

**AUF EINEN BLICK**  
 Eine Internetpräsenz ist heute nicht nur für Elektrohandwerksbetriebe ein Muss. Neben einer professionellen inhaltlichen und grafischen Gestaltung sind beim Online-Marketing auch die rechtlichen Rahmenbedingungen zu beachten. Praxisnahe Hilfestellung gibt unsere Autorin und ein Hotline-Angebot des Branchenportals Voltimum.

# Abmahnfalle Internet

## Sorgloser Umgang mit neuen Medien kann teuer werden

**Hin und wieder liest man in der Zeitung von Anwälten, die gutes Geld damit verdienen, Firmen anzuschwärzen und sie für irgendwelche Vergehen abzumahnern. Kann das jeden treffen? Und worauf muss man achten, um nicht ins Visier dieser »Gesetzeswächter« zu geraten?**

**F**ast jeder Betrieb hat heute eine eigene Website – und die Korrespondenz wird meistens auch ganz unbürokratisch per Mail erledigt. Leider führt die Einfachheit der Kommunikation über das Internet zu einem sehr sorglosen Umgang. Und der kann richtig teuer werden.

### Informationspflichten bei E-Mails

Wer in E-Mails auf ausführliche Absenderangaben verzichtet, kann zur Kasse gebeten werden. Dies gilt insbesondere für im Handelsregister eingetragene Firmen, die in Mails wie auf jedem Geschäftsbrief den Sitz, das Registergericht, HR-Nummer, Vorstand, Aufsichtsrat und Geschäftsführer nennen müssen.

Ist die Signatur mit diesen Daten nicht vollständig, kann ein Mitbewerber dies als Wettbewerbsvorteil auslegen und abmahnen. *»Ob dies wirklich ein Vorteil ist, ist fraglich.«* erklärt *Michaela Dötsch*, Fachanwältin für IT-Recht, die täglich mit Abmahnungen zu tun hat. Fakt ist aber, dass in solchen Fällen der Abgemahnte in jedem Fall das Honorar des Anwalts tragen muss, der die Abmahnung ausgesprochen hat – und das liegt hier schnell bei 1000 Euro. Neben dieser Zahlung muss man eine Unterlassungserklärung unterschreiben. Diese ist dann 30 Jahre gültig und beinhaltet eine Vertragsstrafe bei erneutem Verstoß, die mindestens 5000 Euro beträgt. Sollte also irgendein Angestellter 25 Jahre später eine E-Mail mit unvollständiger Signatur absenden, kann sofort die Vertragsstrafe eingefordert werden – und diese erhält der Mitbewerber, der damals die Abmahnung initiiert hat.

### Vorsicht bei Werbemails

Auch der Versand von E-Mails mit Werbemails ist abmahnfähig. Gene-

rell darf man Werbemails nur Empfängern schicken, zu denen eine aktive Geschäftsbeziehung besteht – alle anderen Mails gelten als Spam und sind unzulässig.

Das gilt nicht nur für Massenmails, sondern auch für einzelne, personalisierte Nachrichten – man sollte also keinesfalls irgendwelche Mailadressen kaufen oder sich selbst aus dem Branchenbuch heraus suchen. Wer vor zehn Jahren einmal etwas gekauft hat, würde vor Gericht vermutlich nicht mehr als aktiver Kunde gesehen – wer per E-Mail vor einigen Wochen Informationen angefordert hat, könnte dagegen als aktiver Kunde eingeschätzt werden.

Die Grenzen sind hier schwimmend und im Zweifel muss der Absender die aktive Geschäftsbeziehung nachweisen. Es empfiehlt sich also, stets jeglichen Schriftverkehr zu archivieren.

*»Zu diesem Thema gibt es keine klar formulierten Gesetze. Alles ist im Fluss und die Gerichte entscheiden mit ihrer Rechtsprechung, was erlaubt ist und was nicht.«* erklärt *Michaela Dötsch*. Nach derzeit geltender Rechtsprechung muss der Empfänger sich gleich doppelt bereit erklären, E-Mails mit Werbemails zu akzeptieren – beispielsweise durch ein Kreuz auf dem Kontaktformular und durch eine zusätzliche Mail, in der er nochmals gefragt wird, ob er wirklich Werbemails bekommen möchte. Erst, wenn er dies zum zweiten Mal bejaht hat (»double-opt-in-Verfahren«) ist der Absender auf der sicheren Seite.

