



Aktuelle Urteile zum Online-Marketing

Was sollte man im Online-Marketing nicht tun?
Urteile der letzten Monate im Überblick.

Dr. Julia Blind, KLEINER Rechtsanwälte, Stuttgart



Sachverhalt

- @ Yasni.de hatte seine Website mit sog. Hidden Text optimiert. In weißer Schrift auf weißem Hintergrund waren verschiedene Begriffskombinationen eingestellt worden, u. a. „Volker B“ mit „SEO“, „ecombase“, „Shopbetreiber“ oder „Forum“
- @ Betreiber von www.ecombase.de beantragte Unterlassungsgebot im Wege einer einstweiligen Verfügung



Entscheidung

- @ Unzulässige gezielte Behinderung gem. § 4 Nr. 10 UWG?
- @ Einflussnahme auf Suchmaschinen zum Abfangen von Kunden (SEO) ist grundsätzlich rechtmäßig
- @ Ausnahmsweise unzulässig bei Vorliegen besonderer Umstände
- @ OLG Hamm: Verwendung von konkreten fremden Namen im Hidden Text, um das eigene Ranking zu verbessern, ist verboten
 - ⇒ „nicht mehr tolerable Suchmaschinenmanipulation“



Sachverhalt - Teil 1

- @ BK betreibt einen Mode-Shopping-Club, bei dem Bestellungen nur von registrierten Mitgliedern vorgenommen werden können
- @ Registriertes Mitglied kann nur werden, wer von einem registrierten Mitglied mit einer vorgefertigten E-Mail-Einladung eingeladen wird oder dessen Bewerbung vom Betreiber akzeptiert wird
- @ In der vom Betreiber vorformulierten Einladung wird der Shopping-Club als „Deutschlands No. 1 Shopping-Club“ bezeichnet und außerdem werden „Preisnachlässe bis zu 70 % bei Mode- und Lifestyleprodukten“ ausgelobt



Sachverhalt - Teil 2

- @ Für jede Einladung, die zu einer Neuregistrierung führt, bekommt der Einladende vom Shopping-Club einen Warengutschein
- @ K erhielt eine solche E-Mail-Einladung, nachdem ein bereits registriertes Mitglied seine E-Mail-Adresse in die Maske des Shopping-Clubs eingetragen hatte
- @ K machte einen Unterlassungsanspruch geltend



Entscheidung

- @ Verstoß gegen das Verbot unverlangter E-Mail-Werbung
 - @ Einladung ist eine Werbe-E-Mail aufgrund Werbeaussagen
 - @ Shopping-Club-Betreiber ist Störer wegen des dem Einladenden in Aussicht gestellten Warengutscheins

Bewertung

- ⇒ Nicht alle Tell-a-friend-Systeme sind per se rechtswidrig, aber
 - @ E-Mail darf nicht werblich gestaltet sein
 - @ System darf nicht durch Gutscheine, Prämien oder Ähnliches incentiviert sein



IT-Brunch

Kontakt

Dr. Julia Blind
Rechtsanwältin
Fachanwältin für Gewerblichen Rechtsschutz

KLEINER Rechtsanwälte
Alexanderstraße 3
70184 Stuttgart

Telefon: (07 11) 601 708-30
Telefax: (07 11) 601 708-88
E-Mail: jblind@kleiner-law.com
www.kleiner-law.com/do-marketing

KLEINER

R E C H T S A N W Ä L T E