

## Vorsicht bei der Werbung mit „Black Friday“

### Gastbeitrag: Warum man bei der Werbung mit „Black Friday“ aufpassen muss

Der Black Friday ist gewissermaßen der Urvater des Schnäppchentags. Der Begriff für die Rabattschlacht des US-Einzelhandels am Freitag nach Thanksgiving hat schon lange Einzug in den Online-Handel gehalten – doch für Händler ist die Werbung mit dem Begriff riskant.



Am 29. November ist es wieder so weit: Dann findet der diesjährige Black Friday statt. Für den US-Einzelhandel ist der Tag die wohl größte Geduldsprobe des Jahres. Szenen, wie Kunden im Kaufrausch Geschäfte förmlich stürmen und sich um die größten Schnäppchen schlagen, gehen Jahr für Jahr durchs Netz. Auch im Online-Handel wird der Black Friday längst begangen: Viele Händler werben zu diesem Tag, beziehungsweise vermehrt auch zum ganzen Wochenende nach dem Freitag, mit Schnäppchen und Rabatten.

Doch gerade für deutsche Online-Händler ist die Werbung mit dem Begriff riskant. Denn das in Hongkong ansässige Unternehmen Super Union hatte den Begriff im Jahr 2013 als Wortmarke eingetragen. Um mit „Black Friday“ werben zu dürfen, müssen deutsche Händler Lizenzgebühren an Super Union zahlen. Tun sie das nicht, drohen Abmahnungen – in den vergangenen Jahren wurden immer wieder Händler rechtlich belangt, weil sie mit dem Begriff „Black Friday“ geworben haben.

## Kritik an der Eintragung der Wortmarke

Dass sich die Branche an der Eintragung der Wortmarke stört, dürfte deswegen kaum überraschen. Gerade weil es sich bei „Black Friday“ um einen geläufigen Begriff handelt, sorgte die Eintragung für Kritik. Zuletzt erreichte der Streit um die Wortmarke das Bundespatentgericht in München. Einige Unternehmen hatten zuvor beim Deutschen Patent- und Markenamt erfolgreich eine Löschung der Marke beantragt, dagegen klagte Super Union dann. Vor dem Bundespatentgericht gab es zwar noch keine Entscheidung, aber eine vorläufige Einschätzung zur Frage, ob die Wortmarke „Black Friday“ gelöscht werden solle.

Das für Online-Händler und Marketer bittere Ergebnis: Die Wortmarke könnte nach Einschätzung des Gerichts in vielen Bereichen [Bestand haben](#). Denn als sie 2013 angemeldet wurde, sei der Begriff „Black Friday“ von dem deutschen Durchschnittsverbraucher vielleicht mit dem Börsencrash 1929, aber eben nicht dem US-amerikanischen Schnäppchentag in Verbindung gebracht worden. Darauf deutet auch hin, dass es 2013 kaum Presseberichte über den Black Friday als Schnäppchentag gegeben habe. Zudem hatte der Handel damals nicht gegen die Eintragung der Wortmarke protestiert.

## Ausnahmen und kreative Lösungen

Doch es gibt offenbar auch Ausnahmen: Online-Aktionen für Elektro- und Elektronikwaren gab es bereits im Jahr 2013 zum Black Friday. „Da erscheint uns ein zukünftiges Freihaltebedürfnis für den Handel mit diesen Waren nicht ausgeschlossen“, so ein Richter des Bundespatentgerichts. Auch für stationäre

Elektronik-Händler und Werbedienstleister wie das Portal Black-Friday.de, das bereits vor der Anmeldung der Wortmarke auf dem Markt vertreten war, lasse sich ein Freihaltedürfnis begründen.

Die restlichen Händler werden den Schnäppchentag – sofern sie ihn denn begehen wollen – weiterhin kreativ bewerben müssen. Ganz unmöglich ist das nicht: Zwar sollten Begriffe wie „Black Friday“, „Black Shopping“ oder „Black Weekend“ vermieden werden, schwarze Designs in der Werbung sind aber nicht verboten. Auch bunte statt schwarze Aktionen sind denkbar und möglich. Der Suppenanbieter Little Lunch warb 2017 beispielsweise mit dem Spruch „Green is the new Black“.

## Der Black Friday kann sich lohnen

Am Schnäppchentag mitzumachen lohnt sich durchaus: Der Black Friday gilt als offizieller Startschuss für das Weihnachtsgeschäft und lockt Millionen Kunden in die stationären Läden und Online-Shops. [Im vergangenen Jahr](#) verkündete das Vergleichsportale Mydeals beispielsweise, fast 2,8 Millionen Nutzer am schwarzen Freitag verzeichnet zu haben. Damit suchten eine Million Menschen mehr als im Vorjahr auf der Plattform nach Angeboten und Schnäppchen. In den USA legten die Online-Verkäufe um 23 Prozent zu und sorgten für einen Umsatz von mehr als sechs Milliarden Dollar, wie Zahlen von Adobe Analytics zeigten.

Die durchschnittliche Ersparnis während des Black Fridays liegt [einer aktuellen Idealo-Preisstudie zufolge](#) bei sechs Prozent. Für die Studie hat Idealo je mindestens 50 Produkte aus den 50 beliebtesten Kategorien stichprobenartig untersucht. Vor allem im Spielesektor winken große Preisnachlässe: Gesellschaftsspiele und Gamepads kommen auf eine Ersparnis von rund 19 Prozent, Spielekonsolen weisen im Schnitt Rabatte von 15 Prozent vor.

### Der Händlerbund hilft!

Die rechtliche Absicherung ihrer Internetpräsenzen verursacht vielen Online-Händlern einen enormen Mehraufwand. Der Händlerbund steht Ihnen bei juristischen Fragen als kompetenter Partner zur Seite. Wenn Sie sich als Händler jetzt für die umfangreichen Rechtsdienstleistungen des Händlerbundes entscheiden, erhalten Sie mit dem Rabattcode **P822#2015** einen Nachlass von 3 Monaten auf das Mitgliedschaftspaket Ihrer Wahl im ersten Jahr. [Jetzt informieren!](#)

### Über den Autor

Michael Pohlgeers ist stellvertretender Chefredakteur des Händlerbundes und schreibt regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und Hintergründe im E-Commerce für die OnlinehändlerNews, das



Onlinehändler Magazin, den Amazon Watchblog und den Logistik Watchblog. Zudem gehört er zu den Stammgästen in den Multimedia-Formaten OnAir und OnScreen.

Titelbild © thanksforbuying – [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX