

Markenqualität und Outlet

Outlets gibt es auch in Deutschland immer mehr. Doch wann darf man mit der Bezeichnung Outlet werben? Wenn mit Markenqualität geworben wird, muss es sich dann um Markenware handeln? Unter anderem diese Fragen beschäftigten den Bundesgerichtshof im Zusammenhang mit einem Matratzen Factory Outlet.

Ein Unternehmen, welches in Deutschland in mehr als 500 eigene „Matratzen Factory Outlets“ bzw. „Matratzen Outlets“ betreibt, warb mit folgenden Aussagen:

*Starke Marken günstig! aus eigener Herstellung (Überschrift)
Matratzen Factory Outlet verspricht Matratzen und Lattenrahmen in Markenqualität zu niedrigen Preisen (...)*

und

*Aus eigener Herstellung (Überschrift)
Matratzen Factory Outlet verspricht Matratzen und Lattenrahmen in Markenqualität zu niedrigen Preisen. (...) Mit dem Direktverkauf ab Fabrik garantiert der Produzent von Markenqualität den denkbar günstigsten Preis für den Kunden.
Gute Ware ist günstig verkäuflich, wenn der Weg über den Handel umgangen wird*

Ein Mitbewerber störte sich unter anderem an der Bezeichnung „Factory Outlet“ bzw. „Outlet“ und der Werbung mit „Markenqualität zu niedrigen Preisen“.

Entscheidung des Gerichts

In Bezug auf die Bezeichnung als „Factory Outlet“ bzw. „Outlet“ hält der BGH ([Urteil vom 24.09.2013 – Az. I ZR 89/12](#)) diese Bezeichnung für irreführend. Die Auffassung des Berufungsgerichts, dass es sich bei einem „Factory Outlet“ bzw. „Outlet“ aus Sicht der Verbraucher um einen Fabrikverkauf handele, sei nicht zu beanstanden. Der Verbraucher erwarte in einem „Outlet“ besonders preisgünstig angebotene Markenware durch den Hersteller unter Ausschaltung des Groß- und Zwischenhandels. Da dies vorliegend nicht der Fall sei, ist die Werbung mit der Bezeichnung „Outlet“ irreführend.

In Bezug auf die Werbung mit „Markenqualität zu niedrigen Preisen“ gab der BGH jedoch dem werbenden Unternehmen recht. Zwar vertrete das Unternehmen nicht ausschließlich Markenware, allerdings wird dies durch die Werbung auch nicht behauptet. Mit der Bezeichnung „Markenqualität“ bringe das werbende Unternehmen lediglich zum Ausdruck, dass die von ihm angebotenen Matratzen in qualitativer Hinsicht den Produkten konkurrierender Markenhersteller entsprechen, nicht aber dass es sich um Markenware handele. Da keine Anhaltspunkte bestehen, dass die Matratzen mit Markenprodukten qualitativ nicht gleichwertig sind, ist die Werbung auch nicht zu beanstanden.

Fazit



Die Entscheidung zeigt wieder einmal deutlich, dass es hier auf das Verkehrsverständnis verwendeter Begriffe durch den angesprochenen Verkehr ankommt und diese Auffassung bei Produkte für die Allgemeinheit in der Regel durch die Richter selbst bestimmt wird. Mit der Bezeichnung „Outlet“ sollte nach dieser Entscheidung jedenfalls künftig mit Vorsicht umgegangen werden.