

Grundlagen des Internetrechts

Ingolstadt, Bildungszentrum HWK, 19. September 2019

Referent: Wolfgang v. Burchard, Handelsverband Bayern e.V.

Gliederung

Webseite

- Impressum
- Hinweispflichten auf Streitbeilegung
- Allgemeine Geschäftsbedingungen
- Widerrufsbelehrung
- Datenschutzerklärung
- Bestellübersichtsseite/Check-Out-Seite

Markenrecht/Ad-Word-Werbung

Urheberrecht

Email-Marketing

Zu guter Letzt allgemeine Hinweise

Webseite

Europaweites Screening koordiniert durch EU-Kommission in 2019: Überprüfung von **560** kommerziellen Webseiten

- EU-Verbrauchervorschriften: Nichtbeachtung bei **60 %**
- Online-Streitbeilegung: Link zur Plattform fehlte bei **59 %**
- Widerrufsrechts-Information: Bei fast **30 %** der Internetangebote Mängel
- Sonderangebote: Preisnachlass bei **31 %** von 431 Online-Plattformen nicht nachvollziehbar
- Endpreis: Bei **39 %** von 211 Webseiten keine genauen Angaben zu unvermeidbaren Zusatzgebühren (Lieferung, Zahlungsweise, Aufschläge)

Deutschland: Ergebnisse besser. 40 Internetseiten durchgesehen, davon 15 von der Wettbewerbszentrale, hiervon 10 ohne Beanstandung

Webseite

Inhalte des Internetauftritts:

	Online-Shop	Präsentationsseite
Impressum	+	+
Hinweis/Link auf europäische Streitbeilegungsplattform	+	-
Info zum Streitbeilegungsverfahren vor Verbraucherschlichtungsstelle	+/- > 10 MA	+/- > 10 MA
Widerrufsbelehrung	+	-
Allgemeine Geschäftsbedingungen	+	-
Datenschutzerklärung	+	+

Webseite

Impressum

Rechtsgrundlage für Impressumspflicht:

§ 5 Abs. 1 TMG: Verpflichtung für Anbieter von Telemedien

§ 312d Abs.1 Satz 1 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 1 Nr. 2, 3 EGBGB:

Informationspflichten bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und Fernabsatzverträgen

Webseite

Impressum

► Notwendige Angaben

Identität des Unternehmers:

- exakte Firmierung wie im Handelsregister
- vollständiger Name; weitere Vornamen nicht notwendig, wenn sie aufgeführt werden, müssen sie ausgeschrieben werden
- ggf. Geschäftsführer mit Vor- und Zuname: nur wenn tatsächlich Geschäftsführer, nicht bei Einzelunternehmen
- bei Aktiengesellschaft Namen aller Vorstände und Name des Vorsitzenden des Aufsichtsrates

Webseite

Impressum

► Notwendige Angaben

- ladungsfähige Anschrift
- Handelsregisternummer und Handelsregistergericht
- Umsatzsteueridentifikationsnummer, wenn vorhanden
- Telefonnummer, Faxnummer, Emailadresse
 - Erreichbarkeit soll sichergestellt werden,
Onlinekontaktformular genügt nicht,
keine kostenpflichtige Mehrwerttelefonnummer

Webseite

Impressum

► Notwendige Angaben

Im Einzelfall können weitere Informationspflichten hinzutreten, z.B.

- wenn Angaben über das Kapital der Gesellschaft gemacht werden, müssen das Stamm- bzw. Grundkapital sowie über ggf. ausstehende Einlagen gemacht werden
- wenn die angebotene Tätigkeit einer Zulassung bedarf (z.B. Arbeitsvermittlung): Angabe der zuständigen Aufsichtsbehörde
- bei Berufen, die einen bestimmten Befähigungsnachweis (z.B. Examen, Diplom) voraussetzen, z.B. Apothekern, Rechtsanwälten, Architekten,
 - Angaben über die Kammer, welcher der Anbieter angehört,
 - die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat, in dem sie verliehen wurde,
 - Bezeichnung der berufsrechtlichen Regelungen und Angabe, wie sie zugänglich sind (z.B. Fundstelle im Bundesgesetzblatt oder Verlinkung auf die Regelung)

► Disclaimer problematisch

Pauschale Befreiungen sind unzulässig, z.B.

