

BLICKFANGWERBUNG

Sternchen- bzw. Fußnotenhinweis bei Rabattaktionen

WAS IST BLICKFANGWERBUNG?

Sie kann ein probates Mittel der Verkaufsförderung darstellen und wird daher häufig in Printanzeigen verwendet: Blickfangwerbung in Verbindung mit entsprechender Fußnote. Graphisch und optisch hervorgehoben wird dabei ein bestimmtes Angebot beworben, wobei mittels Sternchenhinweises auf die meist kleingedruckten Bedingungen des Angebots verwiesen wird. Der Betrachter soll so darauf aufmerksam gemacht werden, dass die Werbung an anderer Stelle noch nähere Erläuterungen enthält. Wird durch ein entsprechendes Sternchen auf eine "Fußnote" des Angebots hingewiesen, muss diese zulässigerweise vom Betrachter regelmäßig zu seinem Verständnis herangezogen werden.

Blickfang ist dabei häufig ein werbewirksam geringer Preis oder ein bestimmter Nachlass, dessen Bedingungen mittels der Sternchenfußnote genauer erläutert werden. Darin wird dann häufig auch auf den Ausschluss bestimmter Warengruppen von dem beworbenen Angebot hingewiesen. Klassiker ist aber wohl das Angebot „Handy für 1 € *“, wobei im Sternchenhinweis auf die Verpflichtung zum Abschluss eines Mobilfunk- bzw. Kartenvorgabes und dessen Kosten hingewiesen wird. Auch im Kfz-Handel ist eine derartige Gestaltung mittlerweile weit verbreitet. Die Blickfangaussagen können dabei entweder ausdrücklich in Textform oder mittels bildlicher Darstellung oder auch in sonstiger Weise erfolgen.

BLICKFANGWERBUNG UND WETTBEWERBSRECHT

Grundsätzlich gibt es kein spezielles Fachgesetz, das den Bereich der Blickfangwerbung gesondert regelt. Das früher anwendbare Rabattgesetz wurde vom Gesetzgeber aufgehoben. Maßgebend ist daher – wie allgemein bei Werbung – das „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb“ (UWG). Es ist Sinn und Zweck des UWG, Kunden vor Geschäften zu schützen, die sie ohne die unlautere Vorgehensweise und irreführenden Angaben nicht abgeschlossen hätten.

Besondere Bedeutung hat das Transparenzgebot des § 4 Nr. 4 UWG, wonach bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme klar und eindeutig angegeben werden müssen. **Gestalten Sie Ihre Werbemaßnahmen daher grundsätzlich möglichst transparent und damit rechtssicher!** Denn je leichter die Werbung für die Durchführung einer Rabattaktion zu verstehen ist, desto geringer ist auch die Gefahr eines Verstoßes gegen das UWG. Dies gilt nicht nur, aber insbesondere bei der Verwendung von Blickfangwerbung und Sternchenhinweis.

Ebenso ist irreführende Werbung nach dem UWG unzulässig. Es versteht sich von selbst, dass die Angaben in der Blickfangwerbung zu Rabattaktionen auch inhaltlich wahr sein müssen. Eine dreiste Lüge kann daher nicht durch einen Sternchenhinweis gerettet werden: Wenn der Blickfang selbst eine objektive Unrichtigkeit enthält, ist die Werbung daher regelmäßig selbst dann irreführend, wenn der Sternchenhinweis eine Korrektur bietet. Denn ist die im Blickfang erscheinende Werbung nicht ersichtlich unvollständig, ist für den Betrachter gerade nicht klar, dass die verwiesenen und zusätzlich angebotenen Informationen zum Verständnis des Blickfangangebots erforderlich sind und daher zwingend zur Kenntnis genommen werden müssen.

Aus dem gleichen Grund kann ein Sternchenhinweis problematisch sein, wenn das Blickfangangebot aus sich heraus beim Leser eine bestimmte irrümliche Vorstellung hervorruft. Ist der Betrachter der Werbung der Mei-

nung, die Aussage bereits vollständig erfasst zu haben, wird er sich möglicherweise nicht mehr mit den weiterführenden Angaben des Sternchenhinweises befassen, da er von ihnen keine Korrektur der bereits erhaltenen Information erwartet. Dies ist jedenfalls dann anzunehmen, wenn es sich um Werbung handelt, mit der sich auch der durchschnittlich informierte und verständige Kunde nur vergleichsweise flüchtig beschäftigt. Zur Korrektur einer missverständlichen, aber für sich genommen plausiblen Angebotsangabe, bei der kein Bedürfnis nach weiterer Information besteht, kann ein Sternchenhinweis also nicht verwendet werden.

Blickfangmäßige Angaben, die zwar nicht objektiv unrichtig sind, aber lediglich die „halbe Wahrheit“ enthalten, können ausnahmsweise nach der einschlägigen Rechtsprechung durch einen Sternchenhinweis oder ein anderes hinreichend deutliches Zeichen zulässigerweise ergänzt werden. Es muss durch den Sternchenhinweis aber in jedem Fall sichergestellt werden, dass der situationsadäquat aufmerksame Betrachter die aufklärenden Hinweise auch tatsächlich wahrnimmt.

Da sich die genaue Abgrenzung sehr schwierig darstellen kann, ist hier Vorsicht geboten. Wählen Sie daher Gestaltungen, die möglichst wenig Anlass zu Missverständnissen bieten!

