

## **Unzulässige Alleinstellungsbehauptung "nur Produkt X ist hygienisch..."**

**Ein beliebtes Marketing-Tool ist die Werbung mit einer Spitzen- bzw. Alleinstellungsbehauptung. Doch wo liegen hier die rechtlichen Grenzen des Möglichen? Das Landgericht Köln hatte zu beurteilen, ob die Aussage "nur Produkt X ist hygienisch..." eine zulässige Alleinstellungsbehauptung darstellt.**

Die Wettbewerbszentrale ging gegen einen Hersteller sog. Jet-Händetrockner vor. Das Produktangebot des Herstellers umfasst u.a. verschiedene Händetrockner. Hierbei handelt es sich um sog. Jet-Händetrockner, die die Hände nach dem Waschen ohne Erwärmung der Luft durch ein leistungsstarkes Gebläse von verbleibender Nässe befreit. Diese sind für die Nutzung in öffentlichen Räumen mit entsprechendem Publikumsverkehr bestimmt und finden weit überwiegend in derartigen Benutzungssituationen Verwendung.

Es gibt verschiedene Untersuchungen/Studien, die diesen Produkten eine hygienische Wirksamkeit bescheinigen, die denen anderer Handtrocknungsmethoden gleichwertig oder überlegen ist. Es gibt aber auch Untersuchungen/Studien, die die Hygieneigenschaften von Jet-Händetrocknern wie den Produkten des Herstellers in Zweifel ziehen.

Der Rechtsstreit drehte sich unter anderem um eine Werbeaussage des Herstellers:

*"Nur X ist hygienisch, ökonomisch und ökologisch. Für Papier gilt das nicht."*

Hierin sah die Wettbewerbszentrale eine irreführende Alleinstellungsbehauptung in Bezug auf die Hygiene der Produkte des Herstellers. Die Aussage sei in der Pauschalität und Absolutheit unzutreffend. Auch die Handtrocknung mit Papierhandtüchern sei hygienisch. Unter hygienischen Gesichtspunkten komme den Produkten der Beklagten kein erheblicher Vorsprung zu.

Nach erfolgloser Abmahnung verklagte die Wettbewerbszentrale den Hersteller vor dem Landgericht Köln u.a. auf Unterlassung.

### **Entscheidung des Gerichts zur Alleinstellungsbehauptung**

Das LG Köln ([Urt. v. 11.03.2020, Az. 84 O 204/19](#)) stellte die Unzulässigkeit der Alleinstellungsbehauptung "Nur X ist hygienisch, ökonomisch und ökologisch. Für Papier gilt das nicht." fest.

Wesentliche Teile des Verkehrs würden die Werbeaussage nicht kumulativ in Kombination, sondern im Sinne von "sowohl als auch" verstehen. Die Alleinstellungsbehauptung beziehe sich daher auch isoliert auf die Aussage "Nur X ist hygienisch ...".



Grundsätzlich ist eine Spitzen- bzw. Alleinstellungsbehauptung zulässig, wenn sie wahr ist. Bei der Aussage, dass das "nur" Produkt des Herstellers "hygienisch" sei, handele es sich jedoch nicht um eine objektiv zutreffende Angabe. Denn wie sämtliche Studien zeigten, werde über die Hygiene von Einmal-Papierhandtüchern zum einen und Lufttrocknern wie dem Produkt des Herstellers vielmehr kontrovers diskutiert, so das Gericht.

Somit sei die vom Hersteller verwendete, unwahre Alleinstellungsbehauptung irreführend und somit als Verstoß gegen das [Wettbewerbsrecht](#) zu qualifizieren.

## **Fazit**

Bei Werbung mit Alleinstellungsbehauptungen ist stets Vorsicht geboten. Grundsätzlich ist eine Spitzen- bzw. Alleinstellungsbehauptung nur zulässig, wenn die Angabe objektiv zutreffend - also wahr - ist.