

Köln, den 23. November 2011

Dieser Newsletter geht an angemeldete Bezieher und Mandaten

Sehr geehrte(r) \$SALUTATION\$ \$NAME\$
das Autorenteam von www.versandhandelsrecht.de hat wieder einmal für die interessante und aktuelle Beiträge zusammengestellt, heute erstmals im neuen Design. Auch unsere Seite www.versandhandelsrecht.de hat seit einiger Zeit eine neue Gestaltung erfahren, aber das haben Sie sicherlich schon bemerkt. Wir hoffen, dass Sie einmal mehr von unserem monatlichen Service-Newsletter profitieren können.

Die wichtigen Themen dieses Newsletters:

Aktuelle Meldungen

OLG Hamm: Mehr als 100 Abmahnungen kein Rechtsmissbrauch
BGH Versandangabe mit innerhalb 24 Stunden b. Google-Anzeige ok
BGH zur Haftung für Affiliates
Nährwerttabelle bei Nuss-Nougat Creme „nutella“ irreführend
OLG Hamm: Unternehmensadresse in Prospekten Pflicht
Google Maps API wird kostenpflichtig
Impressum auch bei Facebook notwendig
ULD nicht Zuständig für die Verhängung von Bußgeldern

Neue Beiträge auf Versandhandelsrecht

Vorsicht bei der Werbung für Lebensmittel
BGH zur Domain-Haftung des Admin-C
Zeitliche Beschränkung, wenn dann konkret

Aktuelle Meldungen

 **OLG Hamm: Mehr als 100 Abmahnungen kein Rechtsmissbrauch**

Eine Zahnärztin hatte die Verwendung von Lichtbildern durch andere Zahnärzte in mehr als 100 Abmahnungen verfolgt. In seiner Berufungsentscheidung vom 07.06.2011 (Az. I-4 U 208/10) hat das OLG Hamm der Klägerin jetzt bestätigt, dass ihr Vorgehen nicht rechtsmissbräuchlich war.

"Der Rechtsinhaber ist berechtigt, mehrere rechtlich selbständige Verletzte, die parallel inhaltsgleiche Verletzungshandlungen vornehmen, gesondert in Anspruch zu nehmen, ohne dass hierin bereits ein rechtsmissbräuchliches Verhalten gesehen werden könnte."

Bei einem Ausschließlichkeitsrecht seien strenge Anforderungen an einen denkbaren Rechtsmissbrauch zu stellen, da der Rechteinhaber ansonsten eben auch sein Recht nicht mehr durchsetzen kann.

(zur Übersicht)

 **BGH Versandangabe mit innerhalb 24 Stunden b. Google-Anzeige ok**

Die Angabe "Original Druckerpatronen innerhalb 24 Stunden" in

Und vergessen Sie nicht:
gleich anmelden unter

www.twitter.com/rolfbecker

www.facebook.com/versandhandelsrecht.de



einer Adwords-Anzeige ist im Hinblick auf die zutreffenden näheren Informationen, auf die die Anzeige verweist, nicht irreführend, wenn die Einschränkungen Lieferung am Folgetag nur bei Bestellung bis 16.45 Uhr, keine Auslieferung am Sonntag sich in dem Rahmen bewegen, mit dem der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Verbraucher ohnehin rechnet.

Damit können in Adwords-Anzeigen komplizierte Sachverhalte durchaus verkürzt wiedergegeben werden, wenn der Leser mit Einschränkungen rechnet und die Angabe erkennbar unvollständig ist.

(zur Übersicht)

BGH zur Haftung für Affiliates

Der BGH hat in seinem Urteil vom 17.08.2011 (Az. I ZR 134/10) eher indirekt zur Haftung des Unternehmers für Affiliates ein weitreichendes Urteil gesprochen. Danach haftet der Unternehmen zumindest dann, wenn er in seiner Sphäre den Anreiz für die Wettbewerbsbeeinträchtigung setzt. Es ging um Abos, die ein Betrüger, der im Namen existierender Personen Zeitschriften orderte, um eine Provision zu kassieren.

