

"Hält bis zu 12 Monate"

Ist die Werbeaussage "Hält bis zu 12 Monate" für einen flüssigen Displayschutz für Smartphones irreführend? Das Landgericht Hagen hat eine entsprechende Werbeaussage untersagt.

Ein Versandhandelsunternehmen vertreibt in seinem Online-Shop einen flüssigen Displayschutz. Das Produkt wurde auch in der Fernsehsendung "Die Höhle der Löwen" präsentiert. Der Displayschutz ist beispielsweise für Bildschirme von Smartphones geeignet. Als wettbewerbswidrig wurde die für dieses Produkt getätigte Werbeaussage "Hält bis zu 12 Monate" angegriffen.

Der das Versandhandelsunternehmen abmahnde Verein ist der Auffassung, die Aussage "Hält bis zu 12 Monate" sei durch keine werthaltige Studie gerechtfertigt und daher irreführend.

Das Versandhandelsunternehmen dagegen meint, dass der durch das Produkt erreichte erhöhte Bruch- und Kratzerschutz tatsächlich bis zu 12 Monate halte. Zudem sei durch die Formulierung "bis zu" für den Verbraucher erkennbar, dass der Displayschutz nicht in jedem Fall 12 Monate halte, sondern dass die Haltbarkeit von der jeweiligen Benutzungsbelastung abhänge.

Nachdem sich das abgemahnte Unternehmen weigerte eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben, beantragte der Verein den Erlass einer einstweiligen Verfügung.

Die Entscheidung des Gerichts zum Displayschutz

Mit [Urteil vom 26.10.2017 - Az. 21 O 90/17](#) wurde dem Versandhandelsunternehmen untersagt, für das Displayschutzprodukt mit der Aussage "Hält bis zu 12 Monate" zu werben.

Das LG Hagen bejahte eine irreführende Handlung und begründete seine Entscheidung damit, dass die Angabe "Hält bis zu 12 Monate" für den angesprochenen Verbraucher bedeutungslos sei. Für den Käufer sei nicht vorhersehbar, ob der Verkäufer für einen Displaykratzer, der 6 Monate nach der Aufbringung des Displayschutzes eintritt, eintreten möchte. Bei der Frage der Gewährleistungshaftung werde es zu Beweisschwierigkeiten für den Verbraucher kommen, beispielsweise wenn es darauf ankommen sollte, welche Haltbarkeitsdauer bei der konkreten Nutzungsweise des Käufers erwarten werden konnte.

Fazit

Gewährleistungszusagen sind wettbewerbsrechtlich nur zulässig, wenn sie inhaltlich zutreffen und für den potentiellen Kunden nicht bedeutungslos sind.