4.3.2 Der Shopping Agent als „digitaler Stellvertreter“

Denkbar - und Projekte wie das in Punkt 3 angesprochene "Kasbah" Projekt des MIT Media Lab lassen nichts anderes erwarten - ist jedoch, dass der Shopping Agent neben der Suche

³⁰ Vgl. hierzu Joseph Weizenbaum, der eine moralische Grenze für den Einsatz künstlicher Intelligenz sieht, wenn diese menschliche Tätigkeiten erfüllen soll, die zwischenmenschlichen Respekt, Verständnis und Liebe voraussetzt, *Computer Power and Human Reason*, 1976, S. 269

³¹ Wolfgang Zankl, *Juristische Aspekte künstlicher Intelligenz*, online unter www.e-zentrum.at

³² Koziol Helmut, Welser Rudolf, *Grundriß des bürgerlichen Rechts*, Manz, Wien 10 Auflage 1995, S 180

nach dem günstigsten Produkt auch das Vertragsanbot bzw. den Vertragsabschluß selbständig vornimmt. Der Benutzer nimmt von diesem Vorgang aber erst Kenntnis, wenn er den Bericht des Agenten abfragt.³³ Es liegt dann eine Erklärung vor, die von dem Software Agenten automatisiert erstellt und übermittelt wurde, so dass Überlegungen angestellt werden müssen, ob ein intelligenter Agent für den Benutzer rechtsverbindliche Verträge abschließen kann.

5 Vertragsabschluß mittels Shopping Agenten

5.1 Der Shopping Agent als Stellvertreter

Ein Teil der Literatur³⁴ sieht eine Parallele zum Recht der Stellvertretung. Kann also der Agent als Stellvertreter des Konsumenten betrachtet werden?

Wesentliche Voraussetzung für die Qualifikation als Stellvertreter ist jedoch, dass der Stellvertreter zumindest beschränkt geschäftsfähig ist.³⁵ Agenten kommt jedoch definitionsgemäß keine Geschäftsfähigkeit zu,³⁶ sodass deren Klassifizierung als Stellvertreter problematisch ist. Denkbar wäre es jedoch von einer planwidrigen Rechtslücke auszugehen, da der historische Gesetzgeber nicht damit rechnen konnte, dass es einmal eine virtuelle Geschäftswelt geben würde in der Softwareprogramme Verträge für ihre menschlichen Nutzer abschließen.³⁷

Um die Regeln der Stellvertretung analog auf den Einsatz von intelligenten Agenten anzuwenden ist jedoch vorab zu beleuchten, worin der Sinn der Auslegung des § 1018 ABGB liegt, dass der Stellvertreter zumindest beschränkt geschäftsfähig sein muß. Die Ratio liegt darin, den Vertretenen vor der Willkür des Vertreters zu schützen.³⁸ Diesbezüglich wurde argumentiert, dass Agenten Systeme sind, die streng der Logik ihrer Regeln folgen und es deshalb nicht einzusehen sei, warum der Nutzer vor der „Willkür“ seines Agenten geschützt werden sollte.³⁹

³³ Rosenthal & Partner, Verantwortung für intelligente Agenten, Insider Communications 1998

³⁴ John P. Fischer, „Computers as Agents: A Proposed Approach to Revised U.C.C. Article 2“, 72 Ind. L. J. 545, 570 (1997), Heckman Carey, Gateways to the Global Market: Consumers and Electronic Commerce Background, Stanford Law and Technology Policy Center, online unter <http://www-techlaw.stanford.edu>

³⁵ Koziol Helmut, Welser Rudolf, Grundriß des bürgerlichen Rechts, Manz, Wien 10 Auflage 1995, S 163

³⁶ Wolfgang Zankl, Internet und Recht, S. 99, online unter www.e-zentrum.at

³⁷ Wolfgang Zankl, Internet und Recht, S. 98 online unter www.e-zentrum.at

³⁸ Rudolf Welser, Vertretung ohne Vollmacht: zugleich ein Beitrag zur Lehre von der culpa in contrahendo, Manz, Wien, 1970

³⁹ Georg Schwarz, Die rechtsgeschäftliche „Vertretung“ durch Softwareagenten: Zurechnung und Haftung, S. 69, Auf dem Weg zur e-Person, Verlag Österreich 2001

Denkbar ist jedoch,⁴⁰ dass derartige Systeme zukünftig „losgelöst“ von menschlicher Intervention sehr wohl eigenständig agieren werden (die unter Punkt 2 dargestellte „Aufrichtigkeit“ des Agenten stellt eben nur einen Annahme dar!). Ein Problem könnte somit sein, dass derartige Systeme ein „Eigenleben“ entwickeln: intelligente Agenten werden zukünftig selbstlernende Systeme sein, die sich Wissen aneignen, welches nötig ist um einen Geschäftsabschluß zu tätigen.⁴¹ Zwar kann der Agent die von seinem Nutzer vorgegeben Ziele nicht eigenständig ändern, er kann aber sein eigenes Verhalten im Rahmen der vom Nutzer vorgegeben Ziele selbst bestimmen bzw. kontrollieren. Ein „willkürliches Verhalten“ des Agenten, das heißt ein Verhalten, das sich zwar im Rahmen der vorgegebenen Ziele bewegt, aber nicht im einzelnen durch den Nutzer autorisiert wurde, ist demnach durchaus denkbar. Folglich kommt dem Schutz des Nutzers m.E. auch beim Einsatz Intelligenter Agenten Berechtigung zu.

Demnach wäre die zweite Option zu erörtern, nämlich den intelligenten Agenten als Boten zu betrachten.

5.2 Der Shopping Agent als Bote

Denkbar wäre es, den Agenten als Boten des Konsumenten zu betrachten. Da der Bote nur eine Erklärung seines „Herren“ überbringt und keinen eigenen Willen bildet, wie der Stellvertreter muß der Bote überhaupt nicht rechtsfähig sein.⁴² Auch sind in die weiteren Voraussetzungen für eine wirksame Botenschaft erfüllt: einerseits wird dem Offenlegungsgrundsatz entsprochen, da der Shopping Agent im Namen des Verbrauchers handelt – er gibt ja bei Anbotstellung die Verbraucherdaten ein - andererseits wird der Agent vom Konsument ausgesandt, sodass eine Ermächtigung vorliegt, für den Konsumenten tätig zu werden. Folglich ist der Shopping Agent m.E. in Analogie als Erklärungsbote des Verbraucher zu qualifizieren. Gemäß h.L.⁴³ folgt daraus, dass der Auftraggeber die Erklärung des Boten gegen sich gelten lassen muss, wie wenn er sie selbst abgegeben hätte und zwar selbst dann, wenn dem Boten bei der Wiedergabe ein Fehler unterläuft.⁴⁴

⁴⁰ Emily M. Weitzenböck, Electronic Agents and the formation of contracts, S.13, Version vom 29.04.2001, online unter www.eclip.org

⁴¹ I.R. Kerr, „Providing for Autonomous Electronic Devices in the Uniform Electronic Commerce Act“, S. 59, online: <http://www.law.ualberta.ca/alri/ucl/current/ekerr.htm>

⁴² Alexander Reidinger, Bürgerliches Recht Teil I, S 120

⁴³ Koziol Helmut, Welsch Rudolf, Grundriß des bürgerlichen Rechts, Manz, Wien 10 Auflage 1995 S 164

⁴⁴ Eine Ausnahme von diesem Grundsatz macht die hL nur bei einer absichtlicher Verfälschung des Willens.

Ähnlich verhält es sich bei der Abgabe einer Blanketterklärung, wo der Nutzer einen Dritten (in diesem Fall den Shopping Agenten) autorisiert eine Willenserklärung abzugeben bzw. zu konkretisieren.⁴⁵ Umgelegt auf die Verwendung von Agenten ergibt sich, dass sich der Konsument das Handeln des Agenten, das ja aufgrund der Parameter für die Verhandlungsstrategie für den Konsumenten nicht endgültig vorhersehbar ist, zurechnen lassen muss.

Bezüglich der Qualifizierung des Shopping Agenten als Bote wurde argumentiert,⁴⁶ dass die Analogie zur Botenregelung dann nicht mehr zur Anwendung kommen kann, wenn der Vertragspartner des Agenten erkennt, dass die Willensbildung von dem Agenten selbst und nicht von dessen Nutzer ausgeht.⁴⁷ In diesem Falle würde nämlich Stellvertreterrecht gelten,⁴⁸ welches eine Vollmacht voraussetzt (§ 1017 ABGB). Da diese aber nicht vorliegt, könne der Agent seinen Nutzer nicht rechtsgeschäftlich binden.

Exkurs: Die österreichische Rechtslage betreffend Shopping Agenten im Lichte der E-Commerce Richtlinie

Verneint man nun also die Zurechnung des Agenten nach direktem Stellvertreterrecht, sowie im Falle der „erkannten Botenschaft“ so stellt sich das Problem, dass ein Vertragsabschluß mittels Shopping Agenten nur in dem Teilbereich rechtswirksam erfolgen kann, indem der Agent als „wahrer Bote“ anzusehen ist. Abgesehen von der praktischen Problematik, dass dies das Vertrauen der Nutzers in den Einsatz von Shopping Agenten nicht erhöhen wird, stellt sich ein rechtliches Problem im Zusammenhang mit der Umsetzung der E-Commerce Richtlinie.⁴⁹

Nach Art. 9 Abs. 1 der Richtlinie müssen die Rechtssysteme der Mitgliedstaaten den Abschluss elektronischer Verträge ermöglichen. Die für den Vertragsabschluss geltenden Rechtsvorschriften dürfen weder Hindernisse für die Verwendung elektronischer Verträge bilden noch dazu führen, dass solche Verträge unwirksam oder ungültig sind. Obwohl die

⁴⁵ OGH ins SZ 54/161 - in diesem Fall hat der Nutzer für den Inhalt der Erklärung einzustehen, deren Inhalt er nicht abschließend bestimmt hat

⁴⁶ Georg Schwarz, Die rechtsgeschäftliche „Vertretung“ durch Softwareagenten: Zurechnung und Haftung, S. 69, Auf dem Weg zur e-Person, Verlag Österreich 2001

⁴⁷ In der Client Version eines Shopping Agenten, d.h. der Agent befindet sich auf dem Rechner des Konsument, ist jedoch für den Händler kaum erkennbar, ob der Shopping Agent oder der Konsument selbst agiert.

⁴⁸ Koziol Helmut, Welser Rudolf, Grundriß des bürgerlichen Rechts, S. 122, Manz, Wien 10. Auflage 1995

⁴⁹ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“), ABI L 178 vom 17. Juli 2000

Richtlinie selbst keinen direkten Bezug auf den Einsatz von intelligenten Agenten nimmt wird im Kommentar zu Art 9 festgehalten, dass die Verpflichtung den Abschluss von Verträgen auf elektronischem Wege zu ermöglichen⁵⁰ (unter anderem) konkret folgendes bedeutet:

„Die Verwendung bestimmter elektronischer Systeme wie z.B. „intelligenter“ Softwaremodule darf nicht behindert werden.“⁵¹

Da das E-Commerce Gesetz⁵² den Einsatz von intelligenten Agenten nicht behandelt, Österreich aber auch die Bestimmung des Art 9 der E-Commerce Richtlinie bis Jänner 2002 ins nationale Recht umsetzen mußte, stellt sich die Frage, ob das E-Commerce Gesetz in dieser Frage im Einklang mit den Vorgaben der Richtlinie steht. Aus Gründen der Rechtssicherheit, wäre es jedenfalls anzuraten, die Frage der rechtsgeschäftlichen Vertretung durch intelligente Agenten - etwa entsprechend den Bestimmungen des „UNICTRAL Model Law on Electronic Commerce“ (siehe Punkt 8.1) - zu regeln.

6. Die Haftung des Nutzers für seinen Shopping Agenten⁵³

Da denkbar ist, dass der Agent versagt oder manipuliert wurde und somit Schäden verursacht, stellt sich die Frage, ob der Nutzer des Agenten für diese Schäden einzustehen hat und aus welchen Normen der österreichischen Rechtsordnung sich eine derartige Haftung für intelligente Agenten ergibt.

Zur Überprüfung der Haftung für intelligente Agenten ergeben sich in der österreichischen Rechtsordnung folgende Anhaltspunkte: die Zurechnung analog § 1313a ABGB, die Gefährdungshaftung und die Bestimmungen des § 27 GUG,⁵⁴ des § 453a Z 6 ZPO⁵⁵ sowie des § 37 FBG.⁵⁶

⁵⁰ Artikel 9 der E-Commerce Richtlinie

⁵¹ Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über bestimmte rechtliche Aspekte des elektronischen Geschäftsverkehrs im Binnenmarkt vom 18.11.1998, KOM (1998) 586 endg., S.28

⁵² Bundesgesetz, mit dem bestimmte rechtliche Aspekte des elektronischen Geschäfts- und Rechtsverkehrs geregelt (E-Commerce-Gesetz – ECG) und das Signaturgesetz sowie die Zivilprozessordnung geändert werden, BGBl I 152/2001

⁵³ vgl. hierzu: Helmut Koziol, Die Haftung der Banken bei Versagen technischer Hilfsmittel, ÖBA 1987

⁵⁴ Grundbuchsumstellungsgesetz, BGBl.Nr. 550/1980 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 30/1997

⁵⁵ Zivilprozessordnung, RGBl.Nr. 113/1895 zuletzt geändert durch BGBl.Nr. 761/1996

⁵⁶ Firmenbuchgesetz, BGBl.Nr. 10/1991

6.1 Analogie zu § 1313a ABGB

Der Sinn der Erfüllungsgehilfenhaftung des § 1313a ABGB ist, dass der Einsatz von Hilfspersonen durch den Schuldner dem Gläubiger keine Schlechterstellung bringt. Eine Schwächung der Position des Gläubigers läge ohne Erfüllungsgehilfenhaftung insbesondere darin, dass ihm zwar gegen seinen Schuldner Ersatzansprüche zustünden, wenn sich dieser fehlerhaft verhielte, nicht jedoch gegen den Erfüllungsgehilfen, weil dieser ihm gegenüber nicht zur Erbringung der vertraglichen Leistung verpflichtet ist und somit nur deliktisch haftet.⁵⁷

Da im dargelegten Szenario Agenten an die Stelle menschlicher Hilfskräfte treten, indem sie unter anderem Gedankenarbeit der Menschen ersetzen, arbeiten diese weitgehend selbständig wie menschliche Hilfspersonen, wobei eine Kontrolle durch den Menschen zusehends erschwert wird.

Das bedeutet aber, dass derjenige Schuldner, der sich eines intelligenten Agenten zur Durchführung der ihm obliegenden Aufgaben bedient, in einem größeren Bereich nicht mehr für Fehler haftbar wird, die bei der Erbringung der Leistung unterlaufen, während er für Fehler der eingesetzten Menschen durchaus zu haften gehabt hätte. Da der Agent mangels Rechtspersönlichkeit selbst ja nicht haftet, würde der Gläubiger somit bei fehlerhafter Abwicklung des Vertrages weitgehend schutzlos.

Fraglich ist demnach, ob eine regelungsbedürftige Gesetzeslücke vorliegt?

