

## Sterne im Hotel-Wappen Hotelbewertung?

**Ist es wettbewerbswidrig für ein Hotel mit Sternen in einem Wappen zu werben, wenn diese nichts über eine neutrale Hotelbewertung aussagen? Nicht immer meint das Landgericht Freiburg und wies die Klage der Wettbewerbszentrale auf Unterlassung ab.**

Die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs machte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche gegen einen Hotelbetreiber geltend, weil dieser für sein Hotel mit einer Sternekennzeichnung im Internet warb. Die vier goldenen Sterne waren in ovaler Anordnung unter dem Wappen des Hotels abgebildet.

Die Wettbewerbszentrale hielt diese Werbung für irreführend, da bei dem durch die Werbung angesprochenen Verbraucher die falsche Vorstellung hervorgerufen werde, dass es sich bei den Sternen im Wappen um eine offizielle Hotel-Klassifizierung des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes handelt.

### Entscheidung des Gerichts

Das Landgericht Freiburg wies die Klage der Wettbewerbszentrale auf Unterlassung der Nutzung der Sterne mit [Urteil vom 20.06.2016 \(Az. 12 O 137/15 KfH\)](#) ab.

Das LG Freiburg erkannte in der Nutzung des Wappens nicht die Verwendung eines Gütezeichens, welche auf Grund einer objektiven Prüfung vergeben werden und im Verkehr als Hinweis auf eine besondere Güte oder Qualität verstanden werden.

Der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher, der einer Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringe, verstehe die Benutzung von vier Sternen nicht als Hinweis auf eine Hotelbewertung durch eine staatliche oder private Stelle. Die Art der gewählten graphischen Darstellung, insbesondere in Verbindung mit der gewählten goldenen Farbe der Sterne spreche entscheidend gegen ein Verkehrsverständnis, hierbei handele es sich um einen Verweis auf eine neutrale Hotelbewertung z.B. des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes. Die graphische Gestaltung bewege sich vielmehr im spielerischen Bereich von Sympathiewerbung ohne den von der Wettbewerbszentrale angenommenen objektiven Aussagegehalt.

Wenn die Sterne aus Sicht des Verkehrs nicht schon Teil des Wappens seien, so dienten sie durch die Art ihrer Anordnung und der gewählten Farbe der Verschönerung des Wappens, nicht aber der Vermittlung einer Aussage über eine Hotelqualifizierung durch einen neutralen Dritten.

### Fazit

Das LG Freiburg hat entschieden, dass nicht jede bildliche Darstellung von Sternen im



Zusammenhang mit einer Hotelwerbung vom Verkehr als Qualitätsurteil einer unabhängigen Stelle verstanden wird. Im hier verhandelten Fall erkenne der Verbraucher, dass es sich bei den dargestellten Sternen um einen Teil des Wappens des Hotels handele.