

- i) **Nr. 192/25**  
(Unlauterkeit – Beworbene Lieferzeit)

Die Zweite Kammer,

**i n E r w ä g u n g :**

- 1 Nach Ansicht des Beschwerdeführers ist die Werbung «Heute bestellt, morgen geliefert!» auf der Website der Beschwerdeführerin irreführend. Auf Anfrage sei dem Beschwerdeführer mitgeteilt worden, es handle sich um «einen Slogan», der eine bloss e Regellaufzeit kommuniziere.
- 2 Von einer Regellaufzeit, die im Normalfall eingehalten werden könne, spricht auch die Beschwerdegegnerin in ihrer Stellungnahme. Eine Zustellung am nächsten Arbeitstag könne sie nicht garantieren und sie könne keine Haftung für Verzögerungen übernehmen. Auf diese Umstände mache sie auf ihrer Website in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen sowie auf einer spezifischen Unterseite transparent aufmerksam.
- 3 Kommerzielle Kommunikation ist unlauter, wenn ein Unternehmen sich durch die Kommunikation unrichtiger oder irreführender Aussagen oder Angaben vorteilhafter darstellt (Art. 3 Abs. 1 lit. b UWG und Grundsatz Nr. B.2 Abs. 1 und 2 der Lauterkeitskommission). Ob eine unlautere Täuschung oder Irreführung stattfindet, beurteilt sich im Gesamteindruck eines Werbemittels nach dem Verständnis der angesprochenen Durchschnittsadressaten (siehe Grundsatz Nr. A.1 Ziff. 3 der Lauterkeitskommission).
- 4 Wird beim Angebot für ein Produkt in einer Reihe nebst «Tiefpreisgarantie», «100 Tage Umtauschrecht», «Gratisversand» und «sofort versandfertig» auch noch «Heute bestellt, morgen geliefert!» aufgeführt, so versteht der Durchschnittsadressat alle diese Aussagen und insbesondere auch die letzte als verbindliche Werbeversprechen, welche der Wahrheit entsprechen müssen.
- 5 «Heute bestellt, morgen geliefert» ist bei vielen Online-Shops zum Standard geworden und die Durchschnittsadressaten dürfen, soweit die Aussage nicht an Ort und Stelle relativiert wird oder auch keine Vorbehalte angebracht werden, erwarten, dass dies den Tatsachen entspricht. Handelt es sich nach Ansicht der Beschwerdegegnerin bloss um eine unverbindliche Regellaufzeit, dann soll sie dies in unmittelbarer Nähe zur beanstandeten Werbeaussage erwähnen.
- 6 Der Verweis auf allgemeine Geschäftsbedingungen, welche die Angabe enthalten sollen, dass es sich um eine bloss e Regellaufzeit handle, reicht nicht aus, um den falschen Eindruck zu korrigieren, der bei der Bewerbung des konkreten Produkts entsteht (vgl. auch Entscheid Nr. 198/2022 der Dritten Kammer vom 25. Januar 2023). Die vorliegende kommerzielle Kommunikation ist als unrichtig und damit als unlauter zu qualifizieren. Die Beschwerde ist somit gutzuheissen.

**b e s c h l i e s s t :**

Die Beschwerde wird gutgeheissen. Der Beschwerdegegnerin wird empfohlen, bei der Kommunikation der beanstandeten Werbeaussage klarzustellen, dass es sich um die Angabe einer Regellaufzeit handelt, oder sonst auf die Werbeaussage zu verzichten.

