

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

OLG Hamm: AdWords-Werbung mit "24-Stunden-Service" nicht wettbewerbswidrig

Das OLG Hamm (Urteil vom 04.06.2009, Az.: 4 U 19/09) hatte jüngst entschieden, dass eine Werbung mit "24-Stunden-Lieferservice" in Google-AdWords nicht wettbewerbswidrig sei. Vorgeworfen wurde irreführende Werbung, weil eine Lieferung innerhalb von 24 Stunden letztlich gar nicht gewährt werden konnte, worüber aber erst auf der Shopseite des Werbenden aufgeklärt wurde.

Die Richter entschieden, dass zwar durchaus eine Fehlvorstellung beim Interessenten hervorgerufen werde, eine Irreführung jedoch ausscheide, da die Verbraucher auf der Shopseite entsprechend aufgeklärt würden. Im Weiteren machte das Gericht auch grundsätzliche Ausführungen zu den Anforderungen an die Werbung bei Google-AdWords.

Sachverhalt

Ein Druckerpatronen-Händler warb in einer Google-AdWords Anzeige u.a. mit einem "24-Stunden-Lieferservice" und auf seiner Startseite mit "beste Preise". Folgt der interessierte Nutzer dem in der Anzeige angegebenen Link, landete er auf der Startseite des Händlers, wo er aufgeklärt wurde, dass eine 24-Stunden Lieferung nur bedeutet, dass die bis 16.45 Uhr bestellten Artikel noch am gleichen Tag versendet werden und in der Regel am nächsten Tag beim Kunden sind. Für Bestellungen nach diesem Zeitpunkt konnte also keine derartig schnelle Zustellung garantiert werden.

Entscheidung

Nach Ansicht des OLG Hamm ist die Werbung mit "24-Stunden-Lieferservice" nicht irreführend. Zwar entstehe durch die Aussage durchaus der fehlerhafte Eindruck beim angesprochenen Verbraucher, dass in jedem Fall eine Lieferung innerhalb von 24 Stunden gewährleistet ist.

Diese Fehlvorstellung führe den Verbraucher aber nicht in die Irre:

"Die so bewirkte Fehlvorstellung reicht aber für die Annahme einer Irreführung nicht aus, weil die Verbraucher bei dem Link auf die Startseite der Antragsgegnerin sofort von der maßgeblichen Einschränkung der erforderlichen Bestellung bis 16.45 Uhr erfahren, also nachträglich aufgeklärt werden."

Auch die Werbeaussage "beste Preise" ordneten die Richter nicht als wettbewerbswidrig ein:

"Die angesprochenen Verbraucher sehen darin allerdings keine Alleinstellungswerbung wie bei "Der beste Preis der Stadt" oder "Best price in town". Der fehlende Artikel macht Ihnen deutlich, dass es nicht um die besten Preise allgemein geht oder in einem bestimmten Zusammenhang gehen soll."

Schließlich gehen die Richter auch auf das Thema Werbung bei Google-AdWords im Allgemeinen ein. Obwohl es regelmäßig nicht zulässig ist, eine eingetretene Irreführung durch eine nachträgliche Klarstellung auszuräumen, sei dieser Grundsatz bei Google-AdWords zu durchbrechen. Denn die schlagwortartige Blickfangwerbung bei Google ist in Zusammenhang mit einer klarstellenden Werbeaussage auf der Hauptseite des jeweiligen Händlers zu verstehen. Letztlich sei der Link auf die Startseite in der AdWords Anzeige wie ein Sternchenhinweis bei einer Blickfangwerbung zu werten. Die durchaus vorliegende Anlockwirkung sei wegen des aufklärenden Hinweises auf der Startseite zu vernachlässigen.

Fazit

Eine weitere Entscheidung zum Thema AdWords. Denn wie die IT Recht Kanzlei **berichtete** ist auch die Markenrechtsverletzung durch Verwendung fremder Marken bei Google Adwords ein viel diskutiertes Thema.

Vorstehende Entscheidung ist insofern interessant, als dass das OLG Hamm sich zur Rechtmäßigkeit einer Google-AdWords Werbung geäußert hat, mit der Feststellung, dass eine derartige Werbung als Blickfangwerbung zu behandeln ist und der Link auf die Startseite des jeweiligen Händlers als Sterchenhinweis einzuordnen ist. So weit so gut. Jedenfalls für die Händler, die diese Werbemöglichkeit einsetzen.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz