

Event

«E-Commerce - Aktuelle Entwicklungen»

Zürich, 7. November 2023



Kurzvorträge



**Neues Datenschutzgesetz –
Was ist beim E-Commerce zu beachten?**

Roland Mathys

Greenwashing in der digitalen Werbung

Philipp Groz

Influencers und digitale Kommunikation

Lorenza Ferrari Hofer

KI als Transaktionstool – Leitplanken

Peter Georg Picht

Referierende



Roland Mathys, LL.M. (LSE)

Partner

+41 44 215 3662

roland.mathys@swlegal.ch



Philipp Groz, LL.M.

Partner

+41 44 215 9379

philipp.groz@swlegal.ch



Dr. Lorenza Ferrari Hofer

Partnerin

+41 44 215 3600

lorenza.ferrarihofer@swlegal.ch



Prof. Dr. Peter Georg Picht

Of Counsel

+41 44 215 5254

peter.picht@swlegal.ch

Neues Datenschutzgesetz – Was ist beim E-Commerce zu beachten?

Roland Mathys

Zürich, 7. November 2023



Neues Datenschutzgesetz (DSG)

Allgemeines

- In Kraft seit 1. September 2023
- Angleichung an DSGVO
- «DSGVO Plus/Minus»
- Extraterritoriale Anwendbarkeit

Wichtigste Neuerungen

- Ausgebaute Informationspflichten
- Erweiterte Dokumentationspflichten
- Meldung von Verletzungen der Datensicherheit
- Privacy by Design / Default
- Datenschutzfolgenabschätzung

Wichtigste sanktionsbedrohte Verletzungen

- Informationspflicht
- Auskunftspflicht
- Auftragsbearbeitungen
- Auslandtransfers
- Datensicherheit

Datenschutzerklärung und AGB

Datenschutzerklärung (DSE)

- Umfassende Informationspflichten, insbesondere betreffend
 - Identität Verantwortlicher
 - Datenkategorien
 - Bearbeitungszweck
 - Empfänger
 - Zielstaat und Garantien bei Auslandstransfers

AGB

- Regelungsgegenstand:
Nur, was nicht in Datenschutzerklärung geregelt werden kann
- Beispiele
 - Zustimmungsbedürftige Bearbeitungen
 - Verpflichtungen / Zusicherungen seitens des Kunden

Auftragsdatenverarbeitung und Auslandstransfers

Auftragsdatenverarbeitung (ADV)

- Auftragsverarbeiter
 - Dienstleister, die im Auftrag des Verantwortlichen tätig werden
 - Häufig nicht offensichtlich
- ADV-Vereinbarungen
 - Mindestinhalt
 - Schriftform empfohlen!
- DSE: Datenempfänger!

Auslandstransfers

- Erfordernis des adäquaten Datenschutzes
 - Staatenliste gemäss Anhang 1 zur DSV
 - z.B. EU / EWR / UK (nicht USA)
- Bei fehlender Adäquanz
 - (Zustimmung der Betroffenen)
 - Zusammenhang mit Vertragsabschluss oder -abwicklung
 - Standardvertragsklauseln
- DSE: Zielstaaten / Massnahmen!

Newsletter und Cookies

Newsletter

- Zulässigkeit
 - An bestehende Kunden für gleiche / gleichartige Waren / Dienstleistungen: Opt-Out
 - An potenzielle Kunden: (Double) Opt-In
- Wichtig: Jederzeitige und einfache Möglichkeit zum Opt-Out / Unsubscribe
- DSE: Bearbeitungszwecke!

Cookies

- Verschiedene Arten von Cookies
 - Notwendig (essential)
 - Nützlich / Statistik / Marketing
- Notwendige Cookies: Kein Cookie-Banner und keine Zustimmung erforderlich
- Übrige Cookies
 - Zustimmung (Opt-In)
 - Meist über Cookie-Banner
- DSE: Information über sämtliche Cookies!

Datensicherheit und Aufbewahrung / Löschung

Datensicherheit

- Mindestanforderungen an Datensicherheit
- Technische und organisatorische Massnahmen, bei Webshop z.B.
 - Verschlüsselung
 - Zwei-Faktor-Authentifizierung
- Sehr wichtig in der Supply Chain (z.B. IT-Dienstleister als Auftragsverarbeiter)
- Neu: Meldepflicht bei Verletzungen der Datensicherheit

Aufbewahrung / Löschung

- Grundsatz
 - Daten dürfen nur solange aufbewahrt werden als für Zweckerreichung notwendig
 - Verhältnismässigkeitsprinzip
- Ausnahmen
 - Gesetzliche Vorgaben
 - Überwiegende Interessen
- Praxis?