- „*Technische Änderungen sowie Änderungen in Form, Farbe und/der Gewicht bleiben im Rahmen des Zumutbaren vorbehalten*“ (KG, Beschl. v. 09.11.07 – 5 W 304/07)
- „*Die Inhalte der Webseite werden mit größter Sorgfalt erstellt. Dennoch kann keine Garantie für Aktualität und Vollständigkeit übernommen werden*“ (Hans. OLG, Beschl. v. 10.12.12 - 5 W 118/12)
- „*Inhalt des Onlineangebotes: Der Autor übernimmt keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der bereitgestellten Informationen*“ (LG Arnsberg, Urt. v. 03.09.15 – I-8 O 63/15).

Webseite

Impressum

► Disclaimer problematisch

Ein Beispiel für eine besondere Blüte vermeintlicher Haftungsreduzierung:

Keine Abmahnung ohne vorherigen Kontakt!

Sollten Inhalte oder die Gestaltung dieser Portalseiten die Rechte Dritter (insbesondere das Urheberrecht, Markenrecht, Persönlichkeitsrecht sowie das Wettbewerbsrecht) verletzen, so verlangen wir eine angemessene, ausreichend erläuternde und schnelle Nachricht ohne Kostennote.

Wir garantieren, dass wir umgehend auf Sie reagieren werden, die beanstandeten Passagen entfernen oder abändern werden, ohne dass die Einschaltung eines Rechtsbeistandes erforderlich ist.

Die Einschaltung eines Anwaltes mitsamt kostenpflichtiger Abmahnung würde nicht dem wirklichen oder mutmaßlichen Willen des Diensteanbieters entsprechen und wäre damit wegen der Verfolgung sachfremder Ziele als beherrschendes Motiv der Verfahrenseinleitung, insbesondere einer Kostenerzielungsabsicht als eigentliche Triebfeder sowie wegen eines Verstoßes gegen die Schadensminderungspflicht rechtswidrig.

- Eine derartige Klausel ist unwirksam und bietet ihrerseits das Potential zur Abmahnung (OLG Düsseldorf v. 26.01.2016, Az.: I-20 U 52/15).

Webseite

Impressum

► Disclaimer problematisch

Beschränkung der Haftung für Rechtsverstöße auf verlinkte Seiten ist nicht erforderlich.

§§ 7 ff. TMG regeln die Haftung für eigene und fremde Inhalte, ein Abweichen hiervon ist nicht zulässig:

- soweit im Disclaimer nur die Rechtslage wiedergegeben wird → kein Mehrwert,
- soll die Haftung beschränkt werden → unzulässig und Abmahngefahr!

Webseite

Hinweispflichten auf Streitbeilegung

- ▶ ODR-Verordnung + ADR-Richtlinie
- ODR-Verordnung gilt nur für Online-Händler (nicht: reine Präsentationsseite)
- ADR-Richtlinie gilt auch für stationäre Händler: Unternehmen > 10 Beschäftigte

Informationen zur Onlinestreitbeilegung

Die EU-Kommission stellt eine Internetplattform zur Online-Beilegung von Streitigkeiten (sog. „OS-Plattform“) bereit. Die OS-Plattform soll als zentrale Anlaufstelle für Verbraucher und Unternehmer dienen, um im Rahmen von Online-Rechtsgeschäften entstandene Streitigkeiten außergerichtlich beizulegen. Der nachfolgende Link führt zu der OS-Plattform: <http://ec.europa.eu/consumers/odr>.

Unsere Emailadresse lautet: ...@ ...

Allgemeine Information zum Streitbeilegungsverfahren vor Verbraucherschlichtungsstellen

Wir nehmen nicht an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teil.

Webseite

Allgemeine Geschäftsbedingungen

► B2C-Geschäfte

§ 312d BGB, Art. 246a – c EGBGB

Enthält einen umfangreichen Katalog an Info-Pflichten

► B2B-Geschäfte

§ 312i Nr. 2 BGB, Art. 246c EGBGB

Macht jedenfalls folgende Infos zur Pflicht:

- technische Schritte bis zum Vertragsschluss,
- Vertragstextspeicherung, Korrektur von Eingabefehlern,
- Vertragssprache,
- etwaige einschlägige Verhaltenskodizes.

