

## [BG] Die Werbekampagne unter dem Slogan „Das Beste aus Bulgarien. Das Beste aus Europa.“ ist irreführend

**IRIS 2016-4:1/7**

*Evgeniya Scherer  
Rechtsanwältin und Dozentin, Bulgarien/Deutschland*

Am 8. Februar 2016 hat das Oberste Verwaltungsgericht der Republik Bulgarien die Klage der Einkaufskette „Lidl Bulgaria EOOD and Co.“ gegen die Entscheidung der Kommission zum Schutz des Wettbewerbs (Kommission) zurückgewiesen und die Entscheidung der unteren gerichtlichen Instanz bestätigt. Die Kommission hatte dem Unternehmen Lidl eine Strafe in Höhe von 0,1 % der Einnahmen des Jahres 2012 oder 370 859 Lewa (ca.189 620 Euro) wegen einer irreführenden Werbekampagne unter dem Slogan „Das Beste aus Bulgarien. Das Beste aus Europa.“ auferlegt.

Es handelte sich um eine Werbekampagne, die als Außenwerbung, Werbung in Druckerzeugnissen und Fernsehwerbung stattgefunden hat. In dem Fernsehwerbeclip kaufte eine junge Frau in Spanien, in Frankreich und zum Schluss in Bulgarien die für das Land typischen Lebensmittel wie beispielsweise Orangen, Baguette und Camembert und Joghurt ein. Am Ende der Werbung kam der Slogan „Das Beste aus Bulgarien. Das Beste aus Europa.“ und „Lidl lohnt sich“. Ähnlich konzipiert waren auch die anderen Werbeformen, bei denen weitere europäische Länder mit für das Land charakteristischen Erzeugnissen einbezogen wurden. Dabei wurden ausschließlich solche Produkte in den Fokus gestellt, deren Bezeichnungen oder Marken nur in Verbindung mit Lidl gebracht werden konnten, da sie ausschließlich von Lidl verkauft werden. Da die Produkte nicht abstrakt und ohne Unterscheidungsmerkmale dargestellt seien, war die Kommission der Ansicht, dass die Behauptung „das Beste“ nur in Verbindung mit den genutzten Marken bzw. Bezeichnungen wahrzunehmen sei. Deshalb hat die Kommission in ihrer Entscheidung untersucht, inwiefern die dargestellten bulgarischen Produkte (Joghurt, Honig, Luitenitza - eine traditionelle bulgarische Gemüsepaste - und Hähnchen) quantitativ und qualitativ objektiv die besten in ihrer Kategorie seien. Nach eingehender Analyse konnte nicht bewiesen werden, dass dies der Fall ist.

Das Oberste Verwaltungsgericht unterstreicht in seiner Entscheidung, dass es seitens der Kommission richtig gewesen sei, zu prüfen, ob die Behauptung der Werbenden („das Beste“) objektiv richtig und genau genug war. Soweit auf diese Weise festgestellt worden sei, dass die Produkte doch nicht das Beste seien, sei die Feststellung der Kommission richtig, dass der Werbeslogan objektiv unwahr und seine Verbreitung eine unlautere geschäftliche Handlung sei. Es sei kein Grund ersichtlich, der die Behauptung des Unternehmens stütze, wonach die

Werbekampagne eine völlig andere Zielrichtung habe und nicht auf die Produkte als die Besten in der entsprechenden Kategorie einen Akzent setzen wolle, sondern sie nur als das Markanteste für das entsprechende europäische Land darstelle.

Unbegründet seien auch die weiteren Argumente der Klägerin Lidl, dass die Werbung keine Tatsachenbehauptung sondern lediglich eine subjektive Meinung der Werbenden darstelle, so dass die auferlegte Strafe dem Gesetzeszweck nicht entspreche. Das Gericht betont, dass bei der Beurteilung des irreführenden Charakters der Werbung keine Rolle spiele, ob die Irreführung aus einer falschen Tatsachenbehauptung oder aufgrund einer subjektiven Meinung erfolge.

Über den Sachverhalt hatte vor den staatlichen Institutionen noch die selbstregulierende Institution der Werbebranche, der „Nationale Rat für Selbstregulierung“ im Jahr 2013 entschieden. Die ethische Kommission des Rates fand, dass die Werbung weder gegen Art. 5.1 (Irreführung) noch gegen Art. 5.5 (Wahrhaftigkeit) des Ethischen Werbekodexes verstoße. Sie vertrat die Meinung, dass der Werbeslogan nicht in Bezug auf konkrete Produkte zu verstehen sei, sondern der Sinn der Werbung sei, die Breite und die Internationalität des Sortiments der Klägerin zu unterstreichen. Diese Entscheidung hatte jedoch weder für die Kommission zum Schutz des Wettbewerbs noch für das Gericht eine bindende Wirkung.

**РЕШЕНИЕ № 1714 на Комисията за защита на конкуренцията от 18.12.2013 г**

<http://reg.cpc.bg/Decision.aspx?DecID=300038857>

*Entscheidung Nr. 1714 der Kommission zum Schutz des Wettbewerbs vom 18. Dezember 2013*

**РЕШЕНИЕ № 1283 Върховен административен съд на Република България от 08.02.2016 г**

<http://www.sac.government.bg/court22.nsf/d6397429a99ee2afc225661e00383a86/647c816272b97ca3c2257f46002f2f19?OpenDocument>

*Entscheidung Nr. 1283 des Obersten Verwaltungsgerichts der Republik Bulgarien vom 8. Februar 2016*

**РЕШЕНИЕ № 147 на Етичната комисия на Националния съвет за саморегулация от 19.09.2013 г**

<http://www.nss-bg.org/files/4f0bf462eea19b3427c2494feee11f01.pdf>

*Entscheidung Nr. 147 der Ethischen Kommission des Nationalen Rat für Selbstregulierung vom 19. September 2013*

