

Sternchenhinweis unlauter?

In der Werbung mit Preisnachlässen, Sonderaktionen und Gutscheinen können Sternchenhinweise auf die zumeist das Angebot beschränkenden Bedingungen verweisen. Das Landgericht Freiburg hatte über die Wettbewerbswidrigkeit einer Werbung zu entscheiden, bei der ein Sternchenhinweis zwar erfolgt war, der Verbraucher die dazugehörige Fußnote aber erst suchen musste.

Gegenstand des Rechtsstreits sind wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche eines Wettbewerbsverbandes, welcher die Printwerbung eines Händlers beanstandete. Dieser hatte in der Form einer Flappe geworben, welche als Werbeumschlag außen um das Titelblatt einer Tageszeitung gelegt wurde. Der Verband beanstandet, dass die Werbeaktion

"19% MwSt. geschenkt"

zwar einen Sternchenhinweis enthalte, dass dieser Hinweis jedoch nicht auf derselben Seite aufgelöst werde, sondern auf der Rückseite des doppelseitigen Werbeumschlags.

Der Händler hielt seine Werbung für rechtmäßig und gab keine Unterlassungserklärung ab. Ein aufmerksamer Verbraucher erkenne den Sternchenhinweis in der Blickfangwerbung und nehme dann auch die Auflösung der Fußnote wahr, auch wenn diese nicht auf derselben Seite wie die Werbung platziert sei.

Entscheidung des Gerichts

Das [Landgericht Freiburg entschied mit Urteil vom 23.02.2015 - Az. 12 O 105/14](#), dass ein Sternchenhinweis auf derselben Seite aufgelöst werden muss.

Unlauter und damit wettbewerbswidrig handelt insbesondere derjenige, der bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt. Dies sei hier nicht gegeben.

Darüberhinaus seien auch keine Medienimmanente Gründe gegeben, den Sternchenhinweis nicht auf derselben Seite aufzulösen, so dass auch kein Ausnahmetatbestand vorliegt.

Fazit

Der durchschnittliche Verbraucher geht davon aus, dass sich Fußnoten und Hinweise auf derselben Seite befinden. Es kann nicht erwartet werden, dass Verbraucher die Bedingungen erst suchen muss.