Für den Gesetzgeber des 1313a ABGB war es wie bereits unter 5.1 dargestellt nicht vorstellbar, dass es einmal eine virtuelle Geschäftswelt geben würde in der Programme Verträge für ihre menschlichen Nutzer abschließen, sodass zum damaligen Zeitpunkt auch noch kein Regelungsbedürfnis bestand. Da der Einsatz von intelligenten Agenten zu einer Verlagerung der vom Gesetz vorgesehenen Tragung des Risikos für Mängel in der Sphäre des Schuldners führt, die aber den gesetzlichen Bestrebungen zuwiderliefe erscheint die Bejahung der Haftung in Analogie zur Gehilfenhaftung evident.

⁵⁷ Dazu Iro: Besitzerwerb durch Gehilfen, 1982, S 204 f, S 215 ff; Koziol Helmut, Österreichisches Haftpflichtrecht II, S 336; Spiro: die Haftung für Erfüllungsgehilfen, S 57 ff

Andererseits handelt es sich bei der Haftung für intelligente Agenten um die Haftung für Risiken einer Sache.⁵⁸ Da die österreichische Rechtsordnung stets zwischen der Haftung für menschliches Verhalten und der Haftung für Sachrisiken unterschieden hat, erscheint es sehr zweifelhaft, ob ohne weitere rechtliche Anhaltspunkte tatsächlich die Analogie zu § 1313a ABGB gezogen werden kann.⁵⁹

So war es nicht möglich gewesen, ohne Vorhandensein zumindest einer Gefährdungshaftungsnorm dem Halter von gefährlichen Sachen eine Haftung ohne Verschulden aufzuerlegen. Dies obwohl die Zurechnungsgründe weitgehend parallel zu jenen der verschuldensunabhängigen Haftung für Verrichtungsgehilfen liegen. Ebenso erscheint es auch im Bereich der Haftung aus Schuldverhältnissen, ohne konkrete Anhaltspunkte in der Rechtsordnung nicht vertretbar, eine Haftung für technische Hilfsmittel anzuerkennen.⁶⁰

Eine Analogie zu § 1313a ABGB allein erscheint demnach keine tragfähige Grundlage für die Haftung für den Einsatz von intelligenten Agenten zu sein. Diese würde vielmehr voraussetzen, dass in unserer Rechtsordnung Normen bestehen, die eine Haftung für Risiken der zur Schuldverfüllung eingesetzten Maschinen bzw. Software, die an die Stelle menschlicher Hilfskräfte treten, vorsehen.

6.2 Analogie zu den Gefährdungshaftungsnormen

Die positiven Gefährdungshaftungsregeln werden seit langem als unvollständig angesehen, weshalb die Möglichkeit der Lückenfüllung durch Analogie bejaht wurde.⁶¹ Die analoge Anwendung der vorhandenen Gefährdungshaftungsnormen ist allerdings nur dann zulässig, wenn eine Gefahrenquelle vorliegt, die den gesetzlich geregelten entspricht. Der OGH⁶² leitet aus den vorhandenen Normen ab, dass derartige Gefahrenquellen nur dann gegeben sind, wenn gewaltige Elementarkräfte entfesselt werden, schwere Massen mit ungeheurer Geschwindigkeit dahingleiten, Zündstoffe erzeugt oder verwendet werden, der feste Boden un-

⁵⁸ Köhler: Problematik automatisierter Rechtsvorgänge, S 168, derorts wird auf Computer bzw. Software Bezug genommen. Da es sich bei intelligenten Agenten ebenfalls um Softwareprogramme handelt ist die Annahme m.E. auf intelligente Agenten umlegbar.

⁵⁹ Helmut Koziol, Die Haftung der Banken bei Versagen technischer Hilfsmittel, ÖBA 1987,7

⁶⁰ Helmut Koziol, Die Haftung der Banken bei Versagen technischer Hilfsmittel, ÖBA 1987,3

⁶¹ Ehrenzweig: System II/1, S 652, S 690; Holeschofsky: Richterliche Rechtsfortbildung, S 1; Koziol: Haftpflichtrecht II, S 575 ff; ders: Gefährdungshaftung, S 173; Posch: Reform der Gefährdungshaftung, S 165; Reichauer in Rummel, ABGB II § 1306 Rz 2

⁶² Siehe SZ 44/182 = JBl 1972, 539; SZ 46/36

tergraben oder der Luftraum unsicher gemacht wird. Bedeutsam für die Annahme einer besonderen Gefahrenquelle ist weiters der hohe Grad der Wahrscheinlichkeit eines Schadenseintrittes oder die außergewöhnliche Höhe des allenfalls eintretenden Schadens.⁶³

Intelligente Agenten können den von den Gefährdungshaftungsgesetzen erfaßten gefährlichen Sachen m.E. nicht gleichgehalten werden: weder entfesseln sie Elementarkräfte, noch sind sie für Person oder für körperliche Sachen gefährlich, sondern verursachen regelmäßig ausschließlich reine Vermögensschäden.⁶⁴ Sie werden nur dem Vertragspartner desjenigen gefährlich, der sie zwecks Erfüllung von Pflichten aus dem Schuldverhältnis einsetzt und nicht beliebigen Dritten. Auch ist durch ihren Einsatz weder eine hohe Wahrscheinlichkeit eines Schadenseintrittes gegeben, noch droht dem Vertragspartner ein außergewöhnlich hoher Schaden. Eine Ähnlichkeit mit den Sachen, die der Gesetzgeber bisher für gefährlich hielt, ist daher zu verneinen und damit auch die Möglichkeit einer Analogie.

Es ist jedoch festzuhalten, dass die Gefährdungshaftung als konkrete Ausformung des allgemeinen Prinzips des Einstehens für sachliche Mängel der eigenen Sphäre verstanden werden kann und auch die Haftung für Computer auf dieses zurückgeführt werden könnte: Es soll derjenige das Risiko tragen, dessen Interessen die Sache dient und dem auch die Möglichkeit der Einflußnahme offen steht.⁶⁵

6.3 Analogie zu § 27 GUG, § 453a ZPO, § 37 FBG

Gemäß § 27 GUG haftet der Bund für die durch den Einsatz der automationsunterstützten Datenverarbeitung verursachten Schäden aus Fehlern bei der Grundbuchsführung. Gemäß § 37 FBG haftet der Bund für die durch den Einsatz der automationsunterstützten Datenverarbeitung verursachten Schäden aus den Fehlern bei der Firmenbuchführung und in § 453a Z 6 ZPO wird entsprechend eine verschuldensunabhängige Haftung des Bundes für Schäden aus Fehlern bei der Durchführung des Mahnverfahrens, das mit Hilfe automationsunterstützter Datenverarbeitung durchgeführt wird angeordnet.

⁶³ Helmut Koziol, Haftpflichtrecht I, S 136

⁶⁴ Dies betont auch Köhler: Problematik automatisierter Rechtsvorgänge, S 157

⁶⁵ Helmut Koziol, Haftpflichtrecht I, S 135

In den Erläuterungen⁶⁶ zum GUG wird ausgeführt, dass der Grund für die besondere Haftungsregelung nicht in der Annahme liege, dass sich der Bund durch die automationsunterstützte Datenverarbeitung eines gefährlichen Mittels bediene. Vielmehr wird festgestellt, dass in der automationsunterstützten Datenverarbeitung tatsächlich auftretende Fehler letztlich immer auf menschliches Versagen, wie Eingabe-, Bedienungs- oder Programmierfehler zurückzuführen sind. Im Vordergrund steht somit die Überlegung, dass durch den Einsatz der automationsunterstützten Datenverarbeitung der Ablauf, der zu einem Fehler führt, für den Außenstehenden undurchschaubar ist und sich für ihn dadurch die Unmöglichkeit ergeben kann, das Verschulden nachzuweisen. Dies um so mehr, als die Fehlerursache oft selbst für die in der automationsunterstützten Datenverarbeitung Beschäftigten nicht oder nur schwer erkennbar ist.

