Wimdu 50% günstiger als Hotels?

Offensichtlich trifft diese Aussage nicht zu. Die Wettbewerbszentrale konnte auch in zweiter Instanz den irreführenden Werbeslogan der Online-Plattform Wimdu erfolgreich gerichtlich untersagen lassen. Das Kammergericht bestätigte die erstinstanzliche Entscheidung.

Wimdu ist eine Online-Plattform, die es Reisenden ermöglicht, private Appartements kurzfristig zu mieten und bietet laut eigenen Angaben vor allem bei Städtereisen eine Alternative zu Hotels.

Im Rahmen seines Internetauftritts hat das Unternehmen mit dem Slogan

„50% günstiger als Hotels“

geworben. Der Slogan wurde auch in einem auf der Internetseite abrufbaren Werbespot verwendet.

Die Wettbewerbszentrale hatte die Werbeaussage als irreführend und damit wettbewerbswidrig beanstandet mit der Begründung, dass der Werbeslogan mangels Bezugsgröße für den Verbraucher nicht nachvollziehbar sei. Ferner könne die Ersparnis nicht durchgängig erreicht werden. Auch fand sich auf der Internetseite von Wimdu eine zum Slogan widersprüchliche Aussage, nämlich dass die angebotenen Appartements bis zu 30 % günstiger seien, als ein Hotelzimmer mit gleichem Standard. Das erstinstanzliche Gericht folgte der Auffassung der Wettbewerbszentrale und hat den Werbeslogan untersagt (LG Berlin, Urteil vom 14.04.2015 – 103 O 124/14).

Entscheidung des Kammergerichts – Wimdu-Slogan ist irreführend

Das Kammergericht hat mit Urteil vom 11.03.2016 - 5 U 83/15 (Pressemitteilung der Wettbewerbszentrale vom 08.04.2016) das erstinstanzliche Urteil bestätigt und den Werbeslogan untersagt.

Bereits das erstinstanzliche Gericht führte aus, die Aussage sei so zu verstehen, dass die von Wimdu vermittelten Unterkünfte stets um 50% billiger seien als vergleichbare Hotels. Die Argumentation von Wimdu, der Durchschnittsverbraucher gehe nicht davon aus, dass die beworbene Ersparnis jederzeit erzielt werden könne, sondern nur dann, wenn die günstigsten Angebote noch zur Verfügung stünden, überzeugte auch in zweiter Instanz nicht.

Nach Auffassung des Kammergerichts werbe Wimdu einschränkungslos mit einer Ersparnis von 50%, ohne darauf hinzuweisen, dass es sich dabei um die maximale Kostenersparnis in einer mehr oder weniger geringen Zahl von Fällen handele, deren Bedingungen für das Gericht nicht nachvollziehbar seien.

Fazit

Vergleichende Werbung ist grundsätzlich nicht verboten, allerdings müssen dabei einige wettbewerbsrechtliche Grundsätze beachtet werden. Wirbt ein Unternehmen pauschal damit, sein Angebot sei günstiger als das eines anderen Anbieters, so muss dies auch zutreffen. Erreicht das Unternehmen die beworbene Ersparnis nicht, wird der Verbraucher im Hinblick auf die Günstigkeit des Angebotes getäuscht. Gegen irreführende Werbeaussagen können konkurrierende Unternehmen vorgehen und entsprechend Unterlassung solcher verlangen.