



## Vorsicht bei der Blickfangwerbung – aufklärende Hinweise helfen nicht immer!



Werden in der Werbung einzelne Angaben besonders herausgestellt, spricht man von einer Blickfangwerbung. Hier gilt: Die in den Blickfang gerückte Werbeaussage darf nicht objektiv unrichtig sein. Dann kann auch ein erläuternder Sternchenhinweis den irreführenden Gesamteindruck der Werbung nicht korrigieren.

Irreführende Blickfangwerbung gibt es auch im Bereich der Gesundheitshandwerke immer wieder einmal. In den vergangenen Jahren hat die Wettbewerbszentrale zu diesem Thema Verfahren unter anderem vor dem Oberlandesgericht (OLG) Naumburg und dem Landgericht (LG) Bielefeld geführt. Das OLG Naumburg untersagte einem Augenoptiker die Werbung für diverse Angebote unter Herausstellung des Logos eines Glasherstellers, weil die Gläser dieses Herstellers von den Angeboten ausgenommen waren und darauf nicht ausreichend deutlich hingewiesen wurde (Urteil vom 09.09.2010, Az. 1 U 13/10). Das LG Bielefeld verbot die blickfangmäßige Werbung mit „Sonnenbrille STATT 69,- € JETZT NUR ... 1,- €“, wenn nicht tatsächlich eine Sonnenbrille zu diesem Preis angeboten wird (Urteil vom 25.09.2013, Az. 16 O 57/13). In jenem Fall klärte erst ein Sternchenhinweis darüber auf, dass für die komplette Brille insgesamt 69 Euro beziehungsweise 99 Euro zu zahlen waren.

Aktuell führt die Wettbewerbszentrale ein Verfahren wegen einer Blickfangwerbung eines bundesweit tätigen Hörakustikunternehmens, das mit „2 Hörgeräte zum Preis von 1“ wirbt. Dass mit „Preis“ nur der Eigenanteil gemeint ist, den gesetzlich Versicherte zahlen, ergibt sich allein aus einem Sternchenhinweis. Das LG Düsseldorf hat die konkrete Werbung im Verfahren des einstweiligen Rechtsschutzes als irreführend angesehen (Urteil vom 12.12.2013, Az. 14c O 181/13 – noch nicht rechtskräftig). Derzeit läuft das Berufungsverfahren vor dem OLG Düsseldorf.

*Rechtsanwältin Sabine Siekmann,  
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*