

## Was ist eigentlich Fußpilz?

**Was versteht man hierzulande eigentlich unter Fußpilz? Und reicht es in einer Fernsehwerbung aus, wenn klarstellende Hinweise nur eingeblendet aber nicht vertont werden? Antworten auf diese spannenden Fragen gab der BGH.**

Zwei Firmen, die Arzneimittel zur äußeren Behandlung von Pilzinfektionen der Haut herstellen und vertreiben, stritten sich gegenseitig um die Zulässigkeit einer Anzeige in einer Fachzeitschrift und eines TV-Werbespots.

Die eine der beiden Firmen warb in einer Zeitschriftenanzeige und einem Fernsehspot für ihr Produkt „LAMISIL“. In der Anzeige im Fachmagazin und im Spot, wurde das Produkt als Mittel gegen Fußpilz ohne Einschränkungen hinsichtlich des Erregers von Fußpilz angepriesen. Im TV-Spot wurde außerdem im gesprochenen Text die Aussage gemacht, dass mit Lamisil der Fußpilz nur eine Woche behandelt werden muss. Eingeblendet wurde dabei im TV-Werbespot unter dem großgeschriebenen Text "nur 1 Woche Behandlung" in Kleinschrift der eingeblendete Hinweis "bei Fußpilz zwischen den Zehen".

Das Konkurrenzunternehmen hält dies für wettbewerbswidrig. Das Arzneimittel „LAMISIL“ sei nur für Pilzkrankungen, die durch Dermatophyten oder Hefepilze verursacht würden zugelassen. Fußpilz könne aber auch durch Schimmelpilze verursacht, wofür „LAMISIL“ nicht zugelassen sei. Da dieser Hinweis fehle sei die Werbung irreführend.

Außerdem wirke „LAMISIL“ nach Herstellerangaben nur bei Pilzinfektionen zwischen den Zehen innerhalb einer Woche, ansonsten kann die Behandlungsdauer zwei bis Wochen betragen. Da dieser Hinweis im Fernsehspot nur klein eingeblendet werde und im gesprochenen Text nicht genannt werde, sei auch dies irreführend.

Nach einem Verfahren vor dem LG und OLG Hamburg, landete das Verfahren vor dem Bundesgerichtshof.

### Entscheidung des Gerichts

Die Richter des BGH ( [Urteil vom 11.09.2008 – Az. I ZR 58/06](#)) verwiesen die Angelegenheit aufgrund von Formfehlern an das Berufungsgericht zurück, allerdings nicht ohne auf einige Fragen einzugehen.

Zunächst befassten sich die obersten deutschen Zivilrichter damit, wie denn der Begriff Fußpilz zu verstehen sei. Die Ansicht des Hamburg Oberlandesrichter, die aufgrund der arzneimittelrechtlichen Definition davon ausgingen, dass der Begriff Fußpilz nur für durch Dermatophyten ausgelöste Erkrankungen gelte, teilten die BGH-Richter nicht ohne Weiteres. Die Karlsruher Richter stellten klar, dass man zwischen Fachkreisen und einem allgemeinen Verständnis unterscheiden müsse. Bei der Anzeige in der Fachzeitschrift, kann eine Irreführung noch insoweit ausscheiden, dass die Fachkreise den Begriff Fußpilz in ihrem Sprachgebrauch nur in Zusammenhang mit Dermatophyten-Infektionen verstehen. Bei dem an die Allgemeinheit



gerichteten Fernsehspot, könne man hiervon jedoch nicht ohne Weiteres ausgehen. Hier bedürfe es Feststellungen zum Verkehrsverständnis, die das Berufungsgericht versäumt habe.

Hinsichtlich des nur geschriebenen und nicht gesprochenen Hinweises im Zusammenhang mit der Behandlungsdauer, stellt der BGH klar, dass es bei Fernsehwerbung auf ein Zusammenspiel von Bild und Ton ankomme und nicht eines isoliert betrachtet werden könne. Es kann daher ausreichen, wenn Hinweise nur eingeblendet werden.

## **Fazit**

Abgesehen von der komplexen Fußpilzthematik, macht das Urteil zwei Dinge deutlich: Bei Fernsehspots können Hinweise in Bildform auch ohne Vertonung ausreichen und auch bei wissenschaftlich definierten Begriffen, kann die Allgemeinheit unter diesem Begriff etwas anderes verstehen, was dann zu einer Irreführung führen kann.