von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

# EuGH: Händler muss nicht von sich aus über Herstellergarantie informieren

Eine gute Nachricht für den Ecommerce: Der EuGH hat entschieden, dass ein Online-Händler, der Ware anbietet, für welche deren Hersteller eine Garantieleistung einräumt, nicht zur Erwähnung der Garantie (und damit auch nicht zur Erfüllung der weitreichenden Informationspflichten) verpflichtet ist. Doch Rechtssicherheit wird dadurch nur für bestimmte Konstellationen geschaffen.

## Worum geht es?

Die werbliche Erwähnung einer Garantie durch Online-Händler ist seit Jahren ein Garant für juristische Probleme.

Wer als Unternehmer gegenüber Verbraucher mit einer Garantie wirbt, der muss dabei auf eine ganze Menge an „Spielregeln“ achten. Besonders zu erwähnen ist dabei, dass die pauschale Erwähnung der Garantie mit Aussagen wie „2 Jahre Herstellergarantie“ oder „Herstellergarantie: Ja“ nicht ausreichend ist.

Wer als Händler gegenüber Verbrauchern mit einer Garantie wirbt, der muss
auf die gesetzlichen Rechte des Verbrauchers (Mängelrechte nach den §§ 437 ff. BGB) hinweisen sowie darauf wird, dass diese Rechte durch die Garantie nicht eingeschränkt werden und kostenfrei vom Verbraucher in Anspruch genommen werden können;

- über den Namen und die Anschrift des Garantiegebers informieren;
- über die Dauer der Garantie informieren;
- über den räumlichen Geltungsbereich der Garantie informieren;
- sowie über den Inhalt und die Bedingungen der Garantie sowie alle wesentlichen Angaben, die für die Geltendmachung der Garantie erforderlich sind, informieren (was in der Praxis nur durch die Darstellung der jeweiligen, vollständigen Garantiebedingungen erfolgen kann).

Sie sehen: Ein bunter Blumenstrauß an Anforderungen formaler Natur, deren (teilweise) Nichterfüllung bereits in tausenden Fällen zum Einfallstor für wettbewerbsrechtliche Abmahnungen geworden ist.

Unseren Update-Service-Mandanten stehen hier Muster für die rechtssichere Werbung mit einer

- Herstellergarantie
- Händlergarantie

zur Verfügung!

# Großes Praxisproblem: Die (unbekannte) Herstellergarantie

Für die meisten Händler, die ein breites Sortiment führen ist die Darstellung einer für die Waren jeweils bestehenden Herstellergarantie unter Einhaltung der genannten gesetzlichen Anforderungen in der Praxis schlicht nicht möglich.

Aufgrund des großen Aufwandes stellt es unter Online-Händlern einen beliebten Workaround dar, eine bestehende Herstellergarantie im Angebot gar nicht zu bewerben bzw. zu erwähnen. Dann gelten auf den ersten Blick nicht die hohen Anforderungen an eine rechtssichere Garantiewerbung, da der Händler ja gar nicht mit einer Garantie wirbt.

Allerdings besteht für Online-Händler nach § 312d Abs. 1 in Verbindung mit Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 9 EGBGB  die Pflicht, den Verbraucher vor Abgabe von dessen Vertragserklärung über das Bestehen einer Garantie und deren Bedingungen zu unterrichten.

Diese Normen sehen (in der Theorie) also eine aktive Pflicht zum Erwähnen einer bestehenden Garantie und zur Information über deren Bedingungen vor, so dass das Verschweigen einer Herstellergarantie zwar das Problem mit den formellen Anforderungen an eine rechtssichere Garantiewerbung löst, auf der anderen Seite aber eine Verletzung der genannten Informationspflicht hinsichtlich des Bestehens einer Garantie darstellt.

Dennoch fuhren die meisten Händler lange gut damit, eine bestehende Herstellergarantie schlicht komplett zu verschweigen.

Aus nachvollziehbaren Gründen: Der enorme Aufwand beginnt bereits mit der Identifizierung entsprechender Waren. Vielen Händlern ist überhaupt nicht bekannt, für welche ihrer Ware überhaupt eine Garantie durch den Hersteller besteht. Händler müssen sich also zunächst fragen, ob ihre bzw. welche ihrer Waren überhaupt mit einem Garantieversprechen des Herstellers „ausgestattet“ sind.

Sind diese Waren identifiziert, dann muss nachgeforscht werden, wie es um die Details der Garanteleistung und die vollständigen Garantiebedingungen steht.

