

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

LG Dortmund zur Zulässigkeit der Werbeaussage „einziger namhafter Anbieter mit professionellem Online-Shop“

Die Werbung mit Alleinstellungsmerkmalen, die einen Anbieter von der Konkurrenz abheben, ist lauterkeitsrechtlich risikobehaftet. Um sich nicht dem Vorwurf einer wettbewerbswidrigen Irreführung auszusetzen, müssen Alleinstellungsbehauptungen erweislich wahr sein. Wie vor diesem Hintergrund die werbende Hervorhebung des Betriebs des „einzigen professionellen Online-Shops“ in einem bestimmten Produktsegment zu verstehen ist, entschied jüngst das LG Dortmund.

I. Der Sachverhalt

Vor dem LG Dortmund stritten in einem Verfügungsverfahren zwei Unternehmen, die überwiegend mit gebrauchter Software handelten.

Im Mai 2021 warb die Verfügungsbeklagte in einem Newsletter mit der Aussage „einziger namhafter Anbieter mit einem professionellen Onlineshop“.

Die Verfügungsklägerin, das konkurrierende Unternehmen, sah hierin eine irreführende, da unrichtige Werbung mit einem Alleinstellungsmerkmal.

Auch die Klägerin betreibe ein namhaftes Unternehmen mit deutlich mehr als 100.000 Kunden und nehme eine erhebliche Rolle bei der Wahrnehmung Ihrer Kunden im Internet.
Schließlich betreibe sie ebenfalls einen namhaften, umsatzstarken Online-Shop.

Zuletzt sei die Werbung auch außerhalb des konkreten Wettbewerbsverhältnisses irreführend, weil es weitere namhafte, also kundenstarke Anbieter auf dem Gebrauchtsoftwaremarkt gebe, die eigene Online-Shops unterhielten.

Die Verfügungsbeklagte bestritt, dass die Verfügungsklägerin einen eigenen Online-Shop unterhalte. Zwar führe diese einen Link auf eine Website mit Online-Bestellfunktion an, im dortigen Impressum sei aber ein anderes Unternehmen als Betreiberin ausgewiesen.

Dass es auch andere kundenstarke Gebrauchtsoftware-Online-Shops von Drittunternehmen gebe, sei für das vorliegende Verfahren nicht relevant. Einen Anspruch könne die Verfügungsklägerin nur geltend machen, wenn Sie selbst glaubhaft mache, von der beanstandeten Werbeaussage konkret beeinträchtigt zu sein. Anderenfalls fehle es bereits an der Anspruchsvoraussetzung der Mitbewerbereigenschaft.

II. Die Entscheidung

Mit Urteil vom 14.10.2021 (Az. 4 O 309/21) wies das LG Dortmund den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ab, indem es einen Verfügungsanspruch verneinte.

Die beanstandete Werbeaussage sei in ihrer Gesamtheit zu würdigen. Es sei insofern zwar richtig, dass beide Parteien namhafte Anbieter von gebrauchten Software-Lizenzen seien.

Als Mitbewerberin sei die Verfügungsklägerin von der Werbeaussage aber nur betroffen, wenn sie ebenfalls einen „professionellen Online-Shop“ betriebe.

Unter dem Begriff "professionell" verstehe der angesprochene Verkehrskreis zunächst einmal einen gewerblichen und seriösen Handel. Unter einem "Onlineshop" wiederum sei ein Handel über eine Internetseite zu verstehen, bei der es zum Erwerb einer Ware kommen könne.

Dass die Verfügungsklägerin aber eine Internetseite mit Direktbestellfunktion unterhalte, sei vorliegend widerlegt. Immerhin weise der von ihr als hauseigen benannte Online-Shop ein anderes Unternehmen als Betreiberin im Impressum aus, sodass zu folgern sei, dass der Shop nicht der Verfügungsklägerin zuzuordnen sei.

Bei der Verfügungsklägerin handle es sich daher schon nicht um eine Mitbewerberin i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG, da für die Wettbewerbseigenschaft maßgeblich auf den Online-Handel abgestellt werden müsse.

Mangels Wettbewerbsverhältnisses fehle es an einer Anspruchsberechtigung, sodass es auf die Frage, ob gegebenenfalls dritte Unternehmen auf dem Markt der Gebrauchtsoftware Online-Shops betrieben, nicht mehr ankomme.

III. Fazit

Ein konkretes Wettbewerbsverhältnis ist für die Geltendmachung von Unterlassungsansprüchen im Lauterkeitsrecht eine zwingende Voraussetzung.

Nach dem LG Dortmund fehlt es an einem solchen, wenn eine wettbewerbsrechtliche Rüge sich auf ein Alleinstellungsmerkmal in Bezug auf einen Online-Shop bezieht, der Rügende aber nicht nachweisen kann, selbst auch im Online-Handel tätig zu sein.

Ein Unternehmen, das keine eigene Online-Verkaufspräsenz unterhält, muss insofern die Aussage eines Konkurrenten, er sei der „einzige namhafte Anbieter mit professionellem Online-Shop“ hinnehmen, selbst wenn es belegen kann, dass Drittunternehmen im Marktsegment ebenfalls kundenstarke Online-Shops betreiben.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt