

# Presseinformation

Frankfurt am Main, 04.07.2019  
Nr. 37/2019

## Oberlandesgericht Frankfurt am Main: Keine getarnte Werbung eines sog. Influencers auf Instagram

**Empfiehl ein „Influencer“ ein Produkt, ohne den kommerziellen Zweck kenntlich zu machen, stellt dies 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 OLG Frankfurt am Main (OLG) mit heute veröffentlichtem Beschluss 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 sog. Aquascaper und gestaltet Aquarienlandschaften. Über seinen Instagram-Account präsentiert er Aquarien, Aquarienzubehör und Wasserpflanzen. Er zeigt dort u.a. Wasserpflanzen einer Firma, für die er seinen eigenen Angaben nach 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 stellten verbotene redaktionelle Werbung – sog. Schleichwerbung dar. Er beantragte deshalb beim Landgericht, dem Antragsgegner zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr in sozialen Medien, beispielsweise Instagram, kommerzielle Inhalte vorzustellen, ohne den kom-

merziellen Zweck der Veröffentlichung zu verdeutlichen. Das Landgericht hatte diesen Antrag zurückgewiesen.

Die hiergegen gerichtete Beschwerde hatte vor dem OLG Erfolg. Der Antragsgegner handele unlauter i.S.d. §§ 3, 5 a Abs. 6 UWG, stellte das OLG 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 zu Gunsten 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 Aquarienzubehörartikel fördern solle. „Dass es sich hierbei um eine Präsentation des auf Instagram als (...) auftretenden Antragsgegners handelt, steht der Annahme einer geschäftlichen Handlung nicht entgegen, weil dieser nach der Einschätzung des Senats hierfür Entgelte oder sonstige Vorteile, wie z.B. Rabatte oder Zugaben erhält“, ergänzt das OLG. 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 ist 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 einem kommerziellen Zweck verfolgt“, stellt das OLG fest.

Die geschäftliche Handlung sei hier auch geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen 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.

**Oberlandesgericht Frankfurt am Main, Beschluss vom 28.06.2019, Az. 6 W 35/19  
(vorausgehend Landgericht Frankfurt am Main, Beschluss vom 02.04.2019, Az. 2/6 O 105/19)**

Die Entscheidung kann in Kürze unter [www.lareda.hessenrecht.hessen.de](http://www.lareda.hessenrecht.hessen.de) im Volltext abgerufen werden.

### **Erläuterungen:**

#### **§ 5a UWG Irreführung durch Unterlassen**

(1) Bei der Beurteilung, ob das Verschweigen einer Tatsache irreführend ist, sind insbesondere deren Bedeutung für die geschäftliche Entscheidung nach der Verkehrsauffassung sowie die Eignung des Verschweigens zur Beeinflussung der Entscheidung zu berücksichtigen.

(2) – (5)...

(6) Unlauter handelt auch, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.