

Werbung, bei der man sich im Grabe umdreht

Unter welchen Umständen ist eine Werbung mit Grabmalen gegenüber Angehörigen eines Verstorbenen unzulässig und belästigend? Antworten auf Werbefragen im Umgang mit Verstorbenen und deren Angehörigen gibt das Oberlandesgericht Frankfurt am Main.

Eine Frau hatte in einer Tageszeitung eine Todesanzeige aufgegeben. Am Tag des Erscheinens der Todesanzeige, wurde sie von einem Hersteller von Grabmalen mit folgendem Text angeschrieben:

„Sehr geehrte Frau ..., durch Informanten wurde uns mitgeteilt, dass unsere Mitbewerber und Bestatter, um zum schnelleren Verkaufsabschluss zu kommen, das Gerücht verbreiten, wir hätten unsere Steinmetzwerkstatt beim Gewerbeamt, Handwerkskammer sowie Finanzamt abgemeldet. Dieses entspricht nicht der Wahrheit. Jedoch möchten wir Ihnen mitteilen, dass wir nach wie vor für unsere Kunden verfügbar sind.“

Hier sah ein Wettbewerber eine unzumutbare belästigende Werbung und nahm den Hersteller auf Unterlassung in Anspruch. Der Wettbewerber vertritt die Auffassung, dass es sich hierbei um Werbung handle und diese erst nach einer Schonfrist von 4 Wochen zulässig sei. Dafür sei solche Werbung wettbewerbswidrig.

Der Wettbewerber hatte damit vor dem Landgericht Gießen Erfolg. Das LG verurteilte den Grabmalhersteller daraufhin, es zu unterlassen, Angehörige von Verstorbenen in einem Zeitraum von drei Wochen nach dem Todesfall anzuschreiben und auf sein Unternehmen hinzuweisen.

Hiergegen legte der Grabmalhersteller Berufung ein.

Entscheidung des Gerichts

Das OLG Frankfurt a. M. (Urteil vom 29.01.2009 – Az. 6 U 90/08) teilte jedoch im Wesentlichen die Auffassung der Gießener Landrichter.

Eine Werbung, mit der kurz nach einem Todesfall den Angehörigen des Verstorbenen die Fertigung eines Grabsteins oder andere auf den Trauerfall bezogene Leistungen angeboten würden, ist wettbewerbswidrig so die Oberlandesrichter. Eine solche Werbung sei geeignet, die Gefühle der Hinterbliebenen zu verletzen, da sie es als pietätlos empfinden werden, wenn unmittelbar nach dem Verlust eines nahen Angehörigen der Trauerfall zum Gegenstand geschäftlicher Bemühungen gemacht werde.

Eine solche Missachtung der Gefühle der Hinterbliebenen könne für sich genommen ausreichen, um die Annahme einer unzumutbaren Belästigung und damit wettbewerbswidrigen Verhaltens zu rechtfertigen. Der Schutz der Intimsphäre habe Vorrang vor dem wirtschaftlichen Gewinnstreben, so die Frankfurter Richter.



Anders als die Richter am Landgericht halten die Richter am OLG Frankfurt a. Main aber eine Schonfrist von zwei statt drei Wochen für ausreichend.

Fazit

Bei Werbung sind mitunter die besonderen Umstände der Werbeadressaten zu berücksichtigen, hier die Situation der Angehörigen eines Verstorbenen. Andernfalls kann eine ansonsten vielleicht zulässige Werbung im speziellen Fall als unzumutbare Belästigung und damit als Wettbewerbsrechtsverstoß angesehen werden.