

## Werbung: So sind Vergleiche mit dem Mitbewerber möglich

Darf ein Unternehmen in seiner Werbung direkte Vergleiche mit einem Konkurrenten ziehen? Was dabei zu beachten ist und welche Folgen Verstöße nach sich ziehen.

08.03.2021, 15:41



© AVA BITTER/SHUTTERSTOCK

Von vergleichender Werbung spricht man, wenn die eigene Ware oder Dienstleistung unter Bezugnahme auf ausdrücklich genannte oder zumindest erkennbare Mitbewerber als vorteilhaft angepriesen wird. Erlaubt ist das, weil es auch dem Konsumentenwohl dient, aber nur unter Einhaltung bestimmter Spielregeln. Die gesetzlichen Vorschriften finden sich im Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG, § 2a).

### 1. Was generell gilt

In der Werbung muss Sachlichkeit gewahrt sein. Ein Vergleich muss objektivierbar und nicht irreführend sein, darf Mitbewerber, ihre Ware oder Dienstleistung nicht herabsetzen und keine aggressiven Tendenzen beinhalten. Aussagen wie „Bei der Konkurrenz kaufen Sie nur Ramsch“ sind herabsetzend und daher nicht erlaubt. Es darf nur Vergleichbares verglichen werden. Unterschiede - vor allem solche, die sich auf die Preisbildung auswirken, wie z.B. unterschiedliche Vertriebsformen, müssen unmissverständlich aufgezeigt werden. Bei Waren mit Ursprungsbezeichnung darf beispielsweise nur ein Vergleich mit Waren derselben Ursprungsbezeichnung erfolgen. Der Vergleich muss sich weiters auf Waren und Dienstleistungen für denselben Zweck beziehen und wesentliche, nachprüfbar und typische Eigenschaften betreffen. Unvollständige Angaben können wettbewerbswidrig sein, wenn durch das Verschweigen wesentlicher Umstände ein falscher Gesamteindruck entsteht.

### 2. Systemvergleiche

Dabei werden bestimmte Herstellungs-, Einkaufs- oder Vertriebssysteme gegenübergestellt, ohne dass eine Bezugnahme auf oder Nennung von Mitbewerbern erfolgt. Auch diese Vergleiche müssen den vorher beschriebenen Kriterien entsprechen, müssen also wahr sein und dürfen weder Pauschalabwertungen noch aggressive Tendenzen beinhalten.

### 3. Alleinstellungswerbung

Bei der Alleinstellungswerbung (Spitzenstellungswerbung) wird mit einer führenden Stellung des Unternehmens oder einzelner Aspekte seines Produkts bzw. seiner Dienstleistung geworben. Unwahrheiten oder Irreführungen sind auch dabei in jeder Hinsicht verboten. Der mit der Alleinstellung behauptete Vorsprung muss außerdem deutlich und stetig sein. Die Behauptung „das beste Notebook in Österreich“ zum Beispiel ist nach technischen Gesichtspunkten objektivierbar und überprüfbar und auch daher zulässig, wenn sie wahr ist.

### 4. Marktschreierische Werbung

Wenn ein Slogan derartig überzogen dargestellt wird, dass ihn der durchschnittliche Adressat der Werbung ohnehin nicht ernst nimmt, begründet dies keinen Verstoß gegen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb. Das betrifft etwa Aussagen wie „Bei uns bekommen Sie das beste Eis in der Milchstraße.“

### 5. Vorspannwerbung

Unzulässig ist vergleichende Werbung auch dann, wenn ein Unternehmer Produkte oder Leistungen von sehr renommierten Unternehmen zum eigenen Angebot in Verbindung setzt (Vorspannwerbung bzw. anlehrende vergleichende Werbung). Etwa wenn damit geworben wird, dass ein Parfum eine Imitation eines bekannten Luxusparfums ist. Dabei handelt es sich um eine Form der Rufausbeutung bzw. der unlauteren Ausnutzung des geschäftlichen Erfolgs eines Mitbewerbers.

### 6. Rechtsfolgen bei unzulässiger vergleichender Werbung

Eine unzulässige vergleichende Werbung kann zu einer Unterlassungsklage durch einen Mitbewerber oder einen zu einer solchen Klage legitimierten Verband führen. Die Verfahrenskosten sind wegen des hohen Streitwerts (rund 40.000 Euro) sehr hoch. Denn nach dem Streitwert richten sich Gerichtsgebühren und die Anwaltskosten. Diese sind von demjenigen zu bezahlen, der im Verfahren unterliegt. In der Praxis wird häufig schriftlich (oft per Mail) abgemahnt, ehe gerichtliche Schritte gesetzt werden. In dieser Abmahnung wird der Betrieb, der die vermeintlich unzulässige Werbung lanciert hat, aufgefordert, innerhalb kurzer Frist - in der Regel fünf Tage - die (vorgedruckte) Gesetzesverletzung zu unterlassen, eine Unterlassungserklärung zu unterschreiben sowie die Kosten des Rechtsanwalts zu zahlen.

## Das könnte Sie auch interessieren



### Ihr Vorteil im neuen Jahr!

Worauf Sie achten sollten und was Ihnen 2022 bringt. [➤ mehr](#)



## Agil und krisensicher: Kleine Teams mit großer Wirkung

Agilität und Selbstorganisation statt Topdown-Management lautet die Zukunft der Organisationsentwicklung. Wie das gelingen kann, schildert Expertin Elisabeth Sechser. [➤ mehr](#)



## Parkkleber für einzelne Branchen

Ob Handwerksbetrieb, Kfz- Händler oder -werkstätte oder Hotels: Eigene Parkkleber machen diesen Branchen das Parken in Wien leichter [➤ mehr](#)