

BGH: Werbung mit "Lieferung innerhalb 24 Stunden" trotz Einschränkungen zulässig

☒ Die Zeichenanzahl in Google-AdWords ist beschränkt. Daher werben viele Händler nur schlagwortartig in diesen Anzeigen, z.B. mit der Aussage "Lieferung innerhalb von 24 Stunden". Ist diese Lieferzeit aber an Bedingungen geknüpft, ist die Werbung nicht irreführend, wenn sich diese Bedingungen in dem Rahmen bewegen, mit dem der Verbraucher rechnet, entschied nun der BGH.

Lesen Sie mehr zu dem Urteil.

Vor dem BGH (U. v. 12.05.2011, I ZR 119/10) stritten sich zwei Parteien in der Revision gegen ein Urteil des OLG Hamm (Urteil v. 27.05.2010, I-4 U 213/09).

Die Beklagte warb in einer AdWords-Anzeige mit der Aussage:

*"Original-Druckpatrone
innerhalb von 24 Stunden
günstig - schnell - zuverlässig"*

Klickte man die Anzeige an, gelangte man auf die Website der Beklagten, auf der diese 24-Stunden-Lieferung näher erläutert wurde:

*"24 Stunden Lieferservice ohne Aufschlag
Artikel, die Sie bei uns bis 16:45 bestellen, gelangen noch am gleichen Tag zum Versand und sind in der Regel am nächsten Tag (Mo-Sa) bei Ihnen."*

Die Klägerin hielt die Werbung in den AdWords für irreführend, weil die Anzeige den Eindruck vermittelte, die Beklagte würde einen 24 Stunden Lieferdienst ohne Einschränkungen anbieten.

Die Beklagte war der Meinung, ihre Anzeige sei nicht irreführend, da der Verbraucher es gewohnt sei, dass derartige Lieferservices mit geringen Einschränkungen versehen sind. Über diese werde er auch sofort aufgeklärt, wenn er auf die Anzeige klickt.

Klage abgewiesen

Sowohl das Landgericht als auch das Oberlandesgericht wiesen die Klage ab. Das OLG Hamm hatte hierzu ausgeführt, dass Verbraucher es gewohnt seien, dass derartige Services Beschränkungen unterliegen. Außerdem wüssten sie, dass in AdWords wenig Platz ist und eine Werbeaussage daher auf der Website der Beklagten näher erläutert werde.

Zwar mögen manche Verbraucher die Werbung für "bare Münze" nehmen, so das Gericht, aber auch das reiche für eine Irreführung nicht aus, da die Beklagte auf ihrer Startseite sofort über die Einschränkungen aufklärte.

Revision zurückgewiesen

Diese Beurteilung des OLG hielt der rechtlichen Überprüfung durch den BGH im Ergebnis stand.

Der BGH vergleicht die Werbung in der Anzeige mit einer Überschrift, die dazu einladen soll, den restlichen Text zu lesen:

“Danach handelt es sich bei der beanstandeten Werbeaussage “Originalpatronen in 24 Stunden” um eine erkennbar unvollständige Kurzangabe, die – ähnlich einer Überschrift – dazu einlädt, die ausführliche und präzise Information zur Kenntnis zu nehmen, auf die der Link verweist.”

Der Durchschnittsverbraucher, auf den es hier ankommt, wird daher durch die Aussage in den AdWords nicht irreführt.

Fazit

Der BGH erkennt in seiner Entscheidung an, dass in AdWords nur begrenzter Platz zur Verfügung steht und weitere Einschränkungen einer Werbeaussage auf der Folgeseite erfolgen.

Allerdings muss man darauf achten, welche Einschränkungen gelten. Müssen für den 24-Stunden-Service z.B. Bestellungen zwischen 6 und 7 Uhr morgens eingehen, könnte die Bewertung einer solchen Anzeige durchaus anders ausfallen, da der Durchschnittsverbraucher nicht mit solchen merkwürdigen Einschränkungen rechnet. (mr)

Weitere interessante BGH-Urteile:

BGH: Werbung mit durchgestrichenen Preisen muss erklärt werden
Die Verwendung Marken Dritter als Keyword ist zulässig
BGH-Urteil zur Werbung mit Garantien liegt jetzt im Volltext vor
BGH: Unendliche Widerrufsfrist bei fehlender Wertersatz-Belehrung
BGH zum Erfüllungsort der Nacherfüllung im Kaufrecht