von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Abmahnung bei eBay, Amazon und Online-Shops - Auflistung gängiger Abmahngründe (Update: 1000 Abmahngründe!)

Abmahnungen bei eBay, Amazon und Online-Shops: Die IT-Recht-Kanzlei veröffentlicht nachfolgend eine Liste, die 1000 gängige Abmahngründe auflistet. Diese Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und sagt nichts darüber aus, ob die genannten Abmahngründe tatsächlich wettbewerbsrechtlich relevant sind. Eines wird jedoch deutlich: Nahezu unüberschaubar sind die Rechtsvorschriften geworden, die beachtet werden müssen - beinahe endlos scheinen die Informations- und Hinweispflichten der Händler zu sein.

I. Vorab: Wer mahnt zurzeit ab?

Die IT-Recht Kanzlei hat zur Information ihrer Leser eine Auswahl derjenigen Gegner zusammengestellt , deren Abmahnungen in den vergangenen Jahren Gegenstand unserer Beratungen waren. Die Aufzählung kann selbstverständlich keine Auskunft darüber geben, ob die von uns geprüfte(n) Abmahnung(en) des jeweiligen Gegners berechtigt war(en) oder nicht. Dies ist stets eine Frage des konkreten Einzelfalls.

II. Und...: Was tun bei Erhalt einer Abmahnung?

Sie wurden abgemahnt? Informieren Sie sich und lesen Sie den folgenden Beitrag der IT-Recht Kanzlei: "Abmahnung erhalten? Beachten Sie die Checkliste der IT-Recht Kanzlei!"

III. Nun, wie verkauft man eigentlich rechtssicher Waren über das Internet?

Lassen Sie sich anwaltlich beraten: Die Münchener IT-Recht Kanzlei bietet Unternehmen Schutzpakete an, die ein rechtssicheres Vertreiben von Waren und Dienstleistungen ermöglichen. Dabei übernimmt die IT-Recht Kanzlei die individuelle anwaltliche Überprüfung gewerblicher Internetpräsenzen (z.B. eigene Online-Shops, Präsenzen auf diversen Portalen wie etwa eBay, Amazon, Yatego, Booklooker, Amprice, Hood, etc.), die weit über die bloße Bereitstellung rechtlicher Standardtexte hinausgeht. Selbstverständlich haftet die IT-Recht Kanzlei, wie andere Rechtsanwaltskanzleien dabei auch für ihre Beratungsleistung, anders als dies regelmäßig bei Anbietern von so genannten Gütesiegeln der Fall ist.

IV. Aber jetzt: Die Auflistung der gängigsten Abmahngründe bei eBay, Amazon und Online-Shops

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Vorab Lesetipp: Muss man als Online-Händer AGB einsetzen?

Allgemeines

- Keine AGB veröffentlicht
- AGB werden im WAP-Dienst bei eBay nicht angezeigt
- AGB werden dem Kunden nicht auch in Textforum übermittelt

Form der AGB

- AGB in zu kleinem Scrollkasten

Falsche Angaben

- Falscher Erfüllungsort angegeben
- Falscher Gerichtsstand angegeben

Regelungen/Klauseln zum Vertragsschluss und zu Nebenabreden

- Vertragsschluss wird nicht geregelt
- Vertragsschluss bei eBay: eigene AGB regeln entgegen eBay-AGB, dass Vertrag erst mit Annahme durch Versteigernden zustande kommt
- Verwendung der Klausel, dass Nebenabreden nur wirksam sind, wenn sie schriftlich erfolgen
- Klausel „alle Angebote sind freibleibend“ bei eBay
- Klausel „alle Angebote sind – auch bzgl. der Preisangaben – freibleibend und unverbindlich“ bei online-shop
- Kunde wird nicht über die einzelnen Schritte informiert, die zu einem Vertragsabschluss führen, § 3 Nr. 1 BGB-InfoV.
- Kunde wird nicht informiert, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss gespeichert wird und ob er dem Kunden zugänglich ist (vgl. hierzu LG Hamburg, Beschluss vom 14.04.2010, Az. 12 O 17/10 KfH
- AGB-Klausel regelt Vertragsannahme erst nach geleisteter Vorkasse

Regelungen/Klauseln zur Gewährleistung und zum Schadensersatz/zur Haftung

- Gewährleistung wird komplett ausgeschlossen
- Begrenzung der Gewährleistung auf ein Jahr bei gebrauchter Ware
- Gewährleistung wird von Kaufbeleg abhängig gemacht
- Verkäufer behält sich Wahl der Gewährleistungsart vor
- Ausschluss des Schadensersatzes
- Pauschalierter Schadensersatz (auch in verdeckter Form, beispielsweise „Spaßbieterklausel“ bei eBay, etwa „Spaßbietern werden 15% des Kaufpreises als Bearbeitungsgebühr in Rechnung gestellt“)
- Ausschluss der Haftung für subjektive Unmöglichkeit
- Beschränkung der Haftung auf den Kaufpreis
- Verwendung unzulässiger Haftungsbeschränkungen
- Vorschreiben einer Rügepflicht des Verbrauchers gegenüber dem Hersteller
- Fehlende Erläuterung des Begriffs der "vertragswesentlichen Pflichten"
- Vertragliches Rücktrittsrecht des Käufers im Falle des Leistungsverzuges nur, wenn der Käufer erfolglos eine Nachfrist gesetzt hat.
- Ausschluss der Haftung des Verkäufers im Falle eines Datenverlustes
- Verjährungsbeginn muss durch Vorlage einer Rechnung nachgewiesen werden.
- Gesetzliche Gewährleistungsansprüche erlöschen bei Veränderung der Sache.
- Gewährleistungsrechte erlöschen, wenn Käufer Markierungen, Aufklebet etc. entfernt
- Gewährleistungsrechte erlöschen schon bei unerheblichen Mangel
- Entgegen § 438 I Nr. 2 BGB wird bei Produkten, die entsprechend ihrer üblichen Verwendungsweise für ein Bauwerk verwendet worden sind, nur eine Verjährungsfrist von 2 Jahren (anstatt von 5 Jahren) eingeräumt.

Hinweis: Online-Händler müssen übrigens nicht über gesetzliche Gewährleistungsbestimmungen informieren!

Regelungen/Klauseln zu Versand/Lieferung, Preise und Versandkosten

- Verbraucher wird Gefahr des zufälligen Untergangs nach Übergabe an Transportperson auferlegt
- Regelung, dass Verbraucher Ware versichern soll
- Vorschreiben einer unverzüglichen Anzeigepflicht bei Transportschäden
- Rügepflicht bei ofensichtlichen Mängeln bei Verbrauchsgüterkauf
- Angabe unverbindlicher oder nicht hinreichend bestimmter Lieferfristen
- Selbstbelieferungsvorbehalt bei online-shop/eBay
- Regelung, dass Verbraucher Versandkosten erfragen muss
- Regelung, dass Käufer Kosten der Auslandsrücksendung bei mangelhafter Ware tragen muss

- Keine Angaben von Versandkosten bei Auslandsversand (auch keine Berechnungsmethode veröffentlicht)

- Im Falle der Selbstabholung wird Kunden pauschal das Widerrufsrecht versagt (da angeblich kein Fernabsatz)
- Rücktritt des Verkäufers für den Fall, dass die Zustellung der Ware trotz einmaligem Auslieferungsversuch scheitert.
- Klausel, die dem Kunden bei Nichtantritt der Reise die vollständige Zahlung des Reisepreises ohne Hinweis auf die Möglichkeit der Darlegung eines geringeren Schadens auferlegt.
- Sog. in Widerrufsbelehrung geregelte „40 Euro- Klausel“ nach § 357 II 3 BGB findet keine Entsprechung in AGB.
- Regelung von kurzfristigen möglichen Preiserhöhungen (Erhöhung des Entgeltes für Waren bleibt vorbehalten)
- Zahlungsmöglichkeit per Rechnung wird angeboten. Tatsächlich aber im Rahmen der Bestellabwicklung keine Zahlung per Rechnung möglich.
- Kunde erhält Sonderpreis bei „sofortiger“ Begleichung der Rechnung

Regelungen/Klauseln zu Aliud- und Teillieferungen

- Verwendung von Änderungsvorbehalten
- Klausel „Änderungen der Abbildungen, Beschreibungen etc. sind unverbindlich“ bei eBay
- Klausel „Änderungen in Form, Farbe, Gewicht sowie technischen Details bleiben im Rahmen des Zumutbaren vorbehalten“
- Vorbehalt von Teillieferungen
- Vorbehalt von Teillieferungen, ohne ein Zumutbarkeitskriterium zu benennen.

Sonstige Regelungen/Klauseln

- Verwendung eines erweiterten Eigentumsvorbehalts
- Zulassung der Aufrechnung nur mit anerkannten oder rechtskräftig festgestellten Gegenforderungen
- Verwendung der Salvatorischen Klausel
- Klausel „Wenn Kunde nicht zahlt, verfügt Händler bzgl. Ware anderweitig“
- Festsetzung eines pauschalen Wertersatzes in Höhe von 100% im Falle des Widerrufs (etwa bei Fernabsatzverträgen)
- Bei eBay: Formulierung, dass Preise und Anzeigen freibleibend seien.
- Verbraucher wird nicht über die für den Vertragsabschluss zur Verfügung stehenden Sprachen informiert.
- Die Formulierung: "Der Käufer hat die bei der Einfuhr entstehenden Zölle zu tragen und uns von jeder Inanspruchnahme freizustellen."

- Ein dem Käufer zustehendes Zurückbehaltsrecht wird ausgeschlossen oder beschränkt, soweit es auf demselben Vertragsverhältnis beruht.
- "Lieferung frei Bordsteinkante" ohne vorherige Vereinbarung
- Unzulässige Abtretungsklausel in B2C-AGB
- Vorbehalt der kurzfristigen Änderung des Prämienkatalogs für Kundenbindungsprogramm
- Vorbehalt der einseitigen Änderung von Abflugzeiten in Reisebedingungen
- Preiserhöhungsvorbehalt in den AGB einer Fluggesellschaft
- Forderung einer Anzahlung für eine Reise i. H. v. 40 % des Preises

Hinweis: Unwirksame (weil rechtswidrige) AGB sind in aller Regel abmahnfähig ! (Auswirkungen der UGP-Richtlinie)

Amazon-Plattform (Amazon-typische Stolperfallen beim Verkauf von Waren)

- Amazon-Kunden wird nur eine Widerrufsfrist von 14 Tagen eingeräumt.
- Händler haftet für Wettbewerbsverstöße eines Affiliates von Amazon.
- Amazon-Händler hängt sich an Artikel von Wettbewerbern ran und nutzt deren Bilder und Beschreibungen.
- Amazon-Händler nutzt EAN (bzw. GTIN bzw. ASIN) seiner Wettbewerber.
- AGB sind bei Amazon nicht wirksam vereinbar.
- Funktion „Stellen Sie Ihre eigenen Bilder ein“ auf Amazon stellt Haftungsfalle dar

Apothekenbetriebsverordnung

- Verkauf von „Gesundheitsreisen“ (= gewerbliche Angebote ohne Bezug zu den gesetzlich zugewiesenen Aufgaben des Apothekers) in der Apotheke

Arzneimittelgesetz/Arzneimittelpreisverordnung

- Rabatt in Form von Einkaufsgutscheinen für Arzneimittel
- Verkauf von Nikotin-Liquids für E-Zigaretten
- Ausgabe von auf einen bestimmten Geldbetrag lautenden Einkaufsgutschein bei Abgabe verschreibungspflichtiger Arzneimittel ("Bonus-Taler").
- Ausgabe so genannter "Family-Taler" für den Erwerb von verschreibungspflichtigen, preisgebundenen Arzneimitteln bei geltwertem Prämiensystem
- Einsendung eines Rezepts über verschreibungspflichtige Arzneimitel wird ein Rezeptbonus gewährt , der bei der nächsten Bestellung freiverkäuflicher Apothekenartikel mit dem Kaufpreis verrecht wird.
- Einkaufsgutschein im Wert von 5 € für jedes im Wege des Versandes eingelöste Rezept für verschreibungspflichtige Arzneimittel ("UNSER DANKESCHÖN FÜR SIE").

- Den gesetzlich Krankenversicherten wird die Zahlung der Rezeptgebühr bei der Abgabe verschreibungspflichtiger Arzneimittel erspart.
- Arzneimittelwerbung in AdWord-Anzeigen enthält nicht notwendige Pflichtangaben
- Versand apothekenpflichtiger Medikament
- Versand von Defekturarzneimitteln

Batteriegesetz / EU-Verordnung 1103/2010

- Fehlender Hinweis auf Vorgaben der Batterierichtlinie und Möglichkeit zur unentgeltlichen Rückgabe von Batterien
- Nicht vorgenommene Anzeige beim Umweltbundesamt
- Bestimmte Batterietypen sind hinsichtlich ihrer Kapazität nicht oder nicht ausreichend gekennzeichnet.

Bedarfsgegenständeverordnung

- Textilien mit einem Massengehalt von mehr als 0,15 vom Hundert an freiem Formaldehyd werden nicht im Sinne der Bedarsfgegenständeverordnung gekennzeichnet.
- Textilien enthalten unzulässige Azofarben
- Kordeln und Schnüre befinden sich im Kapuzen- und Halsbereich von Kleidungsstücken für Kinder.
- Zu viel Nickel ist in Knöpfen von Textilien vorhanden.

Betäubungsmittelgesetz

- Verkauf von Hanf-Duftkissen mit Füllung aus "100 % Hanfblüten"

Buchpreisbindungsgesetz

Vorab : Die IT-Recht Kanzlei geht hier auf das große DO und DON'T zum Marketing im Buchhandel ein.

- Preisgebundene Bücher "unter Wert" verkauft
- Gutscheine, welche die Preisbindung umgehen
- Besondere Hervorhebung des Preises
- (Zu wertvolle) Zugaben beim Verkauf von preisgebundenen Büchern
- Preisgebundene Bücher werden als Mängelexemplare verkauft, obwohl objektiv nicht der Fall
- Bonusprogramme beim Verkauf von Büchern
- Bonusprogramme beim Verkauf von Büchern auf Anderes
- Bonuspunkte für Anderes auf Bücher
- Remittenten werden irrtümlich als Mängelexemplare eingestuft
- Startguthaben bei Verkauf von Büchern

- Erscheinungsdatum eines Buches wird falsch angesetzt
- Rabatt in Form von Gutscheinen zulässig, wenn der Rabatt sich auf preisbindungsfreie Ware bezieht
- Für Trade-im Geschäfte werden Bücher mit Bonus-Gutscheinen vergeben.
- Bei einem Kaufwert ab 20 Euro kann Kunde einen Gutschein in Höhe von 5 Euro einlösen, desssen Gegenwert von einem Dritten beglichen wurde.
- Preisnachlass durch Gutscheinaktion für Bücher

"Buttonlösung"

Vorab: Die IT-Recht Kanzlei hat hier ausführlich die Buttonlösung besprochen.

Auf Bestellübersichtsseite wird nicht (oder nicht ausreichend) informiert bezüglich

- der wesentlichen Merkmale der Waren
- Mindestlaufzeiten der Verträge
- des Gesamtpreises, einschließlich aller damit verbundenen Preisbestandteile und der Steuern
- Versandkosten und sonstige Zusatzkosten

CE-Kennzeichem

Pyrotechnische Gegenstände werden vertrieben, ohne dass sie mit einem CE-Kennzeichen versehen sind.

Chemikaliengesetz / Chemieverbotsverordnung

Vorab: Informationen zu den gesetzlichen Vorgaben der Online-Werbung und Kennzeichnung von Chemikalien sind hier abgelegt.

