



RICKERT.NET

Ausgewählte rechtliche Aspekte des E-Marketing



RICKERT.NET

Übersicht

Ausgewählte rechtliche Implikationen bzgl.

- 1.Content Marketing
- 2.Mobile Marketing
- 3.Nutzung von Onlinemarktplätzen
- 4.Schädigenden Bewertungen



RICKERT.NET

1. Rechtliche Implikationen bei der Durchführung von Content Marketing Maßnahmen



RICKERT.NET

Redaktionelle Inhalte vs. Werbung:

- Ein Angebot soll nicht als Werbung sondern als redaktioneller Inhalt bzw. als nützliche Information wahrgenommen werden, sog. „Branded Content“
- Die geltenden Gesetze wollen jedoch genau das verhindern



RICKERT.NET

Einschlägige Rechtsnormen

- **Def. Schleichwerbung (§ 2 Nr. 8 Rundfunkstaatsvertrag): Darstellung Ware/Dienstleistung; Absichtlich zu Werbezwecken; Irreführung ü. Zweck**
- **§ 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG, gilt für elektronische Informations- und Kommunikationsdienste: „Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.“ (Bußgeld)**
- **§ 4 Nr. 3 UWG: „Unlauter handelt insbesondere, wer den Werbecharakter von geschäftlichen Handlungen verschleiert.“ (Abmahnung)**
- **Anhang (zu § 3 Abs. 3 UWG) Nr. 11: „Unzulässige geschäftliche Handlung im Sinne des § 3 Abs. 3 ist der vom Unternehmer finanzierte Einsatz redaktioneller Inhalte zu Zwecken der Verkaufsförderung, ohne dass sich dieser Zusammenhang aus dem Inhalt oder aus der Art der optischen oder akustischen Darstellung eindeutig ergibt (als Information getarnte Werbung). (Abmahnung)**



RICKERT.NET

Rechtsprechung

→ OLG Köln aus 2013:

Verschleiernd wirbt, wer das äußere Erscheinungsbild der geschäftlichen Handlung so gestaltet, dass der Werbecharakter nicht klar und eindeutig zu erkennen ist. Nutzer werden hierdurch insofern irregeführt, als dass sie redaktionellen Inhalten wesentlich unkritischer gegenüber stehen als Werbeinhalten und sie diesen größere(n) Beachtung und Glauben schenken. Hierin sieht das Gericht eine Beeinträchtigung der Fähigkeit zur informierten Entscheidung.



RICKERT.NET

Anforderung

→BGH:

Es ist eine genaue und unmissverständliche Kennzeichnung von Werbeanzeigen als solche notwendig (so zum Beispiel durch den unmissverständlichen Begriff „Anzeige“). Ein Zusatz wie „sponsored by“ oder ähnliche „Umgebungsbegriffe“ reicht nicht aus.



RICKERT.NET

2. Rechtliche Implikationen beim Mobile Marketing



RICKERT.NET

Begriff des Mobile Marketing

Unter Mobile Marketing werden grundsätzlich solche Marketingmaßnahmen verstanden, die unter Nutzung drahtloser Telekommunikation und mobiler Endgeräte darauf abzielen, Konsumenten zu erreichen und zu einem bestimmten Verhalten zu bewegen.



RICKERT.NET

Werbeanrufe auf Mobiltelefone

- § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG:

Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen bei Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung (Tel. nummer angeben reicht nicht aus) oder gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung (sofern bestehende Geschäftsbeziehung und konkreter Sachbezug zum Geschäftsbetrieb des Angerufenen).
(Bußgeld, Abmahnung)



RICKERT.NET

E-Werbebotschaften (E-Mail, PN, SMS)

- § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG:

Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen bei Werbung unter Verwendung elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt. (Abmahnung)

Ausnahme gemäß § 7 Abs. 3 UWG unter vier Voraussetzungen:

- E-Mail Adresse rechtskonform erhalten („Double Opt In“)
- Adresse wird zur Bewerbung ähnlicher Leistungen genutzt
- Kein Widerspruch des Kunden
- Klarer Hinweis auf jederzeitige Widerrufsmöglichkeit



RICKERT.NET

Trennungs- und Transparenzgebot

□ § 6 Abs. 1 TMG:

- Nr. 1: Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein.
- Nr. 2: Die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag kommerzielle Kommunikationen erfolgen, muss klar identifizierbar sein.
- Nr. 3: Angebote zur Verkaufsförderung wie Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke müssen klar als solche erkennbar sein, und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.
- Nr. 4: Preisausschreiben oder Gewinnspiele mit Werbecharakter müssen klar als solche erkennbar und die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.



RICKERT.NET

3. Nutzung von Online Marktplätzen



Handel über Amazon, Ebay & Co.

Es gelten grds. dieselben Pflichten, die dem Handeltreibenden auch bei einem Handel über den eigenen Webshop obliegen:

- Impressumspflicht, § 5 TMG
- Datenschutzerklärung
- Informationspflichten ggü. Verbrauchern, insbesondere §§ 312 c) ff. BGB, 246 a) BGBEG (lesen!)
- Widerrufsbelehrung: Anlage 1 zu Art. 246 a § 1 Abs. 2 S. 2 BGBEG (zwingendes Muster)
- § 312 j) Abs. 3 BGB: Button „zahlungspflichtig bestellen“
- Sämtliche relevanten Vertragsinformationen (Produktbeschreibung, evtl. Laufzeit, Endpreis nebst Versand- u. Zusatzkosten) müssen oberhalb des „Buttons“ sichtbar sein (§ 312 j Abs. 2 BGB)



RICKERT.NET

4. Schädigende Bewertungen



RICKERT.NET

Bewusst falsche Bewertungen

- ❑ Unterlassungsanspruch (§ 8 UWG; §§ 823 in Verbindung mit 1004 BGB), Schadensersatzanspruch (§ 8 UWG, §§ 823, 824, 826 BGB)

Verstoß gegen folgende Vorschriften:

- § 4 Nr. 3 UWG: Verschleierung des Werbecharakters von geschäftlichen Handlungen.
- § 4 Nr. 7 UWG: Herabsetzung, Verunglimpfung der Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers.
- § 4 Nr. 8 UWG: Behauptung oder Verbreitung unwahrer oder nicht zu beweisender Tatsachen, die den Betrieb eines Unternehmens oder dessen Kredit zu schädigen geeignet sind.
- § 6 UWG: Unlautere vergleichende Werbung
- §§ 823, 824, 826 BGB



Sonstige schädigende Bewertungen

□ Werturteile vs. Tatsachenbehauptungen:

- Werturteile:
wertende Stellungnahmen, die weder wahr noch falsch sein können; rechtlich verfolgbar, sofern reine Beleidigungen (Grenze zur Schmähekritik ist überschritten).
- Tatsachenbehauptungen:
Behauptungen über Tatsachen, die jedenfalls theoretisch bewiesen werden können; rechtlich verfolgbar (siehe Folie 16), sofern zumindest teilweise unwahr.
- Differenzierung zwischen Werturteilen und Tatsachenbehauptungen ist oftmals schwierig, Gerichte tendieren dazu, im Zweifelsfalle das Vorliegen eines Werturteils anzunehmen (Schutz der freien Meinungsäußerung).
- **Problem**: Löschen negativer Bewertungen auf eigenen Seiten (strategisch; Irreführung)



RICKERT.NET

Fragen?

Vielen Dank!



RICKERT.NET


www.rickert.net


RA Patrick Jardin

Rickert Rechtsanwaltsges. mbH

Kaiserplatz 7 – 9

53113 Bonn

 0228 74 898 0

 0228 74 898 66