

Kein Netz ist keine Irreführung

Werbeaussagen müssen wahr sein, andernfalls liegt eine Irreführung vor. Anders ist dies bei werbetypischen Übertreibungen, die als solche erkennbar sind und daher nicht ernst genommen werden. Über den Tatsachengehalt der Aussage "Kein Netz ist keine Ausrede mehr" hatte das OLG Frankfurt/Main zu entscheiden, wobei ein humorvoller Kontext und der Erfahrungsschatz der Verbraucher maßgeblichen Einfluss auf das Ergebnis hatten.

Der Betreiber eines Mobilfunknetzes hat mit der Aussage "*Kein Netz ist keine Ausrede mehr*" für seine Leistungen geworben. Die Aussage war als humorvolle Anspielung auf das im Mobilfunk häufige Problem des "Funklochs" gedacht und wurde in den betroffenen Werbeanzeigen auch so eingesetzt. Ein Mitbewerber war der Auffassung, dass die Werbeangabe dahingehend zu verstehen sei, dass der Anbieter über eine vollständige bundesweite Netzabdeckung ohne jedes Funkloch verfüge, was nicht der Fall ist. Er hat den Werbenden daher auf Unterlassung der vorstehenden Aussage in Anspruch genommen.

Die Entscheidung des Gerichts

Das OLG Frankfurt/Main hat mit Beschluss vom 16.06.2015 (Az. 6 U 26/15) die Auffassung der Vorinstanz bestätigt, dass die Verbraucher der in einen humorvollen Kontext gestellten Aussage nicht die Behauptung entnehmen, der Werbende verfüge über eine lückenlose Netzabdeckung. Der durchschnittliche Verbraucher nehme Werbung vor dem Hintergrund seines Erfahrungswissens wahr, weshalb ihm die Existenz von Funklöchern geläufig sei. Dieses Wissen relativiere das Verständnis der angegriffenen Werbeaussage. Überdies verdeutliche die humorvolle Darstellung in der Werbung, dass gerade nicht auf die auf das Novum einer 100%-igen Netzabdeckung hingewiesen werden sollte.

Fazit

Mit der Entscheidung führt das OLG Frankfurt/Main seine seitherige Rechtsprechung ("*Immer Netz hat der Netzer*") fort und stellt wie schon früher auf die Kenntnisse und Erfahrungen der angesprochenen Verbraucher ab. Zu bedenken ist aber, dass der Werbende bei mehrdeutigen Aussagen stets die ungünstigere Auslegung gegen sich gelten lassen muss. Die Mehrdeutigkeit wurde hier lediglich aufgrund des angenommenen Erfahrungsschatzes der Verbraucher und der humorvollen Note der Anspielung verneint. Dies ist aber letztlich eine Frage des Einfalls und kann nicht ohne weiteres auf andere Branchen und Leistungen übertragen werden.