- Verstoß gegen die Kennzeichnungspflichten des Chemikaliengesetzes (z.B. Angabe der den Stoff betreffenden Gefährlichkeitsmerkmale)
- Unzulässiger Handel mit bestimmten wasserstoffperoxidhaltigen Produkten
- Kein Warnhinweis beim Verkauf von Biozidprodukten
- Stoffe oder Gemische, die in den Verkehr gebracht werden, werden nicht nach bestimmten gesetzlichen Vorgaben eingestuft.
- In den Verkehr gebrachten Stoffe oder Gemische werden nicht nach bestimmten gesetzlichen Vorgaben a) gekennzeichnet und b) verpackt.
- Holzprodukte weisen zu hohe Formaldehyd-Werte auf.
- Zu hoher Formaldehydgehalt in der Spanplatten-Unterkonstruktion eines Kratzbaums

ChemVOCFarbV

- Farben werden angeboten, deren Gehalt an flüchtigen organischen Verbdingungen die gemäß ChemVOCFarbV festgelegten Höchstrenzen überschreiten. (VOC-Gehalt liegt über den gemäß ChemVOCFarbV zulässigen Höchstwerten.)

Datenschutz

- In der Datenschutzerklärung wird nicht ausreichend über die Verwendung von Social Plugins von Facebook („Gefällt mir- bzw. Like- Button“ oder „Facebook Kommentar“-Funktion) informiert.
- Verstoß gegen das Datenschutzrecht durch Verwendung des "Gefällt-mir Button"
- Einsatz von Analyseprogrammen wie etwa Google-Analytics ohne eine entsprechend gefasste Datenschutzerklärung. (Die IT-Recht Kanzlei rät übrigens derzeit vom Einsatz v. Google-Analytics ab.)
- An Geschäftskunden E-Mails-Werbung zu versenden, ohne gleichzeitig darauf hinzuweisen, dass der Geschäftskunde der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen (LG Bonn, Az. 11 O 56/09, Urteil vom 08.09.2009)
- Unverlangt zugesandte Email-Newsletter
- Newsletterbestätigung im "Double-opt-in"-Verfahren = unzulässige Werbung (Spam)
- Kunde, der Bestellung vorzeitig abbricht, bekommt Werbemail zugeschickt.
- Einsatz eines Online-Anfrageformulars, ohne Interessenten i.S.d. § 13 I TMG zu unterrichten (vgl. LG Hamburg, Az. 312 I 729/10, Beschluss vom 22.12.2010).
- Vorab aktiviertes Einwilligungsfeld bei Newsletter-Registrierung (vgl. OLG Thüringen, Urt. v. 21.04.2010 - 2 U 88/10)
- Einwilligung des Kunden in Zusendung von Werbung wird durch AGB fingiert [% Urteil id="5381" text="(OLG Hamm (17.02.2011, Az. I-4 U 174/10)" %].
- Unzulässige Datenerhebung bei minderjährigen Verbrauchern
- Folgende Klausel wurden abgemahnt:

> *1. "Erlaubnis zur E-Mail Werbung: Ich möchte regelmäßig interessante Angebote per E-Mail erhalten. Meine E-Mail Adresse wird nicht an andere Unternehmen weitergegeben. Diese Einwilligung zur Nutzung meiner E-Mail Adresse für Werbezwecke kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen, indem ich den Link "Abmelden" am Ende des Newsletters anklicke."*

> *2. "Als Neukunde bei Ihrer ersten Bestellung werden Sie automatisch in unsere Newsletterdatenbank eingetragen (lediglich Ihre eMailadresse)."*

Eichgesetz

- Frischkäsesorten werden in den Verkehr gebracht, deren Verpackungen gegen das Eichgesetz verstößt.

Einheitenverordnung

- Alleinige Verwendung von Zoll als Maßangabe bei Computerbildschirmen

Elektrogesetz

Vorab : Die IT-Recht Kanzlei hat hier die wichtigsten Fragen zum ElektroG beantwortet.

- Vertreiben nicht registrierter aber registrierungspflichtiger Waren als Hersteller iSd. ElektroG
- Elektrogerät fälschlicherweise als nicht registrierungspflichtiges Bauteil eingestuft
- ElektroG wird unter der Markenbezeichnung "Keine Marke" registriert
- Inverkehrgebrachte Beleuchtungskörper (LED) wurden nicht registriert.
- Verkauf nicht registrierter Luxusuhren
- In Verkehr gebrachte Elektrogeräte sind nicht ausreichend gekennzeichnet (vgl. § 7 ElektroG)
- Markenregistrierungspflicht verletzt
- Elektrogeräte in Verkehr gebracht ohne Kennzeichnung (i.S.d. § 7 ElektroG)
- Verkauf nicht registrierter (universal einsetzbarer) Netz- und Ladeteile
- Chipkarten werden nicht registriert
- Die bloße Bewerbung nicht registrierter Elektrogeräte.
- Fehlende Kennzeichnung von Elektrogeräten mit durchgestrichener Abfalltonne

Energieverbrauchskennzeichnungsgesetz, Energiekennzeichnungsverordnung

Vorab : Wie kennzeichnet man Weisse Ware richtig? Informieren Sie sich hier!

- Nicht (oder falsches) Kennzeichnen von kennzeichnungspflichtigen Geräten nach der EnVKV (z.B. Haushaltskühlgeräte , Geschirrspüler, Elektrobacköfen , Klimageräte , Lichtquellen , Wasch-Trockenautomaten , Waschmaschinen ...)
- Unzureichende Angaben bei Weinkühlschränken
- Energieetikettierung für Haushaltslampen fehlt
- Keine Angaben zu Geräuschemissionen

- Angaben zur Schleuderwirkungsklasse ohne Informationen zur Skala (innerhalb welche die Klasse rangiert) zu veröffentlichen.
- Bei Bewerbung einer Waschmaschine wird eine nicht existierende "Schleuderklasse" angegeben.
- Eine Waschmaschinen wird wie folgt gekennzeichnet: „Energie-Effizienzklasse A Plus"
- Eine Waschmaschine wird wie folgt beworben:„Energieverbrauch 10 % sparsamer als bei Energieeffizienzklasse A.
- Kühlgeräte der Energieeffizienzklasse „A+" werden mit der Formel „sehr sparsam im Verbrauch" oder ähnlichen Angaben beworben.
- Hinweispflichten fehlen bei Haushaltsgeräte, die in ausgestellte Küchen eingebaut werden
- Bei Kennzeichnung von Weißer Ware ist die vorgegebene Reihenfolge nicht eingehalten
- Haushaltslampen nicht ausreichend gekennzeichnet
- Effizienzklassen in der Werbung: Wenn „Klasse A" nur der dritte Platz ist
- Keine Angaben zum Energieverbrauch und zur Energieeffizienz bei auf Messen beworbenen Haushaltsgeräten
- Reifen werden nicht ordnungsgemäß gekennzeichnet (dabei geht es um die Darstellung der Energieeffizienzklaase sowie der Rollgeräuschklasse)
- Keine Kennzeichnung von LED-Lampen
- Keine Angabe der Energieeffizienzklasse von Elektro-Großgeräten und Lampen bei Preisvergleichsportalen
- Fernseher werden nicht ausreichend gekennzeichnet.
- Verkauf sog. "Heatballs"
- Bei Speziallampen wird auf der Verpackung und in jeder Art von Produktinformation, mit der die Lampe in Verkehr gebracht wird, an gut sichtbarer Stelle und deutlich lesbar Folgendes anzugeben: der vorgesehene Verwendungszweck der Lampe und der Hinweis, dass die Lampe zur Raumbeleuchtung im Haushalt nicht geeignet ist.

Gesetz zur Kennzeichnung von Bleikristall und Kristallglas (KrGlasKennzG)

- Irreführende Kennzeichnungen von Bleikristall und Kristallglas

Handwerksordnung

- Werbung ür handwerkliche Tätigkeit, obwohl keine Eintragung in die Handwerksrolle vorliegt.
- Werbung mit der Bezeichnung "Meisterbetrieb" durch Betriebe, die keine Meisterqualifikation nach § 7 Abs. 1, 1a HandwO besitzen.
- Werbung für handwerkliche Tätigkeiten, die jedoch von Subunternehmern ausgeführt werden - worauf in Werbung nicht hingewiesen wurde.

Health-Claims-Verordnung

- Nähr- oder gesundheitsbezogene Angaben sind falsch, mehrdeutig oder irreführend.
- Verwendete nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben wecken Zweifel über die Sicherheit und/oder die ernährungsphysiologische Eignung anderer Lebensmittel.
- Nährwert- oder gesundheitsbezogene Angaben erklären, suggerieren oder bringen mittelbar zum Ausdruck bringen, dass eine ausgewogene und abwechslungsreiche Ernährung generell nicht die erforderlichen Mengen an Nährstoffen liefern kann.
- Nährwert- oder gesundheitsbezogenen Angaben nehmen -durch eine Textaussage oder durch Darstellungen in Form von Bildern, grafischen Elementen oder symbolische Darstellungen — Bezug auf Veränderungen bei Körperfunktionen, die beim Verbraucher Ängste auslösen oder daraus Nutzen ziehen könnten.
- Getränke mit einem Alkoholgehalt von mehr als 1,2 Volumenprozent tragen gesundheitsbezogene Angaben.
- Angaben, die den Eindruck erwecken, durch Verzicht auf das Lebensmittel kann die Gesundheit beeinträchtigt werden.
- Angaben, die auf Empfehlungen von einzelnen Ärzten oder Vertretern medizinischer Berufe und von Vereinigungen, die nicht in Artikel 11 der Verordnung genannt werden, verweisen.
- Konkrete Angaben über Dauer und Ausmaß der Gewichtsabnahme.
- Aussagen, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen
- Hinweise auf ärztliche Empfehlungen oder ärztliche Gutachten
- Krankengeschichten oder Hinweise auf solche
- Äußerungen Dritter, insbesondere Dank-, Anerkennungs- oder Empfehlungsschreiben, soweit sie sich auf die Beseitigung oder Linderung von Krankheiten beziehen, sowie Hinweise auf solche Äußerungen
- Bildliche Darstellungen von Personen in der Berufskleidung oder bei der Ausübung der Tätigkeit von Angehörigen der Heilberufe, des Heilgewerbes oder des Arzneimittelhandels,
- Aussagen, die geeignet sind, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen
- Schriften oder schriftliche Angaben, die dazu anleiten, Krankheiten mit Lebensmitteln zu behandeln
- Gesundheitsbezogene Werbung für Lebensmittel, die der Health Claims Verordnung unterfallen, ohne dass gleichzeit die gemäß Art. 10 II HCV erforderlichen Informationen erteilt werden.
- „Energy & Vodka“ gemäß Health-Claims-VO unzulässige Angabe für alkoholische Getränke!
- Bezeichnung wie „bekömmlich“, verbunden mit dem Hinweis auf einen reduzierten Gehalt an Stoffen, die von einer Vielzahl von Verbrauchern als nachteilig angesehen werden.
- Aussage: "Praebiotik® zur Unterstützung einer gesunden Darmflora"
- Aussage: "Unterstützung des Kindes von innen heraus durch Vermehrung guter Darmbakterien"
- Aussage: "Aussagen, dass bestimmte Nahrungsergänzungsmittel geeignet seien, dem Verwender zu einer mühelosen Raucherentwöhnung zu verhelfen"
- Aussage: „Zur Unterstützung der optimalen Leistungsfähigkeit“
- Aussage: „...erhöht die Ausdauer und Leistungsfähigkeit“
- Aussage: „Zur Vorbeugung gegen natürlichen Haarausfall“

- Aussage: „Zur unterstützenden Vorbeugung gegen Wassereinlagerungen“
- Aussage: „Unter anderem unterstützt dieser Vitalpilz die Neubildung von gesundem kräftigem Haar“
- Aussage: "Der Collagen-Lift-Drink versorgt den Organismus mit reinem Collagenhydrolysat. Dieser Stoff kann die körpereigene Synthese von Collagen stimulieren, einem Eiweißkörper im Bindegewebe, der unter anderem die Haut glatt und fest macht sowie die Spannkraft der Sehnen unterstützt."
- Aussage: "Produkt X wird entschlackend"
- Aussage: "B® Gelenke plus ultra enthält eine hoch dosierte Vitalstoff-Kombination zur Versorgung stark beanspruchter Gelenke und zum Erhalt einer gesunden Gelenkfunktion."
- Aussage: "Gelenkaktive Vitalstoffe zu einem Gelenk-Aktiv-Komplex“
- Aussage: „750 mg Glucosaminsulfat unterstützen die Festigkeit und Elastizität der Gelenkknorpel.“
- Aussage: „100 mg Chondroitinsulfat tragen zur Geschmeidigkeit der ‚Gelenkschmiere‘ bei.“
- Aussage: "Granatapfelpulver hilft bei der Regeneration der Haut und ist ein hochwirksames Antioxidans, welches Umweltgifte bindet, die die Hautalterung antreiben."
- Aussage: „Mit probiotischen Kulturen“
- Aussage: "Produkt X: Empfehlenswert für schöne Haut und Haare und zudem gut für Zähne und Knochen"
- Aussage: "Stärkt die Blasen- und die Prostatafunktion"
- Aussage: "Beim Mann unterstützen die Vitalstoffe des Kürbissamens zusätzlich die Gesunderhaltung der Prostatafunktion"
- Aussage: "Durch diese Nährstoffkombination stärken Sie die Blasenmuskulatur, deren Funktionsfähigkeit für die geregelte Entleerung der Blase von entscheidender Bedeutung ist"
- Aussage: "Reinigt ihren Organismus"
- Aussage: "Verlangsamt den Alterungsprozess"
- Aussage: "(Produktname) - das gesunde Frühstück"
- Aussage: "(Produktname) - mit gesunden Ballaststoffen"
- Aussage: "Trägt zu einem ausgeglichenen Stoffwechsel bei"
- Aussage: "Hilft Ihrem Körper, besser mit Stress fertig zu werden"
- Aussage: "Mit (Produktname) lebst du gesund"
- Aussage: "Gut für die Gesundheit von Bergsteigern"
- Aussage: "Empfehlenswert für die Gesundheit von Sportlern"
- Aussage: "Unterstützung des Kindes von innen heraus durch Vermehrung guter Darmbakterie"
- Aussage: „Erhalt der kognitiven Funktion“
- Aussage: „Fitness für die grauen Zellen"
- Aussage: „Ginkgo Biloba unterstützt die periphere Mikrozirkulation des Blutes und die normale Blutzirkulation, die mit der Hirnleistung verbunden ist“
- Aussage: „Ginkgo Biloba enthältnatürliche Antioxidanzien. Antioxidanzien helfen Ihnen, sich vor zellschädigenden freien Radikalen zu schützen. Sie schützen Ihre Zellen und Gewebe vor oxidativen Schäden und unterstützen Ihre körpereigene Abwehr“
- Aussage: "Probiotik®: mit natürlichen Milchsäurekulturen, die ursprünglich aus der Muttermilch gewonnen werden“

- Aussage: "Die X enthalten... Echinacea und Holunderblüten, die dafür bekannt sind, die natürlichen Abwehrkräfte unterstützen zu können"
- Aussage: "Produkt X hält fit im Alter und beugt vorzeitigem Altern vor"
- Aussage: "Einnahme eines Produkts könne aufgrund des darin enthaltenen Vitamin B 12 einem Vitamin-B12-Mangel entgegen wirken"
- Aussage: "Damit der Körper keinen Schaden nimmt kann man deshalb zusätzliches Hydrogencarbonat zu sich nehmen. Das hilft, die überschüssige Säure zu neutralisieren und den Organismus wieder ins Gleichgewicht zu bringen."
- Aussage: "Produkt X hilft Phasen der Schwäche zu überbrücken: Zum Beispiel vor und im Wettkampf, im Training, im Job, im Auto, aber auch bei Krankheit.“

HWG (Gesetz über die Werbung auf dem Gebiet des Heilwesens)

- Pflichtangaben bei Werbung gegenüber Angehören der sog. Fachkreise werden nicht mitgeteilt.
- Pflichtangaben bei Werbung gegenüber Laienpublikum werden nicht mitgeteilt.
- Die Pflichtangaben werden bei Online-Werbung nicht von den übrigen Werbeaussagen deutlich abgesetzt, abgegrenzt und sind nicht gut lesbar.
- Verkaufsförderungsmaßnahmen von Arzneimitteln in Form von geldwerten Vergünstigungen

Impressum / TMG / § 5 III Nr. 2 UWG

Vorab : Die IT-Recht Kanzlei hat hier die wichtigsten Fragen zum Thema Impressumspflicht beantwortet.