Greenwashing in der digitalen Werbung

Philipp Groz

Zürich, 7. November 2023



Greenwashing in der digitalen Werbung: Beispiele



Front Wahlen 2023 Nahostkonflikt Ukraine #WIRSINDZUKUNFT Sport Schweiz Zürich Bern Basel Zentralschweiz Ostschweiz Mehr ▾

OBERENGADINER BERGBAHNEN

Aktualisiert 28. Dezember 2022, 11:07

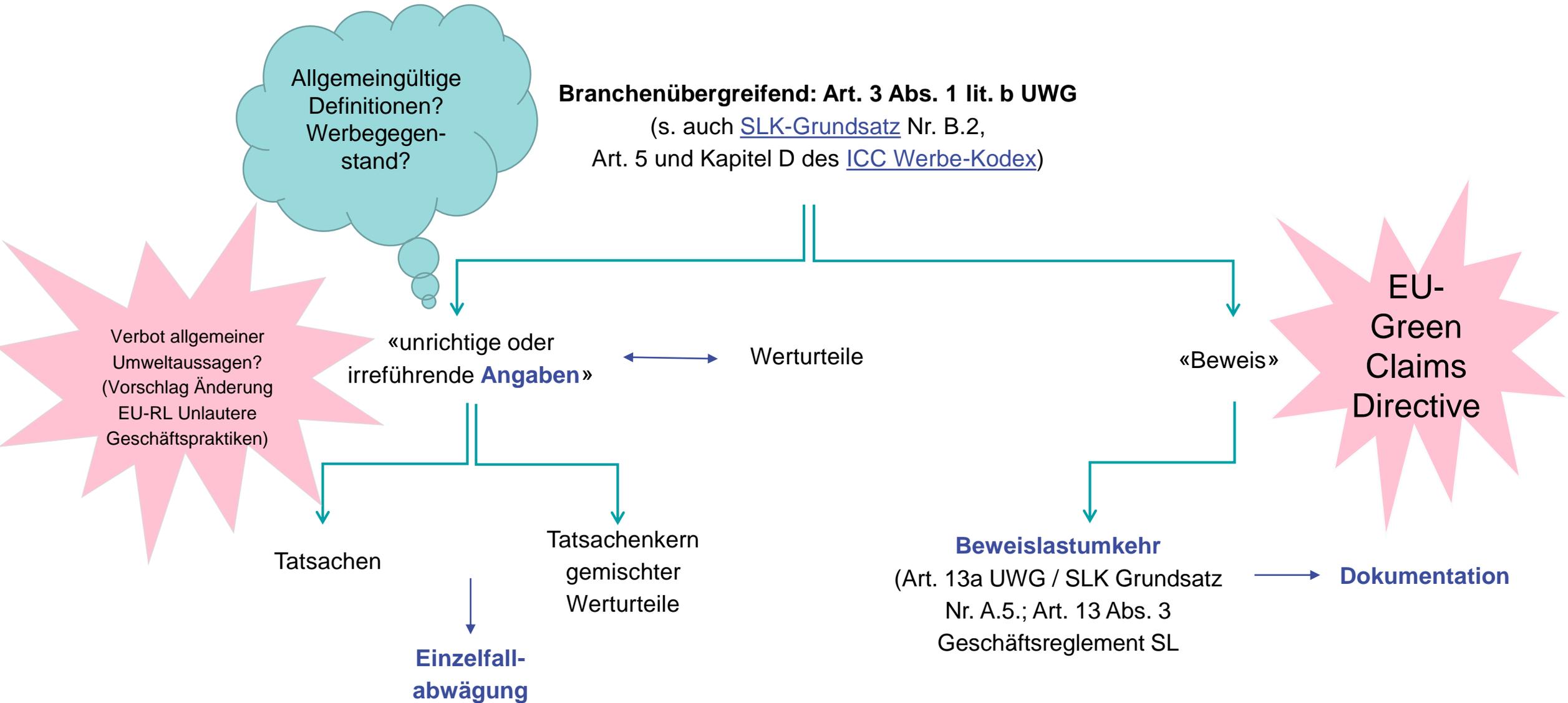
Skigebiet behauptet, klimaneutral zu sein – für Experten «Greenwashing»

Die Oberengadiner Bergbahnen werben damit, klimaneutral zu sein. Experten widersprechen dem. Nun hat die Stiftung für Konsumentenschutz eine Beschwerde wegen unlauterer Geschäftspraktiken beim Seco eingereicht.



