

Vergleichende Werbung

Stand: Juli 2004

Allgemeines

Nach der Reform des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) mit Wirkung zum 08.07.2004 erfolgt die bisher in § 2 UWG enthaltene Regelung zur vergleichenden Werbung nunmehr in § 6 UWG. Für diese Vorschrift wurde der alte § 2 UWG wortgleich übernommen, so dass sich hier keine Änderungen ergeben.

Was ist vergleichende Werbung?

„Vergleichende Werbung“ ist „jede Werbung, die unmittelbar oder mittelbar einen Mitbewerber oder die Erzeugnisse oder Dienstleistungen, die von einem Mitbewerber angeboten werden, erkennbar macht“. Erfasst werden also auch werbliche Anspielungen ohne namentliche Nennung, wenn aus den Umständen heraus eine Identifizierung des Mitbewerbers möglich ist.

Wann ist vergleichende Werbung zulässig?

Zentrale Vorschrift ist der neue § 6 UWG. Dort werden die Zulässigkeitskriterien für vergleichende Werbung aufgestellt. Vergleichende Werbung gilt, was den Vergleich angeht, als zulässig, sofern folgende Bedingungen erfüllt sind:

- Sie vergleicht Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung. Damit wird der Vergleich auf im Wettbewerb stehende Produkte beschränkt.
- Sie vergleicht objektiv eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften oder den Preis dieser Waren und Dienstleistungen.
- Sie führt im geschäftlichen Verkehr nicht zu Verwechslungen zwischen dem Werbenen und einem Mitbewerber oder zwischen den von diesen angebotenen Waren oder Dienstleistungen oder den von ihnen verwendeten Kennzeichen (Marken, Geschäftsbezeichnungen, geographische Herkunftsangaben).
- Durch sie wird die Wertschätzung eines von einem Mitbewerber verwendeten Kennzeichens (Marke, Geschäftsbezeichnung, geographische Herkunftsangabe) nicht in unlauterer Weise ausgenutzt oder beeinträchtigt. Folge dieser Regelung ist, dass auch unbekannte Kennzeichen gegen die unlautere Benutzung von ähnlichen Kennzeichen geschützt werden.
- Durch sie werden die Waren, die Dienstleistungen, die Tätigkeiten oder die persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers nicht herabgesetzt oder verunglimpft.
- Sie stellt nicht eine Ware oder eine Dienstleistung als Imitation oder Nachahmung einer unter einem geschützten Kennzeichen (Marke, Geschäftsbezeichnung, geographische Herkunftsangabe) vertriebenen Ware oder Dienstleistung dar.
- Außerdem darf sie – wie bereits in der bisherigen Regelung des § 3 UWG (neu: jetzt in § 5) vorgesehen – keine irreführenden Angaben über geschäftliche Verhältnisse, insbesondere über die Beschaffenheit, den Ursprung, die Herstellungsart oder die Preisbe-

messung einzelner Waren oder gewerblicher Leistungen oder des gesamten Angebots, über Preislisten, über die Art des Bezugs oder die Bezugsquelle von Waren, über den Besitz von Auszeichnungen, über den Anlass oder den Zweck des Verkaufs oder über die Menge der Vorräte enthalten. Dieses allgemeine Irreführungsverbot des neuen § 5 UWG findet auch auf vergleichende Werbung Anwendung.

Bezieht sich der Vergleich auf ein Angebot mit einem besonderen Preis oder anderen besonderen Bedingungen, so sind der Zeitpunkt des Endes des Angebots und, wenn dieses noch nicht gilt, der Zeitpunkt des Beginns des Angebots eindeutig anzugeben. Gilt das Angebot nur so lange, wie die Waren oder Dienstleistungen verfügbar sind, so ist darauf hinzuweisen.

Hinweis: Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Ein Merkblatt der

Industrie- und Handelskammer Siegen, Koblenzer Straße 121, 57072 Siegen, <http://www.ihk-siegen.de>

Ansprechpartner:

IHK Siegen, Geschäftsstelle Olpe, Seminarstr. 36, 57462 Olpe
Ass. Gabriela Pokall, ☎ 02761 9445-20, Telefax 02761 9445-40
E-Mail gabriela.pokall@siegen.ihk.de