Sie mögen es bequem? Dann nutzen Sie den Impressumsgenerator der IT-Recht Kanzlei!

Fehlende Angaben

- Impressum fehlt vollständig
- Auf Flyern und Prospekten wird lediglich auf Online-Impressum verwiesen
- E-Mailangabe fehlt
- Hinweis auf eingetragenen Kaufmann (e. K.) fehlt
- Vertretungsberechtigter Komplementär wird nicht ausgewiesen
- Name des Geschäftsführers einer GmbH wird nicht angegeben
- Handelsregister und Registernummer werden nicht angegeben
- Telefonnummer wird nicht angegeben
- Telefonnummer wird nicht angegeben und es wirk kein Kummunikationsweg bereitgestellt, der eine Beantwortung von Kundenfragen innerhalb von 60 Minuten sicherstellt.
- Nicht alle vertretungsberechtigten Gesellschafter werden genannt.
- Keine USt-ID genannt

- Fehlender Hinweis auf Handelsregister nebst Registernummer im Impressum einer Limited
- In dem über das "eBay"-WAP-Portal abrufbaren Angebot wird kein Impressum dargestellt
- Bei eBay ist nur auf der Mich-Seite ein vollständiges Impressum veröffentlicht
- Impressum eines Zahnarztes enthält keine Angaben zur zuständigen Kammer, Aufsichtsbehörde etc.
- Der mit dem Begriff "Impressum" gekennzeichnete Link ist nur in sehr kleiner Schrift und drucktechnisch nicht hervorgehoben am rechten unteren Ende der Homepage platziert
- Kurzzeitige Nichterreichbarkeit der Impressumseite während der Dauer der Bearbeitung der Impressumseite
- Impressum eines Immobilienunternehmens weist zuständige Aufsichtsbehörde nicht aus
- Hinweis "(haftungsbeschränkt)" fehlt bei Impressum einer Unternehmergesellschaft
- Kontaktformular ersetzt Angabe von E-Mail Adresse
- Erst beim Berühren des Links "e-mail" erscheint der Klartext der Mailadresse in einem Fenster
- "Baustellenseite" enthält kein Impressum (vgl. Urteil des LG Düsseldorf vom 15.12.2010, Az. 12 O 312/10)
- Impressum fehlt bei gewerblicher Facebook-Präsenz
- Impressum fehlt bei gewerblicher Twitter-Präsenz
- Impressum fehlt bei gewerblicher Google +1 Präsenz
- Bei Bewerbung von Lebensmitteln wird Identität des Werbenden nicht erkennbar

Falsche/unvollständige Angaben

- Falsche Adresse im Impressum
- Impressum ist abgelegt unter "Info"
- Mehrere Dienstleister werden im Impressum genannt
- Statt E-Mailangabe wird Kontaktformular verwendet
- Vorname wird abgekürzt
- Impressum enthält widersprüchliche Angaben
- Widersprüchliche Angaben zum vertretungsberechtigtem Gesellschafter in zwei Impressen
- Falsche Firma genannt
- Verwendung der Abkürzung "HRB"
- Fehlende Angaben zur Komplementärin im Impressum einer Ltd. & Co. KG

Internationaler Verkauf

Buchungsbestätigung und Fluginformationen gegenüber deutschen Verbrauchern erfolgt ausschließlich auf Englisch.

Jugendschutzgesetz, Jugendmedienschutz-Staatsvertrag

Vorab Lesetipp: Computer- und Konsolenspiele im Versandhandel unter Beachtung des Jugendschutzgesetzes

- Öffentliches Anbieten von Medien, die in die Liste der jugendgefährdenden Schriften aufgenommen sind
- Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen durch Werbeaktionen
- Verkauf von Alkohol über das Internet an Minderjährige
- In Imagewerbung wird für Tabak geworben
- Darstellung von Kindern oder Jugendliche in unnatürlich geschlechtsbetonter Körperhaltung.
- Versand von Bildträgern, welche von der USK oder FSK mit Altersfreigabe "Keine Jungedfreigabe" bzw. "Freigegeben ab 18 Jahren" ohne Alterverifikation.
- Versand von Bildträgern, welche keine Alterseinstufung nach USK besitzen, ohne Altersverifikation.
- Versand von indizierten Bildträgern ohne Altersverifikation.

Kauf auf Probe

- Nicht beachtet wird, dass Billigungsfrist und Widerrufsfrist nicht parallel, sondern hintereinandergeschaltet abläuft.

Konfitürenverordnung / EU-Richtlinie 2011/113/EG

- Maronencréme wird aus weniger als 380 g Maronenmark hergestellt (je 1 kg Créme).
- Marmelade besteht nicht aus mindestens 200 g Zitrusfrüchten (je 1 kg Marmelade)
- Gelee enthält unzulässige Beimengungen.
- Konfitüre besteht nicht nur zu 150 g aus Fruchtanteil (je 1 kg Konfitüre)

Kosmetikverordnung

- Verstöße gegen die Kennzeichnungspflichten der Kosmetikverordnung
- Seife wird als dermatologisches Heilmittel angeboten ohne wissenschaftliche Absicherung
- Werbung mit Pheromonen
- Werbung mit unterschiedlichsten Heilwirkungen, obwohl diese tatsächlich nicht bestehen oder wissenschaftlich nicht hinreichend gesichert sind
- Bei der Bewerbung von Kosmetik wird ein unzulässiger Verwendungszweck angegeben
- Zahnbleaching-Produkte, mit einem höheren Gehalt als 0,1 % Wasserstoffperoxid, werden Verbrauchern zum Kauf angeboten.

Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch

- Gewerbsmäßiges in Verkehr bringen von Lebensmitteln unter irreführender Bezeichnung, Angabe oder Aufmachung sowie Werbung mit irreführenden Darstellungen oder sonstigen irreführenden Aussagen (allgemein oder im Einzelfall)
- Verwendung von zur Täuschung geeigneter Bezeichnungen, Angaben, Aufmachungen, Darstellungen oder sonstiger Aussagen über Eigenschaften, insbesondere über Art, Beschaffenheit, Zusammensetzung, Menge, Haltbarkeit, Ursprung, Herkunft oder Art der Herstellung oder Gewinnung
- Anpreisen besonderer Eigenschaften, obwohl alle Lebensmittel dieselben Eigenschaften aufweisen
- Beimessen von Wirkungen, die dem Lebensmittel nicht zukommen oder wissenschaftlich nicht hinreichend gesichert sind
- Anpreisung eines Lebensmittels als Arzneimittel
- Unzureichende [Kennzeichnung von Lebensmitteln
- Arzneimittel wird als Nahrungsergänzungsmittel beworben und verkauft
- Lebensmittelzusatzstoffe werden nicht ausreichend gekennzeichnet
- Werbung mit krebshemmender oder cholesterinsenkender Wirkung von grünem Tee
- Verwendung der Begriff „Öko“ und „Bio“, obwohl die Vorgaben der EG-Öko-Verordnung nicht eingehalten werden.
- Gesundheitsbezogene Werbung bei Verkauf von Lebensmitteln
- Krankheitsbezogene Werbung bei Verkauf von Lebensmitteln
- Bewerbung einer Kräutermischung als Linderungsmöglichkeit für Kopf- und Gliederschmerzen
- Meeresfrucht wird als "Surimi" vertrieben
- Perlwein wird als "Paradiesecco" vertrieben
- Bezeichnungen "Puten- bzw. Hähnchen-Filetstreifen, gebraten", wenn Produkte industriell hergestellt sind
- Schlank im Schlaf" – irreführende Werbung für ein eiweißreiches Brot
- Produktbezeichnung "Sahne Eiscreme" für ein Produkt, das u.a aus 33 % Sahne und entrahmte Milch, Zucker etc besteht
- Nickelhaltige Bedarfsgegenstände, die unmittelbar und länger mit der Haut in Berührung kommen, setzen mehr als 0,5 myg Nickel pro cm² je Woche freig
- Stäbe jedweder Form, die in durchstochene Ohren oder andere durchstochene Körperpartien eingeführt werden, setzen mehr als 0,2 myg Nickel pro cm² je Woche frei
- Beim[Verkehr mit Futtermittelzusatzstoffen](../../Thema/futtermittel-kennzeichnung-werbung.html?page=0&name=Werbung-f%C3%BCr-Futtermittel-Futtermittelzusatzstoffe-und-Vormischungen-im-Internet#top) oder Vormischungen oder in der Werbung für sie allgemein oder im Einzelfall werden Aussagen verwendet, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder (Nr. 2) Verhütung von Krankheiten beziehen.

Lebensmittelkennzeichnungsgesetz

- Fehlende oder falsche Kennzeichnung von zum Verkauf angebotenen Lebensmitteln gemäß der Lebensmittelkennzeichnungsverordnung
- Produkte werden mit der Werbeaussage "ohne Fett" in den Verkehr gebracht.
- Sekt wird als Schaumwein bezeichnet.
- Zusatzstoffe in Lebensmitteln sind nicht im Internetangebot gekennzeichnet.
- Mindesthaltbarkeitsdatum wird nicht angegeben.
- Schweineschnitzel wird als "Wiener Schnitzel vom Schwein" verkauft
- Fehlen der Kennzeichnung „aufgetaut“ auf einer Fertigpackung mit Räucherlachs
- Fleischerzeugnis wird als "Schinken" oder "Formschinken" bezeichnet
- Getränk wird über das Internet ohne erforderliche Herstellerangabe vertrieben.
- Bezeichnung "Orangensaft" für einen beworbenen Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat
- Wein wird als "bekömmlich" bezeichnet
- Fehlen der Kennzeichnung „aufgetaut“ auf einer Fertigpackung mit Räucherlachs
- Kein Warnhinweis erteilt bei Verkauf von Lebensmittelsn mit Azofarbstoffen
- Bewerbung als "Tee mit Zzischh" irreführend, wenn das Produkt keinen Tee, sondern lediglich Tee-Extrakt enthält (LG Köln, Urt. v. 26.08.2010 - 31 O 239/10)

Lieferzeitangaben / Lieferfristen

- Ware wird nicht vorrätig gehalten und tatsächlicher Liefertermin/-frist nicht unmissverständlich im Zusammenhang mit dem jeweiligen Angebot genannt.
- Angabe "voraussichtliche Versanddauer"

Luftverkehrsgesetz

Händler von Flugmodellen kommen gegenüber Verbrauchern nicht ihren Hinweispflichten (Stichwort: Versicherungspflicht) nach.

Markenrecht

- Markenrechtsverstoß durch Google-Adwords-Werbung
- Kombinationsangebote von Motorsägen und Motoröl eines anderen Herstellers (vgl. LG Stuttgart, Urt. v. 22.06.2010 - 17 O 41/10)
- Unlautere Ausnutzung der Gemeinschaftsmarke "Viagra" durch IR-Marke "Viaguara" (vgl. OLG München, Urt. v. 17.06.2010 - 29 U 4083/09)
- [Ausnutzung bekannter Marke (Stihl) in Auktionsbeschreibung](../../Benutzung-bekannte-Marke-Stihl)-Verkaufszwecke-Markenrechtsversto%C3%9F.html)

- Abbildung von PKW-Modellen auf Blechtafeln als unzulässige Rufausbeutung
- Handel mit Markenparfümimitaten, bei denen keine klare und deutliche Imitationsbehauptung erfolgt (nicht abmahnbar, so der BGH.
- Markenunabhängiger Reparaturwerkstatt wirbt mit Bildmarke des Herstellers für angebotenen Reparatur- und Wartungsarbeiten

Medizinproduktegesetz / EU-Richtlinie 93/42/EWG

- Händler entnimmt Kondome aus Großpackungen und konfektioniert selbst
- "Öko-Wärme-Säckchen, die der Linderung von krankheiten und Verletzungen dienen sollen, werden ohne CE-Kennzeichen in den Verkehr gebracht.
- Medizinprodukte sind nicht mit einem CE-Zeichen versehen.
- Es wird kein Konformitätsbewertungsverfahren durchgeführt.
- Irreführender Hinweis, dass ein Medzinprodukt aufgrund seiner Eigenschaften in einer Medizinprodukteklasse zugelassen worden ist, da der Hersteller oder sein Bevollmächtigter verantwortlich für die Klassifizierung des Produktes ist und gerade keine Prüfung des Medizinprodukts durch eine unabhängige Behörde erfolgt.

Nahrungsergänzungsmittelverordnung / Health-Claims Verordnung

Vorab Lesetipp: Wie verkauft man rechtssicher Nahrungsergänzungsmittel?

- Nahrungsergänzungsmittel werden unzureichend gekennzeichnet
- Nahrungsergänzungsmittel werden Wirkungen beigelegt - ohne wissenschaftlich hinreichende Absicherung
- Nahrungsergänzungsmittel habe besondere Eigenschaften (obwohl alle vergleichbaren Lebensmittel dieselben Eigenschaften haben)
- Nahrungsergänzungsmittel wird Anschein eines Arzneimittels gegeben
- Krankheitsbezogene Werbung bei Nahrungsergänzungsmitteln
- Werbung mit nicht gesicherten Aussagen über Nahrungsergänzungsmittel
- Werbung mit "entschlackenden Wirkungen"

ITEM CMS\HTML\HTML kann nicht dargestellt werden.

- Werbung mit Aussage "Neu! mit probiotischen Kulturen" die Menge der probiotischen Kulturen wird nicht angegeben (vgl. LG Hamburg, Urt. v. 26.03.2010 - 408 0 154/09)
- Mit Äußerungen Dritter wird in einer Weise gesundheitsbezogen geworben, dass aus Sicht des Verbrauchers der Eindruck entstehen kann, das beworbene Mittel habe die vom Dritten angesprochenen Wirkungen (OLG Düsseldorf, Urt. v. 23.11.2010 - I-20 U 130/09).
- Pflichtangaben nicht oder nicht deutlich lesbar an der Verpackung angebracht (als „nicht deutlich lesbar" gilt insbesondere eine zu kleine Schrift!);

- Zutatenverzeichnis nicht oder nicht deutlich lesbar an der Verpackung angebracht (vgl. o.);
- Zutaten im Verzeichnis in der falschen Reihenfolge angegeben;
- Zutaten zu unspezifisch aufgeführt (z.B. „Zuckerarten“ ohne weitere Aufschlüsselung);
- Mengenangaben zu ernährungsphysiologisch bedeutsamen Inhaltsstoffen – bezogen auf Anteil an der empfohlenen Tagesdosis – fehlen;
- „QUID“-Angaben (prozentuale Mengenangaben zu ernährungsphysiologisch bedeutsamen Inhaltsstoffen) fehlen;
- Mindesthaltbarkeitsdatum (MHD) nicht oder nicht deutlich lesbar an der Verpackung angebracht (vgl. o.);
- Warnhinweise (§ 4 Abs. 2 NemV) nicht oder nicht deutlich lesbar an der Verpackung angebracht;
- Verkehrsbezeichnung „Nahrungsergänzungsmittel“ nicht auf der Verpackung angebracht;
- Verkäufer von Nahrungsergänzungsmitteln verkauft auch Bücher, die bestimmten Nahrungsergänzungsmitteln eine Heilwirkung zuschreiben.