Kleiner Trost: Eine Abmahnung wegen Spam zieht nicht so hohe Kosten nach sich. Die Anwaltshonorare sind deutlich niedriger – allerdings kommt es



auch hier wieder zu einer Unterlassungserklärung, die dann teurer ausfallen kann.

### Achtung Urheberrecht

Jeder, der eine Internetseite unterhält, läuft Gefahr, gegen das Urheberrecht zu verstoßen. Denn jedes Foto und jeder Text wurde von irgendwelchen Urhebern erstellt, die ein Recht daran haben, für ihre Leistung bezahlt zu werden. So besteht bei der Verwendung fremden Materials immer das Risiko, Urheberrechte zu verletzen. Und dann wird abgemahnt, was immense Kosten nach sich ziehen kann. Denn neben der Abmahngebühr und der Unterlassungserklärung fällt hier auch noch Schadensersatz an. Dieser entspricht den Lizenzkosten, die während der Nutzungsdauer normalerweise entstanden wären – und darauf kommt ein Aufschlag in Höhe von 100 % wegen der unerlaubten Verwendung.

*»Derzeit gibt es eine richtige Abmahnwelle, was Stadtpläne betrifft.«* erzählt *Michaela Dötsch*. Ist die Seite seit schon seit einigen Jahren im Netz, kommen hier richtig hohe Kosten zusammen. *»Besser ist es, selbst einen kleinen Plan zu zeichnen«*, so der Tipp der Anwältin.

Besondere Vorsicht ist auch bei Logos oder eingetragenen Warenzeichen geboten – hier kann die Verwendung gleichzeitig auch noch gegen das Markenrecht verstoßen.

Gleiches gilt darüber hinaus für Domainnamen, die bewusst an Firmennamen, Städtenamen oder Prominente angelehnt wurden. Auch dies ist nicht zulässig und kann zu einem rechtlichen Konflikt führen, wenn die Namensgeber ihr Urheberrecht geltend machen wollen.

## Fremde Fotos – teurer Spaß

Fotos auf Webseiten sind ein ganz spezielles Thema. Wer weiß schon nach einigen Jahren noch, woher sie stammen? Oft haben in den Anfangszeiten des Webs Bekannte als Freundschaftsdienst die erste Internetseite gestaltet. Niemand weiß, wo die Fotos damals herkamen, die heute vielleicht immer noch auf der Seite zu finden sind. Wurden sie einfach von anderen Seiten kopiert, können sie eine tickende Zeitbombe darstellen.

Und selbst, wenn man eine Agentur eingeschaltet hat, kann einiges schief laufen. Denn oft wurde nicht dokumentiert, wer das Foto tatsächlich eingebracht hat und im Zweifel ist der Betreiber der Seite haftbar. Es sollte also, auch wenn man eine Website von Profis erstellen lässt, genau festgehalten werden, wer welches Bild und welchen Text beisteuert.

»Ich rate jedem Betrieb dringend, die eigene Website so schnell wie möglich genau unter die Lupe zu nehmen. Jedes Foto unbekannter Herkunft sollte sofort verschwinden!«, so Michaela Dötsch. Handwerksbetriebe, die häufig auf ihrer Website Fotos oder Produktdaten von Herstellern verwenden, sollten auch hier so schnell wie möglich schriftlich die Erlaubnis dazu einholen. Nur dann geht man wirklich auf Nummer sicher.

Der einfachste Weg, Produktinformationen einzubinden, sind Links. Die sind immer erlaubt, kosten keine Lizenzgebühr und man muss sich dann auch nicht um eine Aktualisierung von

Daten kümmern. Wichtig ist aber, dass man mit dem Link vollständig auf der anderen Website landet – erscheint sie nur in einem Frame auf der eigenen Seite, kann dies wieder als Verstoß gegen das Urheberrecht betrachtet werden.

