



Gut getarnt, doch nichts gewonnen

Immer mehr Menschen nehmen Social-Media-Plattformen in Anspruch – es wird gepostet, was das Zeug hält. Doch auch das Internet ist kein rechtsfreier Raum. Damit kein Ärger droht, gilt es unbedingt, bestimmte Regeln zu befolgen – so auch in Sachen Werbung.

Empfeht ein „Influencer“ ein Produkt, ohne den kommerziellen Zweck kenntlich zu machen, stellt dies eine verbotene getarnte Werbung dar, wenn er sich hauptberuflich mit dem Geschäftsbereich des Produkts beschäftigt und geschäftliche Beziehungen zu den Unternehmen unterhält, deren Produkte er empfiehlt. Mit dieser Begründung untersagte das Oberlandesgericht Frankfurt am Main am 04.07.2019 mit dem veröffentlichten Be-

schluss vom 28.06.2019, Az.: 6 W 35/19 eine solche getarnte Werbung auf Instagram.

Der Antragsteller ist ein Verein, der sich zugunsten seiner Mitglieder für die Einhaltung der Regeln des lautereren Wettbewerbs einsetzt. Der Antragsgegner arbeitet als sogenannter Aquascaper und gestaltet Aquarienlandschaften. Über seinen Instagram-Account präsentiert er Aquarien, Aquarienzubehör und Wasserpflanzen. Er zeigt dort unter anderem

Sollten Sie weiterführende Fragen zu den Themen auf dieser Seite haben, wenden Sie sich bitte an unseren Servicepartner, die NRT Niederrheinische Treuhand GmbH, Duisburg, unter Telefon 0203 300020. Unter www.nrt.nrw erhalten Sie weitere Informationen.

Wasserpflanzen einer Firma, für die er seinen eigenen Angaben zufolge den Bereich „social media“ verantwortet. Klickt der Nutzer auf ein vom Antragsgegner eingestelltes Bild, erscheinen die Namen von Firmen oder Marken der gezeigten Produkte. Ein weiterer Klick leitet den Nutzer auf den Instagram-Account dieser Firma.

Der Antragsteller meint, die Produktpräsentationen des Antragsgegners stellen verbotene redaktionelle Werbung – sogenannte Schleichwerbung – dar. Er beantragte deshalb beim Landgericht, dem Antragsgegner zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr in sozialen Medien, beispielsweise Instagram, kommerzielle Inhalte vorzustellen, ohne den kommerziellen Zweck der Veröffentlichung zu verdeutlichen. Das Landgericht hatte diesen Antrag zurückgewiesen.

Die hiergegen gerichtete Beschwerde hatte vor dem Oberlandesgericht Erfolg. Der Antragsgegner handele unlauter im Sinne der §§ 3, 5a Abs. 6 UWG, stellte das Oberlandesgericht fest. Er habe den kommerziellen Zweck seiner Handlung nicht kenntlich gemacht, der sich auch nicht unmittelbar aus den Umständen ergebe. Der Instagram-Account des Antragsgegners stelle eine geschäftliche Handlung dar. Erfasst werde insoweit jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen

oder eines fremden Unternehmens vor einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes von Waren objektiv zusammenhänge.

Bei dem Streitgegenständlichen Internetauftritt handele es sich um Werbung, die den Absatz der dort präsentierten Aquarien und Aquarienzubehörtartikel fördern solle. Dass es sich hierbei um eine Präsentation des auf Instagram als auftretenden Antragsgegners handelt, stehe der Annahme einer geschäftlichen Handlung nicht entgegen, weil dieser nach der Einschätzung des Senats hierfür Entgelte oder sonstige Vorteile, wie zum Beispiel Rabatte oder Zugaben, erhält. Dafür spreche zum einen, dass der Antragsgegner sich beruflich mit der Gestaltung von Aquarienlandschaften beschäftige. Zum anderen liege es nicht nur nahe, sondern sei hinsichtlich einer Firma auch belegt, dass er geschäftliche Beziehungen zu den Unternehmen unterhalte, deren Produkte er präsentiere. Im Übrigen sei die Verlinkung der präsentierten Produkte mit dem Instagram-Account des jeweiligen Herstellers ein starkes Indiz dafür, dass es dem Antragsgegner nicht nur um eine private Meinungsäußerung geht, er vielmehr mit der Präsentation einen kommerziellen Zweck verfolgt.

Die geschäftliche Handlung sei auch geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftli-



MICHAEL TESCHNER, Geschäftsführer bei der NRT Niederrheinische Treuhand GmbH in Duisburg

chen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Insoweit genüge das Öffnen einer Internetseite, die es ermögliche, sich näher mit einem bestimmten Produkt zu befassen. Dies sei hier der Fall.

Die Entscheidung ist nicht anfechtbar.

Michael Teschner, Rechtsanwalt ■