- Das Inverkehrbringen eines Nahrungsergänzungsmittels durch den Hersteller oder Importeur wird nicht gegenüber dem Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) angezeigt.
- Vertrieb eines Nahrungsergänzungsmittels als bilanzierte Diät

PKW-EnVKV

- Beim Verkauf neuer PKW: Keine Angaben zu CO2-Emissionen und Kraftstoffverbrauch
- Angaben zur Kennzeichnung werden nicht hervorgehoben, sondern gleichsam in die hinterste Ecke der Anzeige abgeschoben (OLG Hamm, Urteil vom 17.01.2008, Az. 4 U 159/07).
- Online-Werbung enthält nicht den folgenden Hinweis: "Weitere Informationen zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und den offiziellen spezifischen CO2-Emissionen neuer Personenkraftwagen können dem 'Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch und die CO2-Emissionen neuer Personenkraftwagen' entnommen werden, der an allen Verkaufsstellen und bei (... Verweis auf die benannte deutsche Stelle oder direkte Verknüpfung zu der Organisation, die mit der Verbreitung der Informationen in elektronischer Form beauftragt ist ...) unentgeltlich erhältlich ist."
- Vorführwagen wird ohne Angaben zu Verbrauch und Kohlendioxidausstoß angeboten
- Bei Bewerbung v. Lamborghini Gallardo Spyder keine Angaben zu Verbrauch und Kohlendioxidausstoß
- Bewerbung neuer PKW über Online-Automobilbörsen ohne Angaben zum Kraftstoffverbrauch und CO2-Emissionen
- Bei Anzeigenbörsen (wie z.B. mobile.de) wird die Energieeffizienzklasse nicht angegeben.
- Werbung für eine PKW-Baureihe ohne Angabe der CO2-Emissionen

Preisangabenverordnung

Vorab: Die IT-Recht Kanzlei hat das Thema Preisangabenverordnung hier ausführlich behandelt.

Umsatzsteuer/Mehrwertsteuer / Endpreis

- Keine Angaben zur Umsatzsteuer/Mehrwertsteuer
- Angaben zur Umsatzsteuer/Mehrwertsteuer an falscher Stelle
- Unterschiedliche Angaben zur Mehrwertsteuer in einer Artikelbeschreibung
- Werbung "ohne 19 % Mehrwertsteuer", die nur für einen Tag gültig ist
- Angaben zur Mehrwertsteuer, obwohl tatsächlich keine Umsatzsteuer erhoben wird ("Kleinunternehmer")
- Hinweis zur Umsatzsteuer erfolgt erst in AGB
- Hinweis zur Mwst. erfolgt erst nach Einleitung des Bestellvorgangs
- Bei Aufgliederung von Preisen werden die Endpreise nicht hervorgehoben.
- Hinweis zur Mwst. erfolgt nur unter dem Reiter "Versand und Zahlungsmethoden"
- Bei Angeboten, die dem Verbraucher eine Ratenzahlung ermöglichen, wird kein Endpreis angegeben.
- Überführungskosten beim PKW-Kauf werden in Endpreis nicht mit eingerechnet
- Preisangabe für Handy wird in Anzahlung und monatliche Rate aufgespaltet

Versandkosten

- Bei „Sofort Kaufen“: Keine Versandkosten in unmittelbarer Nähe des Buttons ausgewiesen
- Keine Angabe der Versandkosten für das Ausland
- Versand nach Europa wird angeboten aber nicht die Versandkosten aller europäischen Länder angegeben
- Versandkosten müssen erfragt werden
- Versandkosten werden nur in den AGB oder erst im „Warenkorb“angezeigt
- Gewichtsabhängige Versandkosten - Gewichtsangaben (der Produkte) aber nicht in Artikelbschreibung veröffentlicht
- Gewichtsabhängige Versandkosten - Gewichtsangaben (der Produkte) aber nicht auf Produktübersichtsseite veröffentlicht.
- Versandkosten nur als Grafik dargestellt
- Inselzuschläge müssen erfragt werden
- Regelung „Inselzuschläge sind in unseren Versandkosten nicht enthalten“, ohne dabei die Inselzuschläge getrennt explizit zu beziffern
- Preisangaben in Preissuchmaschinen ohne Hinweis auf zusätzlich anfallende Versandkosten
- Versandkosten werden erst nach Einleitung des Bestellvorgangs mitgeteilt
- Der Hinweis: [„Bei Lieferung ins Ausland werden die Versandkosten individuell vereinbart“](../../versandkosten-ausland-bagatelle.html)

- Versandkosten für deutsche Inseln werden nicht angegeben

Grundpreisangaben

- Keine Grundpreisangabe n genannt
- Grundpreisangaben an falscher Stelle genannt
- Grundpreise falsch ausgerechnet
- Online-Händler gibt bei billiger.de keine Grundpreise an.
- Bei Textilstoffen, die nach Metern verkauft werden, wird der Kilopreis angegeben.
- Grundpreise werden nicht in unmittelbarer Nähe zum Endpreis angegeben.
- Grundpreis bezieht sich auf falsche Mengeneinheit
- Beim Verkauf von Druckerpatronen werden keine Grundpreise angegeben
- Werbung mit Nettopreisen bei beabsichtigtem B2B-Verkauf, sofern für Verbraucher zugänglich
- Bei Angabe des Grundpreises wird Abtropfgewicht nicht berücksichtigt
- Bei Sets erfolgt keine Ausweisung von Grundpreisen.
- Gratis-Zugaben werden bei Grundpreisangabe nicht mit eingerechnet.
- Beim Verkauf via Google-Shopping werden keine Grundpreise angegeben.
- Beim Verkauf von Kabeln mit Steckern erfolgt keine Angabe der Grundpreise
- Bei nicht-verschreibungspflichtigen Arzneimittel werden keine Grundpreise angegeben.
- Nahrungsergänzungsmittel in Kapselform werden nicht mit Grundpreis versehen
- Die Grundpreisangabe bei eBay steht nicht in der Artikelüberschrift
- Lieferservice gibt keine Grundpreise bei Speisen und Getränken an

Sonstiges

- eBay: Weiterreichung von Paypal-Gebühren an Käufer ohne entsprechenden Hinweis
- Hotels mit Webseiten : Angabe einer Preisspanne anstatt konkreter Preise
- Bei eBay: Vorbehalt von Preisänderungen.
- Bei Online-Shops: Ein Paypalzuschlag wird verlangt, auf den der Kunde nicht bereits vor Einleitung des Bestellprozesses leicht erkennbar hingewiesen wurde.
- Keine Angaben zu Füllmengen bei Tintenstrahldruckerpatronen
- Kfz-Einzelhändler nimmt bei der Werbung für Kraftfahrzeuge nicht die obligatorischen Überführungskosten sowie die Kosten für Umrüstung und TÜV-Abnahme mit in den Endpreis auf.
- Reiseveranstalter gibt bei der Angabe von Mietpreisen für Ferienwohnungen Endpreise an, in die nicht Nebenkosten für Strom, Wasser, Gas und Heizung einbezogen sind.
- Reiseveranstalter bezieht bei Werbung für Reisen zwingend zu zahlende Buchungsgebühr nicht mit ein (vgl. OLG Karlsruhe WRP 2005, 1188).
- Hotelzimmer werden im Internet mir einer Preisliste angeboten: Preise werden lediglich in Form einer Spanne "von...bis" angegeben.

- Erhebung eines Kreditkartenzuschlags, ohne (den Verbraucher) diesbezüglich auf einer Seite zu informieren, die dieser vor Einleitung des Bestellvorgangs notwendig aufrufen muss.
- Tattoo-Studio veröffentlicht keinen Preisaushang (nicht abmahnbar, so das LG Hamburg mit Urt. v. 24.09.2010, Az. 327 O 702/09).
- Angabe von Netto-Hotelpreisen im Internet ohne Hinweis auf zusätzliche Vermittlungsgebühr
- Mindermengenzuschlag wird nicht getrennt ausgewiesen.

Produktsicherheitsgesetz

- Textilien sind nicht im Sinne des Produktsicherheitsgesetz gekennzeichnet
- Fehlende Bedienungs- und Montageanleitungen beim Vertrieb von Produkten
- Nur englische Bedienungsanleitung wird Produkt beigelegt.
- Inverkehrbringen von Leuchtmittel, die den Anforderungen der EN-Norm nicht genügen

Reisevermittlungsrecht

Folgende (abmahnbare) Klauseln werden verwendet:

- "Allgemeine Bedingungen: Für die Beförderungs- und Reiseverträge mit dem jeweiligen Reiseveranstalter gelten die Tarif-, Beförderungs- und Teilnahmebedingungen der an der Reise beteiligten Reiseveranstalter, die Ihnen auf Wunsch zur Verfügung gestellt werden."
- *[„Die Anmeldung erfolgt durch den Anmelder auch für alle in der Anmeldung mit aufgeführten Teilnehmer, für deren Verpflichtung der Anmelder wie für seine eigenen Verpflichtungen einsteht.“](klausel-haftung-reiseanmelder-reiseteilnehmerkosten.html)*
- *[„Bei kurzfristigen Anmeldungen, d.h. Anmeldungen, die weniger als 4 Wochen vor Reisebeginn erfolgen, ist der Gesamtpreis sofort fällig.“](verkauf-vermittlung-reisen.html)*
- *[„Bei verspätetem oder unvollständigem Zahlungseingang kann „....“ [der Reisevermittler, Anm. d. IT-Recht-Kanzlei] die angemeldeten Reisen zu Lasten des Anmeldenden kostenpflichtig stornieren.“](reisen-nichteinhaltung-zahlungstermin-nachfrist.html)*
- *[„ „....“ [der Reisevermittler, Anm. d. IT-Recht-Kanzlei] ist berechtigt, aufgrund des vorzeitigen Rücktritts des Anmelders die von dem jeweiligen Leistungsträger bei „....“ [der Reisevermittler, Anm. d. IT-Recht-Kanzlei] vereinnahmten Stornogebühren von dem Anmelder ersetzt zu verlangen.“](unwirksame-stornogebühren.html)*
- *[„ „....“ [die Reisevermittlerin, Anm. d. IT-Recht-Kanzlei] haftet nicht für leichte Fahrlässigkeit ihrer Erfüllungsgehilfen.“](reise-ausschluss-haftung.html)*

Servicerufnummern/Rufnummerngassen (0900, 0180, ...)

- Die durch Nutzung der Rufnummern entstehenden Kosten werden für den Endnutzer nicht deutlich ausgewiesen
- Hinweis auf die Möglichkeit abweichender Preise für Anrufe aus den Mobilfunknetzen fehlt

Sportbootrichtlinie

- Sportboote werden in Verkehr gebracht ohne Eignerhandbuch.
- Es ist keine maximale Zuladung ohne Gewicht des Inhalts von fest angebrachten Behältern angegeben.
- Die Nennleistung des Wasserportmotors wird nicht angegeben.
- Es erfolgen keine Angaben zur Entwurfskategorie.
- Die Entwurfskategorie wird nicht genau definiert.

Sprengstoffgesetz, Sprengstoffverordnung

Vorab : Informationen zum Sprengstoffgesetz bzw. zu der Sprengstoffverordnung erhalten Sie hier. Zu den Anforderung beim Verkauf von Feuerwerkskörpern gibt es auch eine anschauliche Borschüre des Bayerischen Staatsministeriums für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen, die hier zum Download bereitsteht:

- Pyrotechnische Gegenstände werden in den Verkehr gebracht, ohne dies zuvor bei der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM) angezeigt zu haben.
- Pyrotechnische Gegenstände, die nicht mit einer Identifikationsnummer gekennzeichnet sind, werden in den Verkehr gebracht.
- Pyrotechnische Gegenstände werden verkauft, die verbotene Ausgangsstoffe enthalten.
- Pyrotechnische Gegenstände werden verkauft, obwohl keine Erlaubnis der zuständigen Behörde vorliegt.
- Pyrotechnische Gegenstände werden in nicht-geschlossenen Schaukästen ausgestellt.
- Feuerwerkskörper werden an Minderjährige verkauft.
- Feuerwerkskörper der Kategorie 2 werden vor dem 29. Dezember verkauft.

Straßenverkehrs-Zulassungs-Ordnung

Fahrzeugteile ohne amtliches Prüfzeichen werden vertrieben.

Tabaksteuergesetz / Tabaksteuerverordnung

- Beim Verkauf von Tabackwaren werden Gegenständen beigepackt (z.B. Feuerzeuge).
- Zigaretten werden nach Stück verkauft.
- An Tabackware erfolgt Siegelbruch
- Verkauf von Tabakwaren erfolgt über oder unter gebundenem Preis
- Tabakwaren werden als Gewinn von Preisausschreiben ausgespielt

Telekommunikationsgesetz

- Mehrwertdiensterufnummern werden eingesetzt, ohne dass der Festnetzpreis (inkl. Mwst.) mit dem Hinweis auf die Möglichkeit abweichender Preise für Anrufe aus den Mobilfunknetzen angegeben wird. Beachte auch die ab dem 01.03.2010 geltenden neuen Vorgaben.
- Bei Verwendung von Mehrwertediensterufnummern werden keine Kundeninformationen veröffentlicht.

Textilkennzeichnungsverordnung (EU)

Vorab: Die IT-Recht Kanzlei berichtet [hier](../../Thema/textilkennzeichnung.html) ausführlich zur Kennzeichnung von Textilien.