Webseite

Widerrufsbelehrung

► Widerrufsbelehrung + Widerrufsformular

Widerrufsrecht für Verbraucher (jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu Zwecken abschließt, die überwiegend weder ihrer gewerblichen noch ihrer selbständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können.)

Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht

Sie haben das Recht, binnen **vierzehn** Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt **vierzehn** Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben oder hat.

Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns (**Musterversand, Zauberstraße 1, 99999 Musterstadt, musterversand@muster.de, Fax: 089-55118-999, Telefon: 089-551180**) mittels einer eindeutigen Erklärung (z. B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite (www.mustershop.de/Widerrufsformular) elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z. B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen ... unverzüglich und spätestens binnen **vierzehn** Tagen..... zurückzuzahlen,, ...

Ausschluss des Widerrufsrechts bei:

.....

Webseite

Widerrufsbelehrung

Muster-Widerrufsformular

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück)

An Heribert Mustermax
Mustergasse 13
99999 Ostereistedt
Faxnummer: 066448
Email-Adresse widerruf@mustermax.de

Hiermit widerrufe(n)* ich/wir* den von mir/uns* abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren/die Erbringung der folgenden Dienstleistungen¹:
1x Streitaxt (Artikelnummer 08/19)
Gesamtpreis der Ware:

Bestellt am*
(z. B. 08.06.2019)

erhalten am*
(z. B. 10.06.2019)

Name, Anschrift des/der Verbraucher(s)
Vor- und Nachname
Straße
PLZ Ort

Unterschrift des/der Verbraucher/s**

Datum (z. B. 19.06.2019)

**(unzutreffendes bitte streichen)*

*** (nur bei Mitteilung auf Papier)*

¹(Hier muss der Verbraucher die Waren oder Dienstleistungen benennen, über die der Widerruf erklärt werden soll.)

Webseite

Widerruf durch kommentarlose Rücksendung?

⇒ **Nein.**

(unklar, Gewährleistung wg Mangel ↔ Ausübung Widerrufsrecht)

Der Verbraucher muss vorher oder gleichzeitig mit Rücksendung wirksame Erklärung abgeben. Andernfalls muss Händler Ware nicht annehmen.

Der Händler könnte auch nach Erhalt einer kommentarlosen Rücksendung abwarten, bis das Widerrufsrecht verfristet ist und dies anschließend dem Verbraucher mitteilen (aber: sinnvoll in puncto Kundenfreundlichkeit und negativer Shop-Bewertungen im Internet?)

Webseite

Datenschutzerklärung

- ▶ mit der der Nutzer über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten informiert wird.

Die Pflichtinhalte nach Art. 13 DSGVO sind:

- Name und **Kontakt**daten der verantwortlichen Stelle (also Ihres Unternehmens)
- Die Kontaktdaten des **Datenschutzbeauftragten** (wenn vorhanden)
- die **Zwecke** der Datenverarbeitung
- **Rechtsgrundlagen** der Datenverarbeitung
- ggf. die Angabe des **berechtigten Interesses** (wenn die Datenverarbeitung aufgrund berechtigter Interessen erfolgt)
- ggf. die **Empfänger** oder die Kategorien von Empfängern, denen Sie personenbezogene Daten übermitteln

- ggf. die Informationen über die **Absicht der Übermittlung von personenbezogenen Daten in ein Nicht-EU-Land** (oder eine internationale Organisation) sowie die Grundlage für die Zulässigkeit einer solchen Übermittlung
- ggf. **Zweckänderungen**
- die **Dauer der Datenspeicherung** bzw. Kriterien für die Festlegung dieser Dauer
- Hinweis auf die **Betroffenenrechte** (Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung, Widerruf einer erteilten Einwilligung, Widerspruch und Datenportabilität)
- **Hinweis auf das Recht zur Beschwerde** bei einer Datenschutzaufsichtsbehörde
- ggf. Hinweis auf eine automatisierte Entscheidungsfindung (z.B. Profiling) sowie aussagekräftige Informationen über die involvierte Logik, Tragweite und Auswirkungen
- ggf. Hinweis auf gesetzliche oder vertragliche Pflichten zur Bereitstellung der Daten und die Folgen der Nichtbereitstellung.