Es zeigt sich also das rechtliche Novum, dass eine der bisherigen Gefährdungshaftung angeglichene Haftung vorgesehen wird, obwohl keine besondere Gefährlichkeit gegeben ist. Das Argument hierfür ist in dem Grundgedanken zu finden, der schon bei der Analogie zur Gehilfenhaftung erwähnt wurde: Niemand soll die nach den Gehilfenhaftungsbestimmungen vorgesehene Zurechnung von Schäden dadurch ausschalten können, dass er statt menschlicher Gehilfen technische Hilfsmittel einsetzt.

6.4 Ergebnis

Im Lichte der getätigten Überlegungen erscheint mir die Haftung für den Einsatz intelligenter Agenten in Rechtsanalogie⁶⁷ zu § 1313a ABGB im Zusammenhang mit § 27 GUG und § 453a ZPO sowie § 37 FBG vertretbar.

⁶⁶ BlgNR XV. GP, S, 20

⁶⁷ Es handelt sich nicht um Anwendung eines allgemeinen Rechtsgrundsatzes, sondern um Analogie, weil sich auch die Rechtsfolge, nämlich die Schadenersatzpflicht, aus den herangezogenen Bestimmungen ergibt. Siehe dazu Bydlinski: Methodenlehre, S 474 und S 485

7. Ausgesuchte Rechtsfragen zum Einsatz von Shopping Agenten

Neben den vorab behandelten Fragen der rechtsgeschäftlichen Zurechnung von intelligenten Agenten und der Haftung für diese besteht eine Reihe weiterer rechtlicher Unsicherheiten, die im folgenden behandelt werden sollen.

7.1 Automatenkauf

Aus der Sicht des Unternehmers stellt sich die Frage, ob überhaupt eine gültige Offerte vorliegt, da diese nicht unmittelbar durch einen Mensch abgegeben wird?

Es ist jedoch kein notwendiges Erfordernis, dass eine Offerte unmittelbar durch einen Mensch abgegeben wird. So wird auch beim Automatenkauf das Geschäft vom Aufsteller des Automaten beliebigen Person angetragen, die bereit sind den Preis zu bezahlen. Der Käufer nimmt durch Gegenleistung an. Analog diesen Überlegungen stellt sich die Situation beim Vertragsabschluss durch Agenten dar: die Offerte wird durch den Agenten, vom Willen des Konsumenten getragen, gestellt und vom Unternehmer angenommen.

7.2 Bestimmtheitsgebot

Hier stellt sich weiteres Problem: Agenten agieren mittels einer Verhandlungsstrategie, wobei ihnen der gewünschte Preis, der maximale Preis und eine Angebotskurve vorgegeben wird. In der Verhandlung wird der Agent gemäß dieser Kurve den Preis erhöhen bis der Verkäufer einwilligt oder der maximale Preis überschritten ist.

Gemäß § 1054 ABGB muß jedoch zur Gültigkeit eines Kaufvertrages - um einen solchen wird es sich in der Mehrzahl der Fälle handeln - der Kaufpreis bestimmt sein. Nun stellt sich die Frage, ob diesem Erfordernis genüge getan ist, wenn der Konsument den Preis nicht eindeutig festlegt, sondern dem Agenten die Preisgestaltung bis zu einem gewissen Grad überläßt.

Bestimmtheit ist aber auch dann anzunehmen, wenn die Parteien zwar keine Zahl genannt haben, aber Bestimmbarkeit⁶⁸ gegeben ist, woran keine übertriebenen Anforderungen gelegt werden.⁶⁹ Jedenfalls besteht die Möglichkeit einer Preisbestimmung durch Dritte oder sich auf objektive Preisbestimmungsfaktoren zu einigen.⁷⁰ Durch die Vorgabe der Parameter an den Agenten sind wohl objektive Preisbestimmungsfaktoren zu sehen, sodass der Preis bestimmt und die Gültigkeit des Kaufvertrages gegeben ist.

7.3 Bindungswirkung

Für die Dauer der Annahmefrist des § 862 ABGB ist es wesentlich, ob ein Anbot durch einen Agenten als eines unter Ab,- oder Anwesenden zu qualifizieren ist. Qualifiziert man den Agenten als Boten, so liegt ein Geschäft unter Abwesenden vor.⁷¹ Ganz allgemein wird bei der elektronischen Kommunikation - also auch bei der via Agenten – davon auszugehen sein, dass diese unter Abwesenden stattfindet.⁷²

Andererseits wurden EDI Erklärungen⁷³ als solche unter Anwesenden beurteilt; obwohl hier automatisierte Willenserklärungen abgegeben werden, die durchaus mit Willenserklärungen durch Shopping Agenten vergleichbar sind, liegt doch ein wesentlicher Unterschied darin, dass sich die Partner nach vorheriger Abstimmung dieser Erklärungs- bzw. Empfangsmethode bedienen und dass ein geschäftlicher Verkehr zwischen Unternehmern vorliegt. Genau diese genormten Kooperationsformen sind jedoch beim Einsatz von Shopping Agenten nicht gegeben, so dass die Erklärung als eine unter Abwesenden zu qualifizieren ist.

7.4 Geltung von allgemeinen Geschäftsbedingungen

Die Geltung von allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ist nur dann gewährleistet, wenn der Verbraucher auf die AGB des Unternehmers hingewiesen wurde und er diese akzeptiert hat. Eine stillschweigende Unterwerfung des Kunden unter die AGB des Unternehmers kann folglich nur dann angenommen werden, wenn dem Konsumenten deutlich erkennbar ist, dass

⁶⁸ Koziol Helmut, Welser Rudolf, Grundriß des bürgerlichen Rechts, S. 291, Manz, Wien 10 Auflage 1995

⁶⁹ OGH, SZ 54/ 112

⁷⁰ JBI 191, 127

⁷¹ Alexander Reidinger, Bürgerliches Recht Teil I, S 121

⁷² Hoeren/Sieber/Mehring, Handbuch des Multimedia-Recht, RZ 69ff

⁷³ Electronic Data Interchange: dient dem Austausch von Geschäftsdaten oder Informationen in standardisierter Form auf Grundlage von Vorwegvereinbarungen zwischen den Transaktionspartnern, Brenn in ÖJZ 1997, 652

der Unternehmer nur zu seinen Konditionen abschließen will und der Kunde zumindest die Möglichkeit hat vom Inhalt der AGB Kenntnis zu nehmen.⁷⁴

Diese Geltungsvoraussetzungen sind jedoch beim Vertragsabschluß mittels eines Shopping Agenten fraglich, da der Konsument selbst weder auf die AGB hingewiesen wird noch vor Anbotstellung durch den Agenten Kenntnis von den AGB erlangt. Es tritt ja ausschließlich der Shopping Agent mit dem Händler bzw. dessen Selling Agent in Verbindung weshalb zweifelhaft ist, ob die AGB überhaupt Vertragsbestandteil werden. Der Konsument müßte also seinen Agenten so programmieren, dass dieser vor Ort sämtliche Vertragsbedingungen des Händlers auf ihre Übereinstimmung mit dem Willen des Konsumenten überprüfen kann, was jedoch aus heutiger technischer Sicht kaum möglich ist.⁷⁵

Denkbar wäre auch, dass der Konsument dem Shopping Agenten eine Liste für den Verbraucher akzeptabler Lieferbedingungen vorgibt.⁷⁶ Da jedoch der Konsument mangels Rechtswissens wohl nicht alle Eventualitäten der Konditionen in Betracht ziehen kann und sich die AGB des Unternehmers wahrscheinlich nicht mit den Vorstellungen des Verbrauchers decken werden, ist dies wohl auch kein praktikabler Weg. Folglich müßte der Konsument seinem Agenten eine Vorwegeinwilligung auf den Weg geben, alle AGB des Unternehmers zur Kenntnis zu nehmen und sich mit diesen einverstanden zu erklären. Man könnte argumentieren, dass eine derartige Vorwegeinwilligung aus verbraucherschutzrechtlicher Sicht unproblematisch ist, da abweichende Vereinbarungen von den zwingenden Normen des ersten Hauptstückes des KSchG ohnedies ungültig sind und auch § 6 KSchG den Konsument vor nachteiligen Klauseln schützt.