ZULÄSSIGKEITSVORAUSSETZUNGEN FÜR BLICKFANGWERBUNG

Blickfangwerbung ist demnach grundsätzlich zulässig. Es kommt jedoch auf die konkrete inhaltliche Ausgestaltung an, die bestimmte Voraussetzungen erfüllen muss. Die Angaben müssen so gestaltet sein, dass der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher, der das Geschehen mit einer der Situation angemessenen Aufmerksamkeit verfolgt, erkennen kann, welche Bedingungen im Einzelfall gelten.

Folgende Mindestanforderungen sollten Sie beachten:

- Bei der **Gestaltung des Sternchenhinweises** muss das Sternchen selbst im Blickfang des Angebots mühelos wahrgenommen werden können. Es muss in dem blickfangmäßig herausgestellten Text mit einem seinem Schriftgrad entsprechenden Sternchen auf eine "Fußnote" hingewiesen werden. Räumlich muss sich das Sternchen in

einer solchen Nähe zum Blickfangangebot befinden, dass man es mit diesem in Verbindung bringt. Nimmt der Betrachter doch regelmäßig an, dass das Verweisungssternchen auf eine Erklärung des ihm vorangehenden Textes hinweist. Der Sternchenhinweis sollte daher unmittelbar im Anschluss an die besonders herausgehobene Angabe erfolgen und durch Größe, Farbe und Position in gleicher Weise ins Auge fallen.

- Auch bei der **Gestaltung der Fußnote** muss dafür gesorgt werden, dass die Auflösung des Sternchens in der Werbung nicht untergeht, sie vom Betrachter quasi nicht gesucht werden muss. Die Fußnote als der eigentliche Hinweis muss daher so platziert werden, dass man sie ohne weiteres findet. In jedem Fall muss die Zuordnung zu den herausgestellten Angaben gewahrt bleiben. Auch die Auflösung des Sternchens muss klar und deutlich am Blickfang teilhaben. Demnach muss gerade auch das „Kleingedruckte“ lesbar sein. Eine reduzierte Schriftgröße alleine steht der Lesbarkeit dabei allerdings noch nicht entgegen.
- Die erklärenden **Angaben müssen vollständig sein**, nicht ausreichend ist ein bloßer Hinweis auf die Internetpräsenz des Unternehmens. Bereits das Verschweigen von Tatsachen kann eine Irreführung darstellen, wenn es geeignet ist, den Kaufentschluss zu beeinflussen. Die Angebotsbedingungen müssen also in der Fußnote selbst vollständig angegeben werden. Bei Werbespots im Fernsehen ist die Rechtsprechung allerdings großzügiger. Hier ist es grundsätzlich zulässig, hinsichtlich der Bedingungen zur Inanspruchnahme des Angebots auf eine Internetseite zu verweisen.
- Bei einem **mehrseitigen Prospekt** muss zwar das Sternchen bzw. die Fußnote selbst, nicht unbedingt aber der inhaltliche Hinweis auf derselben Seite abgedruckt sein. Es kann auch genügen, wenn auf der entsprechenden Seite zunächst nur der Hinweis darauf zu finden ist, dass nähere Erläuterungen zum Angebot im Innenteil – unter entsprechender Angabe der genauen Seite – entnommen werden können. Auch hier wird zwar durch das Sternchen dem Leser klar gemacht, dass noch eine Erläuterung folgt. Sie sollten aber diesbezüglich – durch Hinweis auf derselben Seite – lieber auf Nummer sicher gehen.

Die dargestellten Grundsätze gelten gleichermaßen bei der Verwendung eines Sternchenhinweises im Rahmen eines **Online-Shops**: Auch hier

muss die auflösende Erläuterung dem Hinweis unmissverständlich zuordenbar sein (z. B. auf derselben Internet-Seite oder durch einen eindeutigen Link). Je verbreiteter Sternchenhinweise in einer bestimmten Branche sind, desto eher wird auch die wettbewerbsrechtliche Prüfung positiv ausfallen, denn umso mehr haben sich auch die Kunden bzw. Verbraucher an diese Werbeform gewöhnt.

Die Verwendung eines Sternchenhinweises kann zudem – wie bei den Liefer- und Versandkosten – dabei helfen, auch im Rahmen von Blickfangwerbung die Vorgaben der Preisangabenverordnung (PAngV) – wie die zwingende Angabe der Endpreise gegenüber Verbrauchern – einzuhalten. Aber auch hier muss wiederum eine klare und unmissverständliche Zuordnung zum Preis gewahrt bleiben. Insbesondere müssen die weiteren Preisbestandteile dem Endpreis eindeutig zugeordnet werden können, leicht erkennbar und deutlich lesbar sein.

WEITERE INFORMATIONEN

Vergleichen Sie zu den inhaltlichen Anforderungen bei Rabattaktionen, Sonderverkäufen und damit zusammenhängenden Werbemaßnahmen auch die Merkblätter der IHK Würzburg-Schweinfurt „Rabattaktionen“ sowie „Richtig werben“!

Hinweis: Die Veröffentlichung von Merkblättern ist ein Service der Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt für Ihre Mitgliedsunternehmen. Dabei handelt es sich um eine zusammenfassende Darstellung der rechtlichen Grundlagen, die nur erste Hinweise enthält und keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Es kann eine steuerliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurden, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

ANSPRECHPARTNER

Astrid Schenk
0931 4194-315
astrid.schenk@wuerzburg.ihk.de