



## Werbung mit Auszeichnungen

Da die Wettbewerbszentrale zuletzt wieder verstärkt Anfragen zu der Werbung mit der Auszeichnung „TOP 100 Akustiker“ erhalten hat, soll dieses Thema hier noch einmal aufgegriffen werden.

Die „TOP 100 Akustiker“ gibt es seit ungefähr zehn Jahren. Ermittelt werden diese vom BGW Institut für innovative Marktforschung. Wie man auf dessen Internetseite ([www.bgwinstitut.de](http://www.bgwinstitut.de)) erfährt, müssen die teilnehmenden Hörgeräteakustiker zunächst einen Fragenkatalog beantworten. Außerdem werden Geschäftsbesichtigungen und Testkäufe durchgeführt. Ausgezeichnet werden die Unternehmen für ihre „besondere Kundenorientierung“, wobei nur inhabergeführte mittelständische Unternehmen teilnehmen können.

Auf diese Beschränkung der Auszeichnung, die die Ausrichtung (hier: die Kundenorientierung) sowie den Teilnehmerkreis (hier: inhabergeführte mittelständische Unternehmen) betrifft, muss im Rahmen einer Werbung mit dieser aber auch hingewiesen werden. Andernfalls kann es zu einer Beanstandung wegen Irreführung über Reichweite und Bedeutung der Auszeichnung kommen, siehe § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Das für die Werbung von der Firma BGW entwickelte Label enthält deshalb den Hinweis: „Inhabergeführte mittelständische Unternehmen; ausgezeichnet für besondere Kundenorientierung“.

Ein solcher Hinweis muss auch im Fall einer Werbung erteilt werden, die nicht mit dem Label arbeitet, sondern in Form eines redaktionell gestalteten Textes über die Auszeichnung berichtet. Ferner darf natürlich nur der Betrieb mit der Auszeichnung werben, der diese selbst erhalten hat. Anderen Filialen desselben Unternehmens, die nicht getestet wurden, steht das hingegen nicht zu. Außerdem ist es wichtig, dass die Fundstelle zum Nachlesen des Bewertungsergebnisses angegeben wird.

*Rechtsanwältin Sabine Siekmann ·  
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*