- Nichtkennzeichnung [von kennzeichnungspflichtigen Textilien](textilkennzeichnungsgrund-haeufiger-abmahngrund.html) nach dem TextKennzG
- Textilerzeugnisse werden angeboten, dabei jedoch die textilen Rohstoffe fehlerhaft bezeichnet.
- Keine Angaben zum Rohstoffgehalt (z.B. 100 % Baumwolle)
- "[Bambus](robert-franzen-abmahnung.html?search=bambus) " als Rohstoffgehaltsangabe
- "[Meryl](robert-franzen-abmahnung.html) " als Rohstoffgehaltsangabe
- "[Lycra](robert-franzen-abmahnung.html) " als Rohstoffgehaltsangabe
- Spandex als Rohstoffgehaltsangabe
- "Acry"l als Rohstoffgehaltsangabe
- "Zellwolle" für Viskoste als Spinnfaser
- "Kunstseide" für zellulosische Filamente (Endlosfasern)
- "Reyon" oder "Reyonfasern"
- "Synthetics" für Polyester oder Polyamid
- "Merinowolle" als Rohstoffgehaltsangabe
- "Lammwolle" als Rohstoffgehaltsangabe
- "Shetlandwolle" als Rohstoffgehaltsangabe

- "Wildseide" als Rohstoffgehaltsangabe
- "Vinylchlorid" oder "Vinylidenchlorid" als Rohstoffgehaltsangabe
- "Gummi" als Rohstoffgehaltsangabe
- "Polyamidimid" als Rohstoffgehaltsangabe
- "meta-Aramid" als Rohstoffgehaltsangabe
- "para-Aramid" als Rohstoffgehaltsangabe
- Microfleexe oder TPU-Menbran als Rohstoffgehaltsangaben
- "Polyamid 6.6" oder "Polyamid 11" als Rohstoffgehaltsangabe
- Pashina als Rohstoffgehaltsangabe
- Falsche Verwendung des Begriffs Seide, z.B.: "Tussahseide", "Wildseide", "echte Seide", "reale Seide", "Naturseide".
- Matratzen werden falsch gekennzeichnet
- Falsche Darstellung des Obermaterials bei Textilprodukten
- Multifilamentgarn wird als "Carbon" beworben
- Handelsüblicher Polyester wird als „Spunpolyester“ beworben
- Bezugsmaterial für Möbel wird nicht gekennzeichnet.
- Bezugsmaterial für Regenschirme wird nicht gekennzeichnet.
- Bezugsmaterial für Sonneschirme wird nicht gekennzeichnet.
- Textilkomponenten von Matratzenbezügen werden nicht ausgewiesen.
- Textilkomponenten von Bezügen zu Campingartikeln werden nicht ausgewiesen.
- Aussage: "100% reine Baumwolle"
- Aussage: "Absolute Baumwolle"
- Aussage: "Nur Baumwolle"
- Kennzeichnung: "20 % Polyester, 80 % Baumwolle"
- Eine Faser wird als "sonstige Faser" bezeichnet, deren Gesamtgewicht beträgt jedoch 7 % am Gesamtgewicht des Textilerzeugnisses.
- Mehrere Faser werden als "sonstige Faser" bezeichnet, deren Gesamtgewicht beträgt jedoch 20 % am Gesamtgewicht des Textilerzeugnisses.
- Nichttextile Teile tierischen Ursprungs werden nicht angegeben.
- "Tussahseide" als Rohstoffgehaltsangabe
- "Wildseide" als Rohstoffgehaltsangabe
- Aussage: "echte Seide"
- Aussage: "reale Seide"
- Aussage: "Naturseide"
- Textilerzeugnisse sind nicht in allen EU-Landessprachen gekennzeichnet, obwohl EU weit vertrieben wird
- In DE in Verkehr gebrachte Textilerzeugnisse sind nicht in deutscher Sprache gekennzeichnet
- Bei EU-weiten Versand erfolgt in Online-Werbung keine Kennzeichnung in sämtlichen EU-Landessprachen
- Textilprodukte in Katalogen/Prospekten werden nicht gekennzeichnet, obwohl direkte Bestellmöglichkeit besteht.

- Bei Online-Verkauf wird Verbraucher nicht bez. Textilkennzeichnung informiert, bevor er die Ware in den Warenkorb legt.
- Etikettierung von Textilerzeugnissen erfolgt nicht dauerhaft bzw. fest genug
- Etikettierung von Textilerzeugnissen ist nicht leicht lesbar.
- Kennzeichnung eines Textilprodukts erfolgt nur auf losen Einlegezettel.
- Oberhemden werden verpackt angeboten und dabei ist die Rohstoffgehaltsangabe erst nach Auspacken des Oberhemdes zu lesen (vgl. Urteil vom 25.11.1999, Az. 3 U 76/99)
- Ausschließlich Handelsdokumente enthalten Informationen zur Textilkennzeichnung
- Täschnerwaren werden nicht gekennzeichnet

Umtauschrecht

- Umtauschrecht wird parallel zum Widerrufsrecht angeboten, jedoch wird im Zusammenhang mit dem Umtauschrecht nicht über das Widerrufsrecht informiert.
- Voraussetzungen zur Inanspruchnahme des Umtauschrecht werden nicht transparent angegeben.

Urheberrecht

- Unberechtigte Verwendung von Stadtplanausschnitten von Karthographieverlage
- Unberechtigte Verwendung fremder Produktbilder oder Artikelbeschreibungen
- Unberechtigte Verwendung fremder Werbeslogans
- Unberechtigte Einbindung von Videos von YouTube in Online-Shops
- Verwendung fremder Fotos für Rezeptsammlung im Internet
- Unberechtigte Nutzung von Food-Fotos
- Unberechtigte Übernahme von Rhythmusssequenzen
- Bilder von Plattformen wie Fotolia, Pixelio etc. werden genutzt und der Urheber wird nicht genannt.
- Einbindung fremder Fotos als "Embedded Content"

- Fertigpackungsverordnung wird nicht beachtet

Verkauf von Arzneimitteln

Hinweis: Die IT-Recht Kanzlei hat eine Serie zum Thema "Werbung für Arzneimittel" veröffentlicht.

- Verkauf von Arzneimitteln unter Nichtbeachtung der Vorschriften des Arzneimittelgesetzes
- Verkauf von verschreibungspflichtigen Arzneimitteln über das Internet
- Verkauf von Arzneimitteln zu anderen als den festgelegten Preisen
- Veröffentlichung der Gebrauchsinformationen eines verschreibungspflichtigen Medikaments auf der Internetseite des Herstellers
- Werbung für Arzneimittel unter Angabe einer UVP
- Fehlen von Pflichtangaben für Arzneimittel bei Bannerwerbung

- Gewährung von Rabatten und Zugaben durch Apotheken
- Versand von apothekenpflichtigen Arzneimitteln ohne behördliche Erlaubnis
- Versandapotheke verzichtet auf Erhebung der Rezeptgebühr
- Zu Heilzwecken importierte Mittel der traditionellen chinesischen Medizin werden ohne behördliche Erlaubnis vertrieben
- Kooperationmodell zwischen Internetshop und Apotheke, bei denen die Bestellung von Medikamenten größtenteils vom Webshop abgearbeitet werden und die Apotheke lediglich die Medikamente bestellt.

Verkauf von Batterien

Lithiumhaltige Batterien sind nicht in Innenverpackung verpackt, welche die jede Batterie vollständig einschließt.Außenverpackung von lithiumhaltigen Batterien enthalten nicht bestimmte (Warn-) Hinweise

Verkauf von Chemie

Hinweis: Die IT-Recht Kanzlei hat einen Beitrag zum rechtssicheren Verkauf von Bioziden veröffentlicht.

- Produkte sind nicht ordnungsgemäß gekennzeichnet.
- Online-Hinweis "Biozide sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen.“ fehlt
- Online-Hinweis "Biozide sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen.“ erscheint nur an versteckter Stelle der Artikelbeschreibung
- Werbung enthält nicht alle Gefährlichkeitsmerkmale des Produkts gem. §3a ChemG
- Bestimmte Biozide werden an Minderjährige abgegeben
- Inverkehrbringen von Lacken, deren Gehalt an flüchtigen organischen Verbindungen die seit dem 1.1.2010 gültigen Grenzwerte der ChemVOCFarbV übersteigt.

Verkauf von Computerspielen

- Alterseinstufung nicht auf Verpackung und dem Trägermedium deutlich sichtbar angebracht
- Computer-/ Konsolenspiele ohne Alterseinstufung werden an Minderjährige abgegeben
- Spielprogramme, die mit "Freigegeben ab 18 Jahren" gekennzeichnet sind, werden Minderjährigen zugänglich gemacht
- Jugendgefährdende Computer-/ Konsolenspiele werden beworben
- Jugendschutzwidrigen Bewerbung von indizierten Medien
- Indizierte Filme oder Spiele werden auf Produktsuche-Plattformen (z.B. Google Shopping-Ergebnisse) präsentiert.

Verkauf von Fanartikeln

- Verwendung des Bundeswappens, Bundesadlers oder der Dienstflagge des Bundes auf Fanartikeln

Verkauf von Gutscheinen

- Keine Nennung der Vertragspartner bei „Erlebnis-Gutscheinen“

Verkauf von Kerzen

- Werbung mit dem Begriff "CO2-neutral", obowhl nicht belegbar.
- Werbung mit dem Begriff "klimaneutral", obowhl nicht belegbar.
- Werbung mit dem Begriff "geprüfte Umweltverträglichkeit" für Grablichter, obowhl nicht belegbar.

Verkauf von Messern

- Werbung, dass Keramikmesser „viel glatter als Stahlmesser“ sei

Verkauf von Möbeln

- Gartenmöbel werden als "White Teak-Mobiliar" beworben, obwohl die Holzsorte Gmelina arborea ist.

Verkauf von Tabak

Hinweis: Die IT-Recht Kanzlei hat einen umfangreichen Beitrag zum Thema "Preisbindung bei Tabakwaren" veröffentlicht.

- Tabakwaren werden Gegenstände beigepackt (etwa Feuerzeuge)
- Stückverkauf von Zigaretten wird angeboten
- Tabackverpackungen werden geöffnet verkauft
- Verkauf von Tabakwaren über oder unter gebundenem Preis
- Besondere Hervorhebung des Preises

Verkauf von Zubehör

Bewerbung von Tonerkartuschen ohne Nachbauten-Hinweis

Verkaufsabwicklung

- Über eBay wird Ware angeboten, die nicht geliefert werden kann
- Verwendung ungenauer Angaben bzgl. der Lieferzeit wie „in der Regel“oder „ca.“
- Bei eBay: Vertragsschluss erfolge nicht mit Zugangsbestätigung, sondern erst mit Auftragsbestätigung (Daher: Bei eBay keine Online-Shop AGB einsetzen!)
- Mit "Blitzversand" wird geworben, obwohl tatsächlich kein besonders schneller Versand angeboten wird.

Verordnung über die Zulassung von Zusatzstoffen zu Lebensmitteln zu technologischen Zwecken

- In Online-Produktbeschreibung von Lebensmitteln werden keine Zusatzstoffe (i.S.d. § 9 ZZulV) aufgeführt.

Verpackungsverordnung

- Abwälzung der Verpackungsentsorgungskosten auf den Käufer („ Die Kosten für die Entsorgung der Verpackung sind vom Käufer zu tragen“)
- Fehlender Hinweis auf Möglichkeit der kostenlosen Rückgabe von Verpackungs- und Versandmaterial
- Es wird nicht über Regeln der Verpackungsverordnung belehrt
- Online-Händler hat sich keinem Entsorgungsdienstleister für Verpackungen angeschlossen
- Hinweis auf Erfüllung der sich aus der Verpackungsverordnung ergebenden Pflichte = Werbung mit Selbstverständlichkeit
- Verkauf von Erfrischungsgetränken, ohne dabei Pfand zu ergeben (LG Düsseldorf, Urt. v. 29.10.2010 - Az. 38 O 26/10)

Hinweis: Laut Landgericht Lübeck sind Verstöße gegen die VerpackV nicht abmahnfähig (wohl Mindermeinung und betrifft nicht die aktuelle, ab dem 1.01.09 allein gültige Verpackungsverordnung)!

Versandkosten / Steuern

- Werbung mit „versicherter Versand“ohne getrennte Ausweisung der Versicherungskosten
- Werbung mit „unversicherter Versand “
- Gleichzeitig versicherter und unversicherter Versand angeboten
- Empfehlung, dass Käufer/Verbraucher Ware versichern soll
- Auf Wunsch wird Transportversicherung angeboten.
- Widersprüchliche Versandkostenangaben
- Widersprüchliche Angaben zum Mindestbestellwert
- Fehlende Mitteilung der Einzelheiten zur Berechnung der Versandkosten
- Fehlende Angaben zu eventuell anfallenden Steuern und Kosten bei außereuropäischem Versand
- Fehlende Gewichtsangaben bei Produkten, wenn Versandkosten hiervon abhängen
- Keine Angabe bzgl. Versandkosten, wenn Paket etwa schwerer als 24 kg

Waffengesetz

Vorab : Die IT-Recht Kanzlei hat hier die wichtigsten Fragen zum Waffengesetz beantwortet.

- Verkauft werden getarnte Messer (z.B. integriert in Gürtelschnalle, „Stockdegen“ etc.),„Wurfsterne“, Springmessern, [Faustmesser, sowie Butterfly-Messer](verkauf-von-waffen.html) , Harpunen.
- Es fehlen bestimmte Hinweise zur Waffenerwerbsberechtigung.

Werbung

Hinweis: Die IT-Recht Kanzlei berichtet zurzeit im Rahmen einer Serie Woche für Woche Neues über die rechtlichen Aspekte der Werbung im Internet.

Alleinstellungsmerkmale

- **„Wir sind das beliebteste Unternehmen Deutschlands“**(unzulässige, wenn das Unternehmen seine Leistungen im fraglichen Segment überhaupt nicht bundesweit anbietet vgl. OLG Hamburg, 11.11.2009, 5 U 57/09).
- **„Deutschlands beliebtester Anbieter“**(kann zulässig sein, wenn das Unternehmen den deutschlandweit größten Kundenstamm in diesem Segment vorweisen kann, da der Verbraucher die Zahl der Kunden als Grundlage für diese Aussage sieht, vgl. LG Hamburg, 20.08.2008, 315 O 354/08).
- **„Eines der wachstumsstärksten Unternehmen der Branche“**(ist zulässig, wenn tatsächlich ein großes Wachstum über einen längeren Zeitraum hinweg – nicht nur innerhalb eines Jahres – nachgewiesen werden kann, vgl. OLG Köln, 13.01.2006, 6 U 126/05).
- **„Wir haben Standards gesetzt“**(nicht ohne weiteres unzulässig, sofern kein absoluter Vorrang dieser Standards behauptet wird, vgl. OLG Hamburg, 06.05.2004, 3 U 116/03).

- **„Wir sind Technologieführer“**(wettbewerbswidrig, wenn diese Stellung nicht nachgewiesen werden kann (OLG Hamburg, 29.03.2001, 3 U 222/00; vgl. a. LG Hamburg, 18.04.200, 312 O 194/00).
- **„1a Unternehmen“**(unzulässig, wenn entgegen der Realität beim Verbraucher der Eindruck entsteht, das Prädikat „1a“ sei von einem kompetenten Dritten verliehen worden, vgl. OLG Düsseldorf, 21.11.2006, 20 U 14/06).
- **„Schnellster Anbieter bundesweit“**(irreführend, sofern das Unternehmen mit seiner Leistung nicht tatsächlich jeden anderen Anbieter flächendeckend überbieten kann und die Leistung jederzeit abrufbar ist vgl. LG Köln, 25.09.2008, 84 O 15/08).
- **„Für Sie kämpft niemand so wie wir!“**(zulässige, da über den tatsächlichen Erfolg des Werbenden in seinem Tun nichts Konkretes ausgesagt wird, vgl. OLG Hamburg, 23.11.2006, 3 U 110/06).
- **„Wir gehören zur Leistungsspitze“**(grundsätzlich zulässig, da lediglich die Zugehörigkeit zur Spitzengruppe einer Branche beworben wird, vgl. OLG Hamburg, 05.02.2004, 3 U 51/03).
- **„Das bessere Produkt“**(unzulässig , sofern das Produkt dem Angebot der Konkurrenz nicht nachweisbar preislich und technisch überlegen ist, vgl. OLG Hamburg, 28.06.2001, 3 U 40/01).
- **"Der beste Powerkurs aller Zeiten"** ist keine irreführende Spitzenstellungswerbung, da der Verbraucher die reklamehafte Übertreibung erkennen könne (so das KG Berlin, Beschluss vom 03.08.2010, Az.:5 W 175/10).
- Die Aussage **"Maximum Speed"** im Zusammenhang mit dem Verkauf von Software sei eine typische Ausdrucksform für eine Alleinstellung, so das OLG Düsseldorf, Urteil v. 13.04.2010, Az. U 193/09).
- **„Der beste Preis der Stadt“**(unzulässig, wenn ein Konkurrent nachweisen kann, im gleichen Zeitraum und für das gleiche Produkt einen niedrigeren Preis geboten zu haben, vgl. OLG Köln, 21.10.2005, 6 U 106/05; vgl. a. OLG Hamburg, 24.01.2007, 5 U 204/05).
- **„Unschlagbar billig“**(es gilt das gleiche wie für den „besten Preis der Stadt“, vgl.OLG Hamm, 16.09.2004, 4 U 108/04).
- **„Wir haben unsere Preise mit der Konkurrenz verglichen, und wir waren tatsächlich die Billigsten“** (unzulässig, wenn sie aufgrund fehlender konkreter Angaben zu Zeit und Umfang des Vergleichs intransparent ist, vgl. LG Leipzig, 17.08.2006, 5 O 4757/05).
- **„Gelddifferenz zurück, wenn Sie woanders billiger kaufen“**(weder intransparent noch ein wettbewerbswidriger Vergleich zur Konkurrenz, vgl. OLG Hamburg, 24.02.2005, 3 U 203/04).
- **„Echte Tiefpreisgarantie – wir zahlen den Differenzbetrag einfach aus“**(ebenso wie „Gelddifferenz zurück“ eine zulässige Aussage, vgl. OLG Bremen, 06.05.2004, 2 U 106/03; 19.02.2004, 2 U 94/03).
- Verwendung des Wortes **„Sparen“**(keinesfalls wettbewerbswidrig, da es lediglich günstige, jedoch nicht gerade die günstigsten Preise suggeriert, vgl. LG Düsseldorf, 22.11.2002, 38 O 131/02; LG Köln, 27.09.2002, 81 O 125/02; LG Hamburg, 09.06.2000, 416 O 107/00).
- **"Nagelkosmetikprodukte bei rund um die Uhr einkaufen zu günstigsten Top Preisen."** ist eine zulässige Aussage, da es lediglich eine substanzlose Anpreisung ohne konkreten Tatsachengehalt sei (Urteil des LG Bochum vom 22.09.2010, Az. I-13 O 94/10).
- **„Dienstleister mit weltweiter Spitzenstellung“**(unzulässige, wenn das Unternehmen zwar international, aber nur im deutschsprachigen Raum tätig ist, vgl. LG Hannover, 30.06.2009, 18 O 193/08).
- **„Weltweit die Nummer 1“**(kann bei einem Tochterunternehmen eines multinationalen Konzerns zulässig sein, wenn die Vorstellung des Verbrauchers sich an der Verbreitung des Mutterkonzerns