Im Rahmen einer Online-Datenschutzerklärung ist zusätzlich noch über alle eingesetzten Technologien zu informieren, also z.B. über Google Analytics & Co, Newsletter, Kontaktformulare, Cookies usw.

Webseite

Gestaltung der Bestellübersichtsseite/Check-out-Seite

Durch die Einführung der Buttonlösung werden an die Gestaltung Check-out-Seite der Onlinehändler besondere Voraussetzungen gestellt.

Die Voraussetzungen ergeben sich aus § 312j Abs. 2 und 3 BGB.

Dem Verbraucher sind unmittelbar vor Absendung der Bestellung die wesentlichen Eigenschaften der Ware nochmals in hervorgehobener Weise zu präsentieren.

Darüber hinaus muss sich der Verbraucher ausdrücklich zu einer Zahlung verpflichten. Diese Vorgabe ist nur erfüllt, wenn die Bestellschaltfläche mit „zahlungspflichtig bestellen“ oder ähnlich eindeutigen Formulierung benannt ist.

Webseite

Gestaltung der Bestellübersichtsseite/Check-out-Seite

OLG München v. 31.01.2019 (Az.: 29 U 1582/18):

„unmittelbar“

- ▶ Link auf eine Produktdetailseite (wie bei Amazon) genügt nicht.

Fall: Sonnenschirm ohne Gewichtsangabe (nur Modell, Farbe und Größe)

- Ⓟ Schwierig und unübersichtlich bei Produkten mit umfangreichen Pflichtinformationen (Energiekennzeichnung, Lebensmittelkennzeichnung)

Webseite

Bestellübersichtsseite/Check-out-Seite: **⊖ So nicht**

Bild	Name	Einzelpreis	Menge	Gesamtpreis
	Versaper Emotion 4 G	469,00 €	1 ↕ ○	469,00 €
			Zwischensumme	469,00 €
			Versandkosten	12,50 €
			MwSt.	74,88 €
			Summe	481,50 €

Zahlungsmethode



PayPal



Vorab-Zahlung per Banküberweisung

Die Lieferung erfolgt per: **Fakel**

Sie haben folgende Zahlungsmethode gewählt: **Vorab-Zahlung per Banküberweisung**

Ja, ich habe die AGB gelesen und akzeptiere sie.

Zahlungspflichtig bestellen

Webseite

Bestellübersichtsseite/Check-out-Seite: ⊕ So geht's richtig

Bevor Sie die Bestellung abgeben, haben Sie die Möglichkeit, Ihre Daten und ausgewählten Artikel sowie deren Anzahl zu korrigieren. Durch Schließen des Browserfensters oder auch durch Betätigung der Zurückfunktion des Browsers können Sie den Bestellvorgang jederzeit beenden

Lieferadresse ([Ändern](#))

...
...

Rechnungsadresse ([Ändern](#))

...
...


Zahlungsart ([Ändern](#))

- Vorkasse
- PayPal
- Amazon Payments

Lieferart ([Ändern](#))

- DHL
- Hermes
- DPD

Ich habe die [AGB](#) gelesen und erkläre mich mit diesen einverstanden.
Die [Widerrufsbelehrung](#) habe ich zur Kenntnis genommen.

Artikel	Einzelpreis	Stück	Preis
 <p>Kapuzenpulli „Leg Dich nie mit einem Angler an, erkennt Orte wo Dich niemand findet“ Größe: M, Farbe: Nato-Grün, Schnitt: weit Material: 100% Baumwolle, Waschbarkeit: Feinwäsche</p>	33,99€	1	33,99€
Zwischensumme			33,99€
Versandkosten			4,90€
(Kistenpfand		€)
<u>Enthaltene Ust</u>			<u>6,21€</u>
Gesamtpreis inkl. Ust.			38,89€

