



2012

Wichtige rechtliche
Hinweise für Ihre Werbung!

Viel Feind, viel Ehr – und umgekehrt! ***So vermeiden Sie rechtlichen Ärger!***

Erfolge und Ehrungen werden erfahrungsgemäß von Mitbewerbern leider oft mißgünstig beäugt; nicht selten wird versucht, derartige Erfolge zu untergraben. Um keine rechtlichen Angriffspunkte zu bieten, sollten Sie bei der Werbung mit Ihrer verdienten Ehrung unbedingt folgende Punkte beachten:

- Das 1a-Emblem darf nicht völlig losgelöst ohne einen Hinweis auf 'markt intern' verwendet werden, da für den Endverbraucher ersichtlich sein muß, von wem die Ehrung vergeben wurde.
- Da der 1a-Titel jährlich verliehen wird, muß zwingend auch die Jahreszahl angegeben werden, da die Urkunde für das konkrete Jahr ausgestellt wird.
- 1a-Titel bis einschließlich zum Jahr 2008 dürfen nicht als 'Auszeichnung' bezeichnet werden; ab der Aktion '1a-Fachhandel/Fachhandwerker 2009' ist diese Bezeichnung rechtlich unbedenklich.
- Damit Verbraucher sich über die Inhalte des 1a-Titels informieren können, sollten Sie in Ihrer Werbung deutlich auf die diesbezügliche 'mi'-Homepage www.1a-fachhaendler.de hinweisen.
- Das 1a-Logo ist rechtlich durch den 'markt intern'-Verlag geschützt und darf von Ihnen nur im Rahmen der gewährten Lizenz verwendet werden, Veränderungen sind nur nach Absprache erlaubt.

Werden diese Voraussetzungen nicht eingehalten, handelt es sich gegebenenfalls um eine Irreführung des Endverbrauchers, die von einem Mitbewerber abgemahnt werden kann. Dies bringt unnötige Kosten und Ärger mit sich, die die Freude über den Erfolg trüben.

Um rechtlich auf der sicheren Seite zu sein, sollten Sie geplante Werbungen mit dem 1a-Emblem durch einen spezialisierten Anwalt oder einen Wettbewerbsverein überprüfen lassen. 'mi'-Abonnenten können aufgrund eines Rahmenabkommens für einen Jahresbeitrag von umgerechnet nur 5 Euro im Monat (60 Euro im Jahr) Mitglied im Wettbewerbsverein 'Wirtschaft im Wettbewerb' (www.wirtschaft-im-wettbewerb.de) werden. Gründer und 1. Vorsitzender ist 'mi'-Herausgeber Dipl.-Ing. Günter Weber. Sie haben dann nicht nur die Möglichkeit, Ihre Anzeigen im Vorfeld überprüfen, sondern auch unfaire Mitbewerber zur Raison rufen zu lassen.