

von Katharina Putz

## LG Amberg: Alleinstellungswerbung mit „Wir sind die Besten“ bei Doppelplatzierung unzulässig

Die Werbung mit einem Alleinstellungsmerkmal verspricht das Innehaben einer Spitzenposition und soll dem Werbenden dazu dienen, sich von übrigen Mitbewerbern abzuheben. In lauterkeitsrechtlicher Hinsicht ist zwingende Zulässigkeitsvoraussetzung, dass die Spitzenstellung tatsächlich und ausschließlich zugunsten des Werbenden besteht. Daran fehlt es nach einem aktuellen Urteil des LG Amberg vom 26.04.2021 (Az.: 41 HK O 1036/20) bzgl. der Werbeaussage „Wir sind die Besten“, wenn sich der Werbende den erzielten Rang mit einem Mitbewerber teilen muss. Lesen Sie mehr zum Urteil.

### I. Der Sachverhalt

Die Beklagte ist ein Discountmarkt.

Die Beklagte warb mit dem Slogan „Wir sind die Besten – Mit 193 Goldauszeichnungen sind wir Testsieger“ in einem Werbeprospekt. Diese Werbeaussage stützte die Beklagte auf die Ergebnisse eines Tests der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG).

Die DLG hatte die Auszeichnung „Testsieger“ nicht an den beklagten Discountmarkt vergeben. Diese Bezeichnung stammte von der Beklagten selbst. Eine unmittelbare Mitbewerberin erreichte die gleiche Anzahl an Goldauszeichnungen und hatte bei den Tests sogar mehr Silbermedaillen erreicht als die Beklagte.

Nach erfolgloser Abmahnung unter dem Gesichtspunkt der Verbraucherirrführung nahm die Mitbewerberin den werbenden Discounter vor dem LG Amberg auf Unterlassung in Anspruch.

### II. Die Entscheidung

Mit Urteil vom 26.04.2021 (Az.: 41 HK O 1036/20) stufte das LG Amberg die Werbung der Beklagten als irreführend ein und gab der Klage statt.

Der durchschnittliche Verbraucher gehe angesichts der Werbung davon aus, dass es hinsichtlich der Auszeichnungen lediglich einen Sieger gebe und der Discounter alleine den ersten Platz belege.

Hingegen werde beim Verbraucher nicht der Eindruck erweckt, dass es mehrere gleich gut ausgezeichnete Teilnehmer gebe. Dies sei bei den vorliegenden Auszeichnungen durch die DLG jedoch der Fall.

Die Beklagte werbe mit einem Alleinstellungsmerkmal, welches den tatsächlichen Gegebenheiten nicht entspreche, und stelle sich mithin als (alleiniger) Testsieger besser dar als von den konkreten Testergebnissen getragen.

Die Mitbewerberin habe ein mindestens gleichwertiges Ergebnis erreicht. Damit werden Verbraucher

mit der Werbung in die Irre geführt.

### III. Fazit

Wie das Urteil des LG Amberg vom 26.04.2021 (Az.: 41 HK O 1036/20) zeigt, ist bei Werbeaussagen mit Alleinstellungsbehauptungen Vorsicht geboten.

Bei Werbeaussagen wie „Testsieger“, „Bester“, „Erster“ uvm. besteht die Gefahr der Irreführung der Verbraucher nach § 5 UWG. Ob eine Werbeaussage wettbewerbsrechtlich zulässig ist, ist zwar stets im Wege einer Einzelfallbetrachtung festzustellen.

**Grundlage für eine zulässige Werbung mit einer Alleinstellungsbehauptung** ist nach § 5 UWG aber jedenfalls, dass die **Werbebehauptung wahr** ist. Die Alleinstellung des Händlers muss also tatsächlich richtig sein.

Zudem muss der Werbende einen **deutlichen Vorsprung gegenüber seinen Mitbewerbern** haben.

Zusätzlich darf die Alleinstellung nicht nur eine Momentaufnahme darstellen. Vielmehr ist eine **gewisse Stetigkeit der Eigenschaft** notwendig, mit der geworben wird. Handelt es sich um einen Vorsprung, der durch Konkurrenten in kurzer Zeit erreicht oder sogar eingeholt werden könne, fehlt es an der notwendigen Beständigkeit des Alleinstellungsmerkmals (OLG Hamm, Urteil vom 03.09.2013; Az.: 4 U 82/13).

Unzulässig sind Alleinstellungsbehauptungen – wie das aktuelle Urteil zeigt – vor allem aber auch, wenn die ausgelobte Spitzenstellung nicht vom Werbenden allein ausgeübt wird.

Autor:

**Katharina Putz**

Wissenschaftliche Mitarbeiterin