Zahlungspflichtig Bestellen

Markenrecht

Funktion der Marke

Herkunftsfunktion:

die Hauptfunktion der Marke besteht darin, dem Verbraucher oder Endabnehmer die **Ursprungsidentität** der gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung zu garantieren, indem sie es ihm ermöglicht, diese Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von denjenigen anderer Herkunft zu unterscheiden, EuGH, GRUR 2005, 1042, Az. C-120/04 – THOMSON LIFE

Aus der Herkunftsfunktion ergeben sich die weiteren Funktionen, welche der Verbraucher mit der Marke (zum Teil unwillkürlich) in Verbindung bringt:

- **Garantie- und Gütefunktion**
- **Vertrauensfunktion**
- **Unterscheidungsfunktion**
- **Individualisierungsfunktion**
- **Werbe- und Imagefunktion**

Markenrecht

AdWord-Werbung

AdWord-Werbung (auch Keyword-Advertising genannt): Werbeanzeigen, die bei Eingabe eines bestimmten Suchbegriffs (Marke) in eine Suchmaschine erscheinen, ohne im Zusammenhang mit der Marke zu stehen

→ bei Eingabe von BMW erscheinen Anzeigen zu anderen Automarken

Problem: Handelt es sich um **unzulässige Ausnutzung** einer fremden Marke?

Markenrecht

AdWord-Werbung

Zunächst wurde AdWord-Werbung mit einer Marke durch deutsche Gerichte häufig als unzulässig eingestuft

2010 mehrere Entscheidungen des EuGH:

Wird suggeriert oder entsteht für normal informierten Internetnutzer der Eindruck, dass eine wirtschaftliche Verbindung zwischen Markeninhaber und Werbendem besteht, ist die AdWord-Werbung unzulässig, da die Herkunftsfunktion der Marke beeinträchtigt wird

BGH:

Hat Rechtsprechung des EuGH übernommen und in mehreren Entscheidungen konkretisiert

Markenrecht

AdWord-Werbung

Teilweise wurde vertreten, dass in der Werbeanzeige ein ausdrücklicher Hinweis erforderlich ist, dass keine Verbindung zur Marke besteht.

BGH 13.12.2012 – I ZR 217/10 - MOST-Pralinen:

Keine Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion auch wenn **kein ausdrücklicher Hinweis** erfolgt, dass keine Verbindung zwischen Markeninhaber und Werbendem besteht, wenn Anzeige in einem von der Trefferliste deutlich **abgegrenzten Werbeblock** steht und keinen Hinweis auf die Marke bzw. deren Inhaber enthält.

Markenrecht

AdWord-Werbung

Eine Ausnahme hiervon ergibt sich aus der **FLEUROP-Entscheidung** des BGH

BGH 27.06.2013 – I ZR 53/12:

Bei Suche nach „Fleurop“ erschienen in abgegrenztem Werbeblock Anzeigen für „blumenbutler.de“

Aufgrund des bekannten Vertriebssystems von Fleurop mit verschiedenen Partnerunternehmen liegt für den Internetnutzer die Vermutung nahe, dass es sich bei „blumenbutler“ um ein Partnerunternehmen von FLEUROP handelt. Da kein Hinweis auf die fehlende Verbindung erfolgte, wird in diesem Fall die Herkunftsfunktion der Marke beeinträchtigt.

Markenrecht

AdWord-Werbung

Diese Rechtsprechung ist in 2015 fortgesetzt worden:

OLG Hamburg, 22.01.2015 – 5 U 271/11 (Parship-Entscheidung):

Bei Eingabe von „Parship“ erschienen verschiedene Anzeigen von „partnersuche.de“, teilweise in Verbindung mit dem Begriff „Partnership“

U.a. aufgrund des vagen Begriffs „Partnersuche“ sowie auch der Verwendung des der Marke sehr ähnlichen Begriffs „Partnership“ wird nicht hinreichend deutlich, dass keine Verbindung besteht → Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion

BGH, 02.04.2015 – I ZR 167/13 („Swirl A06“)

Bei Gebrauch des Adjektivs „ähnlich“ entsteht dagegen keine Verwechslungsgefahr.

