Irreführung nur bei werblicher Hervorhebung?

Der Bundesgerichtshof hatte die Rechtsfrage zu entscheiden, ob eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten auch irreführend und damit wettbewerbswidrig sein kann, wenn diese Selbstverständlichkeit werblich nicht besonders herausgestellt wurde.

Ein Onlinehändler für Drucker- und Computerzubehör warb im Internet u.a. mit einer "Geld-zurück-Garantie" mit folgenden Angaben:

"1. Sollten Sie mit einem kompatiblen Produkt nicht zufrieden sein, haben sie eine 14-tägige Geld-zurück-Garantie. Das Porto der Rücksendung übernehmen wir.

2. Für alle Produkte gilt selbstverständlich ebenfalls die gesetzliche Gewährleistung von 2 Jahren.

3. Der Versand der Ware erfolgt auf Risiko von P(...)"

Ein im Wettbewerb mit dem Online-Händler stehender Konkurrent ging nach erfolgloser Abmahnung gerichtlich gegen den Wettbewerber vor und verlangte Unterlassung der obigen Werbung, da diese gesetzlich bestehende Verbraucherrechte als Besonderheit darstelle.

Entscheidung des Gerichts

Der Bundesgerichtshof entschied mit Urteil vom 19.03.2014 - Az. I ZR 185/12, dass eine wettbewerbswidrige Werbung mit Selbstverständlichkeiten keine hervorgehobene Darstellung der vermeintlichen Besonderheit des Angebots erfordere. Wettbewerbswidrig sei, dass beim Verbraucher der unrichtige Eindruck erweckt werde, der Unternehmer hebe sich bei seinem Angebot dadurch von seinen Mitbewerbern ab, dass er dem Verbraucher freiwillig ein Recht einräume, dass dieser sowieso habe. Daher seien die oben beschriebenen werblichen Angaben Nrn. 1. und 3. irreführend.

Dies gelte aber nicht für die in Nr. 2. dargestellte Aussage. Der Unternehmer könne nämlich die Wettbewerbswidrigkeit dadurch beseitigen, wenn er dem angesprochenen Verbraucher gegenüber klarstelle, dass ihm keine Rechte eingeräumt werden, die
ihm nicht schon kraft Gesetzes zustehen. Dies habe der Online-Händler getan, indem er ausdrücklich feststellte, dass die zweijährige Garantie eine gesetzliche sei.

Fazit

Die Entscheidung des BGH ist nachvollziehbar. Es kann keinen Unterschied machen, ob die Werbung mit Selbstverständlichkeiten werblich hervorgehoben oder auf andere Weise dem Verbraucher zur Kenntnis gebracht wird. Dagegen muss es erlaubt sein auf eine gesetzliche Gewährleistung hinzuweisen.