Da der Konsument jedoch möglicherweise AGB annimmt die zwar mit den Regeln des KSchG bzw. des ABGB konform gehen, aber dennoch unvorteilhaft sind,⁷⁷ ist aus Konsumentensicht von einem solchen Verzicht jedenfalls abzuraten.

Für die Geltung der AGB spricht auch, dass der Unternehmer, sofern er auf der Webpage auf seine AGB hinweist und die Möglichkeit der Einsichtnahme besteht alle Voraussetzungen für

⁷⁴ Koziol Helmut, Welser Rudolf, Grundriß des bürgerlichen Rechts, S. 111, Manz, Wien 10. Auflage 1995

⁷⁵ Rosenthal & Partner, Verantwortung für intelligente Agenten, Insider Communications 1998

⁷⁶ Uwe Pomp (MMS), Konzept und Implementierung eines Shopping-Agenten-Systems für elektronische Marktplätze online unter www.medienassistent.org

⁷⁷ vgl. das Überwälzen der Rücksendekosten nach erfolgtem Rücktritt gem. § 5g Abs. 2 KSchG.

deren Gültigkeit erfüllt hat. Hätte also der Verbraucher selbst die Bestellung auf der Seite des Unternehmers vorgenommen, so wären die AGB jedenfalls Vertragsbestandteil geworden. Soll also das Dazwischentreten des, vom Verbraucher eingesetzten Shopping Agenten zum Nachteil des Unternehmers gereichen? Wesentlich ist in diesem Zusammenhang weiters, dass für Händler kaum ersichtlich ist, ob ein Shopping Agent oder der Konsument selbst die Bestellung tätigt und er folglich gar nicht die Möglichkeit hat anders zu agieren (z.B. das Vertragsangebot des Agenten abzulehnen). Weiters bedient sich der Konsument aus freien Stücken des Agenten wobei ihm dessen Verhalten wohl auch hier zuzurechnen ist.

Im Sinne der strengen Judikatur des OGH⁷⁸ zur Geltung von AGB im Konsumentenbereich kommt jedoch meines Erachtens in diesem Falle der Vertrag gültig zustande, ohne dass die AGB Vertragsbestandteil werden

Wie bereits angemerkt bedürfen allgemeine Geschäftsbedingungen zu ihrer Geltung der Einbeziehung in den Vertrag und sind nur anzuwenden, wenn sie durch einen entsprechenden Hinweis im Vertragstext oder zumindest stillschweigend zum Vertragsinhalt gemacht werden.⁷⁹ Der OGH legt bei der Frage, ob AGB schlüssig zum Vertragsinhalt werden, einen strengen Maßstab an.⁸⁰ Im Konsumentenbereich ist nicht als allgemein bekannt vorauszusetzen, dass Händler nur auf der Grundlage bestimmter AGB abzuschließen bereit sind.⁸¹ Dem Verbraucher müßte somit zumindest die Möglichkeit eröffnet werden, von den AGB Kenntnis zu nehmen, wobei ein Konsument gemäß hL⁸² nicht verpflichtet ist, nach den AGB „Ausschau“ zu halten.

Umgelegt auf den Einsatz von Shopping Agenten ergibt sich somit, dass es dem Verbraucher einerseits nicht möglich in die AGB Einsicht zu nehmen, ihn andererseits aber auch nicht die Obliegenheit trifft die AGB aus eigenem Antrieb einzusehen. Folglich werden die AGB in dem dargelegten Fall m.E. nicht Vertragsinhalt.

⁷⁸ Sogar bei der telefonischen Buchung einer Reise ist ein deutlicher Hinweis des Händlers erforderlich, dass zu er zu seinen AGB abschließen will. Dies sogar wenn der Kunde eine Katalog des Unternehmens besitzt, der die gegenständlichen AGB auflistet. Unterläßt der Unternehmer den Hinweis, so kommt Vertrag ohne AGB zustande, ZVR 1991, 104; vgl. weiters *Rummel* in *Rummel*, ABGB², Rz 3 zu § 864 a ABGB

⁷⁹ SZ 63/54 ua

⁸⁰ 1 Ob 533/94

⁸¹ 1 Ob 533/94

⁸² Kramer in Straube, HGB, Rz 13 vor § 343; Rummel in Rummel, ABGB², Rz 2 zu § 864a

Auch werden die AGB auch nicht dadurch vereinbart, dass der Verkäufer in der Bestätigung⁸³ der Bestellung des Konsumenten bzw. in einer nachfolgenden Abrechnung auf die Geltung der AGB hinweist. Durch das Schweigen des Konsumenten auf diese Bestätigung bzw. die Rechnung kann keine Vertragsmodifikation, nämlich die Geltung der AGB eintreten,⁸⁴ da diese nicht dazu bestimmt sind, Angebote eines Vertragspartners auf Abänderung eines bereits abgeschlossenen Vertrages aufzunehmen.⁸⁵ Verlangt der Unternehmer erst nach Abschluß des Vertrages die Anwendung seiner Geschäftsbedingungen (durch Anbringen eines Hinweises auf der Bestätigung oder der Rechnung), ist dies wirkungslos und bedarf keines Widerspruches.⁸⁶

7.5 Informationspflicht nach dem Fernabsatzgesetz

Weiters stellt sich die Frage ob die Schutzbestimmungen des Fernabsatzgesetzes beim Einsatz von Shopping Agenten überhaupt anwendbar sind?

Gemäß § 5 a KSchG finden die Schutzbestimmungen des Fernabsatzgesetzes nur auf Verträge, die unter ausschließlicher Verwendung eines oder mehrerer Fernkommunikationsmittel geschlossen werden, sofern sich der Unternehmer eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystem bedient. Vorausgesetzt der Unternehmer bedient sich eines für den Fernabsatz organisierten Vertriebs- oder Dienstleistungssystem ist weiters fraglich ob intelligente Agenten als Fernkommunikationsmittel im Sinne des § 5 a KSchG anzusehen sind. Die in § 5 a Abs. 2 KSchG erfolgte Umsetzung der in Anhang I der Fernabsatz Richtlinie genannten Fernkommunikationsmittel⁸⁷ nennt intelligente Agenten nicht als solche Kommunikationsmittel. Für die Definition als Fernkommunikationsmittel ist wesentlich, dass die verwendeten Techniken öffentlich zugänglich sind und eine individuelle Kommunikation ermöglichen.⁸⁸ Es handelt sich somit bei der Auflistung der Fernkommunikationstechniken um eine demonstrative, die die Einbeziehung künftiger technischer Entwicklungen gewährleistet, so dass sich eine Anpassung der Regelungen in Folge von technischen Neuerungen erübrigt.⁸⁹

⁸³ vgl. § 10 Abs. 2 des ECG

⁸⁴ SZ 47/83; 5 Ob 589/87; 9 ObA 75/88; Rummel in Rummel, ABGB2, Rz 13 zu § 861, Rz 3 zu § 864a; Kramer in Straube, HGB, Rz 45 zu § 346

⁸⁵ Apathy, JBl. 1986, 248

⁸⁶ SZ 55/134

⁸⁷ Als Kommunikationstechniken im Sinne des Art 2 Nummer 4 der Fernabsatzrichtlinie werden z.B. Email, Telefax und Videotext genannt.