Der BGH:

„Die Beklagte hat selbst vorgetragen, dass die streitgegenständlichen Aufforderungsschreiben die Folge eines auf der Vertriebsstufe der "Sub-Affiliates" ihrer Vertriebspartnerin begangenen Betrugs darstellten. Die Täter wurden dadurch zu den begangenen Manipulationen veranlasst, dass für Zeitschriftenabonnements noch vor der Bestätigung des Vertragsschlusses durch den (vermeintlichen) neuen Kunden Provisionen bezahlt wurden. Damit stellt sich die von den beanstandeten Schreiben ausgehende Belästigung der Adressatin als Folge und Realisierung eines in der Sphäre der Beklagten begründeten Risikos dar. Ungeachtet einer Wissenszurechnung nach § 166 Abs. 1 BGB begründet dies die Haftung der Beklagten nach § 8 Abs. 2 UWG für die von ihr unmittelbar oder mittelbar eingesetzten Zeitschriftenwerber.“

(zur Übersicht)

Nährwerttabelle bei Nuss-Nougat Creme „nutella“ irreführend

Das OLG Frankfurt hat mit Urteil vom 20.10.2011 (Az. 6 U 40/11) entschieden, dass eine Nährwerttabelle, auch dann wenn sie den Vorschriften der Nährwertkennzeichnungsverordnung entspricht, aufgrund ihrer konkreten Gestaltung irreführend sein kann.

Die von dem Gericht zu beurteilende Nährwerttabelle war so gestaltet, dass in ihrem oberen Teil Angaben u.a. zu dem Energiegehalt, dem Gehalt an Fetten, Kohlenhydraten und Eiweißen gemacht wurden und anschließend die enthaltenen Vitamine und Mineralstoffe wiedergegeben wurden. In Bezug auf die Angaben zu Energie, Fetten, Kohlenhydraten und Eiweißen war in der rechten Spalte angegeben, wie viel % des entsprechenden Tagesbedarfs mit einer Portion (15 g) des Produkts gedeckt werden kann. Demgegenüber bezog sich die im unteren Teil der Tabelle ebenfalls in der rechten Spalte angegebene Prozentzahl für Vitamine und Mineralstoffe auf eine Menge von 100 g.

Das Gericht führte hierzu aus,

„dass der verständige Durchschnittsverbraucher, der die Tabelle mit situationsadäquater Aufmerksamkeit zur Kenntnis nimmt, die in der jeweils rechten Spalte angegebenen Prozentzahlen für den abgedeckten Tagesbedarf an Nährstoffen einerseits und an Vitaminen und Mineralstoffen andererseits – die für die Nährstoffe eher niedrig und für die Vitamine und Mineralstoffe eher hoch sind – fälschlicherweise auf dieselbe Grundmenge von „nutella“ bezieht.“

Rechtstipps unter
www.versandhandelsrecht.de

Diese Fehlvorstellung führe zu einer relevanten Irreführung, da sie die Kaufentscheidung spürbar beeinflussen könne. Denn ein Lebensmittel, das vermeintlich nur wenige Nährstoffe wie Zucker und Fett, dafür aber viel Vitamine und Mineralstoffe enthält, werde als besonders wertvoll angesehen. Das Gericht verurteilte das Unternehmen dazu, es zu unterlassen, auf dem Produkt „nutella“ die streitgegenständliche Nährstoff- und Vitamintabellen in der konkreten Gestaltung abzudrucken.

[\(zur Übersicht\)](#)

OLG Hamm: Unternehmensadresse in Prospekten Pflicht

Ein Möbelhaus hatte in einem Prospekt geworben mit: "R. Jetzt kaufen – nächstes Jahr zahlen!". Das Problem: Im Prospekt war weder die komplette Firma und Geschäftsanschrift aufgenommen worden. Noch hatte man daran gedacht, die Geschäftsanschrift des in der Werbung in Bezug genommenen Finanzierungspartners anzugeben. Das OLG Hamm (Beschluss vom 13.10.2011 - I-4 W 84/11) sah dies in einem einstweiligen Verfügungsverfahren als wettbewerbswidrig an. In II. Instanz gaben die Richter einem Wettbewerbsverband, der dies per Abmahnung gerügt hatte jetzt Recht. Es handele sich um "wesentliche wettbewerbsrechtliche Informationspflichten". Die Richter ließen es nicht ausreichen, dass die Adresse und die Firma über das Internet oder durch das Aufsuchen des Geschäftslokals hätten gefunden werden können.

