

Die Archivierung von Webseiten

Zwingende Notwendigkeit oder "Nice to have"?

Whitepaper V 1.0

von Dr. iur. Bruno Wildhaber; CISA, CISM, CGEIT

Wildhaber Consulting

IT Governance Network

Postfach 115

8603 Schwerzenbach / Schweiz

Te. +41 44 826'21'21

info@wildhaber.com

www.wildhaber.com www.itgovernance.ch

Kompetenzzentrum Records Management (KRM)

Rotfluhstrasse 91

8702 Zollikon

www.aufbewahrung.ch

INHALTSVERZEICHNIS

1	AUSGANGSLAGE	3
2	DIE ENTWICKLUNG DES WEB	4
3	GRÜNDE FÜR DIE ARCHIVIERUNG VON WEBINHALTEN	4
4	RECHTSASPEKTE	5
4.1	<i>Heutiger Fokus und Gesetzesgrundlagen</i>	5
4.2	<i>Anwendung im E-Commerce</i>	6
4.3	<i>Corporate Governance</i>	8
5	DIE PRÄSENTATION VON DATEN IM WEB	8
6	AKTUELLE FÄLLE	10
7	WELCHE WEBSEITEN SOLLEN ARCHIVIERT WERDEN?	10
8	FORM DER ARCHIVIERUNG	12
9	FAZIT	13

1 Ausgangslage

In fast allen Unternehmen werden heute elektronische Daten verarbeitet. Es gibt kaum noch einen Kleinbetrieb oder Handwerker, der nicht zumindest über eine E-Mail-Adresse verfügt. Die meisten Unternehmen wie auch Verwaltungseinheiten verfügen über eigene Webseiten.

Die Anzahl der im Web gehandelten Güter und damit die Umsätze sind in den letzten Jahren sprunghaft angestiegen. Gemäss aktuellsten Zahlen werden 53,3 Prozent des Branchenumsatzes des Versand- und Online-Handels in Deutschland über das Web generiert: „Erstmals in der Geschichte sprengte die Branche im Jahr 2009 die 50%-Marke: – um genau zu sein: 53,3 Prozent – ihres Umsatzes wurden über das Internet erzielt. Der Online-Umsatz mit Waren legte damit stärker als erwartet zu und wuchs um rund 16 Prozent auf 15,5 Mrd. Euro“¹. Neue elektronische Dienste, wie zum Beispiel Facebook, Twitter und andere Web 2.0 Dienste sowie virtuelle Spielwelten wie Second Life tangieren zunehmend auch die reale Wirtschaft.

Viele von uns nutzen E-Banking, wir bestellen Waren im Internet und präsentieren uns als Unternehmen oder Personen. Nicht zuletzt informieren wir uns immer mehr über diesen Kanal und erwarten von den uns präsentierten Informationen, dass sie jederzeit korrekt sind. Wir haben uns an die Möglichkeiten der elektronischen Post gewöhnt, wenngleich wir sie auch als Last empfinden. So lässt nicht selten ein einziger Abwesenheitstag das persönliche Postfach hoffnungslos überquellen. Die Datenflut ist für alle eine grosse Herausforderung. Viele haben aber höchstens ihre Papierflut im Griff, die systematische Verwaltung elektronischer Daten ist noch für viele Wunschdenken.

In der Schweiz wurde dieser Entwicklung schon vor längerem Rechnung getragen. Seit 2002 können Unternehmen ihre Daten elektronisch abspeichern und rechtsgültig archivieren². Die damals revidierten Gesetzesbestimmungen wurden so offen formuliert, dass sie als Vorbild dienen können, sind sie doch von der technologischen Entwicklung weitgehend abgekoppelt. Nun gibt es aber immer wieder technische Entwicklungen, auf die sich die geltenden Gesetzesbestimmungen nicht eins zu eins abbilden lassen. Hierzu gehört unter anderem die Frage, inwieweit Inhalte von Webseiten zur aufbewahrungspflichtigen Datenmenge gehören.

Dieser Artikel soll dazu dienen, eine Lösung für diese Frage aufzuzeigen. Er soll den Verantwortlichen ermöglichen, ihre eigene Situation richtig einzuschätzen.

¹ Bundesverband des deutschen Versandhandels, Zahlen 2009

² Revision des Obligationenrechts, welche in den neuen Aufbewahrungsbestimmungen mündete (OR Art. 957 ff.). Der Autor war Mitglied dieser Expertenkommission.