⁸⁸ Bundesministerium für Justiz, Erläuterungen zum Fernabsatzgesetz JMZ 7012 A/ 139 – 1999, S. 34

⁸⁹ Bundesministerium für Justiz, Erläuterungen zum Fernabsatzgesetz JMZ 7012 A/ 139 – 1999, S. 35

Ausgehend von der Geltung des Fernabsatzgesetzes für Geschäfte die mittels Shopping Agenten abgeschlossen werden stellt sich ein weiteres Problem: § 5c KSchG verlangt, dass dem Verbraucher bestimmte Informationen rechtzeitig vor Vertragsabschluß klar und verständlich zur Verfügung stehen müssen. Dem Zweck der Informationspflicht wird aber nicht ausreichend Rechnung getragen, wenn der Verbraucher diese Angabe erst bei Vertragsabschluß erhält, zumal er dann im allgemeinen bereits an sein Anbot, das durch den Agenten abgegeben wurde, gebunden ist. Daher sollten ihm die relevanten Informationen spätestens bei Abgabe seiner Vertragserklärung - das ist vor der Abgabe seiner Bestellung - zur Verfügung stehen.

Unproblematisch erscheint diese Anforderung an den Händler bei Kontrahierung auf der Homepage; der Händler stellt diese Informationen mit einem entsprechen gekennzeichneten Link ins Netz, da analog den Regelungen bezüglich der Geltung von AGB die Information dem Konsumenten nicht zukommen muß, sondern er nur die Möglichkeit haben soll darüber zu verfügen.⁹⁰

Hier stellt sich das Problem beim Vertragsabschluß via Shopping Agent: da der Konsument nie die Möglichkeit hat dies besagten Informationen einzusehen - er erfährt ja überhaupt erst nach Abfrage des Berichts von der Anbotstellung seines Agenten - ist dem Erfordernis des § 5 c KSchG nicht entsprochen. Dies ändert nichts an der Gültigkeit des Vertrages. Die Nichteinhaltung des § 5 c KSchG ist aber mit einer Verwaltungsstrafe⁹¹ bedroht, bringt negative Publicity für den Händler sowie fehlende Information für den Konsumenten mit sich.

Fraglich ist, ob der Informationspflicht entsprochen werden könnte, wenn der Händler vor Annahme des Anbot durch den Agent dem Konsument besagte Informationen zukommen läßt. Da es in der Client Version⁹² des Shopping Agenten für den Händler aber kaum ersichtlich ist, ob der Shopping Agent oder der Konsument persönlich das Anbot legt, wird auch diese Möglichkeit ausscheiden.

⁹⁰ Erläuterungen der Regierungsvorlage zu § 5c KSchG zum Fernabsatzgesetz

⁹¹ Diese wird in diesem Fall jedoch mangels Verschulden des Händlers kaum greifen.

⁹² Hierbei handelt es sich um einen vom Benutzer lokal installierten Agenten, der von diesem Rechner aus agiert.

7.6 Selling Agents

Denkbar ist, dass auch auf Unternehmerseite ein Agent – ein sogenannter Selling Agent - tätig wird. Ein Selling Agent vertritt einen Händler auf dem elektronischen Marktplatz. Er bedient die Anfragen der Shopping Agenten, informiert sie über Änderungen in der Produktpalette, handelt die Verkaufskonditionen aus und führt letztendlich den Verkauf durch. Beim Selling System eingehende Anfragen werden zunächst auf Vollständigkeit geprüft und dann in einer Datenbank abgelegt. In bestimmten Zeitabständen bearbeitet der Agent die Anfragen. Er sucht passende Artikel, stellt sie zu Angeboten zusammen, die er dann in der Datenbank speichert und an den fragenden Shopping Agenten überträgt.⁹³

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage der rechtlichen Einordnung des Selling Agenten: da diesem das Anbot des Shopping Agenten zugetragen wird und er somit eine fremde Willenserklärung für seinen Geschäftsherren entgegennimmt, handelt er als Empfangsbote.⁹⁴ Daraus folgert, dass ab dem Zeitpunkt ab dem die Erklärung gegenüber Selling Agenten abgegeben wurde die Erklärung als zugegangen gilt und der Empfänger das Risiko trägt wenn der Bote die Erklärung verstümmelt oder nicht ausrichtet.⁹⁵

7.7 Kollisionsrechtliche Problematik

Kollisionsrechtlich stellt sich das Problem, dass für die Anwendbarkeit des Art 5 Abs. 2 EVÜ (der auch nach Einführung der Sonderkollisionsnorm des Fernabsatzgesetzes Relevanz hat) der Konsument die zum Abschluß des Vertrages erforderliche Rechtshandlung im Aufenthaltsstaat vornehmen muß, um in den Anwendungsbereich der Norm zu fallen. Dies ist dann erfüllt, wenn die Vertragserklärung (z.B. Betätigung des Bestell Button) im Inland erfolgt.⁹⁶ Dies ist nachvollziehbar, da ja hier vorderhand der Unternehmer auf den Konsumenten zugegangen ist und diesen in seinem Aufenthaltsstaat zum Vertragsabschluss aufgesucht hat. Wenn nun aber nicht unmittelbar der Konsument die Bestellung aufgibt, sondern ein von ihm programmierter Agent ist fraglich, ob der Schutz des Art 5 EVÜ bestehen bleibt. Immerhin vergrößert der Konsument in diesem Fall seine Reichweite aus eigenem Antrieb. Er wird so-

⁹³ Uwe Pomp (MMS), Konzept und Implementierung eines Shopping-Agenten-Systems für elektronische Marktplätze online unter <http://www.medienassistent.org>

⁹⁴ Koziol/Helmut, Welser/Rudolf, Grundriß des bürgerlichen Rechts, S. 181, Manz, Wien 10. Auflage 1995

⁹⁵ OGH in LBL 1994, 408

⁹⁶ Fallenböck und Haberler, Rechtsfragen bei Verbrauchergeschäften im Internet, RdW 1999, 505

mit von sich aus aktiv wodurch er nicht mehr hundertprozentig dem Modellbild des passiven Verbrauchers entspricht.⁹⁷ Andererseits hat sich der Konsument selbst nicht aus dem Aufenthaltsstaat fortbewegt. Hätte er die Bestellung im Internet selbst vorgenommen, so wäre er nach Art 5 EVÜ geschützt, weshalb m.E. auch der kollisionsrechtliche Schutz bei der Verwendung von Shopping Agenten greifen sollte. Dafür spricht auch, dass der Unternehmer beim heutigen Stand der Technik schwer erkennen kann, ob der Konsument die Bestellung getätigt hat, oder ein von ihm beauftragter Agent. Da ja auch wenn der Vertrag über einen Agenten geschlossen wurde nach wie vor der Konsument Vertragspartei ist, soll das Dazwischentreten eines Boten nicht dessen Schutzwürdigkeit mindern.

Anders gelagert ist die Situation wenn der Agent aus einem anderen Staat als dem des Konsument agiert.⁹⁸ Handelt der Konsument durch einen Vertreter so kommt es darauf an, wo der Agent gehandelt hat.⁹⁹ Handelt er also von einem anderen Staat aus, so ist das Erfordernis, die Rechtshandlung im Staat des Konsumenten vorzunehmen nicht erfüllt, weshalb der kollisionsrechtliche Schutz verloren ginge. Aus Konsumentensicht ist somit ratsam entweder die Client Version des Agenten zu verwenden oder den Agenten nur als Nachweisgeber einsetzen und den Vertrag selbst abzuschließen, wodurch selbstverständlich der praktische Vorzug der Agenten erheblich gemindert würde.