Klargestellt ist jetzt auch: Ein Finanzierungspartner muss ebenfalls mit kompletter Firma und Adresse genannt werden.

[\(zur Übersicht\)](#)

Google Maps API wird kostenpflichtig

Wie jetzt bekannt wurde, wird Google ab dem Jahr 2012, den vielfach auf Webseiten genutzten Google Maps API Dienst zumindest teilweise nur noch kostenpflichtig anbieten. Der Dienst wird dazu genutzt, Geoinformationen darzustellen oder eine unmittelbare Routenplanung über die Webseite anzubieten.

War der Service bislang komplett kostenlos, soll dies künftig nur noch bei entsprechend niedrigen Besuchszahlen auf der Webseite der Fall sein. Je höher eine Seite (die die Kartendaten enthält) frequentiert wird, desto höher sind dann auch die Kosten, die für Google fällig werden können. Je nach verwendeter Version des Dienstes, kann die Kostenpflichtigkeit schon bei 2.500 bzw. ansonsten bei 25.000 Seitenaufrufen pro Tag erreicht sein. Je 1.000 Abrufen fallen danach zwischen 4 und 10 US-Dollar für Google an. Sollte es bei diesen Zahlen bleiben, dürften hier auf entsprechend populäre Seiten, ganz erhebliche Mehrkosten zukommen. Ob diese sich den Google-Dienst dann noch leisten wollen, bleibt abzuwarten.

[\(zur Übersicht\)](#)

Impressum auch bei Facebook notwendig

Im Streit zweier Anbieter von Infoportalen hat das LG Aschaffenburg entschieden, dass auch die Auftritte in Facebook mit einem Impressum versehen werden müssen (LG Aschaffenburg, Urteil v. 19.08.2011 - 2 HK O 54/11).

"Auch Nutzer von „Social Media“ wie Facebook-Accounts müssen eine eigene Anbieterkennung vorhalten, wenn diese zu Marketingzwecken benutzt werden und nicht nur eine reine private Nutzung vorliegt (vgl. LG Köln, Urteil vom 28.12.2010, Aktz.: 28 O 402/10; OLG Düsseldorf, Urteil vom 18.12.2007, Aktz.: I-20 U 17/07)." Dies gilt jedenfalls für geschäftliche Auftritte. Dem Gericht reichte es nicht aus, dass man über den Punkt "Info" einen allgemeinen Link zur Webseite vorfinden konnte.

Dem Urteil sind die Details nicht richtig zu entnehmen. Wir meinen, dass ein Impressum unter dem Reiter "Info" ausreicht, da ein Nutzer

bei Facebook vor allem dort nach Anbieterinformationen suchen wird. Allerdings dürfte es dort nicht ausreichen, nur einen allgemeinen Link auf die Webseite vorzusehen.

[\(zur Übersicht\)](#)

ULD nicht Zuständig für die Verhängung von Bußgeldern

Der wissenschaftliche Dienst des Deutschen Bundestages hat eine Ausarbeitung zu der Frage erstellt, ob datenschutzrechtliche Bestimmungen durch Facebook Fanpages und Social-Plugins verletzt werden (siehe Link in der Überschrift). Er führt darin zunächst aus, dass zwar an der datenschutzrechtlichen Zulässigkeit dieser Anwendungen erhebliche rechtliche Zweifel bestünden. Aufgrund der komplexen Rechtslage und der Schwierigkeiten einer zutreffenden Einordnung der technischen Abläufe sei jedoch eine abschließende datenschutzrechtliche Bewertung nicht möglich.

Weiter kommt der Wissenschaftliche Dienst dann aber zu dem Ergebnis, dass das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD), welches wegen Verstößen gegen das Datenschutzrecht mit der Einleitung von Bußgeldverfahren gedroht hatte, hierfür gar nicht zuständig sei. Diese Zuständigkeit zur Verhängung von Bußgeldern liege vielmehr bei dem Landesministerium. Es bleibt nun abzuwarten, ob das ULD seine Ankündigung gleichwohl in die Tat umsetzt und es gegebenenfalls auf eine gerichtliche Klärung der Sache ankommen lässt.

