

(adjuga Information Juli 2011)

1. Zulässigkeit vergleichender Werbung

Die meisten Unternehmer bewerben die von ihnen angebotenen Waren oder Dienstleistungen. Zu diesem Zweck werden die positiven Eigenschaften des eigenen Angebots hervorgehoben. Nur unter bestimmten Voraussetzungen ist es rechtlich zulässig, eigene Leistungen zu Werbezwecken mit jenen von Mitbewerbern zu vergleichen. Diese Voraussetzungen sind in dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt.

Werbung ist vergleichend, wenn sie einen Mitbewerber oder dessen Leistungsangebot erkennbar macht. Dies ist eindeutig der Fall, wenn der Werbende ausdrücklich Eigenschaften von konkurrierenden Produkten miteinander vergleicht. Jedoch genügt auch eine mittelbare, lediglich aus dem Zusammenhang erkennbare Bezugnahme, beispielsweise durch das Anknüpfen an eine bekannte Werbemaßnahme eines Mitbewerbers. Ist der Markt für das beworbene Produkt überschaubar, kann sogar eine mittelbare Bezugnahme auf alle Konkurrenzprodukte ausreichen, um vergleichend im Sinne des UWG zu sein.

Das UWG zeigt die Grenzen erlaubter vergleichender Werbung auf und bestimmt, in welchen Fällen eine vergleichende Werbemaßnahme unlauter ist. Sie ist beispielsweise dann unlauter und damit unzulässig, wenn sie sich nicht auf Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf bezieht. „Gleicher Bedarf“ bedeutet, dass die miteinander verglichenen Waren oder Dienstleistungen austauschbar sind, wobei sie nicht gänzlich funktionsidentisch sein müssen. Vergleichende Werbung ist außerdem unzulässig, sofern sich der Vergleich nicht auf wesentliche und nachprüfbare Eigenschaften bezieht, wie etwa die Beschaffenheit oder den Preis der beworbenen Produkte. Darüber hinaus darf die Werbeaussage zum Zeitpunkt ihrer Veröffentlichung nicht objektiv unwahr sein. Unlauter ist Werbung des Weiteren, wenn die Waren, Dienstleistungen oder das Unternehmen des Wettbewerbers verunglimpft oder herabgesetzt werden. Zwar gestattet der Gesetzgeber die aus der Hervorhebung des eigenen Produkts folgende Herabsetzung des Konkurrenzprodukts, die mit jeder Werbemaßnahme einhergeht. Ist die Werbung jedoch in unangemessener Weise abfällig, abwertend oder unsachlich, ist ein im Sinne des UWG herabsetzender und daher rechtswidriger Werbevergleich gegeben.

Liegen die Voraussetzungen einer unlauter vergleichenden Werbung vor, kann der Werbende zur Beseitigung der Werbung und zur künftigen Unterlassung verpflichtet werden. Handelt der Werbende schuldhaft, können Mitbewerber zudem Schadensersatzansprüche geltend machen. Da für Werbemaßnahmen meist verschiedene gestalterische Mittel genutzt werden, ist eine rechtliche Bewertung im Einzelfall oft schwierig. Eine präventive Prüfung ist für das werbende Unternehmen eine zu empfehlende Vorsichtsmaßnahme.

Katrin Wentzensen

+49 6221 4340260

katrin.wentzensen@adjuga.com

Die Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Gerne dürfen Sie die „information juli 2011“ an weitere Interessierte weiterleiten. Jede andere Verwendung ist nur nach Zustimmung durch die adjuga Rechtsanwalts-gesellschaft mbH unter Nennung der Quelle zulässig. Diese Information ersetzt nicht die rechtliche Beratung. Trotz sorgfältiger Erstellung übernimmt die adjuga Rechtsanwalts-gesellschaft mbH für die Richtigkeit keine Haftung.