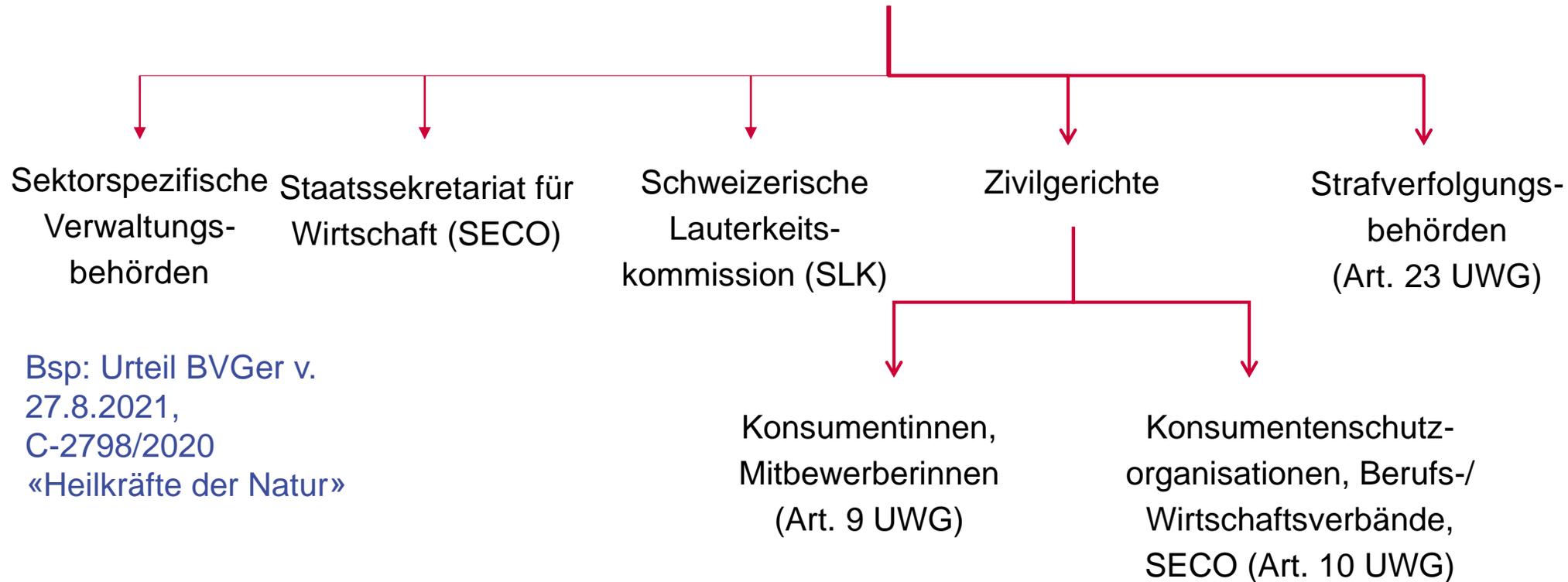
- «**klimaneutraler**» Schneesport
(Beschwerde SECO)
- «Première Coupe du Monde **neutre en carbone**»
(SLK Entscheid 188/22)
- «xxxxxxx Heizöl ist **klimaneutral**»
(SLK Entscheid 168/23)
- «Unsere Gläschen sind **klimapositiv**»
(SLK Entscheid 169/23)
- « **Make taste not waste** » / «**the greenest way to an excellent cup of coffee.**»
(Urteil HGer ZH v. 1.6.2012, HG090139)

Greenwashing in der digitalen Werbung: Problemfelder



Greenwashing in der digitalen Werbung: **Durchsetzung/Prozessrisiken**

Diverse prozessuale Durchsetzungswege



Bsp: Urteil BVGer v.
27.8.2021,
C-2798/2020
«Heilkräfte der Natur»

Greenwashing in der digitalen Werbung: **Fazit**

- **Keine schweizerischen UWG-Gesetzesänderungen** in Aussicht
- Indes gilt: Die Verwendung von Green Claims ist auch in der Schweiz zunehmend mit **(Prozess-)Risiken** verbunden
- Tipps für die Praxis
 - Expliziter und impliziter Aussagegehalt **prüfen**
 - (Tatsächliche) Aussagen sind zu **substantiieren und dokumentieren**
- SW Newsletter:
[Verfahren wegen Green Claims in der Schweiz](#)