## AGB niemals kopieren

Eine typische Falle, in die kleinere Betriebe schnell tappen, ist das Kopieren von AGB aus dem Internet. Dies birgt gleich zwei Risiken. Zum einen verstößt man auch hier wieder gegen das Urheberrecht – zum anderen kann der Inhalt aber auch sehr gefährlich sein. Denn viele AGB sind nicht korrekt formuliert, setzen manchmal unerlaubt gesetzliche Regelungen außer Kraft, was wieder ein Wettbewerbsvorteil sein kann – und das wäre dann erneut abmahnfähig. »Wer wirklich AGB braucht, weil die gesetzlichen Vorschriften für seine Geschäfte nicht ausreichen, sollte immer den Service der Handwerks- oder Handelskammern nutzen oder sie zusammen mit einem Anwalt formulieren – aber niemals blind von Mitbewerbern kopieren!« rät Michaela Dötsch.

## Besondere Vorsicht im Shop

Betreiber von Shops für Endkunden laufen besonders Gefahr, gegen gesetzliche Vorschriften zu verstoßen. Denn Endverbraucher werden besonders geschützt, während man bei Firmenkunden davon ausgeht, dass sie bestimmte Dinge wissen. So muss bei-

spielsweise bei jedem Produkt der Bruttopreis inklusive der Mehrwertsteuer ausgewiesen werden. Außerdem müssen die Versandkosten deutlich werden – ein Verstecken im Kleingedruckten reicht hier nicht aus. Verzichtet man darauf, ist dies wieder ein Wettbewerbsvorteil und damit ein Grund zu Abmahnung.

Übrigens: Wer no-name-Produkte mit dem Hinweis auf Markenware vertreibt (»wie Produkt xy«), kommt – wenn es sich um Plagiate handelt – möglicherweise neben der unerlaubten Nutzung einer geschützten Marke auch noch in den Bereich der Produktpiraterie. Hier wird nicht nur der Fälscher zur Rechenschaft gezogen – auch der Händler macht sich strafbar.

## Impressum

Bestimmte Angaben muss jede Internetseite enthalten – allerdings sind das nicht seitenlange Ergüsse, sondern nur wenige Fakten. So muss eine Person als verantwortlich für die Inhalte der Seite namentlich genannt werden. Außerdem sind dort Name, Anschrift und die Rechtsform des Unternehmens zu nennen. Die Steuernummer muss hingegen im Impressum nicht stehen – es sei denn, man verfügt über eine Umsatzsteuer ID – diese muss genannt werden.

Das ausdrückliche Distanzieren von Links wird heute vor Gericht nicht mehr als so wichtig angesehen. »Hier kann man auch bei der Formulierung nichts falsch machen.« so Michaela Dötsch.

## Klare Regeln im Betrieb

»Gerade kleinere Betriebe, in denen das Internet nebenbei gepflegt wird, laufen Gefahr, in eine dieser Abmahnfallen zu tappen«, so die Erfahrung von Anwältin Dötsch. Darum ist es unbedingt erforderlich für jeden Geschäftsinhaber, Richtlinien für die Nutzung des Webs zu formulieren. Dazu gehört auch das Erstellen einer kompletten Signatur, ohne die keine Mail das Haus verlassen darf.

Auch die private Nutzung sollte generell verboten werden, denn sobald ein Mitarbeiter private Mails schickt, gilt für sein Account das Briefgeheimnis. Der Chef darf dann nicht mehr die Mails zugreifen – auch wenn dort bei Krankheit wichtige Geschäftspost unerledigt bleibt.

Sonja Pfaff,  
freie Journalistin

## MEHR INFOS

### Weiterführende Artikel

- Mehr Geschäft mit Googles Hilfe, »de« 9/2009, S. 80
- Neukunden auf einen Klick, »de« 22/2009, S. 82

### Links

Eine Checkliste mit zehn Tipps für erfolgreiches Suchmaschinen-Marketing steht zum Download bereit.

[www.voltimum.de/  
online-marketing](http://www.voltimum.de/online-marketing)



Sigrid Fischer, Online-Marketing Expertin bei Voltimum, beantwortet Ihre Fragen zum Thema »Internetrecht«. Telefon: (06221) 58987-0  
[www.voltimum.de/  
online-marketing-experte](http://www.voltimum.de/online-marketing-experte)