

Hinweise zur rechtssicheren Gestaltung von Werbeanzeigen

Vorbemerkung

Sowohl der Verband sozialer Wettbewerb e. V. als auch die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. haben in den vergangenen Monaten zahlreiche Hotels abgemahnt. Die Hoteliers sahen sich dabei regelmäßig dem Vorwurf ausgesetzt, in einer Printanzeige für einen Aufenthalt im Hotel mit Angabe eines Preises, zugleich aber ohne Angabe ihrer Rechtsform bzw. Betreibergesellschaft, geworben zu haben. Im Rahmen der Abmahnung wurde den Adressaten durch die genannten Vereine aufgegeben, eine beigefügte Unterlassungserklärung zu unterzeichnen sowie Schadensersatz zu zahlen.

Mit dem nachfolgenden Merkblatt möchten wir Sie darüber informieren, welche Anforderungen die Gerichte an eine rechtskonforme Werbeanzeige stellen. Außerdem erhalten Sie eine Anleitung zum rechtssicheren Aufbau zukünftiger Anzeigen in Print- und Onlinemedien. Schwerpunktmäßig erläutern wir Ihnen dabei die korrekte Nennung der Rechtsform eines Betriebes in einem Anzeigentext.


Wir empfehlen Ihnen nachdrücklich, Ihre bestehenden Anzeigenvorlagen

mit Hilfe unseres Merkblattes auf deren Richtigkeit zu überprüfen.

Für den Fall, dass Sie bereits eine entsprechende Abmahnung erhalten haben, finden Sie Handlungsempfehlungen auf Seite fünf des Merkblattes. Mit der empfohlenen Vorgehensweise soll der wirtschaftliche Schaden minimiert und ein zukünftiges Risiko ausgeschlossen werden.

1. Ist-Stand der Mehrzahl von Werbeanzeigen

Ein Großteil der bislang abgemahnten Anzeigen entspricht oder ähnelt dem nachstehenden Beispiel:



WESTERWALD

Viele attraktive Angebote: www.zugbruecke.de

****² **Hotel ZUGBRÜCKE Grenzau**
Kommen Sie uns doch einmal näher. Unsere 4* Superior-Idylle mit 2 Restaurants, Bar, Landhaus-Schänke mit Bowling- und Kegelszentrum, Fitness-Studio, Schwimmbad & Saunalandschaft, Beauty Spa und Themaszimmern. Pur. Gemütlich. Überauschend. Hier kommen Sie auf den Geschmack des Westerwaldes.

Aus-Zeit: 2 Übernacht. inkl. Frühstück vom Buffet und Nutzung des Wellnessbereiches **ab € 148,- p.P./DZ**

Weihnachten: 4 Übernacht. inkl. HP (4-Cong Menü, festliches Weihnachtsbuffet, Rahmenprogramm) **ab 389,- p.P./DZ**

Silvester: 3 Übernacht. inkl. HP (Silvesterball mit Galabuffet, Livemusik, Tombola, Kinderparty u.x.m.) **ab 349,- p.P./DZ**

56203 Höhr-Grenzhausen
Tel. (0 26 24) 10 50
Fax (0 26 24) 10 54 62
Info@zugbruecke.de
www.zugbruecke.de

ZUGBRÜCKE
HOTEL & SPA

Das jeweilige Hotel wirbt zumeist für einen Zeitraum, eine Veranstaltung

oder Ähnliches mit einem konkreten Angebot und gibt als Kontaktdaten den Hotelnamen, Adresse und Telefonnummer sowie die Erreichbarkeit per E-Mail oder Webseite an. Dies entspricht aber regelmäßig nicht den rechtlichen Anforderungen an eine solche Anzeige.

2. Soll-Stand: Rechtliche Anforderungen an den Inhalt einer Anzeige

Eine rechtskonforme Anzeige muss unter anderem den Anforderungen an die Preiswerbung nach § 5a Abs. 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) genügen. Diese Vorschrift regelt für konkrete Angebote im Geschäftsverkehr eine Reihe von Informationspflichten gegenüber dem Verbraucher.

