

# Fachverband Hotellerie

## Werbemaßnahmen in Deutschland



*Information, 12. Mai 2017*

# Achtung bei Werbemaßnahmen in Deutschland

## 1. Hintergrund und Vorgehensweise bei Abmahnungen

Bei Schaltungen von Werbeanzeigen, Kleinanzeigen und Inseraten in deutschen Printmedien (Tageszeitungen, Magazine) durch österreichische Beherberger sowie bei Werbebeilagen zu deutschen Printmedien ist Vorsicht geboten. In letzter Zeit werden österreichische Hotels verstärkt abgemahnt, die auf Websites bzw. in Publikationen von österreichischen Tourismusverbänden werben.

Bei Werbemaßnahmen gilt das Wettbewerbsrecht des Staates, auf dessen Markt der Unternehmer werblich in Erscheinung tritt („Marktortprinzip“). Richtet sich daher eine Anzeige/ein Internetangebot an Kunden aus Deutschland, so sind in Deutschland die Informationspflichten nach dem deutschen Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) einzuhalten. Bei Gesetzesverletzungen drohen Abmahnungen durch verschiedene dt. Klageverbände (inkl. Strafzahlungen) sowie einstweilige Verfügungen deutscher Gerichte. Verstoßen in Österreich ansässige Betriebe gegen deutsches Wettbewerbsrecht, sei es durch unzulässige Werbung oder sonstige wettbewerbsrechtliche Handlungen, können diese auf Unterlassung und gegebenenfalls Schadenersatz in Anspruch genommen werden. Diese Ansprüche auf Unterlassung und Schadenersatz können durch Mitbewerber oder rechtsfähige Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen, von Verbraucherverbänden (soweit klagebefugt) oder von Industrie- und Handels- bzw. Handwerkskammern geltend gemacht werden.

**ACHTUNG:** Sollte ein Unternehmen von einer Abmahnung betroffen sein, empfehlen wir eine umgehende Kontaktaufnahme mit einem AußenwirtschaftsCenter in Deutschland wie z.B. Berlin ([berlin@wko.at](mailto:berlin@wko.at)), Frankfurt ([frankfurt@wko.at](mailto:frankfurt@wko.at)) bzw. München ([muenchen@wko.at](mailto:muenchen@wko.at)).

In der Regel sind die von den Anwälten bzw. Verbänden vorgelegten Unterlassungsverpflichtungserklärungen zu weit gefasst und sollten deshalb entsprechend modifiziert werden. Auch kann man mit den Anwälten bezüglich der Kosten noch verhandeln, da die Streitwerte meist zu hoch angesetzt werden.

**ACHTUNG:** Auf eine Abmahnung sollte der Abgemahnte innerhalb der gesetzten Frist immer reagieren. Falls sich die Abmahnung als berechtigt herausstellt, droht bei Nichtabgabe der geforderten Unterlassungsverpflichtungserklärung eine kostspielige gerichtliche Auseinandersetzung. Im Falle einer Fristversäumnis kann der Abmahner beim zuständigen Gericht gegen den Abgemahnten eine einstweilige Verfügung erwirken, die weitere Gebühren (Gerichtskosten und Anwaltsgebühren) nach sich ziehen würde. Vor Abgabe der Unterlassungserklärung muss der Abgemahnte dafür Sorge tragen, dass alle abgemahnten Punkte in Ordnung gebracht worden sind. Ansonsten muss der Abgemahnte damit rechnen, dass er eine hohe Vertragsstrafe zu zahlen hat.

## 2. Wann liegt bei einer Werbeanzeige/einem Inserat ein „konkretes Angebot“ vor?

Wenn Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten werden, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann („konkretes Angebot“), müssen gem. [§ 5a Abs. 3 UWG](#) in einem Anzeigen-„Impressum“ bestimmte Pflichtangaben enthalten sein.

Es ist dabei (gem. Gerichtsentscheidungen) unerheblich, ob ein genauer Preis oder aber ein „ab-Preis“ genannt wird. Darüber hinaus ist es nicht entscheidend, ob der durchschnittliche Verbraucher allein aufgrund des Inserats die Buchung abschließen würde, sondern ob der durchschnittliche Verbraucher im Inserat hinreichend über das beworbene Produkt und dessen Preis informiert wird.

Wird somit in einem Inserat bzw. Angebot für die Buchung einer Unterkunft/eines Packages der Preis kommuniziert, gilt dies als „konkretes Angebot“ iS des UWG

(Aufforderung zum Kauf/Aufforderung zur Inanspruchnahme einer Dienstleistung), weshalb auch die Anforderungen zu erfüllen sind.

Aus Sicht der dt. Gerichte ist ein Angebot dann konkret, wenn der Verbraucher zu dem Schluss kommen kann<sup>1</sup>: *„Ich weiß alles Nötige und werde zugreifen. Etwaige Einzelheiten kläre ich beim Kauf - also bei der Buchung - oder der Buchungsanfrage“*.

In der Hotellerie ist Preis und Art der Dienstleistung (z.B. Doppelzimmer mit Frühstück, Vollpension oder ähnliches) bereits ausreichend, um nach der Rechtsprechung als „konkretes Angebot“ angesehen zu werden. Ein „konkretes Angebot“ liegt demnach auch dann vor, wenn das Inserat/die Werbeanzeige eine Beschreibung oder Abbildung der Ware/Dienstleistung nach Art und Umfang sowie die Preisangabe (zB „ab-Preis“) enthält. Dass der Verbraucher hinsichtlich des Reisezeitraums oder der Verfügbarkeit des Angebots Kontakt mit dem Beherberger aufnehmen muss, ist rechtlich unerheblich. Dies hat zur Folge, dass der Beherberger die gesetzlichen Informationspflichten in diesem Werbemittel einhalten muss.