orientiert, vgl. OLG Frankfurt, 07.11.2002, 6 U 12/00).
- **Alleinstehende Kombinationen aus einem Regions- bzw. Ortsnamen und einer Unternehmensform** (können wettbewerbswidrig sein, da sie eine Spitzenstellung im genannten Wirtschaftsraum suggerieren, vgl. OLG Stuttgart, 16.03.2006, 2 U 147/05; OLG Hamm, 18.03.2003, 4 U 14/03; LG Dortmund, 24.10.2002, 18 O 70/02).
- **„Wir liefern überall in der Region“**(unzulässig, wenn tatsächlich geographische Lieferungslücken bestehen und darauf nicht gesondert hingewiesen wird, vgl. OLG Oldenburg, 29.04.2004, 1 U 121/03).
- **„Wir liegen im deutschen Durchschnitt vorn“**(unzulässig, wenn das Unternehmen seine Leistungen nur in einigen Ballungsräumen anbietet, vgl. OLG Köln, 18.12.2009, 6 U 60/09).
- **„Das erste Unternehmen im Ort“**(selbst wenn historisch richtig, mit Vorsicht zu genießen, da der Verbraucher aus dem Wort „erste“ auch eine qualitative Spitzenstellung ableiten könnte, vgl.OLG Bremen, 11.01.2007, 2 U 107/06).
- **Werbung mit Marktführerschaft** (unzulässig für den Fall dass sich konkurrierende Unternehmen umsatzmäßig kaum voneinander unterscheiden, vgl. LG Düsseldorf, Urt. v. 23.07.2010 - 38 O 19/10).
- Werbung mit "Innovationsführer", ohne deutlichen aktuellen Entwicklungsvorsprung vor Mitbewerbern zu haben

Anwaltswerbung

- „Erster Fachanwalt für Erbrecht in...“
- „Fachanwaltszentrum“ oder bloße Bürogemeinschaft -irreführende Werbung bei der Bezeichnung von Anwaltskanzleien
- Anwalt wirbt auf Briefkopf, dass eine Auftretungsberechtigung an allen Amts-, Land- und Oberlandesgerichten gegeben sei.
- Werbung mit dem Hinweis "XXX Rechtsanwälte", ohne auf dem Briefkopf mindestens einen weiteren Anwalt zu benennen.
- Werbung mit "Fachanwalt für Markenrecht"
- Anwalt verlinkt auf seiner Internetpräsenz nicht direkt auf Berufsregeln
- Anwalt wirbt mit Preisen, ohne dabei den konkreten Bruttopreis zu nennen
- Verwendung des Begriffs "Sozietät", obwohl keine GbR vorliegt
- Werbung mit "Schutzbrief" für anwaltliche Tätigkeit
- Bezeichnung "Dr. X & Associates"
- Verwendung des Begriffs "Fachanwalt" auf Briefkopf, obwohl wenn nicht alle Anwälte zur Führung des Fachanwaltstitels berechtigt sind
- Werbeschreiben an Mandanten eines Anwaltskollegen
- Zwei Namen in Kurzbezeichnung einer Einzel-Kanzlei werden genannt
- Herabsetzende Äußerung über abmahnende Anwälte
- Kanzlei-Bezeichnung "Das Haus der Anwälte"
- Bezeichnung "Experten-Kanzlei"

Ärztewerbung

Vorab: IT-Recht Kanzlei bietet einen besonderen Service für Ärzte an und unterhält einen eigenen Blog zum Thema "Werberecht für Heilberufe und Heilverfahren".

- Zahnarzt inseriert unter "Plastische und Ästhetische Chirurgie" (zulässig, laut LG Münster)
- Arzt inseriert "fachfremd" in Branchenbüchern (laut OLG Köln aber keine Wettbewerbsverletzung)
- Arzt, der nicht Androloge ist, nennt sich Männerarzt
- Zahnärzte werben mit True Dent Logo als Qualitätszeichen
- Werbung mit besonderen Leistungsangeboten auf einem Praxisschild
- Werbung als „Ärztegemeinschaft“ bei Täuschung über geschäftliche Verhältnisse
- Führen des Master-Titels einer österreichischen Universität
- Werbung: „Zahnkronen zum Nulltarif Made in Germany (bei Festzuschuss plus 30% Bonus)“ und „Zahnkronen und Brücken ohne Zuzahlung auch für Beihilfe-Patienten mit Zusatzversicherung“.
- Filmaufnahmen in Arztpraxis
- Fehlende Impressumsangaben und berufswidrige Werbung bei Zahnärzten
- Werbung mit „Sauerstoff-Therapie“
- Hotelempfehlung durch Zahnarztklinik
- Werbung für heilende Wirkung eines Aufenthalts in sog. Heilstollen
- Werbung mit Praxis für Psychotherapie für Heilpraktiker
- Werbung: "Fachexperte für Psychologie"
- Wettbewerbswidrige Werbung mit Anti-Falten-Creme
- Werbung mit “Faltenbehandlung mit Botox”
- Werbeaussagen zu kosmetischen Behandlungsmethoden
- Werbung mit Schwangerschaftsabbrüchen
- Zahnarztwerbung für Behandlungen gegen Gesichtsfalten
- Werbung mit kostenloser fachärztlicher Beratung
- Werbung mit dem Begriff "Tierarztklinik”"
- Werbeaussage[“Ausbildung Diplom-Körpertherapeutin”](http://die-aerztehomepage.de/2010/03/18/aktuelle-abmahnung/)
- Werbung für Diagnosestellung im Online-Forum
- Empfehlung der "modernen Medizin"
- Zahnarzt: Reklamehafte Werbung bei Groupon

Irreführende Werbung

- Irreführende Qualitätsberühmung in Werbung z.B. („High End“) für nur gute oder durchschnittliche Geräte
- Werbung mit irreführenden Wirkungsaussagen (z.B. bei Antikalkgeräten)
- Verwendung des Begriffs „Werbeware“ in Werbeanzeigen
- Werbung mit Begriff "Blitzversand" (obwohl kein besonders schneller Versand erfolgt)
- (Nicht transparente) Werbung mit Versandrabatten bei Mehrfachbestellungen
- Werbung mit Preiswerbungsschlagwörtern
- Unlautere Werbung mit Begriff "Made in Germany"
- Verschwiegen wird, dass es sich bei Ware um Auslaufmodell handelt
- Unzulässige Werbung mit Preisvorteilen
- Begriff "[Ladenpreis](ladenpreis-abmahnung.html) "
- Falsches Gründungsjahr eines Unternehmens angegeben
- Werbung mit der Aussage „Solange der Vorrat reicht “
- Der Hinweis "[CE-geprüft](webung-ce-kennzeichnung-wettbewerbsverstoß.html?search=CE-gepr%C3%BCft) ", s. auch hier
- Werbung mit UVP, obwohl es eine solche gar nicht (mehr) gibt
- Es wird auf Hauptseite mit "24 h Lieferung" geworben, obwohl an anderer Stelle des Online-Angebtos eine längere Lieferzeit angegeben wird.
- Es wird pauschal mit Preisnachlassen von bis zu 80 % geworben, obwohl tatsächlich weitaus geringere Nachlässe angeboten werden.
- Werbeaussage: "[Jeder 100. Einkauf gratis](jeder-100-einkauf-gratis.html) "
- Werbung mit "ab-Preisangaben", obwohl die genannten Leistungsmerkmale nicht zu dem genannten Mindestpreis erhältlich sind.
- Werbung mit Geld-zurück-Garantie
- Werbung mit der Aussage: "Werbeaussage „Die besten Küchen zum besten Preis!“
- Werbung mit irreführenden Lieferfristen
- Frühbucherrabatt wird verlängert
- Bezeichnung "Bundes" in Firmenname
- Angabe "Jahreswagen - 1 Vorbesitzer/1. Hand"
- „Airpressure Bodyforming Concept“ (pneumatischer Fett-weg-Bauchgurt)
- „Anti aging“-Produkte
- Anti-Falten-Creme
- Anti-Kalk-Geräte mit (behauptetem) elektromagnetischem Wirkmechanismus
- Collagen-Drinks zur Faltenunterpolsterung
- Diätseminare ("Gewichtsverlust ohne Hungergefühl")
- Grapefruitkernextrakt (GKE)
- Heilsteine
- Hormonpräparate zur Gewichtsreduktion
- Ionen-Armbänder

- Kerzen mit vorgeblich niedrigem CO2-Ausstoß
- Lebensmittelzusätze zur „Entschlackung“
- Pheromone (bzw. pheromonhaltige Produkte)
- Tee mit vorgeblich krebs- und cholesterinhemmender Wirkung
- Ultraschall zur Fettreduktion (z.B. „Lipolyse“, „Medical Spa“)
- Magnetspulen-Entkalker
- Mit dem Begriff Textilleder werden Produkte beworben, die kein Leder enthalten.
- Autohändler wirbt mit Zubehör "Navi" - es gibt jedoch kein herstellerseitig integriertes Navigationssystem, sondern lediglich ein beigelegtes mobiles Navi.
- "Altfahrzeuge" mit sehr geringer Laufleistung werden als "Neuwagen" beworben
- Ein Motorenöl für LPG-Kraftfahrzeuge wird dahingehend beworben, dass dieses Öl den Einsatz von Additiven für den Verschleißschutz des Motors überflüssig mache.
- Verkauf sog. "Ionen-Armbänder"
- Werbung mit "Frisch & Fertig" für tiefgekühlten Fisch
- "Nussecken mit Kuvertüre und kakaohaltiger Fettglasur" obwohl einheitliche Kakaomasse verwendet wird
- Begriffe "gratis" oder "kostenlos" bei nicht vollständiger Kostenfreiheit

Preisgegenüberstellungen

- Mehrdeutigkeit des in Bezug genommenen durchgestrichenen Preises: Werbung enthält intransparente (irreführende) Preisgegenüberstellungen
- Werbung mit durchgestrichenen Preisen, die bereits vor Monaten gesenkt worden sind.
- Dem geforderten Preis wird ein höherer Preis mit der Bezeichnung "ehemaliger Preis" gegenübergestellt.
- Dem geforderten Preis wird ein höherer Preis mit der Bezeichnung "ehemaliger Verkaufspreis" gegenübergestellt.
- Dem geforderten Preis wird ein höherer Preis mit der Bezeichnung "Regulärer Ladenpreis" gegenübergestellt.
- Dem geforderten Preis wird ein höherer Preis mit der Bezeichnung "statt" gegenübergestellt.
- Dem geforderten Preis wird ein höherer Preis mit der Bezeichnung "Listenpreis" gegenübergestellt.
- Es wird länger als 4 Wochen im Rahmen einer Preisgegenüberstellung auf einen ehemaligen Verkäuferpreis Bezug genommen.
- Bei Bewerbung von gebrauchten Kfz wird der Vergleichspreis als "ehem. NP" bezeichnet.

Produktwerbung

- Irreführung über die stoffliche Zusammensetzung von Waren in Werbung
- Verkauf von Himalayasalz
- Werbung mit sog. Heilsteinen
- Werbung mit Massagebrillen mit Wirkungsaussagen wie "verbesserte Sehkraft"
- Irreführende Werbung bei Multikernprozessoren (etwa 4 x 2,4 GHz = 9,6 GHz)
- Irreführende Werbung für günstige „No-Name-Produkte“, wenn nicht deutlich wird, dass es sich nicht um Originalware handelt (z.B. bei Druckerpatronen)
- Werbeslogan "20% auf Alles – außer Tiernahrung"
- Kunstledertasche wird mit dem Begriff "[Faux Leder](wettbewerbszentrale-faux-leder.html) " beworben
- Vergleich von Billigparfums bei der Werbung und dem Vertrieb mit Originalparfums
- Koppelung Gewinnspiele mit Warenverkauf
- Mit den (immer gleichen) "Angeboten von heute" wird wochenlang geworben.
- Werbung mit dem Hinweis "TÜV-geprüft" ohne eine Erklärung, inwieweit der TÜV eine Prüfung vorgenommen hat.
- Werbung mit Koppelungsangeboten, bei der beide Preisbestandteile nicht deutlich genug kenntlich gemacht werden (OLG Köln, Urt. v. 04.06.2010 - 6 U 11/10)

Preiswerbungsschlagwörter

Unzulässig geworben wird mit folgenden Preiswerbungsschlagwörtern :

> *"Ab-Preis“*
> *„Abholpreis“*
> *„Billigpreis“*
> *„Bruttopreis inkl. Mwst“*
> *„Circa-Preis“, „Mittlerer Preis“*
> *„Dauertiefpreis“*
> *„Direkt ab Werk“*
> *„Discountpreis“*
> *„Einführungspreis“*
> *„Einkaufspreis, Fabrikpreis“*
> *„Einstandspreis“*
> *„Eröffnungspreis“*
> *„Fabrikpreis, Großhandelspreis, Listenpreis, Katalog-Preis, Brutto-Preis“*
> *„Factory-Outletpreise“*
> *„Festpreis, Inklusivpreis“*

„Frei Haus“
„Jubiläumspreis“
„Ladenpreis“
„Listenpreis, Katalogpreis“
„Nettopreis“
„Nettopreis + Mwst.“
"Sommerpreis"
"Statt"-Preise
"Von-bis-Preise"
"Winterpreis"

Werbung mit alternativen Heilmethoden

- Werbung mit dem Begriff "Anti-Aging"
- Werbung mit Magnetfeldtherapien
- Werbung mit Slogan "Fettreduktion durch Ultraschall" (LG Frankfurt/Main, Urt. v. 08.07.2010, Az. 2-3 O 48/10 ; OLG Hamm, 18.11.2010, Az. I-4 U 148/10)
- Beim „Airpressure Bodyforming Concept-Verfahren“wird geworben mit
- „Tschüss Bauch!“
- „Mit dem revolutionären [ABC] werden Sie in vier Wochen um bis zu zwei Kleidergrößen schlanker!“
- „Fett verbrennen, Bauchumfang reduzieren... all das gelingt mit dem neuen Bauchkiller-Konzept [...].“
- „Bis zu 8 cm weniger Bauchumfang in nur vier Wochen.“
- „Der Bauchkiller“
- „Gezieltes Abnehmen im Bauchbereich - all das gelingt mit dem ‚Bauchkiller‘.“

Werbung mit Autorisierungen

Werbung mit Hinweis auf „autorisierte“ Tätigkeit, ohne dass Informationen über Autorisierung veröffentlicht werden (vgl. OLG Brandenburg, Urt. v. 13.07.2010 - 6 U 58/09)

Werbung mit Begriffen "Bio" und "Öko"

Vorab: Informationen zur Werbung mit dem Begriff "Bio" sind hier veröffentlicht.

