

KENNZEICHNUNG WERBLICHER VERÖFFENTLICHUNGEN MIT REDAKTIONELLEM ANSCH EIN

OLG Düsseldorf, Beschluss vom 28.05.2009 – Az.: 20 W 42/09

Leitsatz

Erweckt eine werbliche Veröffentlichung den äußeren Anschein eines redaktionellen Beitrags, sind an die Kennzeichnung als Werbung besonders hohe Anforderungen zu stellen.

Sachverhalt

Die Antragstellerin begehrt im Verfügungsverfahren die Untersagung zweier werblicher Veröffentlichungen in einer Zeitschrift. Eine der beiden Anzeigen war als solche betitelt. Beide Anzeigen waren mit einer Linie von dem benachbarten Texten abgetrennt worden.

Entscheidung

Das OLG Düsseldorf sieht die wettbewerbsrechtlichen Anforderungen an die Kenntlichmachung von Werbung nicht als erfüllt an. Das OLG führt aus, dass beide Anzeigen den situationsadäquat aufmerksamen Durchschnittsleser den Eindruck redaktioneller Beiträge des Medienunternehmens selbst vermittele. Dieser Eindruck werde auch nicht an anderer Stelle erschüttert oder gar zerstört. Maßgeblich ist nach Ansicht des OLG Düsseldorf die optisch und auch textlich neutrale Anmutung beider Anzeigen, die aus sich heraus mit nichten als Werbung erkennbar gewesen seien.

Der Unterlassungsanspruch folgt aus § 3 Abs. 3 UWG i. V. m. Nr. 11 der „Schwarzen Liste“. Entscheidend ist insoweit, dass nach Auffassung des OLG Düsseldorf weder ein Linieneinzug noch die im Streitfall kaum lesbar wahrgenommene Betitelung einer der beiden Annoncen als „Anzeige“ ausreicht.