Bleibt zu hoffen, dass die Garantiebedingungen (in deutscher Sprache) auffindbar und rechtssicher formuliert sind, macht der Händler sich diese schließlich zu eigen, wenn er diese in seinem Angebot darstellt bzw. zumindest verlinkt.

Schließlich muss der Händler dann auch darauf achten, diese Informationen aktuell zu halten, um – nimmt der Hersteller Änderungen an den Garantiebedingungen vor – keine abweichenden und damit irreführenden Informationen vorzuhalten.

Vor einigen Jahren öffnete dann der berüchtigte Abmahnverband IDO die Büchse der Pandora und begann, reihenweise Händler abzumahnen, die nicht von sich aus über eine auf die von ihnen angebotene Ware vom Hersteller eingeräumte Garantie zu informieren.

Dies betraf seinerzeit etwa Smartphones von Samsung, bei denen der IDO auf der Herstellerwebseite das Bestehen einer Garantieleistung durch Samsung recherchiert hatte und dann entsprechende

Angebote dieser Geräte angriff, bei denen der Verkäufer die bestehende Herstellergarantie verschwiegen hatte.

## Umstrittene Rechtslage

In der Rechtsprechung – die nicht zuletzt wegen zahlreicher Abmahnungen des IDO erging – war umstritten, ob im Verschweigen einer dem Verkäufer möglicherweise gar nicht bekannten Herstellergarantie tatsächlich ein abmahnbarer Wettbewerbsverstoß zu sehen ist.

Argumentiert wurde für die ablehnende Haltung, dass es für den Händler schlicht unzumutbar sei, entsprechende Recherchen für jedes einzelne Produkt anzustellen und sich die Garantiebedingungen auf eigene Faust zu beschaffen.

Vertreter der ablehnenden Ansicht argumentierten, die Informationspflicht nach § 312d Abs. 1 in Verbindung mit Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 9 EGBGB sei so auszulegen, dass mit „Garantien" nur solche Garantien gemeint sein können, die vom Verkäufer selbst eingeräumt werden und Herstellergarantien gerade nicht umfasst seien.

Es ergingen sowohl zahlreiche gerichtliche Entscheidungen, die im Verschweigen einer bestehenden Herstellergarantie durch den Produktverkäufer einen abmahnbaren Wettbewerbsverstoß aufgrund einer Informationspflichtverletzung sahen, als auch Entscheidungen, die einen Wettbewerbsverstoß verneinten, da die Informationspflicht eben keine Herstellergarantien umfasse.

Folglich bestand bis dato also eine gewisse Rechtsunsicherheit für die Händler. Nun hat der EuGH zu einer – nicht ganz alltäglichen – Konstellation einer mit einer Herstellergarantie versehenen Ware entschieden.

## Die Entscheidung des EuGH

Als oberstes rechtsprechendes Organ der EU entschied der EuGH mit Urteil vom 05.05.2022 in der Rechtssache C-179/21, dass ein Händler grundsätzlich nicht von sich aus über eine bestehende Herstellergarantie informieren muss.

Der EuGH hatte über diese Frage aufgrund einer Vorlage des BGH zu entscheiden. In dem bis zum BGH betriebenen Wettbewerbsstreit zweier Online-Händler ging es um das Angebot eines Victorinox-Taschenmessers durch den beklagten Händler bei Amazon.de.

Der Hersteller Victorinox räumte auf das angebotene Messer eine Herstellergarantie ein.

Im Amazon-Angebotstext selbst wurde diese Garantie nicht erwähnt bzw. beworben.

Allerdings war im Angebot unter der Bezeichnung „Weitere technische Informationen" ein Informationsblatt des Herstellers verlinkt. Dort wurde die bestehende Garantie zwar erwähnt, jedoch ohne dass dabei auch die Garantiebedingungen im Detail dargestellt worden wären.

Der klagende Händler sah darin einen Wettbewerbsverstoß und ging gerichtlich gegen den Taschenmesser-Verkäufer vor.

Der EuGH beschäftige sich erstaunlich praxisorientiert (und damit händlerfreundlich) mit der

Problematik.

