

# Legal Update

## Medien, Technologie, Wettbewerb & Handel

### Onlineshop mit Lieferzusage „innerhalb 24 Stunden“

Dr. Axel Czarnetzki, LL.M.  
München, 08.08.2013

(BGH, Urteil vom 12.05.2011, GRUR 2012, 81) Die Angabe „Original Druckerpatronen innerhalb 24 Stunden“ in einer Adwords-Anzeige ist nicht grundsätzlich irreführend im Sinne des UWG.

#### Sachverhalt

Die Beklagte wirbt mit einer AdWords-Anzeige bei Google mit der Aussage „Original-Druckerpatronen, innerhalb 24 Stunden, günstig – schnell – zuverlässig“. Folgt man dem Link auf die Seite der Beklagten, erfolgt dort die Einschränkung, dass Artikel, die bis 16:45 h bestellt werden, noch am gleichen Tag zum Versand gelangen und in der Regel am nächsten Tag (Mo-Sa) beim Kunden sind.

Der Kläger beanstandet, dass dieses Verhalten irreführend im Sinne des UWG sei. Ein Kunde würde über die unzutreffende Werbung nur auf die Website des Anbieters gelockt und würde erst dort erfahren, dass nicht in jedem Fall innerhalb von 24 Stunden geliefert würde.

#### Entscheidung

Die Angabe "Original Druckerpatronen innerhalb 24 Stunden" in einer Adwords-Anzeige ist im Hinblick auf die zutreffenden näheren Informationen, auf welche die Anzeige verweist, nicht irreführend, wenn die Einschränkungen Lieferung am Folgetag nur bei Bestellung bis 16.45 Uhr, keine Auslieferung am Sonntag sich in dem Rahmen bewegen, mit dem der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Verbraucher ohnehin rechnet. Auf Grund der Erfahrungen mit einem 24 Stunden Lieferservice, wisse ein durchschnittlicher Verbraucher, dass es hierbei Einschränkungen gäbe und dass diese auf der Internetseite des betroffenen Unternehmens erläutert werden. Er erwartet in einer AdWords-Anzeige keine vollständige Information. Grundsätzlich könne ein nachträgliches Aufklären über einen Werbetext zwar eine Irreführung nicht mehr beseitigen, jedoch gilt dieser Grundsatz nicht, wenn – wie hier – die meisten Verbraucher mit einer Einschränkung rechnen würden. In einem solchen Fall ist

gerade nicht auf den einzelnen Verbraucher abzustellen, der diese Werbung als „bare Münze“ nehme. Der durchschnittliche, aufmerksame und interessierte Verbraucher wisse, dass beispielsweise an einem Sonntag keine Lieferung erfolgt. Daher ist es für den Verbraucher erkennbar, dass diese schlagwortartige Werbung in einem kaum trennbaren Zusammenhang mit den Hinweisen auf der Homepage (Startseite) des Anbieters steht. (redaktionell bearbeitet, keine amtlichen Leitsätze des BGH)

## Fazit

Der BGH stellt klar, dass auch weiterhin mit kurzen und prägnanten Schlagworten über Google-AdWords geworben werden kann, wenn über eine unmittelbare Verlinkung dann die Details der Werbung sofort und leicht erkennbar sind. Er nimmt den Verbraucher mehr in die Pflicht, indem er es für zulässig erachtet, dass eine Einschränkung der Werbeaussage auf der Homepage möglich ist und keine Irreführung des Verbrauchers

darstellt. Dies rechtfertigt zwar nicht die "glatte Lüge", aber eine verkürzte, überschriftartige Werbung, wenn sich bei dem durchschnittlichen Verbraucher eine Erkenntnis durchgesetzt hat, was hinter einer solchen "überschriftartigen Werbung" steckt. Dem Berufungsgericht folgend erkennt der BGH, dass auch Verbraucher eine Werbeaussage mit einer 24-Stunden-Lieferung als Werbung und nicht als uneingeschränkte Garantie erkennen, da sie schon aufgrund der Einbindung weiterer Unternehmen in der Lieferkette nicht erwarten, dass ein 24 h Lieferservice einschränkungslos erfolgt. Die Entscheidung des BGH ist jedoch kein Freibrief für verkürzte und unzutreffende Werbung über AdWords. Die glatte Lüge ist nach wie vor unzulässig. Zudem kommt es auf die Erwartungshaltung des durchschnittlichen Verbrauchers an. Bei der Gestaltung von AdWord-Werbungen sowie generell beim Internethandel ist weiterhin Vorsicht und sorgsame Formulierung notwendig, wenn man kostspielige Abmahnungen vermeiden will.

## Hinweis

Dieser Überblick dient ausschließlich der allgemeinen Information und kann konkreten Rechtsrat im einzelnen Fall nicht ersetzen. Sprechen Sie bei Fragen bitte Ihren gewohnten Ansprechpartner bei GÖRG bzw. den Autoren Herrn Dr. Axel Czarnetzki unter +49 89 3090667-61 oder [aczarnetzki@goerg.de](mailto:aczarnetzki@goerg.de) an. Informationen zum Autor finden Sie auf unserer Homepage [www.goerg.de](http://www.goerg.de).

## Unsere Standorte

**GÖRG** Partnerschaft von Rechtsanwälten

### BERLIN

Klingelhöferstraße 5, 10785 Berlin  
Tel +49 30 884503-0, Fax +49 30 882715-0

### ESSEN

Alfredstraße 220, 45131 Essen  
Tel +49 201 38444-0, Fax +49 201 38444-20

### FRANKFURT AM MAIN

Neue Mainzer Straße 69 – 75, 60311 Frankfurt am Main  
Tel +49 69 170000-17, Fax +49 69 170000-27

### HAMBURG

Dammthorstraße 12, 20354 Hamburg  
Tel +49 40 500360-0, Fax +49 40 500360-99

### KÖLN

Kennedyplatz 2, 50679 Köln  
Tel +49 221 33660-0, Fax +49 221 33660-80

### MÜNCHEN

Prinzregentenstraße 22, 80538 München  
Tel +49 89 3090667-0, Fax +49 89 3090667-90