- Lebensmittelwerbung mit Zusätzen wie "Öko" oder "Bio", ohne Angabe des Codes der letzten Kontrollstelle
- Bewerbung von "Bio-Dinkelkissen" mit dem Bio-Siegel
- Bewerbung von "Kirschkernen", ohne Angabe des Codes der letzten Kontrollstelle
- Bezeichnung "Bio-Fix" für WC Reiniger, der Zitronensäure und Tenside enthält (OLG Düsseldorf, GRUR 1988, 55, 57)

- Bezeichnung "Bio-Gold" für Waschmittel (KG GRUR 1993, 766).
- Bezeichnung "Biolarium" als Bezeichnung eines Solariums (OLG München, GRUR 1990, 294)
- Bezeichnung "Bio" für Bier, das üblichen Alkoholgehalt aufweist (LG München, I ZLR 1991, 95)
- Bezeichnung "Bioregulator" für Armreif, der mit Begriffen wie "Stress-Abbau" u.än beworben wird (KG ZLR, 1992, 647)
- Bezeichnung "Bio-Pack" mit dem Zusatz "Für eine bessere Umwelt" für Verpackungsmittel (OLG Düsseldorf, WRP, 1992, 209, 210)
- Die Bio-Kontrollnummer wird nicht angegeben.
- Die Bio-Kontrollnummer nennt die falsche Kontrollstelle.
- Die Bio-Kontrollnummer wird nur an versteckter Stelle des Online-Shops dargestellt.
- Bezeichnung "Bio" für Tabakwaren
- Werbung mit "Bio" ohne Zertifizierung durch Öko-Kontrollstelle
- Werbung mit dem Begriff "Biomineralwasser"
- Werbung für Düngemittel mit dem Hinweis "zum biologischen Düngen", obwohl Fünger nicht frei von Chemie ist.
- Für Kinder bestimmte Fingermalfarbe wird als "Bio-X" bezeichnet - enthält jedoch gerine Stoffe, die der Gesundheit schaden könnten
- Verwenung der Bezeichnung "Bio" bei Kosmetikprodukten, obwohl nicht 50%iger Anteil an natürlichen Inhaltsstoffen gegeben ist.
- Heimtierfuttermittel werden mit Bio-Siegel in Verkehr gebracht

Werbung mit Begriff "Oeko-Tex-Standard 100"

Textilprodukte werden mit dem Begriff "Oeko- Tex- Standard 100" beworben, obwohl

- die Produkte dem "Oeko-Tex-Standard 100" nicht entsprechen oder[#mce_temp_url#](../../tiefstpreisgarantie-autorisierte-haendler-handelsuebliche-menge.html)
- im Zusammenhang mit dem Verkauf der Produkte keine Prüfnummer und kein Prüfinstitut angegeben worden ist oder
- die Produkte nicht nach dem "Oeko-Tex-Standard 100" zertifiziert worden sind.
- Werbung mit Oeko-Tex-Standards, obwohl Zertifikat gar nicht verliehen worden ist

Werbung mit Garantien

- Zusicherung einer lebenslangen Garantie
- Werbung mit Garantie ohne Hinweis auf daneben bestehende Gewährleistungsrechte
- Werbung von Herstellern für 40-jährige Haltbarkeitsgarantie
- Verknüpfung des Warenerwerbs mit Teilnahme an einer Lotterie, Preisausschreiben oder Gewinnspiel
- Werbung mit Geld-zurück-Garantien (ohne nähere Erläuterung)
- Werbung mit dem Begriff "Garantie" ohne Beachtung der Vorgaben des § 477 BGB

- Werbung mit einer Tiefstpreisgarantie wird durch die Bedingung eingeschränkt, dass nur Alternativangebote von „autorisierten Händlern“ akzeptiert werden.
- Werbung mit einer Tiefstpreisgarantie wird durch die Bedingung eingeschränkt, dass die Abgabe nur "in handelsüblichen Mengen“ geschieht.
- Online-Werbung mit "voller Garantie"

Werbung mit Gewinnspielen

- Teilnahme an Gewinnspiel wird von Erwerb einer Ware abhängig gemacht
- Werbebotschaften für Arzneimittel in Fachzeitschriften werden mit Gewinnspielen kombiniert.
- Koppelung von Warenerwerb und Gewinnspiel in einer Werbung gegenüber Kindern.
- Kopplung von Gewinninformationen und Kosten

Werbung mit Glückspielen

- Gezielte Aufforderung zur Teilnahme an Glücksspiel via blickfangmäßige Herausstellung des Jackpot-Betrages (vgl. LG München I, Beschl. v. 04.02.2010 - 4 HK O 11315/08)
- Werbung für öffentliches Glücksspiel im Internet und am Telefon
- Werbung mit hohen Gewinnen bei Jackpotausspielungen

Werbung mit GOTS

- Nicht autorisierter Gebrauch des GOTS-Logos.
- Falsche oder irreführende Verwendung des GOTS-Logos.

Werbung mit GS-Zeichen

(vgl. zur Thematik ausfürlichen Beitrag der IT-Recht Kanzlei)

- Mit Zeichen wird geworben, das einem GS-Zeichen zum verwechseln ähnlich sieht (vgl. hierzu § 7 GPSG).
- Mit einem „abgelaufenen“ GS-Zeichen wird geworben.
- Es wird in der Form mit einem "VDE/GS-Prüfzeichen" geworben, dass ein Produkte mit anderen Prüfzeichen keinen vergleichbaren Sicherheitsstandard bieten könnte (OLG Hamm, Urteil vom 23.03.2004, Az. 4 U 143/03).
- Es wird mit "GS = geprüfte Sicherheit“ geworben, obwohl die Genehmigung zur Führung des Zeichens zu Unrecht erteilt worden ist (vgl. Urteil des BGH vom 23.10.1997, Az. I ZR 98/95).
- Waren, die als solche einem bestimmten Herstellers oder einer bestimmten Marke zuzuordnen sind, werden ohne das Zeichen des TÜV für geprüfte Sicherheit(GS)vertrieben, mit dem die Ware herstellerseits versehen worden ist (vgl. hierzu Urteil des OLG Düsseldorf vom 22.09.1988, Az. 2 U 148/88).

- Für nicht geprüfte Geräte wird mit einem GS-Zeichen geworben.

Werbung mit Gutscheinen

- Preisnachlass in Form eines Gutscheins, ohne über das Verhältnis von Preis und Preisnachlass zu informieren

Werbung mit Krediten

Informationspflichten der Verbraucherkreditrichtlinie werden nicht beachtet.

Werbung mit Kundenbewertungen

- Negative Kundenbewertungen werden zurückgehalten - nur positive Bewertungen werden auf Website veröffentlicht.

Werbung mit Prüfungen / Zertifizierungen

- Hinweis "TÜV-geprüft", wenn nähere Angaben zur Prüfung fehlen
- Werbung mit "TÜV-geprüfte Nachhilfe", wenn nicht Nachhilfe, sondern ausschließlich das die Nachhilfe anbietende Unternehmen durch den TÜV geprüft worden ist
- Autowerkstatt wirbt mit "TÜV"

Werbung mit Rabatten

- Zweimalige Veränderung einer befristeten Rabattaktion
- Werbung "Nur heute ohne 19 % Mehrwertsteuer"
- Aussage "2 % Rabatt bei Überweisung", wenn die Bezahlung per Überweisung sowohl als Vorkasse als auch auf Rechnung erfolgen kann, der Rabatt aber nur für die Bezahlung per Vorkasse gewährt wird (vgl. Beschluss des LG Bochum, vom 03.05.2010, Az. I-13 O 62/10).
- Bedingungen für die Inanspruchnahme werden nicht eindeutig angegeben.
- Die genaue Höhe des Rabatts wird nicht angegeben bzw. bleibt unklar.
- Die zeitliche Befristung der Rabattaktion wird nicht angegeben.
- Teilnehmerkreis ist beschränkt, darüber wird jedoch nicht informiert.
- Werbung mit einem (Einführungs-) Rabatt unter der Angabe „bis zu…“ (nicht irreführend, so das OLG Köln, Urteil vom 12.10.2007, Az. 6 U 80/07)
- Mit Herabsetzung eines Preises wird geworben, obwohl der Preis nur für eine unangemessen kurze Zeit gefordert worden ist.
- Bei der Ankündigung „20% auf alles“ wird ein herabgesetztet Ausgangspreis mit Beginn der neuen Rabattaktion heraufgesetzt und so den Eindruck eines besonders günstigen Angebotes vorgetäuscht.
- Ein Preisnachlass, der mit dem Slogan „nur für kurze Zeit“ beworben wird.

- Unmissverständlich wird nicht gekennzeichnet eine etwaige Beschränkung des Preisnachlasses auf die im Geschäft vorrätige Ware. (vgl. BGH, Urteil vom 10.12.2009, Az. I ZR 195/07 und OLG Stuttgart, Urteil vom 19.07.2007, Az. 2 U 24/07).)
- Zeitungsanzeige, in der mit Preisnachlässen „auf alles außer Werbeware“ geworben wird. (OLG Hamm , Urteil vom 16.11.2006, Az. 4U 143/06)
- Zwei Tage lang "10 % auf alles!"
- OLG Köln: Vorzeitiger Abbruch einer Rabattaktion
- [Der BGH (Urteil vom 07.07.2011, Az.:I ZR 173/09) sieht eine Irreführung des Verbrauchers und somit einen Wettbewerbsverstoß in der nicht angekündigten Verlängerung einer Rabattaktion, wenn das "Ob" der Verlängerung von Anfang an nur vom wirtschaftlichen Erfolg der Aktion abhängig gemacht werde.](../../Verlaengerung-befristete-Preisrabattaktion.html)
- "Freie Auswahl zum halben Preis“: Problematisch, wenn Einschränkungen erst im Laden bekanntgegeben werden

Werbung mit Selbstverständlichkeiten

- eBay: unlautere Werbung mit Banner „Verkäufer trägt eBay-Gebühren“(Beschluss des OLG Hamburg , Urteil des OLG Hamm)
- Verbraucher erhält Rechnung mit dargestellter Mehrwertsteuer.
  LG Bremen: Ab Warenwert von über 150 Euro nicht mehr abmahnbar --> anders das OLG Braunschweig
- Verbraucher hat ein Widerrufs- oder Rückgaberecht
- 24 Monate Gewährleistung bei Neuwaren (gegenüber Verbrauchern)
- Aussage: "Absolute Neuware und Originalverpackt"
- Kostenlose Paypal-Nutzung
- eBay. "Bei uns sind Sie auf der sicheren Seite. Wir geben Ihnen: +++ einen Monat Widerrufsrecht."
- Werbung mit "Geld-zurück"-Garantie
- Kühl- und Gefriergeräte werden mit dem Zusatz „Ohne FCKW / FKW" beworben
- Werbung "FCKW-frei aufgeschäumte nicht auflösbare Pu-Sohle"
- "Auf Funktionstücjtigkeit geprüfter Xenon Kit Nachrüstsatz"
- Werbung mit Gütesiegel, durch die lediglich der gesetzliche Soll-Zustand angepriesen wird.
- Werbung mit Hinweis "FCKW-frei"
- Verwendung Siegel "tiergerechte Haltungsform" auf Eierkarton (vgl. OLG Oldenburg, Urt. v. 03.06.2010 - 1 U 6/10)

Copyright © | IT-Recht Kanzlei München | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | Tel. + 49 (0)89 13014330 | Fax +49 (0)89 130143360

Werbung mit Testergebnissen

(Vgl. hierzu auch den umfangreichen Beitrag der IT-Recht Kanzlei)

- Werbung mit Testergebnissen ohne Angabe der Fundstelle
- Werbung als "Testsieger", obwohl kein Sieger gekürt wurde
- Werbung mit Testergebnis "gut", wenn es auch "sehr gute" Ergebnisse gibt
- Bewertung "gut" ohne Verweis auf Magazinausgabe
- Fundstellenangabe bei Werbung wegen zu kleiner Schrift nicht lesbar
- Mit Testergebnissen bei Arzneimitteln wird geworden
- Angeblicher Testsieger ist kein Testsieger.
- Rang des Testergebnisses wird nicht kenntlich gemacht.
- Einzelbewertung eines Tests wird als abschließende zusammenfassende Bewertung des gesamten Test dargestellt.
- Es wird mit Testergebnissen geworben, obwohl sich das Testverfahren zwischenzeitlich geändert hat.
- Es wird mit veralteten Testergebnissen geworben (und nicht darauf hingewiesen)
- Produkt wird als "Testsieger" beworben, obwohl sich die Verpackung später geändert hat.
- Werbung mit veraltetem Stiftung Warentest-Urteil
- Fundstelle bei Werbung mit Testergebnissen nicht lesbar
- Werbung mit "Testsieger" für in anderer Verpackung getestetes Waschmittel

Werbung mit Traditionen

Wettbewerbswidrige Werbung mit Möbeltradition

Werbung mit Vergleichen

- Imitation von Eau de Toilette durch Werbung für Duftwasser "one 2 be" (OLG Frankdurt, Urt. v. 16.09.2010, Az. 6 U 62/09)
- Unsachliche Vergleiche zwischen Steinsalz und Kochsalz

- Bewerben von Ware als a) "Originalersatz", b) "Erstausrüsterqualität" oder c) "nach Richtlinien der OEM-Hersteller"

Werbung mit Zahlarten

- Kauf auf Rechnung wird angeboten, obwohl tatsächlich im Rahmen des Bestellvorgangs nicht die Möglichkeit besteht, im Hinblick auf die Kaufpreiszahlung einen "Kauf auf Rechnung" auszuwählen (vgl. Beschluss des LG Berlin vom 07.05.2010, Az. I-13 O 64/10).

