

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

## OLG Köln: Bannerwerbung auf Online-Spieleportal vs. Jugendschutz

**Aus Köln erreichen uns Nachrichten zum Thema Kinder- und Jugendschutz im Internet. Das Oberlandesgericht Köln hatte unter anderem darüber zu entscheiden, ob eine Bannerwerbung auf einem (auch) von Kindern genutzten Online-Spieleportal verschleierte Werbung im Sinne des § 4 Nr. 3 UWG darstellt (OLG Köln v. 12.04.2013, Az.: 6 U 132/12). Anhand dieses Urteils lassen sich allgemeine Kriterien ableiten, wie Bannerwerbung auf für Minderjährige zugeschnittenen Websites auszusehen hat. Lesen Sie mehr zu diesen Kriterien in unserem Beitrag.**

### I. Grundlagen:

#### 1. Was ist Bannerwerbung?

Bei Bannerwerbung handelt es sich zumeist um Hyperlinks, die in die jeweilige Internetseite eingebettet sind, und grafisch auf seitenfremde Inhalte hinweisen. Im konkreten Fall wurden Browser Spiele in aneinandergereihten Kacheln zur Auswahl gestellt, und zwischen der zweiten und dritten Zeile war ein Freiraum belassen worden, in welchem die Bannerwerbung geschaltet war:



bzw.

**www.SPIELAFFE.DE**  
Kostenlose Spiele für die ganze Familie - Die Nr.1 Deutschlands

Start Highscore Spiele Multiplayer Videos

Best bewertet Meist gespielt Mädchen Rennen Sport Action Kesseltick Denken Verbinden Mixer

Lernspiele Malen Dekorieren Putzen Witziges Anziehen Kochen und Backen Reaktion Fussball Simulation

Spiel suchen  Los

**Spiele**  
Kinderspiele (408) < 1 2 3 4 5 > Neue Meist gespielte Best Bewertete +

Top Spiele				
Gesamt	Monat	Woche	Gestern	
	Brot backen 2	19.103.754 x gespielt		
	EinBudd	9.317.266 x gespielt		
	Auto-Party	8.733.804 x gespielt		
	Suppe	6.945.352 x gespielt		
	Kekse	4.262 x gespielt		
	Putzen mit Peter	6.306.036 x gespielt		
	Schönes Zimmer	5.035.549 x gespielt		
	Grimassen	4.031.990 x gespielt		
	Katzen-Einkauf			

Werbung

**Kinder Em-eukal**



Einhorn Popstar Anziehen Jacko anziehen Colorbook 3 Meerjungfrauen zeichnen



## 2. Was ist verschleierte Werbung?

Nach dem OLG Köln liegt eine verschleierte Werbung im Sinne des § 4 Nr. 3 UWG vor, wenn die nachstehenden Voraussetzungen erfüllt sind:

*"Eine Verschleierung des Werbecharakters liegt vor, wenn das äußere Erscheinungsbild der geschäftlichen Handlung so gestaltet wird, dass die Verbraucher den geschäftlichen Charakter nicht klar und eindeutig erkennen (...). Dabei ist in erster Linie der optische Gesamteindruck der jeweiligen Internetseite entscheidend (...)."*

## 3. Wann stellt, allgemein gesprochen, Bannerwerbung eine unzulässige verschleierte Werbung dar?

Bannerwerbung stellt eine unzulässige verschleierte Werbung dar, wenn die Bannerwerbung nicht sofort als solche erkennbar ist. Eine solch mangelhafte Erkennbarkeit kann insbesondere durch die Art der Einbindung in die redaktionell gestaltete Internetseite, oder aufgrund ihres allgemeinen Erscheinungsbildes gegeben sein. Ist dies der Fall, kann sie nur bei entsprechend deutlicher Kennzeichnung zulässig sein. Auf der anderen Seite kann es auch sein, dass im Hinblick hierauf eine Bannerwerbung gegebenenfalls schon auf Grund ihrer Anordnung und Gestaltung für den Nutzer als selbstständiger, vom redaktionellen Inhalt abgegrenzter Teil erkennbar sein kann. Die Beurteilung ist jeweils abhängig vom konkreten Einzelfall.

Die Erkennbarkeit richtet sich nach der Sichtweise des durchschnittlich informierten, situationsadäquat aufmerksamen und verständigen Verbrauchers **der entsprechenden Zielgruppe**.

## II. Bannerwerbung auf Websites für Minderjährige

Die Erkennbarkeit der Werbung richtet sich, wie oben bereits mitgeteilt, nach der entsprechenden Zielgruppe. Handelt es sich dabei um **Minderjährige**, hat die Erkennbarkeit nach dem **Informationsstand und der Aufmerksamkeits- und Kritikfähigkeit dieser Minderjährigen bemessen zu werden**. Dabei ist klar, dass ein 17-jähriger Internetnutzer andere Voraussetzungen mitbringt, als ein 9-jähriges Kind. Das OLG Köln ging in seiner Entscheidung davon aus, dass die Online-Spiele unter der Kategorien "Mädchenspiele" und "Kinderspiele" auf der Online-Spieleplattform sich vor allem an Minderjährige Kinder unter 14 Jahre richte und diese Kinder gerade das Zielpublikum dieser Spiele seien.

## 1. Welche Besonderheiten gelten für die Kenntlichmachung von (Banner-)Werbung auf Kinder-Websites?

Handelt es sich bei der Zielgruppe um Kinder, richtet sich die Erkennbarkeit von (Banner-)Werbung nach der Sichtweise eines **durchschnittlichen Kindes**. Das OLG Köln möchte dabei berücksichtigen wissen,

*"dass Kinder grundsätzlich nicht in gleicher Weise wie Erwachsene in der Lage sind, redaktionelle Beiträge von Werbung zu unterscheiden, und sich deshalb auf Grund ihres Alters leichter täuschen lassen."*

Kinder unter 14 Jahren seien daher nach § 3 Abs. 2 S. 3 UWG besonders schutzbedürftig, weshalb auch **besonders strenge Anforderungen** an die erforderliche Trennung von redaktionellen Inhalten und kommerziellen Anzeigen zu stellen seien. Das OLG Köln wies im konkreten Fall des Weiteren noch darauf hin, dass ein erheblicher Anteil der von den Kategorien "Mädchenspiele" und "Kinderspiele" angesprochenen kindlichen, des Lesens mächtigen User im Alter von neun bis zehn Jahren - insbesondere die erstmaligen Besucher der Online-Spieleseite - die dort in das Spieleangebot integrierten, als solche nicht unmittelbar als Werbung erkennbaren Bannerpräsentationen irrtümlich als zusätzliche, auf Grund ihres abweichenden Formats und ihrer anderen grafischen Gestaltung besonders hervorgehobene Spieleangebote auffassen würden.

Ist ein Werbebanner in den redaktionellen Inhalt des Website-Bereiches eingebettet, muss sich diese Bannerwerbung zumindest in ihrer Formatierung deutlich vom restlichen Inhalt unterscheiden. Schon gestalterische Anklänge oder inhaltliche Berührungspunkte würden eine solch deutliche Unterscheidung ausschließen. Es kommt also auf die **Platzierung und Gestaltung des Werbebanners** an. Befindet er sich inmitten des Inhalts, muss sich sein Werbecharakter zweifelsfrei aus seiner Gestaltung ergeben. Ist der Werbebanner am Rande platziert, ergibt sich sein Werbecharakter zu einem geringen Anteil schon aus seiner Platzierung, weshalb die Anforderung an die abgehobene Gestaltung nicht ganz so strikt ist.

Der Werbecharakter muss jedoch auf jeden Fall **für ein Kind** klar erkennbar sein. Ergibt sich der Werbecharakter des angegriffenen Banners noch nicht aus seiner Platzierung und/oder Gestaltung selbst, muss ein **eindeutige Kennzeichnung** des Banners als "Werbung" geschehen. Sodann hat diese Kennzeichnung aus den Augen eines Kindes eindeutig zu erfolgen. Laut OLG Köln muss ein solcher Hinweis

*"nach Schriftart, Schriftgröße, Platzierung, Kontrast und Begleitumständen ausreichend deutlich sein, um eine Irreführung zu vermeiden."*

Der von der auffälligen Gestaltung einer Bannerwerbung angezogene kindliche Blick muss vor Anklicken des Banners diesen Hinweis wahrnehmen und mit dem Banner in Verbindung setzen. Den Hinweis auf

den Werbecharakter im Fall des OLG Köln ließ das Gericht **nicht ausreichen**:

*"Der oberhalb der beiden Werbebanner eingeblendete Begriff "Werbung" besteht aus in unscheinbarem Weiß gehaltenen Lettern und weist eine geringe, hinter dem Werbetext um ein Vielfaches zurückbleibende Schriftgröße auf. Zudem ist er nicht zentral mittig, sondern unauffällig am linken Rand über dem langgezogenen Rechteck platziert. Angesichts dessen ist nicht sichergestellt, dass der von der auffälligen grafischen Gestaltung der Bannerwerbung angezogene kindliche Nutzer die textliche Kennzeichnung als Werbung wahrnimmt, bevor er das Werbebanner anklickt und weitere Informationen über das beworbene Produkt- oder Dienstleistungsangebot erhält (...)."*

## 2. Beziehen sich diese strengeren Anforderungen auf den gesamten Inhalt einer Website?

Nein, dies ist nicht der Fall. Bei der Abgrenzung der Zielgruppe geht es nicht um alle Nutzer der gesamten Website, sondern um die potentiellen Nutzer des konkreten Inhalts. Bietet also eine Website sowohl Inhalte für Erwachsene als auch für Minderjährige an, beurteilt sich die Erkennbarkeit der Bannerwerbung **nach der Zielgruppe des jeweiligen Website-Bereiches**. Die strengeren Anforderungen an eine deutliche Trennung zwischen redaktionellen Bereichen und Werbung betreffen also nur diejenigen Website-Bereiche, die vornehmlich auf den Zugriff von Kinder unter 14 Jahren zugeschnitten sind.

## 3. Wie verhält es sich mit Websites für Jugendliche?

Bei Inhalten, die auf den Zugriff von Jugendlichen (Minderjährige zwischen 14 und 18) zugeschnitten sind, hat die Werbung natürlich **ebenfalls** als solche für die Jugendlichen **erkennbar zu sein**. Allerdings ist bei Jugendlichen davon auszugehen, dass sie das Internet nicht zum ersten mal benutzen, sondern schon einige Erfahrung im Umgang mit dem Internet und deren Inhalten und Werbeformen haben (im Gegensatz zu Minderjährigen unter 14 Jahren). Ihr Informationsstand ist, als dies bei Kindern unter 14 Jahren der Fall ist. Gleiches gilt für ihre Aufmerksamkeits- und Kritikfähigkeit von Jugendlichen im Alter zwischen 14 und 18 Jahren. Daher sind die Anforderungen an die Erkennbarkeit eines Werbebanners in diesem Fall auch niedriger, als es bei Kindern (unter 14 Jahren) der Fall ist.

### III. Fazit

Auf Website-Bereichen, die auf den Zugriff von Minderjährigen zugeschnitten sind, haben (Banner-)Werbungen mit Bedacht eingesetzt zu werden. Richten sich solche Inhalte etwa an Kinder unter 14 Jahren, gelten **besonders strenge Anforderungen** an die Erkennbarkeit bzw. Kenntlichmachung eines Werbebanners bzw. der Werbung. Entweder muss sich aus der **Platzierung und/oder Gestaltung** des Banners zweifelsfrei seine Eigenschaft als Werbung ergeben, maßgeblich hierfür ist die Sicht aus den Augen eines Kindes oder es muss eine **eindeutige Kennzeichnung** des Banners als "Werbung" erfolgen. Kommt der Seitenbetreiber diesen Anforderungen an die Kenntlichmachung der (Banner-)Werbung nicht nach, handelt es sich sodann um verschleierte Werbung im Sinne des § 4 Nr. 3 UWG und damit um eine unlautere geschäftliche Handlung.

Mehr zur Werbung mit Interstitials auf Online-Spieleseiten finden Sie in unserem Beitrag zur **Entscheidung des LG Berlin**.

Autor:

**RA Jan Lennart Müller**  
Rechtsanwalt