2 Die Entwicklung des Web

Die Website, d.h. die Darstellung von Daten im Internet mittels eines Browsers, ist seit 1991³ bekannt. Die Technologie des WWW (HTML und Folgestandards) ist seit nun bald 20 Jahren etabliert und wird kommerziell seit 10 Jahren intensiv genutzt. Das WWW beinhaltet im Kern:

- HTTP/S als Protokoll, mit dem der Browser Informationen vom Webserver anfordern kann.
- HTML als Dokumentenbeschreibungssprache, die festlegt, wie die Information gegliedert ist und wie die Dokumente verknüpft sind (Hyperlinks).
- URLs als eindeutige Adresse bzw. Bezeichnung einer Ressource (z.B. einer Webseite), die in Hyperlinks verwendet wird⁴.

Von den sehr einfachen, simplen und statischen Webseiten Ende der neunziger Jahre zu den interaktiven, Web 2.0 orientierten Auftritten der Unternehmen im Jahr 2010 hat sich einiges an technischer Entwicklung abgespielt. Wir kennen alle die verschiedensten Webseiten und haben festgestellt, dass es sie in unterschiedlichster Ausprägung gibt. Von statischen Inhalten bis zu interaktiven Seiten mit Videoeinblendungen, Life Streams, Übertragungen von Fernsehkanälen etc. ist heute alles zu finden.

An dieser Stelle soll uns aber nicht in erster Linie die technische Entwicklung interessieren, sondern primär die Frage, welche Inhalte archiviert werden müssen und wieso. Welche Gründe könnten dafür ausschlaggebend sein?

3 Gründe für die Archivierung von Webinhalten

Obwohl uns an dieser Stelle insbesondere die rechtlichen Anforderungen interessieren, gibt es natürlich durchaus auch Motive, die mit Gesetzen nichts zu tun haben. Dazu gehören in erster Linie die Archivierung aufgrund betrieblicher Bedürfnisse oder die Speicherung zur Erweiterung des Wissens im Unternehmen. Viele Unternehmen archivieren elektronische Unterlagen auch aus politischen, wirtschaftlichen, historischen, sozialen und kulturellen Gründen. Viele historische Archive sind darauf angewiesen, dass Publikationen, die ausschliesslich im Internet erfolgen, systematisch archiviert werden. Die Archivwissenschaften kümmern sich mittlerweile intensiv um dieses Thema⁵. Da dies nicht der Fokus dieses Artikels ist, wird auf die archivistisch motivierte Abspeicherung nicht weiter eingegangen. Deren Lösungsansätze für die Website-Archivierung lassen sich aber selbstverständlich auf jede Art der Archivierung übertragen. Kümmern wir uns also zuerst einmal um die Rechtsgrundlagen und um die

³ Tim Berners-Lee: *Information Management: A Proposal*, 1989.

⁴ Auszug: Wikipedia, World Wide Web

⁵ So hat z.B. Schweden bereits 1996 mit dem Archivieren von Websites begonnen.

Frage, ob es spezifische Bestimmungen gibt, welche die Archivierung von Webseiten vorschreiben. Für die Unternehmen ist es wichtig zu wissen, ob die gesetzlichen Bestimmungen explizite Vorschriften enthalten, die sie dazu zwingen, Webseiten zu archivieren. Dies ist in der Schweiz bis jetzt nicht der Fall und dies dürfte auch für die meisten Länder so gelten.

Da das Recht in der Regel technikneutral ausgestaltet ist, erscheint es zuerst einmal unerheblich, in welcher Form die Inhalte dargestellt, bzw. abgespeichert werden. Aber auf welchen Überlegungen, v.a. Geschäftsmodellen basieren die heutigen Gesetze?

4 Rechtsaspekte

4.1 Heutiger Fokus und Gesetzesgrundlagen

Die Archivierung oder Speicherung von Dokumenten⁶ (oder anderen Daten) wird in der Regel durch Aufzeichnungspflichten motiviert, die sich darin begründen, dass der Gesetzgeber den Nachweis bestimmter Sachverhalte über längere Frist verlangt.

Dabei gilt es zwei Hauptgruppen zu unterscheiden, nämlich diejenigen Dokumente,

- die als Hilfsmittel zum Nachweis eines bestimmten Sachverhalts dienen sowie jene,
- die dem Nachweis der „Compliance“ dienen, d.h. dem Nachweis, dass die Abwicklung der Geschäftstätigkeit ordnungsgemäss erfolgte.

