

von **Bodo Matthias Wedell**

## Bilder sagen mehr als 1000 Worte: Wenn Blickfangwerbung zur Irreführung wird

Das LG Arnsberg hat entschieden, dass ein Onlinehändler für eine irreführende Produktbeschreibung einer Onlinehandelsplattform auch dann haftet, wenn er sein Angebot nur an dessen bereits bestehendes Produktbild anhängt. Konkret betrifft dieses Urteil die so genannte Blickfangwerbung, bei der ein bestimmtes Produkt mittels eines Beispielbildes beworben wird und der Verbraucher dabei den Eindruck bekommt, dass sämtliche abgebildete Teile im Angebot als Zubehör enthalten sind. In der Produktbeschreibung wird zwar klargestellt, dass die Zubehörteile nicht zum Leistungsumfang gehören, diese wird allerdings in der Praxis nicht oder nur flüchtig gelesen. Dieses Verhalten sei eine Irreführung des Verbrauchers und damit wettbewerbswidrig. Entscheidungserheblich ist dabei nicht die Auffassungsgabe eines sog. „reflektierten“ Verbrauchers, sondern vielmehr, dass eine geschäftliche Handlung bereits dann irreführend ist, wenn sie „zur Täuschung geeignete Angaben“ enthalte. Dies gelte auch dann, wenn sich der Onlinehändler mit seinem Angebot an ein bestehendes Produktbild der Onlinehandelsplattform anhängt, so das LG Arnsberg, Urteil vom 05.03.2015, Az: I-8 O 10/15.

### Was war passiert?

Die beklagte Partei betreibt auf der Onlinehandelsplattform „amazon.de“ einen Onlineshop und vertreibt hierüber ihre Waren. Unter anderem stellte sie dort ein Angebot bezüglich eines Sonnenschirms zum Preis von 134,07€ hinein.

Dieses Angebot wurde mittels eines Bildes, was wiederum von „amazon.de“ selbst bereitgestellt wurde beworben. Hierauf war beispielhaft ein Sonnenschirm zu sehen, inklusive einer Betonplatte, die zur Beschwerung des Ständers erforderlich ist. Diese Betonplatte war allerdings nicht im konkreten Lieferumfang des Onlinehändlers enthalten. Eine zutreffende Beschreibung des tatsächlichen Lieferumfanges war jedoch in der Produktbeschreibung zu finden.

„So nicht!“, dachte sich ein Mitbewerber und mahnte den Onlinehändler wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens ab. Durch dieses Verhalten des Mitbewerbers komme es zu einer konkreten Täuschung des Verbrauchers.

## Das Problem

Fälle wie der vorliegende lassen sich unter dem Stichwort „Blickfangwerbung“ einordnen. Hierbei wird ein Produkt mittels eines Bildes beworben, in dem zum eigentlichen Produkt weiteres bisweilen notwendiges Zubehör abgebildet ist, was allerdings nicht zum konkreten Lieferumfang des konkreten Angebots gehört. In diesem Falle eben die Betonplatte, die zur Stabilisierung der Betonplatte dient. Der wahre Lieferumfang wird erst in der Produktbeschreibung genauer definiert.

Das Problem ist allerdings, dass sich der Verbraucher diese Produktbeschreibung erst einmal durchlesen muss. Dies wird in der Praxis kaum der Fall sein, so argumentierte jedenfalls die Klägerin. Sie begründete ihre Ansicht damit, dass sich der Verbraucher vielmehr auf die bildliche Darstellung der angebotenen Ware verlassen würde und in flüchtiger Weise davon ausgehe, dass alle auf der Produktdarstellung abgebildeten Bestandteile im konkreten Lieferumfang enthalten sind.

Hinzu kommt dass der Onlinehändler das Bild nicht selbst in die Angebotsmaske eingestellt hatte, sondern sein Angebot vielmehr an ein bestehendes Bild von „amazon.de“ angehängt hat.

## Die Entscheidung des Gerichts

Das LG Arnsberg gab dem Unterlassungsanspruch der Klägerin statt und verfügte, dass sich dieser aus § 8 Abs. 3 Nr. 1, Abs. 1, § 2 Abs. 1 Nr. 3, § 3 Abs. 1, § 5 Abs. 1 Satz 1, Satz 2 Nr. 1 UWG ergebe.

Die beanstandete Werbung enthält „zur Täuschung geeignete Angaben über (...) die wesentlichen Merkmale der Ware im Sinne des § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG. Auf dem in der beanstandeten Werbeanzeige sichtbare Bild war eine Betonplatte zu sehen, die jedoch tatsächlich nicht zum Angebot gehört. Nach Rechtsansicht des Arnsberger Gerichts sei der Preis ein wesentliches Merkmal einer Ware und beziehe sich auf den (vermeintlichen) Umfang des vom Verbraucher erwarteten Lieferumfangs.

Über dies hinaus sei die beanstandete Werbeanzeige deshalb gem. § 5 Abs. 1 S. 2 UWG „zur Täuschung geeignet“, da beim Verbraucher bekanntermaßen bei Online-Verkäufen auf Grund der Schnelligkeit des Internetverkehrs von einem eher flüchtigen Lesen und Kenntnisnehmen des gesamten Angebotsinhalts gekennzeichnet ist.

Das LG Arnsberg bezieht sich bei seiner Entscheidung auch auf eine Entscheidung des BGH zur „Blickfangwerbung“.

Nach Rechtsansicht des BGH könne ein als „Blickfang“ dienendes Bild, sofern die auf diesem zu sehenden Komponenten nicht umfassend vom Angebot umfasst sind, beim Verbraucher eine Irreführung auslösen, vgl. BGH, Urteil vom 12.02.2015, Az. I ZR 36/11.

Das Arnsberger Gericht geht also davon aus, dass bei vielen, eher flüchtig vorgehenden Verbrauchern das konkret streitige Bild geeignet sei, die ihnen die Vorstellung hervorzurufen, dass eine Betonplatte tatsächlich im Lieferumfang enthalten sei und schließt sich damit der Argumentation der Klägerin an.

Das Gegenargument der beklagten Partei, dass der reflektierende Verbraucher durchaus in der Lage sei,

von sich aus zu erkennen, dass die im Bild sichtbare Betonplatte bei dem Kaufpreis von 134,07€ wohl nicht im Lieferumfang enthalten sein wird, erteilte das Gericht eine Absage.

Das Arnsberger Gericht begründete seine Rechtsansicht mit dem Telos des Gesetzes:

“

*"Die Gesetzesfassung lege nahe, dass nicht auf einen „reflektierenden“ Verbraucher abzustellen sein wird, sondern eine geschäftliche Handlung dann Irreführungscharakter hat, wenn sie „zur Täuschung geeignete Angaben“ enthält."*

”

Zudem urteilte das Gericht, dass der Onlinehändler in der Konstellation, in der er sein eigenes Angebot lediglich an ein bereits bestehendes Bild der Online-Verkaufsplattform anhänge zudem als „mittelbarer Störer“ für das damit wettbewerbswidrige Verhalten derselben haftbar sei.

## Unser Fazit

Die vorliegende Entscheidung des Arnsberger Gerichts bürdet Onlinehändlern weitreichende Prüfverpflichtungen bezüglich der von ihnen beworbenen Waren mittels Bildern auf. Um eine Abmahnung von Mitbewerbern zu vermeiden muss genau darauf geachtet werden, dass beim Verbraucher keine Irreführung über den tatsächlichen Leistungsumfang hervorgerufen wird. Die tatsächliche Umsetzung wird zusätzlich dadurch erschwert, dass das Gericht feststellte, dass eine angefügte Produktbeschreibung vom Verbraucher nur flüchtig wahrgenommen werde. Damit genügen in der Praxis Angaben, die „zur Täuschung geeignet“ sind. Dieses sind Bilder in jedem Falle. Ob dieses Verhalten des Verbrauchers der Realität entspricht kann von daher dahingestellt bleiben. Die Vorgaben sind insoweit bindend und sollten im eigenen Interesse eingehalten werden.

Überdies ist anzuraten, bildliche Produktbeschreibungen von Dritten, wie im vorliegenden Fall von „amazon.de“ nicht ohne eingehende Überprüfung für den eigenen geschäftlichen Gebrauch zu übernehmen.

Bei Fragen zur rechtskonformen Werbung auf Onlinehandelsplattformen kontaktieren Sie uns gerne im Vorfeld!

Autor:

**Bodo Matthias Wedell**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)