



## FFW – DEPESCHE

Dezember 2021

11/2021

### ZAHLEN | DATEN | FAKTEN

Wenn der Weihnachtsmann ein Geschenk für jedes Kind auf der Welt dabei hat, muss er einen etwa **1,5 Millionen Tonnen** schweren Geschenkesack von rund **490 Metern Höhe und 320 Metern Breite und Tiefe** transportieren!

Wenn er von jeder besuchten Familie ein Plätzchen annimmt, verzehrt er binnen einer Nacht bis zu **760 Millionen Stück** davon und konsumiert damit knapp **46 Milliarden Kilokalorien**, den üblichen Tagesbedarf eines Mannes für **42.000 Jahre**.

Quelle: Statista

### I. AKTUELLES

#### **Wir blicken auf ein ereignisreiches Jahr 2021 zurück und freuen uns auf den gemeinsamen Start in ein erfolgreiches Jahr 2022!**

Liebe Mandantinnen und Mandanten, wir blicken auf ein ereignisreiches und erfolgreiches Jahr 2021 zurück. Es gab in diesem Jahr einige Herausforderungen und viele neue Aufgaben. Gemeinsam mit Ihnen haben wir so manchen Erfolg gefeiert.

Die Vision unseres traditionellen Hoffests im Sommer konnte in diesem Jahr aufgrund der Pandemie leider nicht umgesetzt werden, wird aber nachgeholt, sobald die Situation dies zulässt. Hoffentlich bereits im Sommer 2022.

Unsere Kanzlei ist in diesem Jahr weiter gewachsen. Frau Rechtsanwältin Nicole Mühlberger in Berlin und Herr Rechtsanwalt Erhan Düzgün in Köln haben beide ihre Zulassungen zur Anwaltschaft erhalten und verstärken seither unser Team. Im Jahr 2022 wird Frau Jennifer Kryut ihre Tätigkeit als Rechtsanwältin in unserer Kanzlei aufnehmen. Sie ist bereits seit mehreren Jahren wissenschaftliche Mitarbeiterin an unserem Berliner Standort und hat im Dezember dieses Jahres erfolgreich ihr zweites juristisches Staatsexamen bestanden.

Darüber hinaus eröffnen wir Anfang des Jahres 2022 einen neuen Standort in Karlsruhe unter Leitung unseres langjährigen Mitarbeiters, Rechtsanwalt Kai Landvoigt.



Wir bedanken uns für das Vertrauen und die Unterstützung unserer langjährigen und auch neu hinzugekommenen MandantInnen und PartnerInnen und freuen uns darauf, gemeinsam in eine spannende, erfolgreiche Zukunft zu gehen.

Rechtsanwalt Jörg Fricke

Rechtsanwältin Kristin Kirchhoff-Mackensen

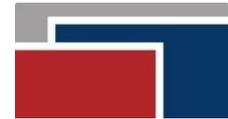
## II. ENTSCHEIDUNGEN IM ÜBERBLICK

### **Bundesgerichtshof verpflichtet Influencerinnen, ihre Instagram-Beiträge als Werbung zu kennzeichnen**

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat am 09.09.2021 in drei Verfahren über die Frage entschieden, ob Influencerinnen mit ihren Instagram-Beiträgen gegen die Pflicht zur Kennzeichnung von Werbung verstoßen haben.

Influencerinnen und Influencer, die mittels eines sozialen Mediums wie Instagram Waren vertreiben, Dienstleistungen anbieten oder das eigene Image vermarkten, betreiben ein Unternehmen. Die Veröffentlichung von Beiträgen dieser Influencerinnen und Influencer in dem sozialen Medium ist geeignet, ihre Bekanntheit und ihren Werbewert zu steigern und damit ihr eigenes Unternehmen zu fördern. Die in dem Verfahren streitgegenständlichen Instagram-Beiträge werden vom BGH als geschäftliche Handlungen der Influencerinnen im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG zugunsten ihres eigenen Unternehmens sowie jedenfalls des fremden Unternehmens, von dem sie eine Gegenleistung für den Beitrag erhalten haben, gewertet.

Eine geschäftliche Handlung zugunsten eines fremden Unternehmens stellt die Veröffentlichung eines Beitrags – abgesehen von dem hier vorliegenden Fall, dass die Influencerin dafür eine Gegenleistung erhält – allerdings nur dar, wenn dieser Beitrag nach seinem Gesamteindruck übertrieben werblich ist, etwa weil er ohne jede kritische Distanz allein die Vorzüge eines Produkts dieses Unternehmens in einer Weise lobend hervorhebt, dass die Darstellung den



Rahmen einer sachlich veranlassten Information verlässt. Sofern die Influencerin eine Verlinkung auf eine Internetseite des Herstellers des abgebildeten Produkts herstellt, liegt dagegen regelmäßig ein „werblicher Überschuss“ vor. Die Prüfung, ob ein Beitrag übertrieben werblich ist, bedarf einer umfassenden Würdigung durch das Gericht, wenn für deren Veröffentlichung eine Gegenleistung nicht festgestellt worden ist.

Der streitgegenständliche Beitrag, für den die Influencerin eine Gegenleistung des Herstellers erhalten hat, verstößt gegen § 5 a Abs. 6 UWG, weil der kommerzielle Zweck des Beitrags, den Absatz von Produkten dieses Herstellers zu fördern, nach den Feststellungen des Oberlandesgerichts nicht hinreichend kenntlich gemacht worden ist und sich auch nicht aus den Umständen ergibt. Es kommt insofern auch nicht darauf an, ob die Verbraucher erkennen, dass die Influencerin mit der Veröffentlichung von Beiträgen auf ihrem Instagram-Profil zugunsten ihres

eigenen Unternehmens handelt. Für Verbraucher muss gerade der Zweck eines Beitrags, ein fremdes Unternehmen zu fördern, erkennbar sein. Das Nichtkenntlichmachen des kommerziellen Zwecks eines solchen Beitrags ist regelmäßig geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung – dem Anklicken des auf das Instagram-Profil des Herstellers führenden Links – zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Daneben verstößt ein solcher Beitrag gegen § 3a UWG in Verbindung mit § 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG sowie § 58 Abs. 1 Satz 1 RStV bzw. § 22 Abs. 1 Satz 1 MStV, weil eine darin liegende kommerzielle Kommunikation bzw. Werbung nicht klar als solche zu erkennen ist

(BGH, Urteile vom 09.09.2021 – I ZR 90/20, I ZR 125/20, I ZR 126/20)



### Impressum

Herausgeber:

FELLA FRICKE WAGNER PARTNERSCHAFT  
Rechtsanwälte Steuerberater

(Amtsgericht Charlottenburg PR 763 B)  
Genthiner Str. 11  
10785 Berlin

+49 (0)30 / 26 39 53 99 0  
info@ffwkanzlei.de

[www.ffwkanzlei.de](http://www.ffwkanzlei.de)



Rechtsanwalt Benjamin Kraatz