



## WettbewerbsRecht

### Blickfangwerbung: Was ist zu beachten?

Wenn in der Werbung einzelne Angaben besonders herausgestellt werden, spricht man von einer Blickfangwerbung. Hierbei ist zu beachten, dass der Blickfang selbst nicht objektiv unrichtig sein darf. Eine „Lüge“ kann auch durch einen Fußnotentext, der über ein Hinweissternchen mit dem Blickfang verknüpft ist, nicht richtig gestellt werden. Vielmehr ist die Werbung dann, trotz Klarstellung, insgesamt als irreführend anzusehen (§ 5 Abs. 1 UWG).

Auch im Bereich der Augenoptik hat die Wettbewerbszentrale es immer wieder einmal mit irreführender Blickfangwerbung zu tun. So hat sie zu diesem Thema in den letzten Jahren z. B. ein Verfahren bis zum Oberlandesgericht (OLG) Naumburg geführt. Im Ergebnis haben die Richter einem Augenoptiker die Werbung für diverse Sonderangebote unter Herausstellung des Logos eines Glasherstellers verboten, weil die Gläser gerade dieses Herstellers von den Angeboten ausgenommen waren. Das ergab sich aber lediglich aus dem Hinweistext der Fußnote (OLG Naumburg, Urteil vom 09.09.2010, Az. 1 U 13/10). Das Landgericht Bielefeld hat die Werbung mit der in den Blickfang gerückten Aussage „Sonnenbrille STATT 69,- € JETZT NUR ... 1,- €“ untersagt, soweit nicht tatsächlich eine Sonnenbrille zu diesem Preis angeboten wird (Urteil vom 25.09.2013, Az. 16 O 57/13). Auch in jenem Fall klärte der werbende Optiker erst im Rahmen der Fußnote zum Blickfang darüber auf, dass für die komplette Brille insgesamt € 69,- bzw. € 99,- zu zahlen waren. Diese Rechtsprechung gilt es bei der Gestaltung entsprechender Werbung für den eigenen augenoptischen Betrieb auf jeden Fall zu berücksichtigen. ■

**Rechtsanwältin Sabine Siekmann,  
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg**