

von **Anna Bosch**

Ganz schön schräg? LG Dortmund zur Unzulässigkeit eines vertikalen Impressums

Dass Unternehmer im Geschäftsverkehr mit Kunden ein Impressum ausweisen und darin Pflichtangaben u.a. zur Unternehmensidentität enthalten sein müssen, ist mittlerweile hinlänglich bekannt. Dass allerdings trotz Beachtung der inhaltlichen Anforderungen gestalterische Experimente riskant sein können, bekam kürzlich ein Hörakustik-Unternehmen zu spüren. Es hatte das Impressum in einem Prospekt schräg abgedruckt und wurde prompt abgemahnt. Erfahren Sie im heutigen Beitrag, wie das LG Dortmund mit Urteil vom 16.3.2016 (Az. 10 O 81/15) den Rechtsstreit entschied.

1) Was war geschehen?

Der Kläger - ein eingetragener Verein, der u.a. den Zweck verfolgt, den unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen - nahm das beklagte Hörakustik-Unternehmen auf Unterlassung einer bestimmten Prospekt-Gestaltung in Anspruch. Anlässlich der Eröffnung des 525sten Fachgeschäfts in Deutschland bewarb die Beklagte im April 2015 mit einer als Postwurfsendung verteilten Haushaltswerbung Hörgeräte-Modelle unter der Angabe von Preisen. Auf der letzten Seite des Prospekts befand sich am linken Rand vor dem Hintergrund eines hellblauen Hemds in weißer 7-Punkt-Schrift die Unternehmensangaben, mit Rechtsformzusatz und Adresse im Hochformat.

Der Kläger hielt diese Impressums-Gestaltung für unzulässig, da in dem Prospekt eine Aufforderung zum Kauf liege, jedoch die Pflichtangaben zu Identität und Anschrift bei der maßgeblichen Gesamtbetrachtung nicht leicht genug auffindbar seien. Denn sie seien vorliegend in kleiner weißer Schrift auf hellem Hintergrund gedruckt. Da sie kleiner gedruckt seien, als die restliche Werbebotschaft, würden sie gar nicht wahrgenommen. Zudem müsse der Leser zunächst die Perspektive wechseln, weil der Hinweis vertikal zum Rest der Anzeige gedruckt wurde. Diese Gestaltung stehe einer fehlenden Pflichtangabe gleich. In die Bewertung sei einzubeziehen, dass die Werbung sich größtenteils an eher ältere Menschen wende, welche nicht nur Probleme mit der Hör- sondern auch mit der Sehfähigkeit hätten. Pflichtinformationen müssten daher besonders deutlich herausgestellt werden.

2) Wie entschied das LG Dortmund den Rechtsstreit?

Das Gericht gab dem Kläger Recht. Der Unterlassungsanspruch folge aus §§ 3, 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, da die wesentlichen Informationspflichten bei derartiger Gestaltung nicht erfüllt seien.

“

„Die danach erforderlichen Angaben ‚fehlen‘ auch dann, wenn sie zwar in der Werbung vorhanden, jedoch nicht hinreichend lesbar sind.“

”

Hierbei können im konkreten Einzelfall neben der Schriftgröße auch das Druckbild, die Gliederung der Werbung, das Papier, die Farbe oder der Hintergrund von Bedeutung sein, befand das Gericht. Die Wahrnehmung der Angaben werde bereits dadurch stark behindert, dass diese hochkant zum übrigen Text gedruckt sind. Auch der BGH hatte in einem länger zurückliegenden Fall ähnlich entschieden, dass in der mit dieser Gestaltung verbundenen Drehung in eine andere Leserichtung, grundsätzlich eine Erschwerung der Wahrnehmung liege. Im konkreten Fall kam noch hinzu, dass die Angaben nach Ansicht des Gerichts in einer derart unerwartbaren Position und in einer solchen farblichen Gestaltung angebracht waren, dass der Betrachter schon keinen Anlass fände, das Prospekt überhaupt zu drehen. Denn ein durchschnittlicher Leser werde die Angaben dort erwarten, wo auch weitere Angaben zu der Beklagten zu finden sind, nämlich in dem grünunterlegten und mit Webadresse und Telefonnummer versehenen Rechtecks auf der letzten Seite des Prospekts. Auch der Kontrast weiß zu hellblau stelle im Gesamtbild gerade keinen Aufmerksamkeit erzeugenden Umstand dar.

3) Fazit

Da das Gericht den Aufwand des Drehens einer Printwerbung schon für unzumutbar hielt, ist insbesondere bei der Gestaltung des Impressums auf Webseiten Vorsicht geboten. Tablets oder Smartphones mögen sich unter Umständen leicht drehen lassen, jedoch ist dies bei PC-Monitoren wohl kaum möglich. Gestalterische Experimente in diesem Bereich, die das Auffinden oder die Lesbarkeit von Pflichtangaben zur Unternehmensidentität etc. erschweren, sind daher wenig ratsam.

Autor:

Anna Bosch

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)