

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

## DSL-Werbung der T-Online ist wettbewerbswidrig

**Das Oberlandesgericht Hamburg entschied mit Urteil v. 25.08.2005 (Az.: 5 U 193/04), dass die DSL-Werbung von T-Online ("Bestes DSL-Produkt des Jahres") wettbewerbswidrig ist.**

Leitsatz:

Die Werbung "Bestes Produkt des Jahres XY für DSL-Internet-Zugangstarife" ist dann irreführend und somit wettbewerbswidrig, wenn sich die Werbung, auf die sich die Prämierung beruft, nicht auf ein konkretes Produkt, sondern auf eine allgemeine Bewertung bezieht (hier: "Bester Internet-Provider").

Dies begründete das Oberlandesgericht Hamburg wie folgt:

*(...)Es kann dahingestellt bleiben, ob eine Irreführung des Verkehrs schon deshalb vorliegt, weil die Preisverleihung auf einer bloßen Leserumfrage beruht und nicht auf einem Test durch unabhängige Sachverständige oder jedenfalls durch fachkundige Journalisten der Fachzeitschrift "PC Magazin". Denn mit dem Landgericht ergibt sich eine Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise jedenfalls daraus, dass das Siegel "1. Platz Produkt des Jahres 2003/2004 PC-Magazin" durch die Einbeziehung in die magentafarbige Kopfzeile, die die Aufforderung enthält, den passenden T(...)DSL-Tarif zu wählen, einen deutlichen Bezug zu diesem Produkt erhält. Die Positionierung des Siegels steht in dieser Art der Präsentation nicht im Zusammenhang mit dem Unternehmen T(...), sondern in Bezug zu dem konkret beworbenen Tarif. Dem steht nicht entgegen, dass es sich dabei um zwei verschiedene Wahlmöglichkeiten von Tarifen handelt./*

*(...)Durch die deutlich hervorgehobene Überschrift "Wählen Sie den passenden T(...)DSL-Tarif" und die daneben befindliche Abbildung der Auszeichnung in Form eines Siegels werden die angesprochenen Verkehrskreise die Auszeichnung zu beiden darunter beworbenen Produkten in Beziehung setzen, die nur als Unterkategorien des "T(...)DSL-Tarif" erscheinen. Eine derartige Nennung von zwei verschiedenen DSL-Tarifen unter einer entsprechenden Oberkategorie erscheint in einer Werbebroschüre auch nicht als zufällig, sondern wird so wahrgenommen, dass den angesprochenen Verkehrskreisen verschiedene Wahlmöglichkeiten unter einer prämierten Oberkategorie eröffnet werden. Insbesondere liegt ein Verständnis dahingehend nahe, dass der von der Antragsgegnerin angebotene DSL-Zugang unabhängig von den einzelnen Tarifen in qualitativer Hinsicht ausgezeichnet worden ist, z.B. Schnelligkeit und Qualität des Bildaufbaus, des Download usw.*

*Dieser Eindruck wird auch nicht durch die unterhalb des Siegels abgebildete Aussage "Kategorie: Bester Internet-Provider Ausgabe PC-Magazin 052004" korrigiert. Das Landgericht hat zutreffend festgestellt, dass diese Angaben nicht als einheitlicher Blickfang mit der darüber befindlichen Grafik wahrgenommen werden. Der Hinweis tritt stark hinter die Angaben in der optisch nach außen abgeschlossenen und farblich deutlich abgesetzten siegelartigen Grafik "1. Platz Produkt des Jahres 2003/2004" und "PC-Magazin" zurück, da er unterhalb dieser geschlossenen Grafik angeordnet ist und in einer anderen Farbe und Schrifttype gehalten ist. Er kann den gewonnenen Eindruck nicht entkräften.)(...)/*

Autor:

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

Rechtsanwalt