8. Ein Überblick über internationale Regeln betreffend intelligente Agenten

Abschließend möchte ich einen Überblick über bereits bestehende Gesetze bzw. Gesetzesentwürfe geben, die den Einsatz von intelligenten Agenten direkt oder indirekt regeln.

8.1 Das UNICTRAL Model Law on Electronic Commerce

Das UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce¹⁰⁰ nimmt indirekt Bezug auf Software Agenten und normiert, dass Nachrichten eines automatisierten Informationssystems dessen

⁹⁷ Mankowski, Internet und besondere Aspekte des Internationalen Vertragsrecht, CR 8/ 1999

⁹⁸ Dies wäre denkbar, wenn der Server von dem aus der Agent agiert in einem anderen Staat gelegen ist.

⁹⁹ Mankowski, Internet und besondere Aspekte des Internationalen Vertragsrecht, CR 8/ 1999

¹⁰⁰ angenommen in der Generalversammlung der UN am 16.12.1996, in der Fassung 1998, online unter <http://www.uncitral.org/english/texts/electcom/ml-ec.htm>

Urheber zugerechnet werden. In Artikel 2 (a) definiert das Model Law den Urheber einer elektronischen Nachricht (data message)¹⁰¹ wie folgt:

"Originator" of a data message means a person by whom, or on whose behalf, the data message purports to have been sent or generated prior to storage, if any, but it does not include a person acting as an intermediary with respect to that data message; "

Hiervon sollen auch elektronische Nachrichten (data messages) die automatisch von Computern, ohne direkte menschliche Intervention erstellt werden erfaßt werden.

Art 13(2)(b) normiert, dass automatisiert erstellte elektronische Nachrichten, der Person zugerechnet werden, die das Informationssystem, welches die Nachricht ausgesendet hat entweder selbst derart programmiert hat, dass es automatisch operiert oder dessen Programmierung veranlaßt hat.

8.2 Der U.S. Uniform Electronic Transactions Act¹⁰²

Im Juli 1999, genehmigte die „National Conference of Commissioners on Uniform State Laws (NCCUSL)“¹⁰³ den „Uniform Electronic Transactions Act (1999)“¹⁰⁴ und schlug vor, dieses Gesetz in allen Bundesstaaten der USA in Kraft zu setzen. Der Gesetzesentwurf zielt drauf ab elektronischen Dokumenten, elektronischen Verträgen, sowie digitalen Signaturen die nicht unter den UCITA (s. Punkt 8.3) fallen, rechtliche Gültigkeit zu verschaffen. In der Einleitung zum UETA wird festgehalten, dass

“the Act makes clear that the actions of machines (“electronic agents”) programmed and used by people will bind the user of the machine, regardless of whether human review of a particular transaction has occurred.”

¹⁰¹ Der Begriff der „data message“ wird in Art 2 (a) wie folgt definiert: "Data message" means information generated, sent, received or stored by electronic, optical or similar means including, but not limited to, electronic data interchange (EDI), electronic mail, telegram, telex or telecopy;

¹⁰² The Uniform Electronic Transactions Act (1999) im folgenden "UETA" genannt, unter <http://www.law.upenn.edu/bll/ulc/uecicta/eta1299.htm>

¹⁰³ Die NCCUSL ist eine seit 111 Jahren bestehende Institution, die sich aus mehr als 300 Anwälten, Richtern und Akademikern zusammensetzt. Aufgabe der Kommission ist es, Modellgesetze für Rechtsbereich zu entwerfen und deren rechtliche Umsetzung voranzutreiben. Online unter <http://www.nccusl.org/nccusl/default.asp>

¹⁰⁴ Der „UETA“ wurde von den Staaten California, Colorado, Connecticut, Illinios, Massachusetts, Missouri, New Jersey, U.S. Virgin Islands, Vermont und Wisconsin in Kraft gesetzt

Sektion 2 (6) definiert einen elektronischen Agenten wie folgt:

““Electronic agent” means a computer program or an electronic or other automated means used independently to initiate an action or respond to electronic records or performances in whole or in part, without review or action by an individual.”

Obwohl der Entwurf demnach auch auf solche intelligenten Agenten Bezug nimmt, die autonom, ohne menschliche Intervention agieren¹⁰⁵ werden intelligente Agenten als reine Maschinen, Werkzeuge desjenigen, der den Agenten einsetzt angesehen.

Sektion 14 schließlich regelt den Abschluß automatisierter Vertragsabschlüsse und normiert, dass Verträge selbst dann durch elektronischen Agenten rechtsgültig geschlossen werden können und bindend sind, wenn keiner der Vertragspartner von den Handlungen der Agenten wußte. Folglich sieht der Entwurf die intelligenten Agenten als reine Kommunikationsmittel, was mit sich bringt, dass der „Herr“ des Agenten jedenfalls für dessen Verwendung einzustehen hat.

8.3 Der U.S. Uniform Computer Information Transactions Act

Wie der UETA wurde der U.S. Uniform Computer Information Transactions Act (UCITA)¹⁰⁶ von der NCCUSL entworfen, um einen rechtlichen Rahmen für den E-Commerce zur Verfügung zu stellen.¹⁰⁷ Der UCITA schafft ein rechtliches Regime für Computer Verträge, insbesondere Softwarelizenzen, Verträge über Programmentwicklungen sowie Lizenzen für den Zugang zu online Datenbanken.

Elektronische Agenten werden wie folgt definiert:

“Electronic agent“ means a computer program, or electronic or other automated means, used independently to initiate an action, or to respond to electronic messages or performances,

¹⁰⁵ „...through developments in artificial intelligence, a computer may be able to “learn“ through experience, modify the instructions in their own program, and even devise new instructions” – Kommentar Nr. 5 zu Sektion 2 des UETA

¹⁰⁶ online unter <http://www.law.upenn.edu/bll/ulc/ucita/ucita01.htm>

¹⁰⁷ Ursprünglich hätte der UCITA im Rahmen des Uniform Commercial Code in Kraft treten sollen. Schließlich wurde der UCITA aber als eigenständiges Gesetz umgesetzt.

on the person's behalf without review or action by an individual at the time of the action or response to the message or performance.

Obwohl die Wortwahl „on the person's behalf“ (im Namen bzw. im Auftrag von) darauf schließen läßt, dass der Agent als Stellvertreter seines Nutzers angesehen wird hält der Entwurf fest, dass eben diese Stellvertreter Beziehung nicht geschaffen werden soll. Nichts desto trotz sollen die Parteien rechtlich an die von ihnen eingesetzten Agenten gebunden sein.¹⁰⁸

Im Zusammenhang mit dem unter 7.4 dargestellten Problem ist erwähnenswert, dass der UCITA die Zustimmung des Agenten zu allgemeinen Geschäftsbedingungen udgl. normiert. Nach Sektion 112 (b) liegt die Zustimmung des Agenten vor, wenn er die Möglichkeit hatte die Bestimmungen durchzusehen und er die Bedingungen ausdrücklich akzeptiert hat oder Transaktionen tätigt, die erkennen lassen, dass er die Bedingungen angenommen hat.¹⁰⁹ Die Möglichkeit des Agenten die Bestimmungen durchzusehen liegt aber nur dann vor, wenn die Bedingungen derart ausgestaltet sind, dass

„...a reasonably configured electronic agent would be enabled to react to the record or term.“¹¹⁰

Es ist jedoch offensichtlich, dass der Begriff eines „vernünftig konfigurierten Agenten“ sehr vage ist. Weiters ist unklar, wann der Fall vorliegt, in dem ein Agent nicht in der Lage ist, auf die Bestimmungen eines Vertrages zu reagieren.¹¹¹

¹⁰⁸ Offizieller Kommentar zum UCITA, online unter <http://www.ucitaonline.com/ucita.html>

¹⁰⁹ Die Originalversion lautet: „an electronic agent manifests assent to a record or term if, after having an opportunity to review it, the electronic agent authenticates the record or term or engages in operations that in the circumstances indicate acceptance of the record or term.

