

Rechtsnews März: Preisfehler, E-Mail-Werbung, Markennamen

Was interessiert unsere Leser am meisten? Welche Themen bewegten im März die Gemüter? Dazu gehörten die Fragen nach der Lieferpflicht, wenn im Shop ein falscher Preis dargestellt wurde, wie man die Einwilligung in Newsletter-Werbung nachweisen kann und ob man Markennamen in Google AdWords-Anzeigen nennen darf.

Preisfehler im Shop: Muss der Händler liefern?

Irren ist menschlich, sagt der Volksmund. Aber gilt das auch für Online-Händler? Nein, sagt da der EuGH, auch ein Versehen kann einen Wettbewerbsverstoß darstellen und abgemahnt werden.

Manchmal gibt es von diesem Grundsatz aber auch Ausnahmen, z.B. wenn sich der Händler bei der Angabe des Preises seines Produktes vertan hat. Es ist schnell passiert, dass man bei der Eingabe des Preises mit der Kommastelle verrutscht und dann steht ein Produktpreis von 29,90 Euro statt 2.990 Euro im Shop.

Aber muss der Händler liefern, wenn ein Kunde dann bestellt? Das AG Dortmund (Urt. v. 21.2.2017, 425 C 9322/16) sagte: Nein. Allerdings muss man hier beachten, dass dies immer eine Frage des Einzelfalls ist und man dies keinesfalls pauschal auf alle fehlerhaften Preisangaben übertragen kann.

Denn wichtig ist auch: Der Händler muss seine Vertragserklärung anfechten, damit er überhaupt eine Chance hat, aus der Nummer rauszukommen.

Den Fall und die Gründe des Gerichts können Sie hier noch einmal nachlesen:

Preisfehler im Shop: Muss der Händler liefern?

E-Mail-Werbung: Wie gelingt der Nachweis der Einwilligung?

Wer Newsletter versendet, benötigt hierzu grundsätzlich die Einwilligung Empfängers. Vor Gericht muss der Versender das Vorliegen der Einwilligung nachweisen. Das gelingt grundsätzlich im Double-OptIn-Verfahren. Aber wie kann der Versender nachweisen, dass er die DOI-Mail nicht einfach auf gut Glück versendet hat, sondern dass sich jemand auf der Website eingetragen hat und aus diesem Grund die DOI-Mail rausging?

Mit dieser Frage hatte sich das OLG München (Urt. v. 23.1.2017, 21 U 4747/15) zu beschäftigen und hat dabei wertvolle Tipps gegeben, wie dem Unternehmer der Nachweis gelingen kann.

Alle Hintergründe und die Tipps des Gerichts können Sie hier noch einmal nachlesen:

E-Mail-Werbung: Wie gelingt der Nachweis der Einwilligung?

Markennennung in AdWords-Anzeigen: Auch Konkurrenten können das abmahnen

Die Nennung von fremden Marken in AdWords-Anzeigen kann gefährlich werden, wenn man die notwendigen Markenrechte nicht besitzt. Problematisch ist aber auch das Werben mit einer Marke, obwohl man nur sehr wenige Produkte dieser Marke auf der beworbenen Seite anbietet. Dann liegt zwar keine Markenverletzung vor, aber Mitbewerber können diese Anzeige dann wegen irreführender Werbung abmahnen.

So erging es einem Händler, der mit einer Marke in seinen AdWords-Anzeigen warb, auf der verlinkten Seite befanden sich von 60 Artikeln aber nur 5 der beworbenen Marke.

Da entschied das OLG Frankfurt (Urt. v. 2.2.2017, 6 U 209/16): Das ist irreführend und damit wettbewerbswidrig.

Lesen Sie hier noch einmal alle Hintergründe zu dem Urteil:

Markennennung in AdWords-Anzeigen: Auch Konkurrenten können das abmahnen

Bildnachweis: F. JIMENEZ MECA/shutterstock.com