

## **Anwendung der HCVO auf Äußerungen in sozialen Netzwerken**

Hagen (sn) **Das Betreiben eines Instagram-Blogs in kommerzieller Absicht ist als Werbung kennzeichnungspflichtig. Postet der Betreiber eines solchen Blogs ein Foto, auf dem ein als „detox“ bezeichnetes Getränk zu sehen ist, verstößt er gegen Art. 10 Abs. 1 HCVO, Art. 7 Abs. 1 Buchst. b LMIV und § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB.** (Az. 23 O 30/17)

Die Betreiberin eines Instagram-Blogs, in dem sie sich vorgeblich mit ihren Followern über ihre Outfits austauschen wollte, tatsächlich aber – nach den Feststellungen des Landgerichts Hagen (LG) – durch die Verlinkung oben genannter Produkte mit den Internetauftritten der jeweiligen Unternehmen als Werbung zu kennzeichnende kommerzielle Zwecke verfolgte, hatte mit ihrem Widerspruch gegen eine zu ihren Ungunsten ergangene einstweilige Verfügung vor dem LG keinen Erfolg.

Unter anderem erhielt das LG die einstweilige Verfügung aufgrund von Verstößen gegen Art. 10 Abs. 1 HCVO, Art. 7 Abs. 1 Buchst. b LMIV und § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB aufrecht. Die Verfügungsbeklagte habe auf ihrem Instagram-Blog ein Bild gepostet, auf dem sie beim Trinken eines mit „detox“ bezeichneten Getränks zu sehen gewesen sei. Wenn sich der Durchschnittsverbraucher möglicherweise auch nicht über die genaue englische Bedeutung des Begriffs „detox“ im Klaren sei, so seien ihm die Wortbestandteile „de“ im Sinne einer Aufhebung oder Verneinung und „tox“ aus Begriffen wie „toxisch“ (für „giftig“) doch geläufig. Dass es sich beim Begriff „detox“ um einen Trendbegriff für eine gesunde Lebensweise handele, ändere zumindest zum gegenwärtigen Zeitpunkt nichts daran, dass damit in den Ohren des Durchschnittsverbrauchers immer noch das Versprechen der Verbesserung des Gesundheitszustandes einhergehe. Da der so versprochene Entgiftungseffekt keine schulmedizinische Basis habe, bejahte das LG auch Verstöße gegen das Irreführungsverbot des Art. 7 Abs. 1 Buchst. b LMIV und § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB.

Das Urteil ist nicht mehr anfechtbar.