Werden demnach Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis z. B. per Anzeige so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, müssen gemäß UWG dem Verbraucher regelmäßig bestimmte, wesentliche Informationen zur Verfügung gestellt werden.

Diese Informationspflicht wird laut eines Urteils des Europäischen Gerichtshofes (EuGH, Urteil vom 12. Mai 2011, Az.: C-122/10) jedenfalls dann ausgelöst, wenn das Angebot so

gestaltet ist, dass der Verbraucher **hinreichend über das beworbene Produkt und dessen Preis informiert** ist, um eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Es muss jedoch nicht auch die Möglichkeit geboten werden, das Produkt unmittelbar zu erwerben.

So genügt es laut EuGH grundsätzlich,

- wenn das Produkt und seine Merkmale **lediglich benannt und/oder abgebildet** werden, auch wenn es in mehreren Ausführungen angeboten wird und der Kunde noch Details bestimmen muss.

Insbesondere kann es zudem genügen,

- wenn der Werbende **für detaillierte Angaben auf seine Internetseite verweist**.

Immer benötigt der Verbraucher für seine geschäftliche Entscheidung einen **Preis** des Produktes. Die **Angabe eines Eckpreises** kann allerdings ausreichend sein (z. B. „ab ... €“).

Aus Sicht des EuGH ist ein Angebot also dann konkret, wenn der Verbraucher zu dem Schluss kommen kann:

„Ich weiß alles Nötige und werde zugreifen. Etwaige Einzelheiten kläre ich beim Kauf“.

Davon zu unterscheiden ist die bloße

„Image- oder Erinnerungswerbung“, bei der ohne die Angabe von Preisen, sondern lediglich mit

- Marken, Hersteller oder Regionen, z. B. *„Zimmer im Allgäu ab 90 € die Nacht“* (hier fehlt die Angabe, um welches Hotel, welchen Ort es sich handelt), oder
- Gattungen, z. B. *„Doppelzimmer – jetzt besonders günstig“* (hier fehlt die Angabe der Größe, des Preises etc.),

geworben wird.

2.1. Informationspflichten

Ist das Angebot hinreichend konkret im Sinne der Rechtsprechung des EuGHs, stehen Sie als Anbieter in der Pflicht, folgende Informationen mitzuteilen:

- **Alle wesentlichen Merkmale** der Ware oder Dienstleistung in dem dieser und dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang;
- **Die Identität und Anschrift des Unternehmers**, gegebenenfalls die Identität und Anschrift des Unternehmers, für den er handelt (hier sind insbesondere Vertretungen in Franchise- und Kettenverhältnisse offen zu legen)
- **Endpreis** oder in Fällen, in denen ein solcher Preis auf Grund der Beschaffenheit der Ware oder

Dienstleistung nicht im Voraus berechnet werden kann, die **Art der Preisberechnung** sowie gegebenenfalls alle zusätzlichen Fracht-, Liefer- und Zustellkosten oder in Fällen, in denen diese Kosten nicht im Voraus berechnet werden können, die Tatsache, dass solche zusätzlichen Kosten anfallen können;

- **Zahlungs-, Liefer- und Leistungsbedingungen** sowie Verfahren zum Umgang mit Beschwerden, soweit sie von Erfordernissen der fachlichen Sorgfalt abweichen, und das Bestehen eines Rechts zum Rücktritt oder Widerruf.

Problematisch erweist sich insbesondere die Angabe des **„Anzeigen“-Impressums**, also der Identität und Anschrift des Unternehmers.

2.2. Angaben zur Identität und Anschrift des Anbieters

Positiv zu erwähnen ist, dass das „Anzeigen“-Impressum nicht so ausführlich gestaltet sein muss, wie ein Webseiten-Impressum nach dem Telemediengesetz. Dennoch müssen gemäß einem Urteil des Bundesgerichtshofes vom 18.04.2013, Az.: I ZR 180/12, folgende Angaben enthalten sein:

- Der Unternehmensname

Stand: 09.07.2014

- Die Rechtsform des Unternehmens (z.B. GmbH oder e. K.) bzw. die Vertretungsverhältnisse im Falle von Franchise-Unternehmen oder Ketten
- Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort (Firmensitz, nicht Filiale)

Nicht ausreichend ist ein **Verweis auf die Webseite** oder die Angabe einer **Telefonnummer**.