Markenrecht

Adword-Werbung

Weitere Entscheidung zum Thema Ad-Word-Werbung durch **OLG Frankfurt** , Urteil v. **02.02.2017 - 6 U 209/16**:

„Erscheint bei Eingabe einer Marke als Suchwort in der „google“-Trefferliste eine Anzeige mit einem Linkhinweis, der als **Subdomain** diese Marke enthält, wird der Nutzer in relevanter Weise irrefgeführt (§ 5 UWG), wenn der Link auf eine Webseite führt, in der überwiegend Waren anderer Marken angeboten werden.“

Das **OLG Schleswig** hat mit Urteil vom **22.03.2017, Az. 6 U 29/15** anlässlich der irreführenden Google-Anzeige

„Anzeige zu wheel clean tec

Felgendokor Glücksburg – felgenreparatur-flensburg.de

www.felgenreparatur-flensburg.de“

entschieden, dass die für die Anzeige verantwortliche Partei ab dem Zeitpunkt der **Kenntnis der Anzeigengestaltung** als Störer haftet und ab diesem Zeitpunkt alles unternehmen muss, um die Verletzung zu unterbinden – es bleibt abzuwarten, ob sich dies durchsetzt.

Markenrecht

AdWord-Werbung

EuGH-Rechtsprechung:

Verwendung einer fremden Marke als AdWord stellt eine Benutzung der Marke dar, die aber nur dann unzulässig ist, wenn sie unlauter ist.

Das ist u.a. der Fall bei

- ▶ Verwechslungsgefahr
- ▶ Werbender bietet Nachahmungen der Markenware an
- ▶ Werbender bietet Waren an, welche die Markenware in negativem Licht darstellen
- ▶ Werbender führt Verwässerung oder Verunglimpfung der Marke herbei (z. B. wenn die Markenware als überteuert dargestellt wird)
- ▶ Vorliegen des Sonderfalls „bekanntes Vertriebssystem“ (es wird suggeriert, ein Partnerunternehmen zu sein)

Urheberrecht

„geklaute“ Produktbeschreibungen oder - fotos

Geschützt „nur persönliche geistige Schöpfungen“, § 2 Abs. 2 UrhG, maßgebend ist die Schöpfungshöhe (Eigentümlichkeit, Originalität, Individualität).

- Einerseits keine Meisterwerke erforderlich, auch alltägliche Werke können geschützt sein (Begriff der sog. „kleinen Münze“).
- Aber hinreichendes Maß an geistiger Leistung und Individualität bzgl. Inhalt und äußerer Formgestaltung vorausgesetzt.

Bei einem Schriftwerk zu Gebrauchszwecken muss dieses Maß vergleichbare alltägliche und auf herkömmliche Weise gestaltete Schriften „deutlich überragen“
(OLG Düsseldorf, 25.06.2002, Az.: I-20 U 144/01)

Urheberrecht

1. Produktbeschreibungen

Einfache Beschreibungen sind wie Werbetexte grundsätzlich nicht über das Urheberrecht geschützt, erforderlich ist vielmehr ein deutliches Übertreten der Durchschnittsgestaltung.

Orientierungshilfe:

- Je länger eine Artikelbeschreibung ist, desto eher kann die urheberrechtlich geschützte Schöpfungshöhe erreicht sein.
- Mit zunehmender übernommener Länge des Textes steigt die Gefahr einer Urheberrechtsverletzung.

(OLG Köln, 30.09.2011, 6 U 82/11 – klassischer Halbschuh)

Exkurs: Auch AGB-Formulierungen unterliegen dem Urheberrecht (AG Köln, 08.08.2013, Az.: 137 C 568/12).

Urheberrecht

2. Produktfotos

Bei der Benutzung fremder Bilder im Online-Bereich werden hohe Maßstäbe angesetzt.

Nicht ausreichend sind pauschale Aussagen eines Dritten (z.B. Webdesigners), über die erforderlichen Rechte für Bilder zu verfügen. Der Nutzer muss Zusicherungen selbst kontrollieren und überprüfen, also die behauptete Rechtekette zurückverfolgen und sich mittels nachprüfbarer Unterlagen nachweisen lassen (OLG München, 15.01.2015, Az.: 29 W 2554/14).

Merke:

Produktfotos, Videos und Beschreibungen entweder selbst fertigen oder sich vom Rechteinhaber die (schriftliche) Erlaubnis geben lassen. Erst dann im Onlineshop verwenden. Ansonsten drohen saftige Abmahnungen und einstweilige Verfügungen.

