

Vergleichende Werbung

13.05.2009, 11:59 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *RA Axel Mittelstaedt, Kanzlei für Gewerblichen Rechtsschutz*

Für Unternehmen ist es von enormer Wichtigkeit, ihre Produkte so am Markt zu positionieren, dass sie der Konkurrenz vorgezogen werden.

Aus diesem Grund wird viel Geld in die Ausarbeitung und Entwicklung von Werbung investiert. Vielen scheint es die beste Werbung zu sein, sich konkret mit den eigenen Vorzügen vergleichend von der Konkurrenz abzusetzen.

Von vergleichender Werbung kann aber nur die Rede sein, wenn diese „unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die von diesem an-gebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht.“ Dazu müssen die Mitbewerber nicht namentlich genannt werden, es genügt, wenn der Durchschnittsverbraucher eine Vorstellung erlangt, welche Produkte im einzelnen gemeint sind.

Ist dies der Fall, dann muss sich der Werbende an bestimmte Voraussetzungen halten. Der Vergleich muss sich auf vergleichbare Produkte beziehen, auf wesentliche und vor allem nachprüfbar Eigenschaften beschränken, darf nicht zu Verwechslungen führen, die Wertschätzung des Konkurrenten nicht beeinträchtigen und die Ware z. B. auch nicht als Nachahmung eines geschützten Markenprodukts darstellen.

Es ist aber auch von Bedeutung, dass der Adressat der Werbung die vergleichende Werbung nachvollziehen und erkennen kann, worauf sich der Vergleich bezieht. Reicht dafür der Werbeinhalt nicht aus, muss ihm mitgeteilt werden, wie und wo er Informationen hierzu einholen kann.

Dieses Kriterium wurde in dem TV-Werbespot, über den das OLG Köln (Az.: 6 W 5/09) am 18.02.2009 zu entscheiden hatte, nicht erfüllt.

Hier wurde eine Creme beworben, die in einem Test eines unabhängigen Labors alle anderen Cremes in der Feuchtigkeitwirkung übertroffen haben soll, darunter auch Cremes im preislichen Rahmen von 150,- Euro.

Zwar waren durch die Angaben der Produktparte und des preislichen Rahmens die Mitbewerber für die Verbraucher erkennbar, jedoch wurden die dem Vergleich zugrunde liegenden Daten nicht bekannt gegeben und auch ein Hinweis, wo diese einzusehen waren, fehlte.

Dabei wäre es dem Werbenden durchaus zumutbar gewesen, diese auf seinem Internetauftritt zu publizieren und dies in der Werbung anzudeuten.

Aus diesem Grund sahen die Richter des OLG Köln in diesem Werbespot einen wettbewerbswidrigen Verstoß gegen § 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG.

Fazit:

Eine zulässige vergleichende Werbung ist ein wirksames Marketingmittel. An sie sind jedoch zahlreiche Voraussetzungen geknüpft, sodass Sie zuvor einen spezialisierten Rechtsanwalt konsultieren sollten, um Verstöße zu vermeiden!

Portrait

Die Kanzlei Mittelstaedt ist eine exklusive Spezialisten-Kanzlei mit internationaler Ausrichtung und Sitz in Köln. Seit 1994 arbeitet die Kanzlei für globale Unternehmen und leistet alle fachlichen Dienstleistungen im Bereich des Gewerblichen Rechtsschutzes.

Der Gründer der Kanzlei, Axel Mittelstaedt, ist seit über 25 Jahren internationaler Experte für Gewerblichen Rechtsschutz und Markenführung.

Seine klassischen anwaltlichen Leistungen: Markenrecht, Wettbewerbsrecht, Geschmacksmusterrecht, Patentrecht. Zusätzlich bietet die Kanzlei Mittelstaedt ein qualifiziertes Analyseverfahren und Gutachten für strategisches IP Management in Unternehmen an. Dieses innovative Kanzleiprodukt SIP[®] untergliedert sich in vier Phasen:

- * Analyse der aktuellen IP Strategie eines Unternehmens
- * Bewertung des Geistigen Eigentums
- * Konzeption faktischer und juristischer Schutzstrategien
- * Aktualisierung und Neuanmeldung für Marken, Produkte und Geschmacksmuster

News-ID: 309672 • Views: 726 (Stand: 08.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/309672/Vergleichende-Werbung.html>