Abgesehen von einer reinen Imagewerbung (z.B. lediglich eines Eintrages in einem Branchenbuch mit der Kontaktadresse bzw. einem Hinweis zur Tätigkeit) sind somit bei jeder auf den Kauf eines konkreten Produkts gerichteten Werbung die Informationspflichten zu erfüllen ([§ 5a Abs. 3 UWG](#)).

### 3. Informationspflichten

#### **3.1. Print-Inserate**

Ein Print-Inserat, das sich an deutsche Gäste richtet, muss den gesetzlichen Anforderungen an die Preiswerbung nach dem dt. UWG entsprechen. Diese Vorschrift regelt die Informationspflichten gegenüber Verbrauchern bei konkreten Angeboten im Geschäftsverkehr. Der Hotelier hat darauf zu achten, dass alle wesentlichen Informationen - insbesondere auch zum Unternehmen - vollständig im Inserat enthalten sind.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> [https://www.steiermark.com/de/b2b/gtd/gtd-20170504/Warnung-Verband-Sozialer-Wettbewerb-in-Deutschland?pimcore\\_preview=true&\\_dc=1493392363014](https://www.steiermark.com/de/b2b/gtd/gtd-20170504/Warnung-Verband-Sozialer-Wettbewerb-in-Deutschland?pimcore_preview=true&_dc=1493392363014)

<sup>2</sup> Dies gilt auch für Flugblätter und Kataloge sowie sonstige gedruckte Werbemittel, sofern darin eine „Aufforderung zum Kauf“ (Leistung & Preis) enthalten ist.

Hierzu zählt:

- die Angabe des vollständigen **Unternehmensnamens** des Beherbergers, für dessen Dienstleistungen in diesem Inserat geworben wird; bei Einzelunternehmen der Name des Unternehmensinhabers
- die **Rechtsform des Unternehmens** (z.B. GmbH oder GmbH & Co KG) und die Vertretungsverhältnisse (im Falle von Franchise-Unternehmen oder Ketten); bei Einzelunternehmen (sofern im Firmenbuch eingetragen) die Rechtsform e.U.
- die genaue **Adresse des Beherbergers** (Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort).

**ACHTUNG:** Der bloße Verweis auf die Website des Beherbergers oder die Angabe einer Telefonnummer ist nicht ausreichend!

Bezüglich der näheren Informationen zum Angebot selbst (alle wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung, wie z.B. Verfügbarkeit bzw. Buchbarkeit) kann im print-Inserat auf die Website des Beherbergers verwiesen werden.<sup>3</sup>

### 3.2. Online-Inserate

Bei Online-Inseraten gelten grundsätzlich dieselben Informationspflichten wie bei Print-Werbung. Beim Unternehmensnamen ist allerdings bei Online-Inseraten die Verlinkung auf die Impressumsseite des Beherbergers ausreichend, sofern dieses Impressum vollständig ist und sie für den Gast auf der Seite leicht ersichtlich sind.

### 3.3. Image- oder Erinnerungswerbung

Eine Image- bzw. Erinnerungswerbung liegt dann vor, wenn in der Werbung keine „Aufforderung zum Kauf“ und somit auch keine Preisangabe für die beworbene Dienstleistung enthalten ist. Die Image- bzw. Erinnerungswerbung enthält lediglich

---

<sup>3</sup> [https://www.steiermark.com/de/b2b/gtd/gtd-20170504/Warnung-Verband-Sozialer-Wettbewerb-in-Deutschland?pimcore\\_preview=true&\\_dc=1493392363014](https://www.steiermark.com/de/b2b/gtd/gtd-20170504/Warnung-Verband-Sozialer-Wettbewerb-in-Deutschland?pimcore_preview=true&_dc=1493392363014)

- Marken, Anbieter oder Region, z. B. „Zimmer in der steirischen Weinstraße ab € 90 die Nacht“ → hier fehlt die Angabe, um welches Hotel, welchen Ort es sich handelt
- Gattungen, z. B. „Doppelzimmer - jetzt besonders günstig“ → hier fehlt die Angabe der Größe, des Preises

In Falle von Image- bzw. Erinnerungswerbungen ist die Angabe der Website ausreichend und es müssen nicht die gesamten Kontaktinformationen angegeben werden.

**Weiterführende Links:**

Die Industrie- und Handelskammer zu Berlin (IHK Berlin)

[Abmahnung- richtig reagieren!](#)

Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW)

[Informationspflichten bei konkreten Angeboten nach § 5a Absatz 3 UWG](#)

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA Bundesverband)

[Hinweise zur rechtssicheren Gestaltung von Werbeanzeigen](#)

Steiermark Tourismus

[Achtung bei Werbemaßnahmen in Deutschland](#)

Rückfragehinweis<sup>[1]</sup>:

Für Rückfragen steht die jeweilige [Fachgruppe Hotellerie](#) Ihres Bundeslandes gerne zur Verfügung.

Fachverband Hotellerie

Wiedner Hauptstr. 63 | B4 08 | 1045 Wien

T: +43-(0)5-90-900-3554 | F: + 43-(0)5-90-900-3568

E: [hotels@wko.at](mailto:hotels@wko.at)

W: [www.hotelverband.at](http://www.hotelverband.at)

W: [www.hotelsterne.at](http://www.hotelsterne.at)

Wien, 12.05.2017

---

<sup>[1]</sup> Alle Angaben erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr. Eine Haftung des Autors oder des Fachverbandes ist ausgeschlossen.