



Ein Aktionspreisangebot von Hörgeräten muss Angaben zum Hersteller bzw. zur Marke, Typenbezeichnung und Technologiestufe enthalten.

Kürzlich erreichte die Wettbewerbszentrale eine Beschwerde zu der Werbeanzeige eines Hörakustikers, die eine Abbildung von Hörgeräten enthielt, welche zu einem Aktionspreis angeboten wurden. In der Anzeige fehlten jedoch weitergehende Informationen zu den Aktionshörgeräten, insbesondere Angaben zu der Typenbezeichnung und der Technologiestufe des konkreten Hörgeräts, zur Marke sowie Informationen zum Hersteller.

Die Wettbewerbszentrale beanstandete diese Werbung als irreführend, weil hier ein qualifiziertes Produktangebot gemacht wurde, dem Verbraucher jedoch für seine Kaufentscheidung wesentliche Informationen zu den Produktmerkmalen vorenthalten wurden (vgl. §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 1 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)). Erst die konkreten Angaben zum Produkt wie die Marke, das Modell und die Technologiestufe sowie die Angabe des Herstellers ermöglichen es dem Verbraucher, die Hörgeräte genau zu identifizieren und darauf aufbauend deren Eigenschaften und Preis mit den Eigenschaften und dem Preis konkurrierender Produkte und Angebote zu vergleichen. Ohne die entsprechenden Angaben war eine informierte Kaufentscheidung für den angesprochenen Verkehr jedoch nicht möglich.

Der Rechtsstreit konnte außergerichtlich beigelegt werden, da der werbende Hörakustiker gegenüber der Wettbewerbszentrale eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgab (HH 02 0067/23).

*Nadine Schreiner, Syndikusrechtsanwältin,
Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs
in Frankfurt am Main e. V.*