von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

# Vorsicht: Falsches Gründungsjahr abmahnfähig!

Die Werbung mit einem falschen Gründungsjahr ist irreführend im Sinne der §§ 3, 5 Abs. 2 Nr. 3, 8 Abs. 1 UWG und damit abmahnfähig. So entschied dieses Jahr der thüringische Oberlandesgerichtshof zu Jena in seiner Entscheidung vom 02. April 2008 (2 U 906/07).

## 1. Der Sachverhalt

Geklagt hatte eine Porzellanmanufaktur gegen eine Konkurrentin, die ihre Produkte unter der Angabe des Gründungsjahrs 1760 und mit dem Zusatz bewarb, die älteste Volkstedter Porzellanmanufaktur zu sein. Die Klägerin beantragte eine Unterlassungsverfügung diese Werbung betreffend. Nachdem sie in erster Instanz gescheitert war, ging sie in Berufung zum OLGR. Dieser hatte nun erneut zu beurteilen, ob einerseits die Angabe eines Gründungsjahres wettbewerbsrechtlich erheblich bzw. eine Falschangabe unlauter sein kann. Andererseits stand das Gründungsjahr der Manufaktur der Beklagten in Zweifel. Streitig war, ob in Volkstedt tatsächlich seit 1760 eine Porzellanmanufaktur bestanden hatte oder diese erst 1762 dort entstanden war.

## 2. Die Entscheidung

Das Gericht bejahte unzweifelhaft die wettbewerbliche Erheblichkeit der Angabe eines Gründungsjahres. Die Werbung mit dem Gründungsdatum eines Unternehmens sei eine Angabe über die geschäftlichen Verhältnisse des Unternehmens, die beim Publikum den Eindruck von Solidität, Erfahrung und Wertschätzung vermitteln soll. Werde mit dem Gründungsjahr geworben, so sei dies dann nicht irreführend, wenn das angegebene Gründungsdatum zutreffend ist und seit dem genannten Datum eine ausreichende Kontinuität der Unternehmensführung vorliegt. Umgekehrt sei die Werbeangabe irreführend im Sinne von § 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG, wenn ein unzutreffendes Gründungsjahr benannt wird und bzw. oder die erforderliche Unternehmenskontinuität nicht besteht.

Zur Feststellung der Irreführung sei das Verständnis eines „relevanten Durchschnittsverbrauchers“ maßgeblich. Ein solcher verstehe unter einem richtigen Gründungsdatum – jedenfalls im Falle einer Porzellanmanufaktur - dasjenige Datum, in dem das Unternehmen seine wirtschaftliche Tätigkeit aufgenommen hat. Hingegen verstehe er darunter nicht das Datum einer Erfindung oder der Verleihung eines fürstlichen Privilegs. Zudem gehe er von einer gewisse Größe des Unternehmens und einem gewissen Umfang der Produktion aus. Die zusätzliche Angabe, die älteste Manufaktur an einem bestimmten Ort zu sein, wecke beim Verbraucher überdies die Erwartung, dass die Manufaktur auch genau an diesem Ort bestanden habe und noch besteht.

Hinsichtlich der Unternehmenskontinuität sei entscheidend, ob seit dem Gründungsjahr tatsächlich eine Unternehmenskontinuität im Rechtssinne bestanden hat (was wohl meint, ob dauerhaft ein rechtlich irgendwie verfasstes Unternehmen existiert hat, ohne Unterbrechungen durch Insolvenz,

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360

Übernahme und/oder Umbenennung, etc.).

Letztgenannter Aspekt kam jedoch in der konkret auf die Porzellanmanufaktur der Beklagten bezogenen Situation nicht zum tragen. Hier war bereits zweifelhaft, ob überhaupt seit 1760 am genannten Ort, Volkstedt, eine Manufaktur bestanden hatte. Dies konnte aufgrund der Ungenauigkeit der historischen Quellen weder von der Klägerin eindeutig widerlegt, noch von der Beklagten unzweifelhaft bewiesen werden. Das Gericht sah jedoch zugunsten der Klägerin die Beweislast auf Seiten der Beklagten und beurteilte die Werbung der Beklagten mit dem Gründungsjahr als unwahr und folglich irreführend i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG.

## 3. Fazit

Tradition ist ein gutes Aushängeschild. Wer eine lange Unternehmensgeschichte vorzuweisen hat, sollte nicht zögern, damit zu werben, vermittelt es dem Geschäftspartner doch den Eindruck von Erfahrung, Kontinuität und nicht zuletzt auch Erfolg. Aber Vorsicht: Falsche Angaben bezüglich des Gründungsjahrs können gerade aufgrund ihrer wirtschaftlichen Erheblichkeit und der hohen Erwartungen, die sie beim Verbraucher wecken, eine irreführende Werbung darstellen und damit einen Wettbewerbsverstoß begründen. Werben sollte man also nur mit einem unzweifelhaften Gründungsjahr. Unerheblich für das Gründungsjahr ist, wann das Produkt entwickelt wurde, wann die Geschäftsräume angemietet wurden, etc. Maßgeblich ist allein, wann die Produktion bzw. der Vertrieb (allgemein: die wirtschaftliche Tätigkeit) begann und ob diese/dieser kontinuierlich bestand hatte. Ist dies der Fall, steht der Werbung mit dem Gründungsjahr nichts im Weg.

Autor:
**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**
Rechtsanwalt