Letzteres ist vor allem dann von Bedeutung, wenn das Unternehmen erhöhten gesetzlichen Anforderungen genügen muss⁷. Im Schweizer Recht wie auch in vielen anderen nationalen Gesetzen sind die Anforderungen an die zu archivierenden Unterlagen nur unscharf festgelegt. In der Schweiz gelten primär das Obligationenrecht und die einschlägigen Bestimmungen der Geschäftsbücherverordnung als zentraler Dreh- und Angelpunkt des Aufbewahrungsrechts⁸. Dort wiederum geht es in erster Linie um jene Bestimmungen, welche die Aufbewahrung von Unterlagen regeln, die im Rahmen der kaufmännischen Buchführung anfallen. Wichtig sind hier Belege sowie die Geschäftskorrespondenz. In diesem Zusammenhang stellt sich für den Praktiker in erster Linie die Frage, wann elektronische Daten oder eine andere Aufzeichnung als Beleg oder Geschäftskorrespondenz verwendet wird. Wann handelt es sich bei den erwähnten Daten um einen Beleg im Sinne des Gesetzes? Wann müssen Daten einer Website als aufbewahrungspflichtig deklariert werden?

⁶ Der Einfachheit halber wird hier von Dokumenten gesprochen, ohne aber dabei eine bestimmte Form vorzugeben. Im Englischen wird i.d.R. der Begriff „Records“ verwendet.

⁷ Z.B. bei hohen Anforderungen an das IKS, wie z.B. im Zusammenhang mit SOX in den USA

⁸ OR 957ff; Geschäftsbücherverordnung; Beglinger/Burgwinkel/Lehmann/Neuenschwander/Wildhaber: Records Management, 2. A. Zürich 2008 (zit.: Praxisleitfaden)

4.2 Anwendung im E-Commerce

Die geltenden Aufbewahrungsregeln orientieren sich an einem physischen Geschäftsmodell und damit auch am klassischen Belegbegriff. Der Belegcharakter orientiert sich am Urkundenbegriff und enthält die Definition gemäss schweizerischem Strafrecht, die wie folgt lautet:

„Urkunden sind Schriften, die bestimmt und geeignet sind, oder Zeichen, die bestimmt sind, eine Tatsache von rechtlicher Bedeutung zu beweisen. Die Aufzeichnung auf Bild- oder Datenträgern steht der Schriftform gleich, sofern sie demselben Zweck dient“⁹

Geschäftskorrespondenz ist diejenige Korrespondenz, welche das Unternehmen verpflichtet oder ihm ein Recht einräumt, deren Inhalt sich bilanzmässig niederschlägt¹⁰. Was genau darunter fällt, hängt von der Geschäftstätigkeit ab und muss durch das Unternehmen selbst festgelegt werden.

In der Regel sind die Daten, die auf einer Website dargestellt werden, in einen Prozess eingebunden. Man kann die Situation in einem typischen e-Commerce Szenario wie folgt darstellen:

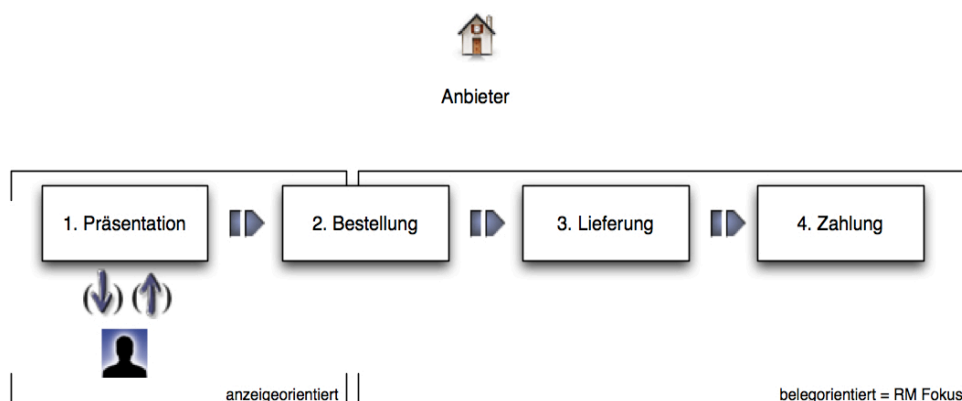


Abbildung 1: E-Commerce Szenario

⁹ Art. 110 Ziff. 5 StGB

¹⁰ Praxisleitfaden, S. 37

Dieser Prozess ist aus Sicht des Anbieters so gestaltet, dass eine Interaktion mit dem Gegenüber erst dann stattfindet, wenn sich dieser zum Kauf entschlossen hat. Es gibt also eine Fokussierung auf die Abwicklung, d.h. auf die Phasen 2 und 3. Ab diesem Zeitpunkt erfolgt die Abwicklung mit bekannten Mitteln, d.h. belegorientiert. Dies gilt natürlich nur dann, wenn es sich tatsächlich auch um eine vertragliche Abwicklung handelt. Der Anbieter präsentiert dem Vertragspartner zum Beispiel eine Bestellbestätigung, die dieser als elektronische Datei erhält beziehungsweise sich direkt ausdrucken lassen kann. Meist werden solche Transaktionsbestätigungen auch noch per E-Mail verschickt. Wie wir wissen, ist die entsprechende E-Mail bzw. sind die darin enthaltenen Belege aufbewahrungspflichtig. Da es sich um einen ausgehenden Beleg handelt, wird der Anbieter gut daran tun, diesen Beleg auch im Rahmen eines strukturierten Records Management Prozesses zu behandeln und entsprechend zu archivieren. Dies deckt sich dann auch mit dem Verständnis des Gesetzgebers, der ausdrücklich von „Aufzeichnung“ spricht. Um die Beweisqualität der Daten zu erhalten bzw. zu steigern, wird wenn immer möglich versucht, diese in einem möglichst fälschungssicheren Format abzulegen.

Kritischer wird es bereits dann, wenn der Anbieter darauf verzichtet, eine solche Bestätigung explizit als Dokument zu verschicken und diese nur anzeigt. Hier stellt sich dann die Frage, ob der Anbieter diese Seite für spätere Nachweispflichten archivieren muss. Diese Frage kann in den meisten Fällen mit Ja beantwortet werden. Da es sich hier sicherlich um Geschäftskorrespondenz handelt, allenfalls sogar um einen Beleg, wird der Anbieter nicht darum herumkommen. Da die dargestellten Daten wiederum in einem vorgelagerten System aufbereitet werden, stellt sich die Frage, ob die Belege in einer bildlichen Form abgebildet beziehungsweise gespeichert werden müssen. Auch hier gelten die allgemeinen Regeln zur Beweisführung. Ist die strukturelle Darstellung des Belegs für die Aussagekraft des Dokuments von Wichtigkeit, dann muss dieser Beleg zwingend in derjenigen Form abgelegt werden, in welcher er auch den Empfänger zugegangen ist. Dies kann unter Umständen schwierig werden, v.a. dann, wenn kein Belegversand erfolgte, sondern lediglich eine elektronische Präsentation der Daten im Sinne der Auftragsakquisition auf dem Endgerät. So wird eine Bestellbestätigung auf einem 21 Zoll Bildschirmen völlig anders aussehen als auf einem Miniaturbildschirm, wie ihn die modernen Mobiltelefone aufweisen. Es wird also in jedem Fall empfohlen, genau zu prüfen, ob Belege nicht in jedem Fall als elektronische Datei verschickt werden sollten, zum Beispiel in Form eines PDF/A.

Rechtlich interessanter und in erster Linie von Interesse dürften allerdings Webseiten sein, die Inhalte wiedergeben, die den Empfänger dazu verleiten, Entscheidungen zu treffen, die u.U. einen Schaden verursachen könnten.

4.3 Corporate Governance

Die Verantwortlichkeit der Führungsorgane, d.h. die Organhaftung, hat sich in den letzten Jahren verschärft. Neue Gesetze (SOX, KontraG) und verschärfte Prüfbestimmungen der Wirtschaftsprüfer haben dazu geführt, dass die Anforderungen an den Entlastungsbeweis steigen, d.h. die Nachweis der Sorgfalt wird je länger je mehr verlangt. Findige Anwälte, insbesondere in den USA, haben dieses Betätigungsfeld schon länger entdeckt. Auch in Europa dürfte dieser Trend (leider) zunehmen, auch wenn die Haftungssummen nicht vergleichbar sind. Allerdings bestehen in Spezialgesetzen bereits heute monetäre Strafandrohungen¹¹, die eine erkleckliche Höhe annehmen können.

Aus Überlegungen des Risk Managements ist deshalb unbedingt zu empfehlen, kritische Informationen nur entsprechend abgesichert, auf jeden Fall aber nachvollziehbar zu publizieren. Bei grobfahrlässigem Vorgehen oder Vorsatz helfen da auch D&O¹² Versicherungen nicht weiter.