Da sich die in diesem Zusammenhang ergangenen Gerichtsentscheidungen bisher nur auf Printanzeigen bezogen, ist nicht klar, welche Anforderungen an andere Formen von Angeboten zu stellen sind. Die Pflicht, die Identität und Anschrift des anbietenden Unternehmens anzugeben, wird sich in vielen Fällen aber bereits aus den Grundsätzen bei Verbraucherverträgen und besondere Vertriebsformen aus dem Bürgerlichen Gesetzbuch ergeben. Für eine rechtsichere Darstellung sollten die vorgenannten Punkte daher immer mit beachtet werden.

Im Falle von eingetragenen Gewerbebetrieben ohne eine eigene Rechtsform ist es angezeigt, den **Inhabernamen** in der Anzeige mit anzugeben, um einer Abmahnung zu entgehen. Zwar ist dieser Punkt noch nicht abschließend juristisch geklärt, doch hindert dieses die Vereine bislang nicht, das Fehlen des Inhabernamens abzumahnern.

3. Gestaltungshinweise für zukünftige Werbeanzeigen

Als Praxishinweis für zukünftige Werbeanzeigen empfehlen wir den folgenden Aufbau:

Name des Hotels inkl. Rechtsformzusatz (evtl. Vertretungsverhältnisse)	Hotel Zugbrücke Grenzau GmbH
Anschrift	Brexbachstr. 11-17 56203 Höhr- Grenzhausen
Telefon- und Faxnummer	Tel.: (02624) 10 50 6 Fax: (02624) 10 54 6
E-Mail-Adresse	info@zugbruecke.de
Webseite (URL)	www.zugbruecke.de

Ist Ihr Hotel Mitglied einer Kette, ein Franchisenehmer oder gibt es eine Betreibergesellschaft, sind sämtliche Vertretungsverhältnisse anzugeben. Dieses sollte wie folgt aussehen:

Hotel A GmbH, vertreten durch Muttergesellschaft B GmbH & Co. KG, vertreten durch Betreibergesellschaft C AG.

Wie bereits oben erwähnt, gelten diese Hinweise **nicht** für reine „Image- oder Erinnerungswerbung“.

Lautet der Anzeigentext beispielsweise *„Besuchen Sie uns zur Weihnachtszeit. Hotel ‚Am Hang‘, besonders schön zur Winterszeit!“*,

Stand: 09.07.2014

kann der Verbraucher aufgrund dieser Anzeige keine unmittelbare Kaufentscheidung treffen. Die umfangreichen Angabepflichten können so umgangen werden.

4. Unverbindliche Handlungsempfehlung im Falle einer Abmahnung

Sollte in Ihrem Hause eine entsprechende Abmahnung eingehen, so ist davon **abzuraten**, die mitgeschickte Unterlassungserklärung zu unterzeichnen.

Zum einen ist diese Unterlassungserklärung zu pauschal und weit gefasst. Sie würden sich verpflichten, die Vorgaben aus dem UWG ohne eine zeitliche Begrenzung in allen Anzeigen offline sowie im Zweifel auch online einzuhalten. Je größer Ihr Haus oder die Hotelkette ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine Werbung geschaltet wird, die noch ein altes Muster verwendet und damit gegen die Unterlassungserklärung verstößt.

Zum anderen enthält die Erklärung regelmäßig für Zuwiderhandlungen pro Verstoß eine Vertragsstrafe, die im Falle eines Verstoßes an den abmahnenden Verein zu zahlen wäre.

