

Aufklärung des Verbrauchers durch Mouseover-Effekt?

Das Oberlandesgericht Frankfurt a.M. hatte zu entscheiden, ob der Betreiber eines Online-Shops eine wettbewerbswidrige Werbeaussage auf seiner Homepage aufklären kann, indem er eine Erläuterung der Werbung anbietet, welche der Verbraucher erkennt, wenn er seinen Cursor auf ein bestimmtes Feld der Webseite lenkt.

Dem Betreiber eines Online-Shops war es in der Vergangenheit auf Antrag eines Wettbewerbers gerichtlich verboten worden, auf seiner Homepage die Alleinstellungsaussage

"Wir schlagen jeden Preis"

für den Verkauf von Uhren zu verwenden. Ein mit dem Betreiber des Shops im Wettbewerb stehender Juwelier, welcher zuvor schon den gerichtlichen Titel gegen den Shop Betreiber erwirkt hatte, stellte nun fest, dass dieser erneut den streitgegenständlichen Slogan bei seinem online Handel verwendete. Daraufhin beantragte der Wettbewerber dem konkurrierenden Online Händler ein Ordnungsgeld wegen des erneuten Verstoßes gegen den gegen ihn erlassenen Beschluss aufzuerlegen. Das Landgericht Frankfurt a.M. setzte daraufhin ein Ordnungsgeld in der Höhe von 2000,00 € gegen den Betreiber des Online-Shops fest.

Dieser wehrte sich gegen das Ordnungsgeld mit einer Beschwerde am OLG Frankfurt a.M.. Der Online Händler wandte ein, folgenden klärenden Hinweis mittels eines Mouseover-Effekts eingeblendet zu haben:

"Sollten Sie bei irgendeinem deutschen Juwelier einen identischen Artikel zum gleichen Zeitpunkt noch günstiger finden, so erhalten Sie von uns diesen Preis zuzüglich 1% Rabatt."

Seiner Meinung nach habe er durch diese Erläuterung nicht gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften verstoßen. Zudem handele es sich auch nicht um einen kerngleichen Verstoß, so dass hier bei Vorliegen eines Wettbewerbsverstoßes eine erneute Abmahnung hätte erfolgen müssen.

Entscheidung des Gerichts

Das Oberlandesgericht Frankfurt a.M. wies die Beschwerde des Online Händlers am 23.02.2011 - [Az. 6 W 111/10](#) zurück.

Richtet sich ein Unterlassungsgebot gegen eine isoliert verwendete, als irreführend beanstandete Aussage, werde gegen diesen Titel in der Regel nicht verstoßen, wenn die Aussage mit einem als Aufklärungsversuch verstandenen Zusatz versehen wird. Dies gelte aber nicht, wenn dieser Zusatz in derart versteckter Form erfolgt, dass er vom Werbeadressaten praktisch nicht wahrgenommen werde. Das sei hier der Fall. Die hier erfolgte Aufklärung mittels des Mouseover-Effekts werde vom Verbraucher nur wahrgenommen, wenn dieser mit seinem Cursor das entsprechende Feld ansteuere. Daher könne man hier nicht davon ausgehen, dass der durchschnittliche Besucher der abgemahnten Homepage diesen Text überhaupt wahrnehme.



Es handele sich bei der Wiederholung der unlauteren Werbeaussage zudem mit unzureichender Aufklärung um einen kerngleichen Verstoß, so dass die Beantragung eines Ordnungsgeldes nicht zu beanstanden sei.

Fazit

Eine für sich stehende unlautere Werbeaussage kann durch einen erklärenden Zusatz aufgeklärt und damit lauter gemacht werden. Es ist allerdings immer zu beachten, dass diese Aufklärung deutlich genug erfolgt. Einer Erläuterung mittels des Mouseover-Effekts hat das Oberlandesgericht Frankfurt a.M. jedenfalls eine klare Absage erteilt.