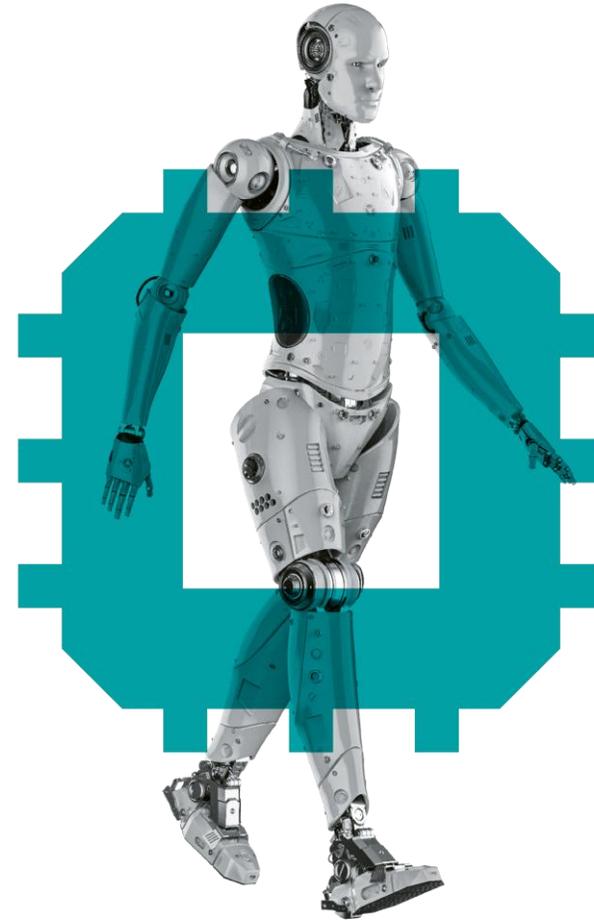


E-Commerce - Aktuelle Entwicklungen

Schellenberg
Wittmer

Influencers und digitale Kommunikation

Lorenza Ferrari Hofer
Zürich, 7. November 2023



Influencer Tätigkeiten

Merkmale

- Prominente und weniger bekannte Persönlichkeiten
- Produktion von Inhalten (**Contents**) für Social-Media Plattformen
- Marketing-Tätigkeiten (Awareness)
- Produkt- und Dienstleistungswerbung (Sampling)
- Hohe Glaubwürdigkeit, Status von Freund:innen, Vorbildfunktion
- Vermarktung des eigenen Images



© Werbewoche 29.3.2023

Lautere Werbung und Geschäftspraktiken

- Verbot der **verschleierte Influencer-Werbung** (Art. 2 UWG):
 - der kommerzielle Zweck eines Posting ist offenzulegen
 - bezahlte Beiträge sind als Werbung offenzulegen
 - unbezahlte Werbung (auch Tags) hat (wohl) keinen kommerziellen Zweck
 - kostenlose Berichterstattung kann Werbung darstellen
- Influencer-Marketing Grundsätze (Nr. B 15, 16 SLK)
 - kommerzielle Kommunikation ist unlauter, wenn sie nicht als solche eindeutig erkennbar und vom übrigen Inhalt nicht klar getrennt ist
 - Klickbetrug durch automatisierte Systeme oder gefälschte Personenprofile



SLKE 11.9.2019

Influencer Contents

Rechtsrahmen beachten

- Contents müssen rechtlich zulässig sein
 - Drittrechte (Marken, Designs, Urheberrechte)
 - Lebensmittelrecht, Heilmittelgesetz, usw.
 - Kennzeichnungsgebote (RTVG und FMG)
- Grenzüberschreitende Contents
 - Recht des Staates massgeblich, auf dessen Markt die Werbemassnahme ihre Wirkung entfaltet (Art. 136 IPRG)



© <https://www.sso.ch/de/wie-influencer-ungesundes-essen-vermarkten>

Take Aways für die digitale Kommunikation

Dos

- Marketingstrategie festlegen – Längerfristigkeit beachten
- Influencer Content genau und vertraglich festhalten
- Ausstiegsklausel vereinbaren, z.B. bei unlauterem/rechtswidrigem Verhalten des/der Influencer:in

Keine Lex Influencer!