Wir empfehlen Ihnen daher folgendes, gestuftes Vorgehen:

4.1. Abgabe einer modifizierten

Unterlassungserklärung

Zum einen können Sie eine Unterlassungserklärung abgeben, die derart modifiziert ist, dass lediglich die gerügte Anzeige hiervon erfasst ist.

Das heißt, Sie erklären es zu unterlassen, in der (Printmedium) am (Datum der Anzeige) gegenüber dem Endverbraucher zu werben, ohne gleichzeitig die Identität (vollständige Firmierung inkl. Rechtsformzusatz) des Unternehmers anzugeben.

Auch die Vertragsstrafe im Falle einer Zuwiderhandlung kann herabgesetzt werden:

Das Hotel [Hotelname inklusive Rechtsformzusatz und Adresse], verpflichtet sich, bei Meidung einer Vertragsstrafe von 500 € für jeden Fall der Zuwiderhandlung, zahlbar an den [Name des Verbandes], es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Werbeanzeigen am [Datum der ursprünglichen Anzeige] in [Name des ursprünglichen Printmediums] ohne Angabe des Rechtsformzusatzes zu schalten.

Wird diese modifizierte Unterlassungserklärung von der Gegenseite akzeptiert, so wären Sie lediglich dazu verpflichtet, einen Teil der durch die Abmahnung entstandenen Kosten zu erstatten.

Im Falle eines erneuten Verstoßes gegen die Pflicht zur Angabe der

Rechtsform, müsste die Gegenseite erneut abmahnen. Eine Vertragsstrafe wäre nicht zu zahlen.

4.2. Abgabe einer (modifizierten) Abschlusserklärung

Nicht in jedem Fall lässt sich die Gegenseite auf eine solche modifizierte Unterlassungserklärung ein. In der Regel wird erneut zur Unterzeichnung der übersandten Vorlage aufgefordert und im Falle des Verstreichens der Frist ein einstweiliges Verfahren eingeleitet.

Dieses Verfahren endet – im Falle der tatsächlich fehlenden Rechtsform – mit einer stattgebenden Verfügung seitens des Gerichts. Statt dann jedoch die erneut beigefügte Unterlassungserklärung der Gegenseite zu unterzeichnen, empfehlen wir die Abgabe einer Abschlusserklärung. Mit selbiger beenden Sie unter Verzicht auf Rechtsmittel das Verfahren, einschließlich eines möglichen Hauptsacheverfahrens, und erkennen die einstweilige Verfügung an. Auch hierbei sind teilweise entsprechende Modifizierungen – wie oben dargelegt – möglich.

Ziel sollte es stets sein, die Allgemeingültigkeit und unbeschränkte zeitliche Gültigkeit herauszunehmen und die Erklärung auf den Einzelfall zu beschränken. Hat sich die Gegenseite hiergegen bereits bei der ersten

Unterlassungserklärung geäußert, so ist die Zustimmung zu einer modifizierten Abschlusserklärung nicht sehr wahrscheinlich. Dennoch ist die Abgabe einer Abschlusserklärung taktisch günstiger als die Unterzeichnung der vorgefertigten Unterlassungserklärung.

Der Grund hierfür liegt in erster Linie im finanziellen Interesse der Gegenseite. Da ein gerichtlich verfügbares Ordnungsgeld im Falle eines Verstoßes an die Staatskasse zu zahlen wäre, ist das Interesse der Gegenseite an einer erneuten Abmahnung deutlich geringer. Die langfristige Vertragsstrafe – zahlbar direkt an den Abmahnenden – droht damit nicht.

Bitte beachten Sie, dass die vorstehenden Informationen und Handlungsempfehlungen von uns zwar mit größtmöglicher Sorgfalt angefertigt wurden, sie aber keine anwaltliche Beratung ersetzen können. Die Nutzung der Informationen, einschließlich der Handlungsempfehlungen, erfolgt daher auf eigene Gefahr. Sollten Ihrerseits Zweifel bezüglich der korrekten Vorgehensweise bestehen, so ist die Kontaktierung eines Rechtsanwaltes vor Ort in jedem Fall zu empfehlen.