



## Unlautere Werbung in Zeiten der Coronakrise

Da die Coronapandemie für viele Unternehmen mit massiven wirtschaftlichen Einschnitten und zum Teil existenzbedrohenden Belastungen verbunden ist, verfolgt die Wettbewerbszentrale Wettbewerbsverstöße seit Mitte März 2020 mit besonderem Augenmaß. Abmahnungen werden nur in notwendigen Fällen ausgesprochen. Dazu gehören natürlich solche Fälle, in denen Unternehmen versuchen, die Auswirkungen der Coronakrise und die damit einhergehende Angst und Unsicherheit in der Bevölkerung mit unlauteren Mitteln auszunutzen. Gleichzeitig gibt es aber auch in diesen Krisenzeiten keinen Freibrief für andere schwerwiegende Rechtsverstöße im Wettbewerb.

Aktuelle Beschwerden, die die Wettbewerbszentrale im Bereich der Gesundheitshandwerke erreicht haben, betrafen zum Beispiel die Werbung mit Geschenken beziehungsweise Gratisangeboten. Insofern ist zu beachten, dass der Gesetzgeber im Rahmen des Vertriebs von Medizinprodukten solche Gratiszuwendungen verboten hat, um einer zu starken Kommerzialisierung gesundheitlicher Leistungen vorzubeugen (Paragraf 7 Heilmittelwerbegesetz (HWG)). Diese strikte Regelung ist auch in coronabedingten Krisenzeiten zu beachten.

So hat die Wettbewerbszentrale eine einstweilige Verfügung gegen einen Augenoptiker erwirkt, der in der Werbung angekündigt hat, seinen Kunden in diesen von Verzicht bestimmten Zeiten „Standard-Brillengläser von Meisterglas“ zu schenken. Die Wettbewerbszentrale sah in dieser Werbung erstens einen Verstoß gegen Paragraf 7 HWG. Zweitens hielt sie die Werbung für irreführend, weil die Abgabe der „kostenlosen“ Brillengläser tatsächlich entweder an den Kauf einer Brillenfassung oder an die Zahlung einer Einschleifgebühr geknüpft war. Nachdem die Abgabe einer Unterlassungserklärung zunächst verweigert wurde, hat das Landgericht Flensburg gegen den werbenden Optiker mit Beschluss vom 13.05.2020 (6 HK O 20/20) eine einstweilige Verfügung erlassen.

Im Bereich der Hörakustik ging es in den vergangenen Wochen etwas ruhiger zu. Eine Beschwerde betraf den „Boykottaufruf“ eines lokalen Einzelhändlers, der in einer Zeitungsanzeige in diesen besonderen Krisenzeiten dazu aufruft, nicht bei den großen Hörakustikketten zu kaufen. Die Wettbewerbszentrale hat diese Werbung wegen gezielter Behinderung von Wettbewerbern beanstandet. Eine andere Beschwerde betraf ein Onlinevideo eines Hörakustikers zu sogenannten Eigenmarkenhörgeräten, das unter Verwendung des Markennamens eines namhaften Hörakustikunternehmens unter der Überschrift „Alles xxx oder was? Wie man mit Private Label Hörgeräten trickst“ angeteasert wurde. Hier hat die Wettbewerbszentrale eine Abmahnung ausgesprochen, weil sie diese Werbung als ruftbeeinträchtigende vergleichende Werbung einstufte. Auf die Beanstandung hin wurde eine Unterlassungserklärung abgegeben.

*Dr. Britta Bröker ·  
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*