[\(zur Übersicht\)](#)

Neue Beiträge auf Versandhandelsrecht

Vorsicht bei der Werbung für Lebensmittel

Lebensmittel, das sind natürlich essbare Waren, aber auch Getränke. Kaum ein Bereich ist bei der Werbung derartig reglementiert, wie Lebensmittel oder Nahrungsergänzungsmittel. Im aktuellen Beitrag geht es um ein Urteil des LG Rostock vom 22.06.2011 (Az. 5 HK O 18/11), welches sich mit der Werbung für ein Kürbiskern Granulat beschäftigte. [\(mehr\)](#)

[\(zur Übersicht\)](#)

BGH zur Domain-Haftung des Admin-C

Verletzt der Name einer Domain die Kennzeichenrechte eines Dritten, kann dieser den Inhaber auf Unterlassung in Anspruch nehmen. Ist dieser aber nicht oder nicht ohne weiteres greifbar, stellt sich die Frage, ob auch ein Anspruch unmittelbar gegen den sogenannten Admin-C einer Domain bestehen kann, der als Ansprechpartner der Domain beim Registrar eingetragen ist. Dabei war insbesondere unklar, ob dieser auch auf Kostenerstattung in Anspruch genommen werden kann. Dies hat der BGH nun unter engen Voraussetzungen bejaht. [\(mehr\)](#)

[\(zur Übersicht\)](#)

Zeitliche Beschränkung, wenn dann konkret

Mit dem verkaufsfördernden Hinweis "Nur für kurze Zeit" hatte ein Händler seine Werbung für die Käufer als dringlich gekennzeichnet. Reicht das aus? Der BGH hat immerhin entschieden, dass man keine bestimmte Zeiträume bei einem Sonderverkauf angeben muss. Das LG Potsdam (Urteil vom 16.02.2011, AZ.: 52 O 174/10) sah genauer hin und der Händler wurde verurteilt. Lesen Sie mehr in unserem Beitrag. [\(mehr\)](#)

[\(zur Übersicht\)](#)

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Autoren-Team für diesen Newsletter von Versandhandelsrecht.de:

Rechtsanwältin Dr. Selina Karvani
Rechtsanwältin Helena Haupt LL.M.
Rechtsanwalt Andreas Thieme LL.M.
Rechtsanwalt Rolf Becker

WIENKE & BECKER – KÖLN
Sachsenring 6
50677 Köln

**Alle Rechte der Verbreitung und Vervielfältigung der Inhalte bleiben vorbehalten.
Selbstverständlich dürfen Sie als Bezieher den Newsletter an einzelne Interessenten
weiterreichen, oder Beiträge unter www.versandhandelsrecht.de über Twitter oder Facebook
oder Ihren Blog verlinken.**

Impressum:

(auch hier: <http://www.versandhandelsrecht.de/impressum.php>)

Verantwortlich für den Inhalt:

Rechtsanwalt Rolf Becker

WIENKE & BECKER

Sachsenring 6, 50677 Köln

Tel: 0221/3765330

Fax: 0221 / 93 72 999-3

mail@rolfbecker.de

Die Rechtsanwälte von

WIENKE & BECKER - KÖLN erhielten ihre Berufsbezeichnung vom deutschen Staat verliehen.

Die WB-K Umsatzsteueridentnummer lautet:

DE 206275509.

Die wichtigsten Berufsregelungen (Berufsordnung, Fachanwaltsordnung,
Bundesrechtsanwaltsordnung, Rechtsanwaltsvergütungsgesetz, Berufsregeln der Rechtsanwälte der
Europäischen Gemeinschaft) finden Sie auf den Seiten der Bundesrechtsanwaltskammer
<http://www.brak.de/seiten/06.php>

 **RECHTLICHE HINWEISE**

Sie erhalten diesen Info-Newsletter als angemeldeter Bezieher. Wir verstehen dies als Service von
WIENKE & BECKER - KÖLN®.

Selbstverständlich können Sie den Dienst jederzeit wieder abbestellen, ohne dass Ihnen besondere
Kosten entstehen.

[Hier abmelden](#)

Ihre für diesen Dienst angegebene Mailadresse lautet: \$EMAIL\$

Oder senden Sie uns eine E-Mail mit Ihrer E-Mail-Adresse, mit der Sie sich angemeldet haben an

mail@versandhandelsrecht.de

Sie können auch sonstige Fragen einfach an diese E-Mail richten.