5 Die Präsentation von Daten im Web

Die geltende Regelung fokussiert sich in erster Linie auf Dokumente bzw. Records¹³. Doch wie verhält sich das Ganze, wenn man von der Präsentation der Daten ausgeht, die sich nicht in Form von Belegen oder Korrespondenz manifestiert? Im Rahmen der ordentlichen Archivierung befassen wir uns wie gesagt hauptsächlich mit der ordnungsgemässen Abwicklung der Speicherung der Rohdaten, selten oder fast nie mit der Präsentation, geschweige denn mit deren Auslegung.

In der Mehrzahl der Fälle geht es um die Beweissicherung, d.h. um die Feststellungen einer bestimmten Faktenlage zum Zeitpunkt X. Da der Richter die Beweise in der Regel frei würdigen kann, ist die Qualität der Beweismittel eine wichtige Grösse.

Grundsätzlich kann man drei Bereiche unterscheiden, welche die Beweisqualität definieren:

1. Die Qualität der Ur-/Rohdaten (Archivobjekte) und die damit verknüpften Prozesse
2. Die Präsentation/Vorlage der Dokumente
3. Die Auslegung der Präsentation

Den Bereich 1 haben wir im vorhergehenden Kapitel ausführlich beleuchtet.

¹¹ Z.B. im Deutschen Datenschutzrecht, z.B. § 43 Abs. 3 BDSG; Bussgeld bis € 50'000.-

¹² Directors & Officers

¹³ Definition z.B. nach ISO 15489

Aus Sicht der Website-Archivierung und der Beweissicherung viel interessanter ist die Phase der Präsentation. Obwohl vorne gesagt wurde, der Anbieter würde sich erst für den Kunden interessieren, wenn dieser eine Bestellung tätigen würde, stimmt diese Aussage natürlich aus Sicht des Marketings nicht. Die Anbieter versuchen sich gegenüber potenziellen Kunden zunächst auf verschiedenen Wegen in jeder möglichen Art und Weise zu profilieren, um ihnen individuelle massgeschneiderte Angebote erstellen zu können. Dies geschieht auf verschiedene Arten, in der Regel werden aber umfangreiche Profile angelegt und Informationen verknüpft, die auch auf dem Rechner des Kunden liegen können. Das ist insofern für die Archivierung relevant, als Daten auf der Website des Kunden auftauchen könnten, die vom Anbieter nicht gewollt sind, wenn er die Website archivieren will, wie z.B. Werbeeinblendungen. Dies kann zu einer Verfälschung des Abbilds oder sogar zu Widersprüchen führen. Es ist unschwer zu erkennen, dass es sich hier auch um mögliche Fälle im Zusammenhang mit Persönlichkeitsdaten handelt, die unter das Datenschutzgesetz fallen.

Durch seine Bedeutung als Präsentationsplattform ersetzt das Internet in vielen Lebensbereichen gedruckte Werke oder Auskünfte am Telefon. Das gilt sowohl für die klassische Webpräsenz als auch vermehrt für Social Media Plattformen wie Facebook oder XING. Unternehmen stellen Unternehmensinformationen ins Netz, auf Grund derer Investoren Entscheidungen fällen. Produktbeschreibungen sind online verfügbar, Persönlichkeitsprofile können übers Web erschlossen werden. Gleichzeitig nehmen die Bedrohungen zu, so wird „Crime as a Service“ zu einem immer lukrativ werdenden Markt für die organisierte Kriminalität.

Gelingt es beispielsweise, die Website eines Anbieters so zu manipulieren, dass der Preis eines Produktes viel tiefer publiziert wird, als er in Wahrheit ist, kann ein netter Schnitt gemacht werden. Doch wie kann der Anbieter feststellen, was auf seiner Website tatsächlich publiziert wurde? Die gleiche Frage stellt sich auch für Persönlichkeitsprofile oder andere Angaben im Internet. Mit der Zunahme automatisch generierter Inhalte und interaktiver Verknüpfungen wird die Inhaltskontrolle zur grossen Herausforderung. Wer im Web verleumdet wird, der hat ein grosses Interesse daran, dass festgestellt werden kann, wer die unlauteren Inhalte publiziert hat. Zusammengefasst kann gesagt werden, dass der Anbieter ein zentrales Interesse daran hat, dass seine Daten immer richtig sind bzw. dass er zu einem späteren Zeitpunkt nachweisen kann, welche Daten tatsächlich von ihm publiziert worden sind. Besonders ausgeprägt gilt dies natürlich auch für die öffentliche Verwaltung, die ein sehr grosses Interesse daran haben muss, dass amtliche Publikationen oder andere Angaben auf der Website jederzeit korrekt und unverfälscht sind.

