



Immer schön bei der Wahrheit bleiben – das ist auch in der Werbung angeraten. Denn dort getroffene Aussagen müssen grundsätzlich mit den Tatsachen übereinstimmen. Andernfalls handelt es sich um wettbewerbswidrige Irreführung. Bild: Wodicka

Aussagen müssen den Tatsachen entsprechen

Irreführende Werbung mit Marktführerschaft

Immer wieder kommt es vor, dass ein Unternehmen mit einer so genannten Alleinstellung wirbt. So hatte auch ein Unternehmen aus dem süddeutschen Raum, das sich mit der Vermittlung von Immobilien befasst, in einer Anzeige unter anderem wie folgt geworben: „B-Immobilien ist das marktführende Immobilien-Unternehmen der Region“. Zuvor hatte sich das Unternehmen auch als „Nr. 1“ bezeichnet.

Die Wettbewerbszentrale hatte diese Aussagen als irreführende Alleinstellungswerbung beanstandet. Rechtlicher Ausgangspunkt ist § 5 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb), wonach irreführende Werbung verboten ist. Dementsprechend wäre die beanstandete Werbung nur dann zulässig, wenn der entstandene Eindruck sachlich richtig ist.

Tatsächlich aber gibt es in der betreffenden Region auch andere leistungsstarke Unternehmen. Eines der wichtigsten Kriterien dafür ist der Umsatz des Unternehmens. Dabei kommt es darauf an, dass ein erheblicher und dauerhafter Vorsprung vor der gesamten Konkurrenz der beworbenen Region besteht. Hierfür ist der Werbende auch darlegungs- und beweispflichtig.

Das Landgericht Konstanz (Urteil vom 29. Dezember 2005 – 9 O 8/05 KfH) ist der Auffassung der Wettbewerbszentrale gefolgt und hat die Werbung untersagt. Es hat im konkreten Fall aber offen gelassen, ob ein ausreichender erheblicher Vorsprung besteht. Jedenfalls fehle es an der Dauerhaftigkeit, wobei im Immobilienbereich von mindestens zwei Geschäftsjahren auszugehen sei, in denen der erhebliche Vorsprung bestehen müsste.

Das beklagte Unternehmen hatte sich schließlich darauf berufen, dass aufgrund der Entwicklung in der Vergangenheit mit entsprechenden Umsatzsteigerungen in Zukunft gerechnet werden könne und dies auch zu berücksichtigen sei. Dem folgte das Gericht nicht. Es führte aus: „Dem Beklagten wird damit nicht mehr zugemutet, als nach den Erfordernissen der Lauterkeit im Geschäftsverkehr geboten ist. Statt bereits jetzt für sich die Marktführerschaft zu reklamieren und damit Kunden zu werben, muss es ihm angesonnen werden, zunächst über einen längeren Zeitraum sich ohne derartige Aussagen einen Umsatzvorsprung zu erarbeiten.“

Der Beklagte legte Berufung beim Oberlandesgericht Karlsruhe ein. Nachdem das Gericht in der mündlichen Verhandlung vom 15. Februar 2007 erkennen ließ, dass die Berufung insoweit zurückgewiesen werden würde, hat der Beklagte die Berufung zurückgenommen. Das erstinstanzliche Urteil ist nunmehr rechtskräftig.

Dr. Friedrich Pfeffer, Rechtsanwalt und Leiter des Büros Stuttgart der Wettbewerbszentrale macht in diesem Zusammenhang darauf aufmerksam, dass die in der Werbung getroffenen Aussagen grundsätzlich mit den Tatsachen übereinstimmen müssen. Ansonsten handele es sich um wettbewerbswidrige Irreführung. *wis*

Information:

Wettbewerbszentrale, Büro Stuttgart, Königstraße 82, 70173 Stuttgart, Telefon 0711/233018, Telefax 0711/233506, www.wettbewerbszentrale.de

Die Wettbewerbszentrale

Die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V., kurz: Wettbewerbszentrale, ist die größte und einflussreichste Selbstkontrollinstitution für fairen Wettbewerb in Deutschland. Als branchenübergreifende und unabhängige Institution der deutschen Wirtschaft verkörpert sie die Eigenverantwortung der Wirtschaft gegenüber der Gesellschaft für einen funktionierenden und lautereren Wettbewerb. Grundlage ihrer Tätigkeit ist die Verbandsklagebefugnis gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb). Die Wettbewerbszen-

trale schreitet aber nicht nur als „Hüterin des Wettbewerbs“ gegen Wettbewerbsverletzungen ein, sondern ist auch Mitgestalterin der wettbewerbsrechtlichen Rahmenbedingungen (Politikberatung), Beraterin ihrer Mitglieder und spezialisierter Informationsdienstleister. Ihre Kompetenz ist in verschiedenen Gremien gefragt. Neben 1.200 Unternehmen aller Branchen zählen über 600 Wirtschaftsverbände und -kammern – darunter auch die drei Industrie- und Handelskammern im Südwesten – zu den Mitgliedern der Wettbewerbszentrale. *wis*