So ergibt sich bereits aus der Pressemitteilung des EuGH unmissverständlich, dass die Richter eine umfassende Interessenabwägung angestellt hatten und dabei zu dem Ergebnis gelangten, dass die Information über eine bestehende Garantie einerseits ein hohes Schutzniveau des Verbrauchers sicherstellt, es auf der anderen Seite aber unangemessen sei, den Händler generell zur Information über eine Herstellergarantie zu zwingen:

> *"Eine solche Verpflichtung würde Unternehmer nämlich dazu zwingen, die Informationen über eine solche Garantie mit erheblichem Aufwand zu sammeln und zu aktualisieren, obgleich zwischen ihnen und den Herstellern nicht notwendigerweise eine unmittelbare vertragliche Beziehung besteht und wiewohl die gewerbliche Herstellergarantie grundsätzlich nicht Gegenstand des Vertrags ist, den sie mit dem Verbraucher abschließen möchten."*

Nach Ansicht des EuGH ist das Unterscheidungskriterium zum Bestehen der Verpflichtung des Händlers, dem Verbraucher vorvertragliche Informationen über eine Herstellergarantie zur Verfügung zu stellen, darin zu sehen, wenn der Verbraucher ein berechtigtes Interesse am Erhalt dieser Informationen hat, um die Entscheidung treffen, ob er sich vertraglich an den Unternehmer binden möchte.

Die Garantie muss quasi zum zentralen oder zumindest entscheidenden Merkmal des jeweiligen Angebots gemacht werden:

> „Unter diesen Umständen muss die im vierten Erwägungsgrund der Richtlinie 2011/83 thematisierte Abwägung zwischen einem hohen Verbraucherschutzniveau und der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu dem Befund führen, dass der Unternehmer nur dann verpflichtet ist, dem Verbraucher vorvertragliche Informationen über eine gewerbliche Garantie des Herstellers zur Verfügung zu stellen, wenn das berechtigte Interesse eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers an einem hohen Schutzniveau im Hinblick auf seine Entscheidung, eine vertragliche Bindung mit dem fraglichen Unternehmer einzugehen oder davon abzusehen, überwiegen muss. (...)
>
> Insoweit ist das Vorliegen eines solchen berechtigten Interesses anzuerkennen, wenn der Unternehmer die vom Hersteller angebotene gewerbliche Garantie zu einem zentralen oder entscheidenden Merkmal seines Angebots macht.
>
> Die in Art. 6 Abs. 1 Buchst. m der Richtlinie 2011/83 genannte Informationspflicht kommt insbesondere dann zum Tragen, wenn der Unternehmer die Aufmerksamkeit des Verbrauchers ausdrücklich auf das Bestehen einer gewerblichen Garantie des Herstellers lenkt, um daraus ein Verkaufs- oder Werbeargument herzuleiten und damit die Wettbewerbsfähigkeit oder die Attraktivität seines Angebots im Vergleich zu den

> Angeboten seiner Wettbewerber zu verbessern.“

Die Garantie wird jedenfalls nicht dadurch schon zum zentralen oder zumindest zum entscheidenden Merkmal des Angebots, wenn die bestehende Garantie vom Verkäufer nur beiläufig erwähnt wird.

Dazu führte der EuGH aus:

> „Erwähnt das Angebot des Unternehmers die gewerbliche Garantie des Herstellers hingegen beiläufig oder in belangloser oder vernachlässigbarer Weise, so dass sie im Hinblick auf Inhalt und Ausgestaltung des Angebots objektiv weder als Geschäftsargument angesehen werden noch einen Irrtum beim Verbraucher hervorrufen kann, so kann der Unternehmer nicht schon aufgrund dieser bloßen Erwähnung gemäß Art. 6 Abs. 1 Buchst. m der Richtlinie 2011/81 verpflichtet sein, dem Verbraucher vorvertragliche Informationen über die Garantie zur Verfügung zu stellen.
>
> Für die Feststellung, ob die gewerbliche Garantie des Herstellers ein zentrales oder entscheidendes Merkmal des Angebots des Unternehmers im Sinne von Rn. 44 des vorliegenden Urteils darstellt, sind Inhalt und allgemeine Gestaltung des Angebots hinsichtlich der betroffenen Ware zu berücksichtigen sowie die Bedeutung der Erwähnung der gewerblichen Garantie des Herstellers als Verkaufs- oder Werbeargument, die Positionierung der Erwähnung der Garantie im Angebot, die Gefahr eines Irrtums oder einer Verwechslung, die durch eine solche Erwähnung bei einem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher hinsichtlich der unterschiedlichen Garantierechte, die er geltend machen kann, oder hinsichtlich der tatsächlichen Identität des Garantiegebers hervorgerufen werden könnte, das Vorliegen von Erläuterungen zu weiteren mit der Ware verbundenen Garantien im Angebot und jeder weitere Gesichtspunkt, der ein objektives Schutzbedürfnis des Verbrauchers begründen kann.“

Aufgrund er bloßen Verlinkung des Produktdatenblatts, in welchem die Garantie des Herstellers dann Erwähnung fand, sah der EuGH diese Information jedenfalls nicht als zentrales Merkmal des Angebots an.

