

von Katharina Putz

# OLG Hamburg: Irreführung durch Google-Ads Werbung mit nicht existierendem Firmenstandort

Kaum ein Online-Händler kommt bei seiner Werbung am Werbesystem „Google Ads“ vorbei. Mit AdWords-Anzeigen erreichen Online-Händler gezielt ihren potentiellen Kundenkreis. Da dem Werbenden beim Google-Anzeigenformat nur eine geringe Fläche zur Verfügung steht, sollten die Schlagwörter bewusst gewählt werden. Dabei ist für Online-Händler jedoch Vorsicht geboten. Das OLG Hamburg hat in seinem Beschluss vom 03.02.2021 (Az.: 3 U 168/19) entschieden, dass die Werbung mit einem Ortsnamen, an dem sich tatsächlich kein Standort befindet, irreführend sei. Lesen Sie mehr zur Entscheidung des Gerichts in unserem Beitrag.

## I. Der Sachverhalt

Die Parteien sind im Bereich der Schuldnerberatung tätige Rechtsanwälte bzw. Rechtsanwaltsgesellschaften. Der Antragsteller ist in Hamburg, die Antragsgegnerin in Berlin ansässig.

Die Antragsgegnerin bewarb ihr Angebot im Internet mit einer Google-AdWords-Anzeige mit „Schuldnerberatung Köln“. Die Antragsgegnerin verfügte über kein Büro in Köln, sondern war ausschließlich in Berlin ansässig. Von diesem Standort aus beriet sie bundesweit Schuldner unter Einsatz von Telekommunikationsmitteln.

Aus Sicht des Antragstellers entstand durch diese Werbeanzeige beim angesprochenen Verkehr der unrichtige Eindruck, die Antragsgegnerin unterhalte in der genannten Stadt einen Standort. Der Verbraucher gehe davon aus, dass er die Schuldnerberatung vor Ort aufsuchen könne und dass ein persönliches Beratungsgespräch möglich sei. Die Werbung mit „Schuldnerberatung Köln“ deute der angesprochene Verkehr gerade nicht dahingehend, dass auch Schuldner aus Köln die Beratung in Anspruch nehmen könnten. Es würde vielmehr erwartet, dass die Schuldnerberatung in Köln erbracht werde.

Der Antragsteller mahnte die Antragsgegnerin im Hinblick auf markenrechtliche und wettbewerbsrechtliche Ansprüche wegen dieser Werbung ab. Die Antragsgegnerin gab hinsichtlich der abgemahnten markenrechtlichen Ansprüche eine strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung ab. Hinsichtlich der geltend gemachten wettbewerbsrechtlichen Ansprüche wies die Antragsgegnerin die Abmahnung jedoch zurück.

Folglich erwirkte der Antragsteller vor dem LG Hamburg die Beschlussverfügung, mit welcher der Antragsgegnerin verboten wurde, im geschäftlichen Verkehr ihre Schuldnerberatung im Internet mit dem Begriff „Schuldnerberatung“ in Verbindung mit Ortsnamen zu bewerben, in welchen die Antragsgegnerin weder eine Kanzlei noch eine Zweigstelle unterhält.

Gegen diese einstweilige Verfügung erhob die Antragsgegnerin Widerspruch und beantragte deren Aufhebung. Der Verbraucher erwarte bei der Google-AdWords-Anzeige keine räumliche Präsenz der

Schuldnerberatung am angegebenen Ort. Aus der bloßen Verbindung der Dienstleistung mit dem Ortsnamen gehe für den verständigen Verbraucher nicht hervor, dass die Kanzlei vor Ort ihren Sitz habe und dort ihre Leistung erbringe. Die Anzeige bringe lediglich zum Ausdruck, dass die Schuldnerberatung auch für Bewohner des in der Anzeige erwähnten Orts zur Verfügung stehe. Dies sei insoweit zutreffend, da jeder Verbraucher die Antragsgegnerin telefonisch und elektronisch kontaktieren könne.

