

WETTBEWERBSRECHT - W10

Stand: Januar 2010

Ihr Ansprechpartner
Ass. iur. Kim Pleines
E-Mail
kim.pleines@saarland.ihk.de
Tel.
(0681) 9520-640
Fax
(0681) 9520-690

Vorrangstellung, Alleinstellung oder Spitzenplatz

Wenn Unternehmen mit Vorrangstellungen werben, sind dabei die „Spielregeln“ der Wahrheit und Fairness zu beachten. Unternehmen, die in ihrer Werbung eine besondere Vorrangstellung behaupten, bringen dies zum Ausdruck durch Worte wie z. B.

- „Der größte Fachmarkt im Saarland für ...“
- „Das Unternehmen mit dem größten Angebot an ...“
- „Neuestes und größtes Angebot im Südwesten“
- „Führender Fachhändler für ...“
- „Das Fachgeschäft für ... in...“

Solche Werbeaussagen rufen verständlicherweise Mitbewerber auf den Plan, die diese Behauptungen bestreiten.

Eine Alleinstellung liegt vor, wenn der Werbende für sein Unternehmen seine Waren oder Leistungen eine nach objektiven Merkmalen nachprüfbare Spitzenstellung für sich in Anspruch nimmt. Alleinstellungsbehauptungen sind **zulässig**, wenn sie **wahr** sind. Bei einer Alleinstellungswerbung genügt es nicht, dass der Werbende einen nur geringfügigen Vorsprung vor seinen Mitbewerbern hat. Der Verbraucher erwartet eine nach Umfang und Dauer wirtschaftlich erhebliche Sonderstellung. Der mit einer Alleinstellung behauptete Vorsprung muss beachtlich und dauerhaft sein.

Rat: Überprüfen, ob die behauptete **Alleinstellung** in einem Rechtsstreit **wirklich nachgewiesen** werden kann. Ansonsten kann ein Verstoß gegen das Irreführungsverbot vorliegen. Sofern Unternehmer es nicht auf eine rechtliche Auseinandersetzung ankommen lassen wollen, sollten die Werbeaussagen abgeändert werden.

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.