Don'ts

- Verträge (nur) mit Influencer-Agenturen abschliessen
- sich auf Werbestrategien des/der Influencer:in verlassen
- Haftungsausschlüsse – sie helfen nicht weiter

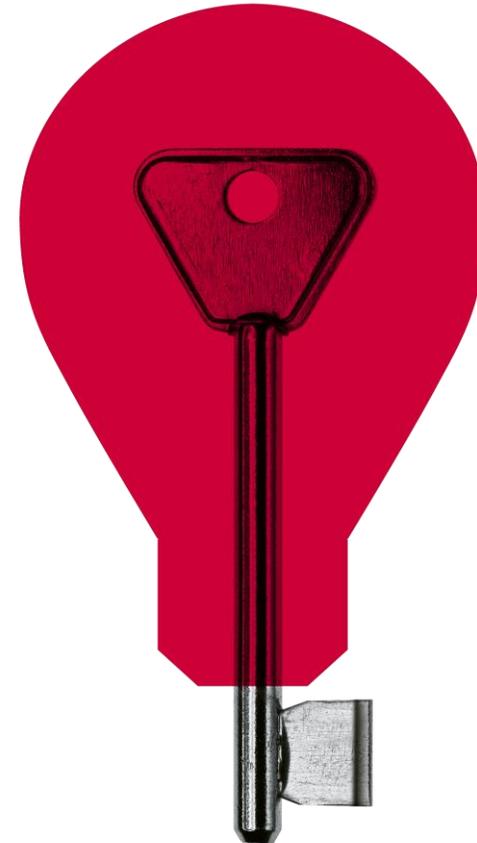
Das Influencer-Marketing-Marktvolumen (...) soll kontinuierlich steigen und im Jahr 2025 bei 22,2 Milliarden US-Dollar liegen

(© Statista, 14.6.2023)

KI als Transaktionstool – Leitplanken

Prof. Dr. Peter Georg Picht

Zürich, 7. November 2023



KI-Systeme als Transaktionstools werden bereits eingesetzt. Dieses Phänomen intensiviert sich rapide

Einsatzbeispiele

- **Setzung von Preisen** und sonstigen Konditionen
- **Kundenkommunikation** (Chats, Werbemitteilungen)
- Entscheidung über **Vertragsschluss**
- Vor- und Aufbereitung von **Dokumenten** für die **Interaktion mit Geschäftspartnern** (Verträge, Konzepte, Protokolle)

KI - Transaktionstool

Nutzung von KI-Systemen als Transaktionstools geschieht in **wirtschaftlichen Interaktionsbeziehungen**

Interaktionsbeziehungen

- **Provider** von KI-Systemen
- Unternehmensinterne **Inhalte-Quellen**: Mitarbeiterinnen, Datenbestände
- **Konkurrenzunternehmen**
- **Kundinnen**

Rechtsrisiken nicht völlig neuartig, aber **KI-spezifische Gestalt, zum Beispiel:**

Interaktionsbeziehungen – Risiken

- **Provider** von KI-Systemen
 - **IP-/Datenschutz-Verletzungen** bei Entwicklung, Training, Ausführung
 - **Hub-and-spoke** durch mehrfachen Vertrieb gleichartiger Systeme
 - Verletzung **(EU-)regulatorischer** Informationspflichten
- Unternehmensinterne **Inhalte-Quellen**: Mitarbeiterinnen, Datenbestände
 - Verletzung **Geheimhaltungsverpflichtungen** gegenüber Geschäftspartnern
 - **Wegfall IP-/faktischer Schutz** unternehmensinterner Inhalte

Rechtsrisiken nicht völlig neuartig, aber **KI-spezifische Gestalt, zum Beispiel:**

Interaktionsbeziehungen – Risiken

- **Konkurrenzunternehmen**
 - (Unbeabsichtigte) **Koordinierungseffekte**
 - Unzulässige **Behinderung** durch leistungsfähiges customer targeting
- **Kundinnen**
 - **Informationsdefizite** (angebotene Leistung, interaction patterns, Entscheidungsfindung, regulatorische Vorgaben Konsumentenschutz)
 - **Konditionsdefizite** (Diskriminierung; excessive pricing)

Zu den **strategischen Massnahmen** der Minderung von KI-spezifischen Risiken kann gehören:

Interaktionsbeziehungen – Risiken – Strategien

- **Risikoprofil** durch gemischte Teams (jdf. IT, Juristinnen)
- **Information, Instruktion, Inhaftungnahme** im Verhältnis zu externen Providern
- **Individualisierungskomponente** bei Systemen „von der Stange“
- **Sandboxing** der kundenseitigen Systemergebnisse
- **Kontrollschleife** durch Menschen, zumindest initial, selektiv

Fragen und Diskussion



Abschluss und Apéro

Schellenberg Wittmer AG

Löwenstrasse 19
8021 Zürich

T +41 44 215 5252

F +41 44 215 5200

zurich@swlegal.ch

www.swlegal.ch

