

LG Hamburg: Blickfangwerbung im Newsletter kann trotz Sternchenhinweis irreführen

Wird eine Angabe für sich genommen blickfangmäßig herausgestellt und vermittelt eine fehlerhafte Vorstellung, kann der dadurch veranlasste Irrtum regelmäßig nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis ausgeschlossen werden. Das LG Hamburg (Urt. v. 20.12.2021 - 416 HKO 101/21) entschied nun, dass es jedoch trotz Sternchenhinweis unzulässig sei, in einem Newsletter mit „15 % auf alles zu werben“, wenn wesentliche Teile des Sortiments ausgenommen sind.

Die Beklagte ist ein bekanntes Handelsunternehmen, das neben Kaffee auch ein breites Sortiment an Non-Food-Artikeln vertreibt. Mitte Juni 2021 hatte sie einen E-Mail-Newsletter an ihre Kunden versendet. Der Betreff der E-Mail lautete: „Nur heute 15% Rabatt auf alles, ...“. Die Überschrift der E-Mail lautete: „Liebe ., so macht der Sonntag doppelt Spaß: Sparen Sie NUR HEUTE ganze 15% auf Ihre Bestellung!* Am besten direkt losshoppen, bestellen & freuen.“ Es folgte ein grüner Kasten mit der Überschrift „Happy Sunday“ und dem Zusatz „- nur heute - 15% sparen“. Unterhalb des Kastens lobte die Beklagte erneut eine Ersparnis von 15% auf den Einkauf aus und warb für zahlreiche Produktkategorien. Am Ende des Newsletters wurde der Sternchen-Hinweis wie folgt aufgelöst: „*Der Gutschein gilt einmalig am 13.06.2021 bis 23:59 Uhr und nur auf t..de. Geben Sie den Code „SOMMER15“ im Bestellvorgang bei „Gutschein/ T.Card Aktion aktivieren“ ein. Gilt nicht für Geschenkkarten, FotobuchGutscheine von T. Foto, Reisen, Mobilfunk, Blumen, Partnerangebote, Kaffee, Kapselsortiment, Kaffeevollautomaten, TVs der Marke Philips sowie Produkte der Marke Acer, Bosch, Sony, Samsung, Nintendo, Garmin und Ryobi. Nicht mit anderen Rabatten kombinierbar. Bei Retoure entfällt der Anspruch auf den Rabatt.“

Der Kläger, ein Wettbewerbsverein, sah hierin eine Irreführung, da die angesprochenen Verbraucher den Newsletter als 15 % Rabatt auf das gesamte Sortiment verstünden, tatsächlich jedoch viele Produkte davon ausgenommen seien.

Das LG Hamburg stufte die Rabattwerbung im Newsletter ebenfalls als irreführend ein und verurteilte die Beklagte zur Unterlassung.

Sicht der Verbraucher entscheidend

Nach § 5 Abs. 1 S. 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er sonst nicht getroffen hätte. Nach § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG ist eine geschäftliche Handlung unter anderem dann irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben enthält, die sich auf das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird, beziehen. Dies sei hier der Fall, so das Gericht.

Die angegriffene Aussage in dem Newsletter der Beklagten „Sparen Sie NUR HEUTE ganze 15% auf Ihre Bestellung!“ erweckt für sich genommen bei den von der Beklagten angesprochenen Verbrauchern den Eindruck, dieser Preisnachlass werde auf die gesamte Bestellung des Kunden gewährt, die er an diesem Tag vornimmt. Dieser Eindruck wird auch noch zusätzlich dadurch verstärkt, dass die Beklagte in der Betreffzeile des Newsletters schreibt „Nur heute 15% Rabatt auf alles“. Der Adressat solcher Erklärungen muss annehmen, dass der Rabatt auf das gesamte Sortiment des Werbenden gewährt wird (vgl. auch BGH GRUR 2009, 788 Rn. 19 - 20% auf alles). Das ist indes nicht der Fall, denn tatsächlich wird von der Beklagten der Preisnachlass unter anderem nicht auf die Produktkategorien und die Produkte gewährt, die im Klageantrag zu 1. unter den Ausnahmen genannt werden.

Irreführung durch Sternchenhinweis ausgeschlossen?

Zwar könne bei einer solchen Blickfangwerbung grundsätzlich der dadurch veranlasste Irrtum der Verbraucher regelmäßig durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis ausgeschlossen werden, wenn dieser selbst am Blickfang teilhat.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, der die Kammer folgt, kann in Fällen, in denen eine blickfangmäßig herausgestellte Angabe in einer Werbung bei isolierter Betrachtung eine fehlerhafte Vorstellung vermittelt, der dadurch veranlasste Irrtum regelmäßig nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis ausgeschlossen werden, der am Blickfang teilhat (BGH MMR 2016, 452 Rn. 16 - All Net Flat). Dieser Hinweis kann auch durch einen Sternchenhinweis gegeben werden (a.a.O., Rn. 17), wobei es nach Auffassung der Kammer grundsätzlich genügt, dass das Sternchen am Blickfang teilnimmt und nicht auch dessen Auflösung.

Verbraucher muss Auflösung des Sternchenhinweises zur Kenntnis nehmen

Zudem müsse die Werbung so gestaltet sein, dass davon ausgegangen werden kann, dass der Verbraucher die Auflösung des Sternchenhinweises voraussichtlich zur Kenntnis nimmt. Nur dann werde die durch die im Blickfang stehende Werbeaussage ausgelöste Fehlvorstellung wieder behoben. An einer solchen Gestaltung fehle es hier jedoch. Zwar gehe der Verbraucher aufgrund des Sternchenhinweises davon aus, dass die Aktion bestimmten Bedingungen unterliege. Er rechne jedoch nicht damit, dass hierbei bedeutende Teile des Produktsortiments ausgenommen werden.

An einer solchen Gestaltung fehlt es hier. Allerdings wird der durch den Newsletter der Beklagten angesprochene Verbraucher aufgrund des Sternchenhinweises damit rechnen, dass die angekündigte Rabattaktion der Beklagten gewissen Bedingungen unterliegen mag, über die er in der Auflösung des Sternchens informiert werden wird. Dies gilt etwa für Sonderkonstellationen wie die Kombinierbarkeit mit anderen Rabatten, die die Beklagte in ihrer Sternchenauflösung ausnimmt oder den Entfall des Anspruchs auf Rabatt bei Retouren. Ebenso verhält es sich bei Gutscheinen, deren Rabattierung die zeitliche Befristung („NUR HEUTE“) der Rabattaktion unterlaufen würde. Dass das Sternchen zu Hinweisen über solche Einschränkungen führen kann, wird der Verkehr in Rechnung stellen und - sofern er sich damit beschäftigen möchte - die Auflösung des Sternchens suchen und gegebenenfalls zur Kenntnis nehmen.

Anders verhält es sich jedoch bei der Ausnahme von nicht unbedeutenden Teilen des Produktsortiments von der Rabattaktion. Der Verkehr, dem ein Rabatt von 15% auf seine Bestellung versprochen wird, wird nicht argwöhnen, dass davon relevante Teile des Sortiments ausgenommen sind und dass der entsprechenden Auslobung ein Sternchen beigefügt wurde, um ihn über diesen Umstand aufzuklären. Hier tritt hinzu, dass sich die Auflösung des Sternchens nicht in unmittelbarer Nähe des Sternchens befindet, sondern ganz am Ende des Newsletters. Die Auflösung aufzufinden, bedarf einer gewissen Mühewaltung, der sich der Verbraucher nur dann unterziehen werden, wenn sie aus irgendwelchen Gründen Zweifel daran haben, dass sie den Rabatt in Anspruch nehmen können. Soweit das nicht der Fall ist - und dabei wird es sich um die Mehrzahl der Verbraucher handeln - wird die Sternchenauflösung aber nicht wahrgenommen und die Fehlvorstellung, dass der Rabatt auf die ganze Bestellung gewährt wird, nicht ausgeräumt.

Große Teile des Sortiments ausgenommen

Ohne Erfolg versuchte die Beklagte sich damit zu verteidigen, dass nur ein kleiner Teil ihres Sortiments ausgenommen wäre. Tatsächlich waren selbst Produkte, die in dem Newsletter beworben wurden, ausgenommen.

Der Beklagten kann im Übrigen auch nicht gefolgt werden, wenn sie argumentiert, die Ausnahmen von der Rabattaktion betreffen nur einen kleinen Teil ihres Produktsortiments. Es handelt sich vielmehr um gleich eine Vielzahl von Produkten bekannter Markenhersteller, die für die Kunden von hoher Attraktivität sind. Ausgenommen von dem Rabatt wird auch das Kernprodukt der Beklagten, nämlich Kaffee, und zum Beispiel Kaffeevollautomaten. Diese Produkte werden aber in dem Newsletter beworben. Der Verbraucher wird nicht damit rechnen, dass für diese im Newsletter beworbenen Produkte die Rabattaktion nicht gelten soll und dass er den Sternchenhinweis zur Kenntnis nehmen muss, um von möglicherweise bestehenden bedeutenden Einschränkungen der Aktion zu erfahren.

Für unsere Kunden

Als Kunde unserer **Legal Produkte** finden Sie in Ihrem **Legal Account** umfangreiche Whitepaper, selbstverständlich auch zur Werbung mit Preisen und zum Newsletterversand.

BCFC/Shutterstock.com