

Werbung mit Autorisierung muss Autorisierenden erkennen lassen

08.09.2010, 10:08 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *LADM Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer*

In der Werbung gibt es zahlreiche Möglichkeiten, die eigenen Produkte oder Dienstleistungen gegenüber denen anderer Hersteller oder Anbieter hervorzuheben.

Eine davon ist, sich auf Kooperationen, Empfehlungen, Referenzen oder eben Autorisierungen zu berufen. Dass Autorisierungen immer auch einen Autorisierenden voraussetzen, liegt auf der Hand.

Entscheidet sich ein Unternehmen, die eigene Werbung durch eine bestimmte Autorisierung aufzuwerten, so kann einerseits die Meinung vertreten werden, dass der gewünschte Effekt sowieso nur erzielt werde, wenn auch der Autorisierende angegeben wird, andererseits ist die Angabe auch aus wettbewerbsrechtlichen Aspekten obligatorisch.

Das Brandenburgische Oberlandesgericht hatte am 13.07.2010 (Az.: 2 O 342/08) einen Fall zu verhandeln, in dem folgende Werbeanzeige veröffentlicht wurde:

Goldschmuck – Münzen – Besteck
Zahngold auch mit Zähnen + Altgold
Barankauf Gold & Silber
Bei Ihrer autorisierten Goldverwertungsagentur
A & V P...

Das Oberlandesgericht hat entschieden, dass diese Werbung mit einer Autorisierung – wobei auch deren tatsächliches Bestehen zweifelhaft erschien – wettbewerbswidrig sei.

Werbe ein Unternehmen mit einer Autorisierung, so müsse dem Verbraucher auch erkennbar sein, von wem das Unternehmen autorisiert sei.

Lese ein Verbraucher von einer Autorisierung, so gehe er automatisch davon aus, dass diese staatlich oder zumindest von einer fachkompetenten Stelle ausgestellt sei. Dadurch würde eben jenem Unternehmen mehr Vertrauen geschenkt, auch für den Fall, dass die Werbeanzeige den wirklich Autorisierenden nicht erkennen lasse. So erziele dieses Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil, der gegenüber den Mitbewerbern nicht gerechtfertigt ist.

Fazit:

Beruft man sich in Werbeanzeigen auf bestimmte Umstände, so müssen diese oftmals auch belegt werden. Wann dies der Fall ist, kann ein juristischer Laie meist nicht erkennen, weshalb es zu empfehlen ist, vor der Veröffentlichung einen spezialisierten Rechtsanwalt zu kontaktieren.

© RA Axel Mittelstaedt 2010 – LADM Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer; Dezernat Gewerblicher Rechtsschutz, Köln www.ladm.com

Portrait

Die Kanzlei Mittelstaedt, seit Kurzem Bestandteil der Partnerschaftsgesellschaft LADM Liesegang Aymans Decker Mittelstaedt & Partner, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, 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 (Anmeldung und Verteidigung etc. von Marken), Wettbewerbsrecht (Angriffe und deren Abwehr), Geschmacksmusterrecht (Anmeldung und Verteidigung etc. von Geschmacksmustern), Patentrecht (speziell: Verfahren bei Patentverletzungen).

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 Neuanschaffung für Marken, Produkte und Geschmacksmuster

Dazu gerade erschienen: Axel Mittelstaedt, „Strategisches IP-Management – mehr als nur Patente“ im renommierten GABLER-Verlag: ISBN 978-3-8349-1399-9

News-ID: 464089 • Views: 949 (Stand: 31.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/464089/Werbung-mit-Autorisierung-muss-Autorisierenden-erkennen-lassen.html>