Sonstiges

- Mitbewerber wird in vergleichender Werbung verunglimpft
- Werbung mit Konkurrenzpreisen
- Werbung mit nicht stattgefundenen Tests
- eBay: Artikelbeschreibung verweist auf Online-Shops
- Werbung mit falschen Herkunftsangaben von Waren
- Werbung in Preisvergleichslisten ohne Angabe der Mwst. oder Versandkosten
- Werbung mit dem Begriff "100% Echtheitsgarantie" oder dem Begriff "Orginalware"
- Internetwerbung für Waren mit dem Zusatz "[Lieferzeit auf Anfrage](lieferzeit-auf-anfrage-abmahnung.html?search=Lieferzeit+auf+Anfrage) "
- Aufklärender Fußnotenhinweis zu unauffällig gestaltet
- Werbung mit unzulässiger ISO-Zertifizierung, unzutreffender Wareneigenschaft u.a.
- Werbung für Konzertkarten, wenn der beworbene Preis drucktechnisch herausgestellt ist und erst aus einer drucktechnisch unauffälligen Fußzeile ergibt, dass zu dem beworbenen Preis noch weitere Gebühren gefordert werden.
- Für angeblich echtes Murano-Glas wird geworben (dabei stammt das beworbene Glas nicht aus Murano).
- Teilnahmecoupon für Gewinnspiel enthält versteckte Einverständniserklärung für Werbung
- Unzulässige Nennung eines ehemaligen Kunden auf Referenzliste
- Unterschiedliche Preisangaben bei Preissuchmaschine und Online-Shop
- Verkauf von "Murano-Schmuck", obwohl das verwendete Glas nicht aus Murano stammt.
- Die Bewerbung eines Produkts ohne Nennung der bestehenden Höchstabgabemenge.
- Werbung mit DIN-Normen
- Werbung mit dem Begriff der Autorisierung
- Werbung für Hotelzimmer ohne Nennung des Vorrats
- "Vorher-Nachher" Bilder bei Waschmittelreklame
- Eine in Hausbriefkästen eingeworfene Benachrichtigungskarte (die DHL-Benachrichtigungskarte ähnelt), die ihren werblichen Charakter nicht offenbart (OLG Hamm, Urteil vom 19.008.2010 - I-4 U 66/10)
- Irreführende Werbung mit Vergleich von Kassenbons zweier Konkurrenzunternehmen
- Werbung mit dem Begriff "Rechtliche Betreuung"
- Obowohl Verbraucher widerrufen hat, wird ihm die zuvor bestellte Ware zugeschickt (vgl. OLG Koblenz, Urteil vom 17.06.2009, Az. 9 U 120/09).
- Unzulässige Werbung mit Zertifizierungen

- Irreführende Werbung für Silikonpads, die unter anderem zum Schutz vor Elektrosmog dienen sollen
- Die Bezeichnung "Group" bzw. "Gruppe" für einen Einzelkaufmann
- Hersteller wirbt mit eigenen UVP

Widerrufs- und Rückgaberecht

Allgemeines

- Widerrufsbelehrung wird im WAP-Dienst bei eBay nicht angezeigt
- Verwenden von Rückgabe- statt Widerrufsbelehrung bei eBay
- Gleichzeitige Widerrufs- und Rückgabebelehrung
- Verwendung des alten gesetzlichen Belehrungsmusters
- Bezugnahme auf eine Verbrauchereigenschaft "im Sinne des § 13 BGB" (vgl. Urteil des LG Kiel vom 09.07.2010, Az. 14 O 22/10).
- Widerrufsbelehrung wird dem Verbraucher nicht auch in Textform zur Verfügung gestellt
- Aussage: "Verbraucher haben das folgende Widerrufsrecht"

Ausschluss des Widerrufs-/Rückgaberechts

- Widerrufsrecht bei eBay-Versteigerungen ausgeschlossen
- Widerrufsrecht in gesetzlich nicht geregeltem Fall ausgeschlossen
- Auflistung der gesetzlichen Ausnahme vom Widerrufsrecht nach § 312 d Abs. 4 Nr. 1 BGB unter Verwendung des Ausdrucks u.a. (dies sein intranspartent)
- Folgende Belehrung : „Bei einer Dienstleistung erlischt Ihr Widerrufsrecht vorzeitig, wenn Ihr Vertragspartner mit der Ausführung der Dienstleistung mit Ihrer ausdrücklichen Zustimmung vor Ende der Widerrufsfrist begonnen hat oder Sie diese selbst veranlasst haben.“
- Folgende Belehrung : „Das Widerrufsrecht besteht, soweit nicht ein anderes bestimmt ist, nicht bei Fernabsatzverträgen zur Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten.“
- Dsa Widerrufsrecht wird ausgeschlossen, wenn der Verbraucher sich für eine Farb-, Größen- oder Materialausführung entscheidet, die nicht im eBay-Shop oder in ähnlichen Angeboten des Verköufers angegeben ist.
- Klausel "Kosmetik kann nur in einem unbenutzten Zustand zurückgenommen werden"
- Online-Zugtickets werden vom Widerrufsrecht ausgenommen
- Kunden von e-Learning Kursen wird kein Widerrufsrecht eingeräumt.
- Kein Widerrufsrecht bei Heizöl-Bestellungen im Fernabsatz
- Kein Widerrufsrecht beim Erwerb eines Cognac von 1919

Widerrufsfrist

- Keine Angabe, wann Widerrufsfrist zu laufen beginnt
- Falscher Fristbeginn ausgewiesen („frühestens mit Erhalt dieser Belehrung“, „Widerrufsfrist beginnt 14 Tage nach Erhalt der Ware“, ...)
- Nur zweiwöchige Widerrufsfrist bei eBay (und ggf. auch bei amazon-marketplace!) eingeräumt
- Widerrufsfrist von 4 Wochen anstatt 1 Monat eingeräumt (bei eBay, amazon)
- Die Information, die Voraussetzung für den Fristbeginn sei die Erfüllung der Anforderungen des § 312c Abs. 2 BGB i.V.m. § 3 BGB-Info.
- Aussage: "Frist beginnt frühestens mit Erhalt der Ware und dieser Belehrung"
- Hinweis fehlt, dass die Widerrufsfrist nicht vor Erfüllung der Informationspflichten gemäß § 312 c Abs. 2 BGB in Verbindung mit § 1 Abs. 1, 2 und 4 BGB-InfoV beginnt.
- Bei eBay-Auktionen wird eine nur zweiwöchige Widerrufsfrist angeboten, vgl. LG Dortmund, Beschluss vom 07.04.2011, Az.: 20 O 19/11.

Widerrufsadressat / Telefonnummer / Faxnummer

- Keine Angaben zum Widerrufsadressaten
- Bzgl. Widerrufsadressaten wird auf Impressum verwiesen
- Telefonnummer in Widerrufsbelehrung angegeben
- Widerrufsbelehrung enthält irreführende Angaben zur Faxnummer
- Keine eMail-Adesse und Telefaxnummer angegeben (laut LG Frankfurt, Urteil vom 4.12.09, Az. 3-12 O 123/09 nicht abmahnbar)

Form der Belehrung

- Widerrufsbelehrung in zu kleinem Scrollkasten
- Bei eBay: Widerrufsbelehrung wird nur in Form einer Grafikdatei von einem externen Server eingeblendet und steht nicht im Quelltext des eBay-Angebots
- Widerrufsbelehrung befindet sich an falscher Stelle (auch mich-Seite, ...)

Inhalt der Belehrung - Rücksendekosten

- Widerruf wird von[Frankierung abhängig gemacht](abmahnung-streitwert-landgericht-bremen.html)
- Unfreie Warenrücksendung wird nicht angenommen
- Unfreie Rücksendungen werden zwar angenommen, die Zusatzkosten zur normalen Post dem Verbraucher aber nicht erstattet
- Rücksendekosten werden pauschal dem Käufer auferlegt
- Falscher Warenwert bei Rücksendekostentragung angegeben (50 Euro statt 40, ...)

- Hinweis, dass auch bei einem höheren Warenwert als 40 Euro die Rücksendekosten dem Kunden in Rechnung gestellt werden, wenn zum Zeitpunkt des Widerrufs keine Anzahlung geleistet worden sei
- Dem Kunden im Falle des Widerrufs nicht die verauslagten Versandkosten zu erstatten (obowhl die Pflicht dazu besteht).
- Nur in der Widerrufsbelehrung, nicht aber in den AGB wird geregelt, dass der Verbraucher unter bestimmten Voraussetzungen die Kosten der Rücksendung der Widerrufsware zu tragen habe.
- In den AGB wird geregelt, dass der Verbraucher unter bestimmten Voraussetzungen die Kosten der Rücksendung der Widerrufsware zu tragen hat, ohne, dass sich diese Vereinbarung auf die regelmäßigen Kosten der Rücksendung beschränkt (vgl. Urteil des OLG Brandenburg, vom 22.02.2011, Az. 6 U 80/10).
- Bei Kostenverlagerung nach § 357 Abs. 2 Satz 3 BGB komme es auf Bruttobestellwert der Warenlieferung insgesamt an (dabei ist der Bruttopreis der zurückzusendenden Sache entscheidend).
- Im Falle des Widerrufs werden Hinsendekosten gezahlt, jedoch abzüglich der Versandversicherung sowie Nachnahmegebühr.
- Bitte um Rücksendung in Originalverpackung

- Die Vereinbarung der Rücksendekosten für den Fall des Widerrufs beschränkt sich nicht auf die regelmäßigen Kosten der Rücksendung.

Inhalt der Belehrung – Rechtsfolgen und Wertersatzpflicht

- Generell: Widerrufsbelehrung enthält keine oder falsche Angaben zu Rechtsfolgen
- Bei eBay die folgende Formulierung: "Im Übrigen kann der Verbraucher die Wertersatzpflicht vermeiden, indem er die Sache nicht wie ein Eigentümer in Gebrauch nimmt und alles unterlässt, was deren Wert beeinträchtigt."

- Kein Hinweis, dass auch der Unternehmer die empfangenen Leistungen zurückzugewähren und ggf. gezogene Nutzungen herauszugeben hat
- Hinsendekosten werden nicht erstattet
- Regelung, dass Verbraucher unter bestimmten Voraussetzungen die Kosten der Rücksendung der Widerrufsware zu tragen habe, obwohl dies vertraglich nicht geregelt wurde.
- Kein Hinweis , dass den Verbraucher für den Fall der Verschlechterung der Ware eine Wertersatzpflicht treffen kann.
- Kein Hinweis, dass der Verbraucher im Falle der Rückabwicklung des Kaufvertragses ein Recht auf Erstattung aller von ihm erbrachten Zahlungen einschließlich etwaiger Zinsen hat.
- Kein Hinweis auf Gefahrtragung des Unternehmers
- Kein Hinweis zur Rückzahlungsfrist (30 Tage)
- Bitte um Rücksendung in Originalverpackung

Inhalt der Belehrung – Art und Weise des Widerrufs/der Rücksendung

- Hinweis, dass Widerruf auch durch Rücksendung der Ware erfolgen kann, fehlt
- Hinweis, dass Widerruf nur durch Rücksendung der Ware erfolgen kann
- Hinweis, dass Kontaktaufnahme zur Geltendmachung des Widerrufsrechts notwendig
- Hinweis, dass eingeschweißte Ware durch Öffnen der Verpackung entsiegelt und damit vom Umtausch ausgeschlossen sei
- Hinweis, dass Ware mit entfernten oder geöffneten Garantiesiegeln vom Umtausch ausgeschlossen sei
- Hinweis, dass Ware mit Gebrauchsspuren vom Umtausch ausgeschlossen sei
- Ausübung des Widerrufsrechts wird auf Rückgabe in Originalverpackung beschränkt
- Ausübung des Widerrufsrechts nur bei Artikel in unbenutztem Zustand möglich
- Der Hinweis in einer Widerrufsbelehrung auf das Erlöschen des Widerrufsrechts gem. § 312d Abs. 3 Nr. 2 BGB (es geht um Dienstleistung), wenn der Händler keine Dienstleistungen anbietet.
- Kunde muss sich vor Rücksendung bei einem Drittdienstleister registrieren.

z.Z. ohne Zuordnung

- Auftreten als Verbraucher/Privater trotz Unternehmereigenschaft bei eBay
- Verwenden von Produktbildern, die nicht mit dem zu verkaufenden Produkt identisch sind, ohne Hinweis auf diese Tatsache
- Unerlaubte Verwendung des CE-Zeichens oder pflichtwidrige Nichtverwendung des CE-Zeichens
- Fehlende Pflichtangaben in E-Mail-Geschäftsbriefen
- Irreführende Verwendung geschützter Weinbezeichnungen aus anderen Mitgliedstaaten der EG („Réserve“, „Grande Réserve“, ...)
- Beim Verkauf von Obst und Gemüse: Keine Kennzeichnung des Ursprungslandes
- Ohne Hersteller des beworbenen Artikel zu sein und mit einer Angabe zu werben, die beim Kunden den Eindruck erwecken kann, er bestelle Waren unmittelbar beim Hersteller.
- In einer Produktübersicht eines Artikels als Produktbild ein anderes Produkt abzubilden, als den konkret zur Bestellung angebotenen Artikel.
- Sperrung der IP-Adresse des Mitwettbewerbers
- Veröffentlichung ungeschwärzter Urteile im Internet
- Abgemahnter fordert Hersteller auf, Abmahner nicht mehr mit bestimmten Waren zu beliefern (angb. Boykottaufforderung)
- Mitarbeiterabwerbung durch Geschäftspartner
- Online-Händler weisen nicht auf kostenlose Rücknahme von Altöl hin
- Importbestimmungen für Pflanzenschutzmittel werden nicht beachtet
- Noch nicht erschienene Bücher unter Angabe eines Lieferdatum zur Vorstellung anzubieten, das vor dem verlagsseitig angekündigten Erscheinungstermin liegt.

- Bei eBay werden mehr als 3 identische Artikel auf einmal eingestellt.
- Veranlassen zum Vertragsbruch und zur Verschleierung desselben (hierzu OLG Düsseldorf, Urt. v. 13.04.2010 - I-20 U 25/09)
- Telefonische Information von Kunden bez. Arbeitsplatzwechsel (vgl. BGH, Urt. v. 11.03.2010 - I ZR 27/08)
- Bewerbung eines Sicherheitspaket-Abos als kostenlos, obowhl sich dieses als kostenpflichtiges Abo entpuppt (vgl. LG Koblenz, Urt. v. 18.05.2010 - 1 HK O 85/09)
- Werbung mit "eigenem Fuhrpark", obwohl Werbender nur einen Bus besitzt (LG Heilbronn, Urt. v. 10.11.2009 - 23 O 68/09)
- Importierte Gas-Heizkesseln sind vom Hersteller nicht mit deutschsprachigen Typenschildern und deutschsprachigen Bedienungs- und Aufstellanleitungen versehen.
- Bei Online-Angeboten aus dem Bereich Fort- und Weiterbildung werden Bezeichnungen wie „Unterricht“ oder „Studium“ verwendet.
- Google AdWord-Anzeigen: Angabe einer Hotline ohne vollständige Tarifinformationen
- Verstoß gegen Verhaltenskodex, dem man sich unterworfen hat
- Unzutreffende Angaben bei Google Places-Profil
- Nutzung eines "hauseigenen Sternesystems" zur Bewertung von Hotels
- Bezeichnung "Textilleder" für kunststoffbeschichtetes Textilgewebe
- Bezeichnung als „Parkhotel“ ohne angrenzende Grünanlage
- Bezeichnung „Hähnchen Kebap“ für Brühwurstbrät
- Bei Autovermietung erfolgt kein Aushang eines Preisverzeichnisses
- Flugzeiten für Reisedienstleistungen stehen unter unbeschränktem Vorbehalt
- Werbung bei Groupon für befristetes Seminar zum Punkteabbau in Flensburg
- Werbung für Waden-Massage-Lotion bei Muskelkrämpfen
- Dankesschreiben an Verbraucher zum Zweck eigener Werbeaktionen
- Werbung mit Reichweitenvergleich einer Zeitung enthält keinen Hinweis auf Schwankungsbreite
- In Preisausschreiben werden Details der ausgelobten Reise nicht dargestellt
- Werbung für Genussscheine ohne Hinweis auf finanzielle Risiken
- Werbung für Musikdownload, obwohl Titel nicht sofort verfügbar sind
- Keine vollständigen Tarifangaben in AdWord-Anzeige

Autor:
RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt