



Herabsetzende Werbung – Wann ist die Grenze überschritten?

Immer wieder einmal wird der Wettbewerbszentrale Werbung vorgelegt, in der der Werbende das eigene Angebot hervorhebt, indem er das seiner Mitbewerber in einem schlechten Licht erscheinen lässt. Entsprechende Beispiele gibt es auch aus der Branche der Hörakustik. So hatte es die Wettbewerbszentrale in der jüngeren Vergangenheit zum Beispiel mit einer Werbeanzeige zu tun, in der unter der Überschrift „Das will keiner!“ unter anderem aufgelistet wurde: Hörgeräte, die nichts bringen, unfreundliches Personal oder hohe Zuzahlungen. Im Ergebnis wurde der Leser und potenzielle Kunde aufgefordert, zur Vermeidung entsprechender Nachteile den Betrieb des Werbenden aufzusuchen. Ist das so zulässig?

Nach Auffassung der Wettbewerbszentrale überschreitet eine solche Werbung die Grenzen des Zulässigen, die in einem solchen Fall durch das Verbot der Herabsetzung von Mitbewerbern (Paragraf 4 Nr. 1 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)) und das Irreführungsverbot (Paragraf 5 UWG) gezogen werden. Zwar können wahre Tatsachenbehauptungen unter Umständen sogar dann einen besonderen Schutz genießen, wenn sie für davon betroffene Mitbewerber geschäftsschädigend sind. Unwahre Tatsachen, die einen Mitbewerber herabsetzen, sind aber stets unzulässig. So verhielt es sich auch hier, da die Werbeaussagen in ihrer Pauschalität ohne jegliche Grundlage, also einfach ins Blaue hinein, erfolgt waren.

In der beschriebenen Sache hat die Wettbewerbszentrale deshalb eine Beanstandung ausgesprochen. Daraufhin wurde zur Vermeidung einer weiteren Auseinandersetzung eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben.

*Sabine Siekmann ·
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*