

Aus der Praxis der
Wettbewerbszentrale

Aufpassen mit Superlativen

Eine Werbung als "das marktführende Immobilien-Unternehmen der Region" kann irreführen. In der Werbung getroffene Aussagen müssen grundsätzlich mit Tatsachen übereinstimmen.

DR. FRIEDRICH PFEFFER

Ein Unternehmen aus dem süddeutschen Raum, das Immobilien vermittelt, hatte in einer Anzeige unter anderem wie folgt geworben: "B-Immobilien ist das marktführende Immobilien-Unternehmen der Region". Zuvor hatte sich dasselbe Unternehmen auch als "Nr. 1" bezeichnet.

Nach § 5 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) ist derart irreführende Werbung verboten. Sie ist nur dann zulässig, wenn der entstandene Eindruck sachlich richtig ist.

Tatsächlich gab es in der betreffenden Region nämlich auch andere leistungsstarke Unternehmen. Eines der wichtigsten Kriterien ist dabei der Umsatz. 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.

Mindestens zwei Jahre Vorsprung

Das Landgericht Konstanz (Urteil v. 29.12.2005 – 9 O 8/05 KfH) 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 und führt wörtlich aus:

Marktführer brauchen auch Geduld

"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."

Das Urteil ist mittlerweile rechtskräftig.

www.wettbewerbszentrale.de

*Gezinkte
Karten sind
riskant*

AUTOR

Rechtsanwalt Dr. Friedrich Pfeffer ist Leiter des Büros Stuttgart der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.