Email-Marketing

1. Zulässigkeit

- Vorherige „ausdrückliche Einwilligung“ d. Verbrauchers erforderlich, § 7 II Nr. 3 UWG,
- „für den konkreten Fall“ (keine Generaleinwilligung, Produktgruppen und Frequenz der Werbung benennen),
- „ohne Zwang“ und „in Kenntnis der Sachlage“ (Opt-Out-Klausel nicht ausreichend, aktives Setzen eines Häkchens erforderlich),
- Aufforderung zur Abgabe seines Einverständnisses in „klarer und knapper Form und ohne Unterbrechung des Dienstes, für den die Einwilligung gegeben wird“ (Erwägungsgrund 32 zur DS-GVO),
- Vorheriger Hinweis auf die Möglichkeit zur jederzeitigen Abbestellung, § 13 Abs. 2 Nr. 4, Abs. 3 TMG,
- Ergänzung der Datenschutzerklärung (§ 13 Abs. 1 TMG), da der Versand von Werbe-Emails als eigener Telemediendienst gilt.

Email-Marketing

2. Nachweisbarkeit der Einwilligung: „Double-Opt-In“

- 1. Schritt:** Auf der Website ist dem Nutzer die Möglichkeit eingeräumt, sich mit seiner Email-Adresse in einen Verteiler einzutragen
→ Newsletter-Bestellung (Single Opt-In).
Beachte: Als Pflichtfeld darf nur die Email-Adresse vorgesehen sein, da der Telemediendienst anonym nutzbar sein muss (§ 13 Abs. 6 TMG) → **siehe nächste Folie**
- 2. Schritt:** „Check-Mail“, d.h. Verifizierung des Bestellers durch eine Email an die eingetragene Email-Adresse mit einem Link zur Bestätigung der Anmeldung
- 3. Schritt:** Klick des Bestellers auf die Bestätigung in der „Check-Mail“.
- 4. Schritt:** Versand d. Email-Werbung erst nach Bestätigung des Bestellers

Email-Marketing

Inhalt der Anmeldeseite

Nur Angabe der E-Mailadresse ist Pflicht

Datenschutzrechtlich gilt das **Gebot der Datensparsamkeit**, d.h. es dürfen nur solche Daten vom Nutzer abgefragt werden, die für die jeweilige Leistung unbedingt nötig sind. **Bei E-Mail Werbung ist nur die Abfrage der E-Mail-Adresse unbedingt nötig.** Weitere Felder, z.B. für Name, Wohnort etc. sind als freiwillig zu kennzeichnen und mit einer Erklärung zu versehen, warum die spezifische Information abgefragt wird, etwa der Name für eine persönliche Ansprache im Newsletter oder der Wohnort, um spezielle Angebote lokaler Unternehmen zu ermöglichen. Bei Einwilligung über eine Webseite sollte auch auf die Datenschutzerklärung hingewiesen und auf diese verlinkt werden.

Email-Marketing

Anmeldeverfahren „Double-Opt-IN“ - Problem:

OLG München (Urt. v. 27.09.2012, Az.: 29 U 1682/12):
„Check-Mail“ (2. Schritt) = unerbetene Werbung

Die OLGe Celle und Düsseldorf sind anderer Auffassung (Urt. v. 15.05.2014, Az. 13 U 15/14 und Urt. v. 17.03.2016, Az. 15 U 64/15), auch ein anderer Senat des OLG München hat in einer aktuellen Entscheidung angedeutet, dass die Check-Mail nicht als Werbung zu deklarieren sei (Urt. v. 23.01.2017, Az.: 21 U 4747/15), wobei es diese Frage offen gelassen hat.

Achtung:

Wenn aber bereits die Check-Mail Werbeangebote enthält, ist sie auf jeden Fall als (unzulässige) Werbung einzustufen.

