

## Vergleichende Werbung

**Jede Werbung, die einen Mitbewerber oder die von ihm angebotenen Waren oder Dienstleistungen erkennbar macht, ist vergleichende Werbung.**

In Deutschland ist vergleichende Werbung seit 2000 unter bestimmten Voraussetzungen erlaubt (UWG § 6).

### Voraussetzungen vergleichender Werbung:

	Der Vergleich ...
<b>Gleicher Zweck</b>	... muss sich auf Waren oder Dienstleistungen für den <b>gleichen Bedarf</b> oder <b>dieselbe Zweckbestimmung</b> beziehen.
<b>Imitation / Nachahmung</b>	... darf sich nicht auf eine Imitation oder Nachahmung einer Ware oder Dienstleistung mit einer <b>geschützten Marke</b> beziehen.
<b>Objektiv / nachprüfbar</b>	... muss objektiv auf eine oder mehrere <b>wesentliche, relevante, nachprüfbare</b> und <b>typische</b> Eigenschaft oder den Preis dieser Ware oder Dienstleistung bezogen sein (also kein Vergleich von Nebensächlichkeiten und Abgabe von Werturteilen).
<b>Keine Verwechslungen</b>	... darf nicht zu Verwechslungen zwischen dem <b>Werbenden</b> und einem <b>Mitbewerber</b> oder zwischen den von diesen angebotenen <b>Waren oder Dienstleistungen</b> oder den von ihnen verwendeten <b>Kennzeichen (Marken)</b> führen. Es muss also deutlich werden, für welches Produkt geworben und mit welchem Produkt verglichen wird.
<b>Wertschätzung / Ruf</b>	... darf den Ruf des von einem Mitbewerber verwendeten Kennzeichens (Marke) nicht <b>ausnutzen</b> oder <b>beeinträchtigen</b> , z. B. die Ausnutzung des guten Rufs einer Konkurrenzmarke.
<b>Herabsetzen / Verunglimpfen</b>	... darf die Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers nicht herabsetzen oder verunglimpfen.