

Unzulässige Werbung in Spanien: Die beste Rasierklinge

Sowohl als Verkäufer wie auch als Hersteller muss man die Vorteile seiner Produkte überzeugend präsentieren, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Dabei muss man beachten, dass keine unzulässige Werbung verwendet wird. Zwei bekannte Hersteller von Konsumgütern haben diese Grenze in Spanien überschritten.

Ausgangspunkt

Ein berühmter Hersteller von Konsumgütern verklagte einen anderen Hersteller wegen unzulässiger Werbung. Der Beklagte wiederum erhob aus dem gleichen Grund Widerklage. Im Gerichtsverfahren entschied das Handelsgericht Madrid (Urt. v. 3.9.2015, AC\2015\1375) über die Zulässigkeit folgender Werbemaßnahmen:

Die Anzeige der Werbeaussagen "Die beste Rasur für deine Haut" und "Rasiert besser als Mach3" auf der Verpackung der Produkte des Klägers.
Die Angabe der Werbebotschaft "Die Rasierklinge von Gillette ist die beste aller Zeiten" auf der Website des Widerbeklagten.

Keine reine Übertreibung oder technische Information

Bei der Bewertung des Werbeslogans "Die beste Rasur für deine Haut" argumentierte der Kläger, es sei lediglich eine Marketing-Übertreibung, die nicht als irreführende Werbemaßnahme eingestuft werden könne.

Das Gericht entschied dagegen, dass hier keine reine Marketing-Übertreibung, die vom durchschnittlichen Verbrauchern als nicht ernst, oberflächlich oder offenkundig übertrieben wahrgenommen wird, vorlag, sondern der Werbeslogan einem durchschnittlichen Verbraucher einen klar erkennbaren Vorteil gegenüber anderen Produkten versprach.

Insofern könne die Werbeaussage das wirtschaftliche Verhalten bzw. die Kaufentscheidung eines durchschnittlichen Rasierklingen-Käufers beeinflussen.

In Bezug auf die Werbebotschaft "Die Rasierklinge von Gillette ist die beste aller Zeiten" argumentierte der Hersteller, es sei keine Werbeaussage, sondern eine rein technische Information außerhalb des Bereichs der Werbung.

Diese Auffassung wurde vom Gericht jedoch abgelehnt, denn die Aussage habe nach dessen Ansicht das Ziel, den Absatz von Produkten des Unternehmens zu fördern. Somit handele es sich um Werbung.

Werbeaussagen wurden nicht bewiesen

Das Gericht prüfte die Berichte des Klägers und kam zu der Erkenntnis, dass nicht bewiesen worden sei, dass die Produkte des Herstellers besser für die Haut seien als jene der Mitbewerber.

Der Kläger habe lediglich technische Berichte über die Eigenschaften seiner Rasierklinge bereitgestellt. Gegen die Beweiskraft der Berichte des Klägers argumentierte das Gericht, dass sie:

Auf einem kleinen Spektrum von Befragten basieren, grundsätzlich die subjektiven Wahrnehmungen der Verbraucher widerspiegeln, als Ziel haben, andere Werbeaussagen als die streitgegenständlichen zu belegen, partielle Vergleiche von Produkten und Eigenschaften, die von dieser Rechtsstreitigkeit nicht betroffen

sind, zeigen

keine vergleichenden Angaben zu Produkten anderer Hersteller als den Parteien des Streits beinhalten

Auch die Berichte des Widerbeklagten stellten keine wissenschaftlichen Daten dar, die die Aussage "Die Rasierklinge von Gillete ist die beste aller Zeiten" hätten belegen können.

In beiden Werbeslogans "Die beste Rasur für deine Haut" und "Die Rasierklinge von Gillete ist die beste aller Zeiten" konnte man eine zumindest mögliche Täuschung bzw. der Verbraucher, die zu einer Beeinflussung deren wirtschaftlichen Verhaltens führen könnte, feststellen.

Somit entschied das Gericht, dass die Werbebotschaften irreführend und damit unzulässig nach Art. 5 Abs.1 des spanischen Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb seien und ordnete die Unterlassung der Anzeigen mit Wirkung für die Zukunft in jeglichen Medien an.

Unzulässige vergleichende Werbung

Nach Art. 10 des spanischen Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb ist die Nutzung vergleichender Werbung grundsätzlich erlaubt, sofern die folgenden Anforderungen erfüllt werden:

sie ist nicht irreführend

sie vergleicht Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung; sie vergleicht objektiv eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbar und typische Eigenschaften dieser Waren und Dienstleistungen

durch sie werden weder die Marken, die Handelsnamen oder andere Unterscheidungszeichen noch die Waren, die Dienstleistungen, die Tätigkeiten oder die Verhältnisse eines Mitbewerbers herabgesetzt oder verunglimpft;

bei Waren mit Ursprungsbezeichnung bezieht sie sich in jedem Fall auf Waren mit der gleichen Bezeichnung;

Die Aussage "Rasiert besser als Mach3" ist eine unsachliche und allgemeine Behauptung, dass ein Produkt besser als das andere sei. Somit werden mit dieser Aussage keine relevanten Eigenschaften verglichen und die Werbeaussage ist damit als unzulässige vergleichende Werbung einzustufen. Dementsprechend wurde auch hier die weitere Verwendung in jeglichen Medien untersagt.

Fazit

Bei der Anfertigung von Werbeaussagen müssen Shopbetreiber auf das Wettbewerbsrecht achten. Besondere Achtung verdienen Behauptungen über Eigenschaften, die die eigenen Produkte angeblich von der Konkurrenz abheben. Der Teufel steckt aber im Detail. Um mögliche rechtliche Risiken bei der Produktwerbung im Ausland genau abschätzen und vermeiden zu können, ist eine fachkundige Beratung empfehlenswert. Wir helfen Ihnen gerne bei der Internationalisierung Ihres Online-Shops. (rg)

Bilquelle: Lukasz Stefanski/shutterstock.com

```
[hubspotform whitepaper="true" title="Gratis Whitepaper-Download 'Der internationale Online-Shop'" image_path="http://shopbetreiber-blog.de/wp-content/uploads/2016/10/shutterstock_105520049_300x200.jpg" image_text="Unsere Experten Madeleine Pilous und Frieder Schelle haben die wichtigsten rechtlichen Fragen zum Cross-Border E-Commerce beantwortet: Welches Recht gilt bei Verkäufen ins Ausland? Das deutsche Recht oder das des Ziellandes? Wo unterscheidet sich das Recht in der EU? Was bedeutet das für AGB und Datenschutz?" copy_text="" portal_id="603347" form_id="a9f3c307-0128-47ac-88c4-e7c2febb4c8a" css=""]
```