

Werbung mit Verboten



Mag. Georg Brandstätter

Im freien Wettbewerb ist der Absatz von Waren oder Dienstleistungen bekanntlich nicht garantiert, Werbemaßnahmen sind daher nicht Selbstzweck sondern sollen durchaus Aufmerksamkeit erregen.

Um nicht über das Ziel hinaus zu schießen sind unter anderem die Regeln des lautereren Wettbewerbes zu beachten. Verstöße dagegen berechtigen Mitbewerber (und Interessenverbände) dann, wenn mit dem Verstoß ein Wettbewerbsvorteil verbunden ist, sich dagegen mit Unterlassungsklage gerichtlich zu wehren.

Daneben können bei Vorliegen der Voraussetzungen Ansprüche auf Schadenersatz, Urteilsveröffentlichung oder Widerruf empfindlich wirken.

Unterlassungsgebot

Mit der unlauteren Handlung, etwa einer zur Irreführung geeigneten Werbeanündigung, sind oft (meist bezweckte) Absatzvorteile für denjenigen, der so handelt, verbunden. Der Konkurrent ist daher dringend daran interessiert, dass diese Handlung so rasch wie möglich und auch für die Zukunft unterbleibt. Dieses Ziel kann durch Einbringung einer Klage samt Antrag auf Erlassung

einer einstweiligen Verfügung erreicht werden. Damit wird dem Gegner vom Gericht geboten, diese Handlung sowie gleichartige Handlungen ab sofort und bis zur rechtskräftigen Beendigung des über die Klage anhängigen Verfahrens zu unterlassen, erreicht werden.

Eine einstweilige Verfügung ist ein Beschluss, welcher sofort nach Erlassung (trotz Anfechtungsmöglichkeit des Beklagten) vollstreckt werden kann. Der Kläger wird dadurch in die Lage versetzt, weiterem Zuwiderhandeln des Gegners (z.B. unverändertes Fortsetzen der Werbekampagne) durch gerichtliche Zwangsvollstreckung, in der Regel Verhängung von Geldstrafen (bis zu 100.000 Euro pro Antrag, welcher täglich eingebracht werden kann), wirksam und vor allem rasch zu begegnen.

Nach Erlassung der einstweiligen Verfügung sind die weiteren Handlungen des Gegners aufgrund des konkreten gerichtlichen Unterlassungsgebotes zu beurteilen. Hat der Gegner zwar auf das Gebot (Verbot) reagiert, etwa durch Änderung der Werbeanündigung, liegt dabei jedoch eine gleichartige, etwa nach dem Gesamteindruck sinnliche Werbeanündigung vor, so kann deswegen mit dem bereits erwirkten Unterlassungsgebot Exekution geführt werden.

Werbewirksames Verbot

Mitunter wird nach Erlassung eines derartigen Unterlassungsgebotes (Verbot) vom Gegner versucht, gerade die Tatsache des Verbots werbewirksam für sich zu verwenden. Im Vordergrund steht dabei nachvollziehbar nicht das Interesse des Werbenden, die Kunden über einen Wettbewerbsverstoß aufzuklären oder gar erstmals darauf aufmerksam zu machen, sondern meist das

Bestreben, aus einem notwendigen Übel sogar noch einen Vorteil zu erlangen. Die Werbeaussage wird dabei sehr selten so gestaltet sein, dass sie als gleichartige (verbotene) Handlung vom bereits erwirkten Unterlassungsgebot erfasst wird und ihr daher mit dem bereits vorhandenen Urteil begegnet werden könnte.

Fakt ist aber, dass auch diese (neue) Werbung selbstverständlich dem Lauterkeitsgebot standhalten muss. Umso mehr, wenn dabei auf Werbeaussagen, welche wegen ihrer Irreführungseignung verboten wurden, Bezug genommen wird (ohne die verbotene Aussage jedoch zu wiederholen) und eine Assoziation des Kunden mit der früheren, verbotenen Werbeaussage gewollt ist. Auch bei Beurteilung dieser Werbeaussage kommt es auf den Gesamteindruck an, der bei Durchschnittsinteressenten bei flüchtiger Wahrnehmung entstehen kann. Das Verschweigen einer wesentlichen Tatsache kann, wenn dadurch ein falscher Gesamteindruck hervorgerufen wird, irreführend sein. Wird daher mangels ausreichend deutlicher Aufklärung unzutreffend der Anschein erweckt, die Werbung für das Produkt sei nur wegen dessen besonderer Günstigkeit (z.B. unzulässiger Rabatt) verboten worden und dazu eine deutliche Assoziation mit der verbotenen ursprünglichen Werbeaussage beim Kunden hergestellt, kann diese Ankündigung ihrerseits als zur Irreführung geeignet und damit rechtswidrig sein. Der so Werbende könnte sich also erst recht und ungewollt den Unterlassungsansprüchen seines Konkurrenten ausgesetzt sehen.

RA Mag. Georg Brandstätter ist Gesellschafter der WILLE-BRANDSTÄTTER-SCHERBAUM-Rechtsanwälte OEG, „office@w-b-s.at“ und Spezialist für Marken- und Wettbewerbsrecht.

Foto: Archiv