Email-Marketing

Empfehlungen: (da keine bessere Alternative zum „Double-Opt-In“ und die Rechtsprechung inzwischen dazu tendiert, keine Werbung anzunehmen)

1. Bereits die Herkunft der Email-Adresse des Bestellers sauber dokumentieren
(Zeitpunkt und IP-Adresse der Eintragung, verwertbare Abspeicherung der Protokolldatei),
2. Check-Mail schlank und werbefrei halten, ohne Design-Elemente, nur mit Wiederholung der Einwilligungserklärung,
3. Zeitpunkt und Inhalt der Bestätigungs-Email protokollieren (wie 1.).

Email-Marketing

3. Ausnahme von Einwilligungspflicht innerhalb bestehender Geschäftsbeziehungen (§ 7 Abs. 3 UWG)

- Der Versender hat die Email-Adresse des Empfängers im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten.
- Der Versender verwendet die Adresse zur Direktwerbung für ähnliche Waren oder Dienstleistungen.
Problem: Dürfen auch Zubehör und Ergänzungen zum ursprünglich erworbenen Produkt beworben werden (oder muss Austauschbarkeit d. Waren vorliegen)?
- Der Kunde hat der Verwendung nicht widersprochen.
- Der Kunde wird bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Email-Marketing

4. Inhalt der Werbe-Emails

Trotz Einwilligung des Empfängers bleiben bei der Ausgestaltung des Newsletters auch noch die an seinen Inhalt zu stellenden Anforderungen zu beachten:

- Die Betreffzeile der Email muss den Absender und den kommerziellen Charakter der Nachricht verdeutlichen (§ 6 Abs. 2 TMG).
- Vollständige Impressumsangabe
 - Verlinkung auf die Webseite ausreichend (2-Klick-Regel beachten)
 - Handels- und gesellschaftsrechtliche Pflichtangaben jedoch unmittelbar in die Email integrieren
- Abbestellmöglichkeit einräumen, z.B. durch Link oder Email-Adresse (muss nicht nur vorab, sondern in jede einzelne Werbe-Email aufgenommen werden, § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG)

Beachte: Laufend die Abbestellmöglichkeit technisch sicherzustellen

Email-Marketing

5. „Tell-a-friend“, BGH, 12.09.2013, I ZR 208/12

„Schafft ein Unternehmen auf seiner Website die Möglichkeit für Nutzer, Dritten unverlangt eine Empfehlungs-Email zu schicken, die auf den Internetauftritt des Unternehmens hinweist, ist dies nicht anders zu beurteilen als eine unverlangt versendete Werbe-Email des Unternehmens selbst.“

→ Fehlt es an einer ausdrücklichen Einwilligung, ist die Emailwerbung **unzulässig**

In dem entschiedenen Fall tauchte der Unternehmer als Absender der Email auf. Wenn der „Freund“ selbst als Absender der Email erscheint, und das Unternehmen nur „technische Hilfe“ bei der Versendung eindeutig als privat gekennzeichnete Emails leistet, **kann** nach Auffassung des Kammergerichts Berlin eine unzulässige Werbung des Unternehmens ausscheiden (KG Berlin, 24.01.2014, 5 U 42/12).

⇒ Da es hierzu jedoch bisher noch keine Entscheidung des BGH gibt, ist von „Tell-a-Friend“-Werbung in jeglicher Form abzuraten.

Allgemeine Unnützlichkeiten

Allgemeines:

- Unterlassen Sie Abweichungen von zwingenden rechtlichen Vorschriften, z.B. „*Auch bei neuen Sachen wird die Gewährleistung auf ein Jahr beschränkt*“;
- Keine Werbung mit rechtlichen **Selbstverständlichkeiten**;
- Geben Sie gesetzliche **Rechte** des Verbrauchers nicht **unvollständig** wieder, z.B. eine unvollständige Widerrufsbelehrung oder unvollständige Wiedergabe der Gewährleistungsrechte;
- Überprüfen Sie stets die **korrekte Kennzeichnung** kennzeichnungspflichtiger Textilien.
- Unerlässlich ist eine **korrekte Grundpreisangabe** – diese kann auch bei Erzeugnissen zu machen sein, bei denen man es nicht erwartet, wie Kerzen oder Klebeband

Haben Sie noch Fragen?



Kontakt:

Wolfgang von Burchard

Rechtsanwalt (Syndikusrechtsanwalt)

 Tel.Nr. 089 55118-120

burchard@hv-bayern.de

www.hv-bayern.de