

Haushaltsgeräte bewerben, aber wie?

Angaben des jeweiligen Preises und die Beschreibung der technischen Details reichen jedenfalls nicht aus. So entschied der Bundesgerichtshof in einem Rechtsstreit der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs gegen einen Fachmarkt in Stuttgart-Wangen.

Der Fachmarkt bewarb in zwei verschiedenen Anzeigen im Stadtmagazin Waschmaschinen und Wäschetrockner mit deren Abbildungen, der Angabe des Herstellers sowie der Nennung von Preisen, ohne bei den einzelnen Geräten die jeweilige Typenbezeichnung anzugeben. Die Wettbewerbszentrale hielt diese Anzeige mangels Angabe der konkreten Typenbezeichnungen für irreführend und machte mit ihrer Klage Unterlassungs- und Kostenerstattungsansprüche geltend. Mit Erfolg.

Entscheidung des BGH

Auch der BGH ist der Auffassung der Wettbewerbszentrale gefolgt und hat die Revision des Fachhändlers mit seinem Urteil vom 19.02.2014 (I ZR 17/13) zurückgewiesen.

Die Typenbezeichnungen der in den beanstandeten Werbeanzeigen beworbenen Elektrohaushaltsgeräte seien wesentliche Merkmale dieser Geräte, deren Angabe der Fachhändler den mit der Werbung angesprochenen Verbrauchern nicht vorenthalten durfte. Bei einer Typenbezeichnung folge der für die Merkmalseigenschaft erforderliche Bezug zum angebotenen Produkt daraus, dass dieses als mit ihr individualisierbar bezeichnet wird. Diese Individualisierung ermögliche es dem Verbraucher, das Produkt genau zu identifizieren und - darauf aufbauend – dessen Eigenschaften und Preis mit den Eigenschaften und dem Preis konkurrierender Produkte und Angebote zu vergleichen. Diese Information dürfe der Unternehmer dem Verbraucher bei einer Aufforderung zu Kauf nicht vorenthalten.

Der Umstand, dass in den beanstandeten Anzeigen technische Details der angebotenen Geräte mitgeteilt wurden, rechtfertigt nach Auffassung des BGH keine abweichende Beurteilung. Aus der Angabe der Details ergebe sich nicht, ob andere Produkte mit vergleichbarer technischer Leistung zu einem günstigeren Preis angeboten werden und welche Testergebnisse zu diesen Punkten vorliegen. In Fällen, in denen die technischen Daten von unterschiedlichen Produkten eines Herstellers und sogar die technischen Daten von Produkten unterschiedlicher Hersteller identisch sind, können Verbraucher allein anhand der Angabe der technischen Daten keine informationsgeleitete Entscheidung treffen.

Fazit

Neben der Angabe des Herstellers und der technischen Details muss die Werbung für Haushaltsgeräte auch die jeweilige Typenbezeichnung enthalten, da es sich dabei um ein wesentliches Merkmal handelt, welches dem Verbraucher eine informationsgeleitete Kaufentscheidung ermöglichen soll. Fehlt die Typenbezeichnung können neben der



KURZ PFITZER WOLF
& PARTNER

Kurz Pfitzer Wolf & Partner

Rechtsanwälte und Fachanwälte, Spezialisten für
Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht, IT-Recht,
Medienrecht, Patentrecht, Designrecht und Datenschutzrecht
<https://www.kpw-law.de>

Wettbewerbszentrale auch Mitbewerber gegen die in dieser Form irreführende Werbung vorgehen.