Unabhängig von der Frage, ob die Websites zu archivieren sind, muss sich der Anbieter die Frage stellen, welche Kontrolle er über die Inhalte seiner Website ausüben will. Denn schlussendlich gilt hier genau dasselbe wie bei E-Mails: beide Parteien haben dieselben „Waffen“, d.h. sie können theoretisch

jederzeit auf die präsentierten Daten zugreifen. Dann stellt sich die Frage der Beweislast und damit der Beweisqualität. Werden unterschiedliche Daten vorgelegt, muss der Richter beurteilen, welche Daten er als glaubwürdiger erachtet. Die Situation des Kunden hat sich aber tendenziell merklich verbessert, da er in der Lage ist, durch einen einfachen Speichervorgang die von ihm dargestellte Seite abzuspeichern und später vorzulegen. Dem muss der Anbieter etwas entgegen halten können und das wird ihm schwer fallen, wenn er nur noch einen unstrukturierten Datenbankauszug vorlegen kann.

6 Aktuelle Fälle

Die uns vorliegenden Fälle stammen fast ausschliesslich aus den USA. Es ist jedoch damit zu rechnen, dass ähnliche Fälle auch in Europa zum Thema werden:

- Der Kläger kann den Beweis nicht liefern, da die Website-Daten nicht mehr verfügbar sind¹⁴
- Die Vernichtung von Web-Daten als Beweismittel.¹⁵

Weitere, nicht publizierte Fälle im Zusammenhang mit konkreten Klagen:

- Abklärungen bei grossen Betrugsfällen im Finanzbereich: Rückgriff auf Webseiten der Anbieterin um die damaligen, auf dem Web publizierten Angaben zur Entlastung vorzulegen. Dies war nicht mehr möglich, deshalb hat das betreffende Institut 2010 eine Archivierungslösung für Websites implementiert.

7 Welche Webseiten sollen archiviert werden?

Lassen wir die diejenigen Webseiten ausser Acht, die aus historischen Gründen archiviert werden sollen, dann befinden wir uns unmittelbar bei den Fragestellungen rund um das Thema Risikomanagement. Es geht demnach darum, zu entscheiden, welche Daten archiviert werden müssen, wenn man sich nicht dem Vorwurf der nicht ordnungsgemässen Aufbewahrung aussetzen will.

Grundsätzlich kann man festhalten, dass eine Archivierung in allen Fällen geprüft werden sollte, in denen Aussagen publiziert werden, die eine rechtsverbindliche Wirkung haben oder die mögliche Nachteile einbringen könnten. Anhand einfacher Beispiele sollen die gezeigten Kriterien erläutert werden:

Obwohl Preise in Katalogen und im Internet in der Schweiz nicht verbindlich sind, dürfte sich dieses Prinzip früher oder später ändern denn wenn das Internet nicht als Katalog verwendet, sondern als Schaufenster wahrgenommen wird, sind in diesem Fall die angegebenen Preise verbindlich¹⁶. So musste

¹⁴ Beck v. Atlantic Coast PLC, 868 A.2d 840 (Del. Ch. 2005)

¹⁵ Pennar Software Corp. v. Fortune 500 Sys., Ltd., 51 Fed. R. Serv. 3d 279, 2001 WL 1319162 (N.D. Cal. Oct. 25, 2001)

¹⁶ Dazu ausführlich: Bühlmann/Schirnbacher; Preiswerbung im E-Commerce zwischen der

z.B. ein Anbieter, der Produkte über eine sog. „Preissuchmaschine“ anpries, für unrichtige Angaben gerade stehen:

Der unter anderem für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass ein Händler, der für sein Angebot über eine Preissuchmaschine wirbt, wegen Irreführung in Anspruch genommen werden kann, wenn eine von ihm vorgenommene Preiserhöhung verspätet in der Preissuchmaschine angezeigt wird¹⁷.

Wie die Preisanschrift erfolgen muss, hängt zunächst von den nationalen Gesetzen ab. Sind diese eingehalten, muss sich der Anbieter darüber informieren, ob er damit auch andere Zielmärkte abdeckt. Unabhängig davon sollte er sich Gedanken darüber machen, wie er nachweisen kann, dass er auf seiner Website die geltenden Bestimmungen eingehalten hatte. Das dürfte nur über die Archivierung seiner Website möglich sein. In diesem Zusammenhang immer besonders interessant ist die Frage, ob ein Anbieter für Inhalte von Seiten haftet, die er verlinkt bzw. die er direkt in seine Seite einbindet. Insbesondere Letzteres erscheint besonders relevant, betrifft es doch z.B. den erwähnten Suchmaschinen-Fall. Aus Sicht des Anbieters ist es daher essentiell, jederzeit darlegen zu können, welche Inhalte er zu welchem Zeitpunkt angeboten hat. Im Zeitalter von Web 2.0 dürfte diese Motivation noch weiter an Bedeutung zunehmen.

