

Hinweis: Die ursprüngliche Sprachfassung dieser Seite [en](#) wurde unlängst geändert. Die Sprachfassung, die Sie ausgewählt haben, wird gerade von unserer Übersetzungsabteilung erstellt.

Swipe to change

Englisch

Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung (2006/114)

WAS IST DAS ZIEL DIESER RICHTLINIE?

Sie soll Gewerbetreibende vor irreführender Werbung anderer Unternehmen (d. h. B2B), die als **unlautere Geschäftspraktik** gilt, schützen. Vor diesem Hintergrund legt sie auch die Bedingungen für zulässige vergleichende Werbung fest.

WICHTIGE ECKPUNKTE

Irreführende Werbung

Werbung, die die Personen, die von ihr erreicht werden, täuscht oder sie täuschen kann, ist untersagt, denn die ihr innewohnende Täuschung kann das wirtschaftliche Verhalten der Verbraucher und Gewerbetreibenden beeinflussen oder einen Mitbewerber schädigen.

Die einer Werbung innewohnende Täuschung hängt von einer Reihe von Kriterien ab:

Merkmale der Waren und Dienstleistungen (Verfügbarkeit, Zusammensetzung oder Art, Verfahren der Herstellung oder Erbringung, Herkunft usw.), die von der Verwendung zu erwartenden Ergebnisse und die Ergebnisse der Qualitätstests;

Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird;

Bedingungen, unter denen die Waren geliefert oder die Dienstleistungen erbracht werden;

Art, Eigenschaften und Rechte des Werbenden (Identität und Vermögen, Befähigungen, gewerbliche Eigentumsrechte usw.).

Vergleichende Werbung

Vergleichende Werbung nimmt unmittelbar oder mittelbar Bezug auf einen Mitbewerber oder die Erzeugnisse und Dienstleistungen, die von einem Mitbewerber angeboten werden.

Diese Art von Werbung ist nur zulässig, wenn sie nicht irreführend ist. In diesem Fall kann vergleichende Werbung ein legitimes Mittel zur Information der Konsumenten über ihren Vorteil sein. Dabei muss sie insbesondere:

Waren oder Dienstleistungen für den gleichen Bedarf oder dieselbe Zweckbestimmung vergleichen;

sich auf Waren mit der gleichen Ursprungsbezeichnung beziehen;

eine oder mehrere wesentliche, relevante, nachprüfbare und typische Eigenschaften dieser Waren und Dienstleistungen, zu denen auch der Preis gehören kann, objektiv vergleichen;

verhindern, dass sie eine Verwechslungsgefahr begründet oder dass durch sie die Marken, die Handelsnamen oder andere Unterscheidungszeichen eines Mitbewerbers herabgesetzt oder verunglimpft werden.

Rechtsbehelfe

Die Länder der Europäischen Union (EU) müssen gewährleisten, dass die Personen oder Organisationen, die ein berechtigtes Interesse haben, gerichtlich gegen eine solche Werbung vorgehen oder eine Verwaltungsbeschwerde einlegen können.

In diesem Rahmen müssen die Gerichte oder Verwaltungsbehörden der EU-Länder mit der Befugnis ausgestattet sein:

die Einstellung einer Werbung anzuordnen, auch wenn kein Beweis eines tatsächlichen Verlustes oder Schadens oder der Absicht oder Fahrlässigkeit seitens des Werbenden erbracht wird;

eine unzulässige Werbung zu untersagen, die noch nicht veröffentlicht ist.

WANN TRITT DIE RICHTLINIE IN KRAFT?

Die Richtlinie ist am 12. Dezember 2007 in Kraft getreten. Sie **kodifiziert** die Richtlinie **84/450/EWG**, die von den EU-Ländern bis 1. Oktober 1986 in nationales Recht umgesetzt werden musste, und hebt diese auf.

HINTERGRUND

Weiterführende Informationen:

„**Irreführende Werbung**“ auf der Website der Europäischen Kommission.

HAUPTDOKUMENT

Richtlinie **2006/114/EG** des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung (kodifizierte Fassung) (ABl. L 376 vom 27.12.2006, S. 21-27).

Letzte Aktualisierung: 08/08/2018

Diese Seite wird von der Europäischen Kommission verwaltet. Die Informationen auf dieser Seite geben nicht unbedingt den offiziellen Standpunkt der Europäischen Kommission wieder. Die Kommission übernimmt keinerlei Verantwortung oder Haftung für Informationen, die dieses Dokument enthält oder auf die es verweist. Angaben zum Urheberrechtsschutz für EU-Websites sind dem rechtlichen Hinweis zu entnehmen.