Auf den Widerspruch der Antragsgegnerin hin erhielt das LG Hamburg die einstweilige Verfügung aufrecht. Dagegen versuchte die Antragsgegnerin, mit einer Berufung zum OLG Hamburg vorzugehen.

## II. Die Entscheidung

Auch im Berufungsverfahren hatte die Antragsgegnerin allerdings keinen Erfolg. Mit Beschluss vom 03.02.2021 (Az.: 3 U 168/19) wies das OLG Hamburg die Berufung der Antragsgegnerin zurück und bestätigte einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch der Antragstellerin unter dem Gesichtspunkt der Irreführung.

Die Werbung der Antragsgegnerin sei irreführend im Sinne des § 5 UWG. Eine geschäftliche Handlung sei nach § 5 Abs. 1 UWG irreführend, wenn sie bei den Verkehrskreisen ein Verständnis hervorrufe, welches mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimme. Für die Beurteilung sei auf das Verständnis eines aufmerksamen durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher abzustellen. Die beanstandete Werbemaßnahme richte sich an Personen, die eine Schuldnerberatung aufsuchen wollen. Zielgruppe sei damit der allgemeine Verkehr.

Die Anzeige „Schuldnerberatung Köln“ deute auf eine in Köln ansässige Schuldnerberatung hin. Der maßgebliche Verkehrskreis nehme an, dass die beworbene Beratungsdienstleistung am genannten Ort erfolge und vor Ort eine räumliche Anlaufstelle existiere. Dass die „Schuldnerberatung“ nicht unter Verwendung einer Präposition („in“, „aus“) mit der Ortsangabe verknüpft sei, ändere daran nichts. Mit einer Ortsbezeichnung würde auch ohne Verwendung von „in“ oder „aus“ der Sitz des Unternehmens angegeben. Vor allem bei Google-AdWords-Anzeigen würden Informationen knapp und schlagwortartig präsentiert.

Die in der Anzeige verwendete Ortsangabe begründe die Erwartung, dass eine persönliche Beratung vor Ort stattfinde. Es werde nicht nur der Eindruck der Leistung auch für Bewohner des genannten Orts bezweckt. Zwar bestehe die Möglichkeit der telefonischen und elektronischen Kontaktaufnahme. Davon gehe der angesprochene Verkehr aber ohnehin aus. Insbesondere im Bereich der Schuldnerberatung sei die Frage, ob die Beratung vor Ort stattfinden könne, von besonderem Belang. Zudem habe der Suchende mit seiner Sucheingabe deutlich gemacht, dass es sich beim eingegebenen Ort um ein wesentliches Kriterium handele.

Die Angaben auf der Internetseite, erreichbar durch Klicken auf die Werbeanzeige, seien für diese Bewertung unerheblich. Die Website beeinflusse nicht das Verständnis der vorgelagerten Werbeanzeige. Vielmehr werde die Anzeige angeklickt, da der Suchende eine vor Ort ansässige Schuldnerberatung erwarte.

Die Werbung mit „Schuldnerberatung Köln“ war daher nach Auffassung des Gerichts unwahr und geeignet, den angesprochenen Verkehrskreis zu täuschen. Entgegen der Erwartung finde aber keine

Beratung in Köln statt.

### III. Fazit

Der Beschluss des OLG Hamburg vom 03.02.2021 (Az.: 3 U 168/19) zeigt, dass für den Online-Händler bei Google-Ads-Werbung besondere Sorgfalt geboten ist. Wird mit einem tatsächlich nicht existierenden Firmenstandort geworben, liegt darin eine irreführende geschäftliche Handlung.

Bei Google-AdWords-Anzeigen ist Prägnanz und Kürze geboten. Daher sind die wesentlichen Informationen entsprechend knapp und schlagwortartig zu präsentieren. Jedoch sollten Online-Händler die **Stichworte in der Anzeige** für den Rechtsverkehr **klar und unmissverständlich** auswählen.

Andernfalls riskieren sie rechtliche Auseinandersetzungen.

Autor:

**Katharina Putz**

Wissenschaftliche Mitarbeiterin