Nehmen wir als weiteres Beispiel die Darstellung eines Produktes, welches zwingend die ergänzende Einblendung einer Warnmeldung erfordert (z.B. Altersbeschränkung). Wird diese Warnmeldung nicht oder ungenügend eingeblendet, kann sich der Anbieter unter Umständen mit Haftungsforderungen konfrontiert sehen. Unter Umständen ist sogar eine strafrechtliche Relevanz gegeben, sollten die vermittelten Inhalte gezielt verfälscht angezeigt oder Nichtberechtigten angeboten werden (z.B. Pornografie).

Nun kann man in der Regel davon ausgehen, dass die Beweislast beim Geschädigten liegt, doch gerade bei Produkthaftpflichtfällen muss der Anbieter beweisen, dass ihn kein Verschulden trifft (Beweislastumkehr). Insofern verhält es sich hier letztlich wie mit dem Beipackzettel eines Medikaments. Je kritischer das gelieferte Produkt in der Anwendung ist und je grösser die damit verbundenen Risiken sind, desto wichtiger ist die standardisierte und korrekte Darstellung der dazu gehörenden Informationen.

Einen völlig anderes Themengebiet gibt es im Umfeld der Unternehmen, die Ihre Mitarbeiter, Ansprechpartner oder Organigramme im Web publizieren. Zur Vermeidung von datenschutzrechtlichen Ansprüchen sollten zudem interne Websites gesichert werden, die Abgaben über Personen enthalten.

Hier ist unbedingt darauf zu achten, dass diese Daten in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften gelöscht werden!

Auch die Presse dürfte nicht verschont bleiben. Die Unrichtigkeit von Angaben kann Gegendarstellungen oder aufwändige Korrekturaktionen auslösen. Diese können zwar nicht verhindert werden, doch kann der Verlag wenigstens belegen, was auf der Site wirklich gestanden hat.

8 Form der Archivierung

Wie bei allen Archivobjekten stellt sich die Frage, in welcher Form die Daten archiviert werden müssen. Genügt eine inhaltliche Sicherung der Information oder muss die Darstellung selbst abgesichert werden? Viele Formulare im Internet sind hierarchisch aufgebaut, d.h. für den Leser ist es von Bedeutung, in welcher Reihenfolge die Daten dargestellt werden. Dies gilt insbesondere natürlich auch dann, wenn Eingaben über mehrere Felder und Zeilen erfolgen. Nur eine konsekutive und syntaktisch richtige Eingabe führt zu einem korrekten Ergebnis. Nun ist natürlich eine grosse Herausforderung in diesem Zusammenhang, dass der Anbieter der Daten nur bedingt festlegen kann, wie diese beim Endkunden ankommen. Der Verteiler der Daten stellt im wesentlichen einen Charakterstring auf einem Server zur Verfügung, der auch die notwendigen Formatierungen in Abhängigkeit des Endgeräts und des verwendeten Browsers enthält. Damit die Daten richtig dargestellt werden, benötigt der Nutzer ein Endgerät, welches in der Regel über einen Browser verfügt. Der Browser dient dazu, die in den gängigen Formaten gelieferten Daten darzustellen. Nun gibt es verschiedene Parameter, die der Lieferant der Daten nicht festlegen kann. Dazugehört zum Beispiel die Bildschirmgrösse. Die Darstellung kritischer Inhalte kann unter Umständen scheitern, weil zusammengehörende Daten nicht korrekt dargestellt werden können. Wichtigstes Beispiel hierzu ist die Unterschrift, die nur dann ihre Funktionen erfüllen kann, wenn sie unter dem zu unterschreibenden Text steht.