¹¹⁰ Sektion 112 e

¹¹¹ Emily M. Weitzenböck, Electronic Agents and the formation of contracts, S.24, Version vom 29.04.2001, online unter www.eclip.org

9. Zusammenfassung

Der Einsatz von Shopping Agenten als „digitale Stellvertreter“ bzw. als zukünftig Initiatoren geschäftlicher Transaktionen eröffnet die Möglichkeit das Potential, das der E-Commerce bereits jetzt in sich birgt zu vergrößern.

Um diese Entwicklung zu forcieren ist es jedoch erforderlich, das Vertrauen der Konsumenten in derartige Systeme zu stärken. Dies kann insbesondere durch die Schaffung eines klaren rechtlichen Rahmens für den Einsatz von intelligenten Agenten geschehen: Regelungen die Zurechnung intelligenter Agenten sowie deren Haftung betreffend wären ein erster Schritt. In weiterer Folge ist ein Verzeichnis, ähnlich dem Firmenbuch sowie ein Zertifizierungssystem, ähnlich dem E-Commerce Gütezeichen für intelligente Agenten denkbar. Von derartigen vertrauensschaffenden Maßnahmen wird wohl die zukünftige Verbreitung von intelligenten Agenten abhängig sein.

Literaturverzeichnis

- Allen T. & Widdison R., "Can Computers Make Contracts?", 9 Harvard Journal of Law & Technology, 1996
- Andersen Consulting, "Bargain Finder agent prototype" online unter <http://bf.cstar.ac.com/bf/>
- Apathy, JBl. 1986, 248
- Hans-Bernhard Beykirch, Weltweit handeln - OTP: Open Trade Protocol, iX - Magazin für professionelle Informationstechnik, S. 122f, Heft 3, 1998 online unter <http://www.heise.de/ix/artikel/1998/03/122>
- Brenner Walter, Zarnekow Rüdiger, Wittig Hartmut, Intelligente Softwareagenten, Springer Verlag, 1998
- Bundesministerium für Justiz, Das Fernabsatzgesetz, JMZ 7012 A/ 139 – 1999
- Bydlinski Franz, Privatautonomie und objektive Grundlagen des verpflichtenden Rechtsgeschäftes, 1967
- Bydlinski Franz, Juristische Methodenlehre und Rechtsbegriff, 2., erg. Aufl., Wien, Springer Verlag, 1991
- Clemens Rudolf, Die elektronische Willenserklärung: Chancen und Gefahren, NJW, 1985, 1999
- Ehrenzweig Armin, System des österreichischen allgemeinen Privatrechts, 1920 bis 1925, I und II
- Fallenböck und Haberler, Rechtsfragen bei Verbrauchergeschäften im Internet, RdW 1999, 505
- Fischer John P., "Computers as Agents: A Proposed Approach to Revised U.C.C. Article 2", 72 Ind. L. J., 1997
- Heckman Carey, Gateways to the Global Market: Consumers and Electronic Commerce Background, Stanford Law and Technology Policy Center, online unter <http://www-techlaw.stanford.edu>
- Heun Sven-Erik, Die elektronische Willenserklärung, CR 10/1994
- Hoeren/Sieber/Mehring, Handbuch des Multimedia-Recht, München 1999
- Holeschovsky P., Richterliche Rechtsfortbildung im Bereich der Gefährdungshaftung, Zeitschrift für Rechtsvergleichung 1985
- Iro, Besitzerwerb durch Gehilfen, 1982
- Karnow, Liability for Distributed Artificial Intelligences ,11 Berkeley Technology Law Journal, 1996
- Kerr I.R., Providing for Autonomous Electronic Devices in the Uniform Electronic Commerce Act, online unter www.law.ualberta.ca/alri/ucl/current/ekerr.htm
- Köhler, Automatisierte Rechtsvorgänge, AcP 1982, 126
- Koziol Helmut, Welser Rudolf, Grundriß des bürgerlichen Rechts, Manz, Wien 10 Auflage 1995
- Koziol Helmut, Österreichisches Haftpflichtrecht, Bd I (1973) 3. Aufl. (1997), Bd II (1975) in 2. Aufl. (1984)

- Maes P., Guttman R.H., Moukas A.G., Agents that Buy and Sell: Transforming Commerce as we Know It, 1998, online unter <http://www.ai.univie.ac.at/~paolo/lva/vu-sa/html/ker95>
- Mankowski, Internet und besondere Aspekte des Internationalen Vertragsrecht, CR 8/ 1999
- Möschel, AcP 186, 1986
- OGH, 1 Ob 533/94 vom 11.3.1994
- OGH in LBL 1994, 408
- OGH in SZ 54/161
- OGH in SZ 54/ 112
- OGH in SZ 47/83
- OGH in SZ 55/134
- OGH in SZ 63/54
- Pauk Alexander, Technologie und Anwendung Intelligenter Agenten als Mittler in Elektronischen Märkten, online unter <http://www.rhoen.de/pauki/work/diplom/diplom.htm>
- Pomp Uwe (MMS), Konzept und Implementierung eines Shopping-Agenten-Systems für elektronische Marktplätze online unter <http://www.medienassistent.org>
- Posch, Zum Stand der Reform der Gefährdungshaftung. In Wertung und Interessenausgleich im Recht, Walter Wilburg zum 30.9.1975, Graz, 1975
- Redeker, NJW 1984, 2390
- Reidinger Alexander, Bürgerliches Recht Teil I
- Rosenthal & Partner, Verantwortung für intelligente Agenten, Insider Communications 1998
- Rummel, Kommentar zum ABGB I, Manz Verlag, 1990, Auflage 2
- Rummel, Kommentar zum ABGB II, Manz Verlag, 1990, Auflage 1
- Russell S.J. & Norvig P., Artificial Intelligence: A modern approach, Prentice Hall, 1995
- Schröder Michael, Kossel Axel, Agenten im Kaufrausch, Perspektiven des elektronischen Handels c't 6/99
- Schwarz Georg, Die rechtsgeschäftliche „Vertretung“ durch Softwareagenten: Zurechnung und Haftung, Auf dem Weg zur ePerson, Verlag Österreich 2001
- Sonntag Michael, FAQ zum E-Commerce online unter <http://www.fim.unilinz.ac.at/staff/sonntag/ecommerce.htm>
- Spiro, Die Haftung für Erfüllungsgehilfen, 1984
- Susat/Stolzenburg, MDR 1957, 147
- Weizenbaum, Joseph, Computer Power and Human Reason, 1976
- Weitzenböck Emily M., Electronic Agents and the formation of contracts, online unter www.eclip.org
- Welser Rudolf, Vertretung ohne Vollmacht: zugleich ein Beitrag zur Lehre von der culpa in contrahendo, Manz, Wien, 1970

- Wooldridge M. & Jennings N., Intelligent Agents: Theory and Practice, Knowledge Engineering Review Vol. 10 No. 2, June 1995, Cambridge University Press, 1995
- Zankl Wolfgang, Juristische Aspekte künstlicher Intelligenz, online unter www.e-zentrum.at
- Zib, Electronic Commerce und Risikozurechnung im rechtsgeschäftlichen Bereich, ecolex 1999, 230
- Ziegler Cai, Robots & Spiders, Internet World 5/2000