An dieser Stelle dürften auch die möglichen Archivierungsmethoden an ihre Grenzen stossen. Für die Webseitenarchivierung interessant sind vor allem Antworten, die für den Leser grosse Bedeutung haben, weil sie über den Verfasser Aussagen machen, die den Leser dazu bewegen können, sich in einer bestimmten Art und Weise zu verhalten. Dies betrifft zum Beispiel Angaben für die Investoren oder Angaben über Personen, wie sie zum Beispiel auf Social Networks enthalten sind. In Emissionsprospekten oder anderen Prospekten gelten ja heute entsprechende Regeln. Der Anbieter muss eine Fülle von Vorschriften einhalten, die der Transparenz des entsprechenden Angebots dienen. Diese Vorschriften muss er selbstverständlich auch im Internet einhalten. Hierzu gilt wieder das bereits Gesagte zur Themapräsentation der Daten. Insbesondere Produktpreisungen in Finanzumfeld müssen auf jeden Fall nachvollziehbar abgesichert werden. Dazu gehören u.a. auch die sogenannten „Disclaimer“ und Nutzungsbedingungen, welche die Anbieter auf ihrer Site kommunizieren.

9 Fazit

In vielen Fällen genügt es nicht mehr, nur die Dateninhalte zu archivieren, sondern auch die Darstellung sollte nachvollziehbar gemacht werden können. Bei traditionellen Webseiten ist davon auszugehen, dass es durchaus möglich ist, solche korrekten Darstellungen abzubilden. Hingegen wird es dann sehr schwierig, wenn in die Webseite interaktive Inhalte eingebunden werden.

Obwohl heute im kommerziellen Umfeld kaum bekannt, wächst die Bedeutung der Website-Archivierung stetig. Durch die Omnipräsenz des Internet und der Verlagerung vieler Angebote und verbindlicher Angaben auf das WWW steigt die Anforderung an die Anbieter, solche Angaben verifizieren zu können.

Durch die Übernahme von Inhalten von Drittanbietern wächst die Bedeutung nachweisen zu können, was zu einem bestimmten Zeitpunkt auf der eigenen Webpage dargestellt wurde (Aussen- oder Benutzersicht). Webseiten werden zunehmend in Beweisverfahren eingesetzt und es empfiehlt sich, bei kritischen Inhalten darauf zu achten, dass die Inhalte der eigenen Site wenn nötig vorgelegt werden können.

Um die Archivierung der Website zu planen, müssen Überlegungen zu den möglichen Risiken angestellt werden. Dazu empfiehlt es sich, eine Selektion kritischer Inhalte vorzunehmen. Diese Selektion basiert auf Risk-Management-Überlegungen und es sollten zumindest die folgenden Themen Einzug finden:

- Rechtliches Gewicht der enthaltenen Aussagen und Darstellungen
- Bedeutung der Inhalte in verschiedenen Jurisdiktionen
- Möglichkeit bzw., Unmöglichkeit der Wegbedingungen von Aussagen auf der Website
- Anwendung zur Schaffung alternativer Beweismittel
- Klärung der historischen Bedeutung von Daten
- Aussagequalität und Aussagekraft der Angaben und Verbindlichkeit
- Höhe des möglichen Schadens bei unrichtigen Angaben
- Berücksichtigung im geltenden Recht bzw. Verträgen
- Angaben für potentielle Investoren oder über das Unternehmen, die im Rahmen einer Anlage eine Rolle spielen könnten (Emissionsprospekt etc.)
- Mögliche Persönlichkeitsverletzungen und Gegendarstellungen
- Einbindungen von Drittinhalten und Absicherung gegenüber Inhaltsanbietern

Auf der Basis dieser Kriterienliste kann eine erste Einstufung der Risiken vorgenommen und eine Auswahl der zu archivierenden Seiten vorgenommen werden.

Über Wildhaber Consulting:

Wildhaber Consulting ist seit 1999 auf die Beratung von Kunden zu den Themen Governance, Risk und Compliance (GRC) mit Fokus auf die Informationsverarbeitung spezialisiert. Ein Schwerpunkt liegt bei der Elektronischen Archivierung (Records Management).

Wir unterstützen bei der Beantwortung folgender Fragen:

Was wird benötigt, um die rechtlichen Vorschriften einzuhalten? Welche Massnahmen müssen, welche können umgesetzt werden? Welche Standards sind zu berücksichtigen? Welche neuen Technologien passen zu den einschlägigen Gesetzesvorschriften?

Zur Beantwortung dieser Fragen begleiten wir Unternehmen bei Aufbau und Umsetzung von RM-Strategien bis hin zur Implementierung.

Als Gründungsmitglied des Kompetenzzentrums Records Management (KRM) bieten wir umfassende Informationen zu allen Fragen rund um RM, ECM und Information-Management.

Weitere Informationen unter www.wildhaber.com; aktuelle News bei Twitter: [brwildhaber](https://twitter.com/bwildhaber)