## Bitte den EuGH nicht falsch verstehen!

Wer als Unternehmer aktiv mit einer Herstellergarantie wirbt mit der Zielsetzung, dadurch den Absatz des Produkts zu fördern, der muss auch weiterhin die bekannten „Spielregeln“ einhalten.

Die aktuelle Rechtsprechung des EuGH schützt nur solche Verkäufer, die entweder

- die Herstellergarantie in ihren Angeboten mit keinem Wort erwähnen (also in keiner Weise mit der Herstellergarantie werben), oder
- nur beiläufig auf die Herstellergarantie verweisen, indem diese Unterlagen des Herstellers in Bezug nehmen (z.B. durch Verlinkung auf eine Bedienungsanleitung oder ein Produktdatenblatt, woraus sich die Garantie ergibt oder durch das Abbilden der Produktverpackung mit Hinweis auf die Garantie), ohne dass der Hinweis auf die Garantie ein zentrales oder zumindest entscheidendes Merkmal des Angebots wird.

Wer aktiv und unmittelbar in seinen Angeboten für eine bestehende Herstellergarantie wirbt, für den ändert sich durch die Entscheidung des EuGH somit gar nichts. Hier sind in jedem Fall die bereits genannten Anforderungen an die rechtssichere Garantiewerbung zu erfüllen.

Auch in der Sache selbst, also dem Taschenmesser-Fall, bleibt abzuwarten, was der BGH aus dem durch die Vorlage zum EuGH nun erlangten Erkenntnissen machen wird. Hier spielt der EuGH dem BGH den Ball wieder zu, so dass die Karlsruher Richter zu entscheiden haben werden, ob die Bezugnahme auf die Herstellergarantie durch Verlinkung auf das Produktdatenblatt diese zumindest zu einem entscheidenden Merkmal des Angebots gemacht haben.

Da im Streitfall zwar keine aktive unmittelbare Garantiewerbung gegeben war, jedoch der angegriffene Verkäufer zumindest mittelbar durch Verlinkung des Datenblatts die Herstellergarantie in Bezug genommen hat, handelt es sich um einen Grenzfall.

Es spricht wohl eher mehr dafür, dass der BGH durch die Bezugnahme auf die Garantie des Herstellers durch die Verlinkung des Datenblatts eine aktive Garantiewerbung des beklagten Händlers bejahen dürfte, welche die Garantie zu einem entscheidenden Merkmal des Angebot gemacht hat. Diese würde dann jedoch nicht den formalen Anforderungen genügen, da schon keinerlei Garantiebedingungen dargestellt worden waren.

Wir halten Sie auf dem Laufenden, wie die Sache vor dem BGH ausgehen wird.

Vorsicht:

Auch in Bezug auf Händler- bzw. Verkäufergarantien, also Garantieversprechen, die jeweils vom Verkäufer selbst abgegeben werden, hat die Entscheidung des EuGH keinen Einfluss.

Diesbezüglich gelten weiterhin die bekannten Regeln – erfüllen Sie in diesem Fall unbedingt die formalen Anforderungen an eine rechtssichere Garantiewerbung!

## Rechtssicherheit nur auf dem Papier

So begrüßenswert praxisnah der Ansatz des EuGH in seinem Urteil ist, so theoretisch ist die auf den ersten Blick gegebene Rechtssicherheit durch das Urteil.

Es ist nach den aufgestellten Grundsätzen des EUGH unbedingt eine genaue Differenzierung erforderlich, wie das jeweilige Angebot konkret ausgestaltet ist.

Besteht eine Herstellergarantie und geht dies überhaupt nicht aus dem Verkäufer-Angebot hervor, erwähnt der Händler die Garantie also gar nicht und nimmt diese in keiner Weise in Bezug, dann ist der Verkäufer künftig sicher und hat durch die EuGH-Rechtsprechung endlich Rechtssicherheit für seine Taktik des „Verschweigens“ der Herstellergarantie erlangt.

Wirbt der Verkäufer dagegen aktiv mit der bestehenden Herstellergarantie und macht diese dadurch zum zentralen oder zumindest entscheidenden Merkmal seines Angebots, greifen die weiteren Informationspflichten (z.B. ist dann die Darstellung der Garantiebedingungen ein Muss). Wer als Händler die Garantie des Herstellers also aktiv so zu werblichen Zwecken erwähnt, um diese als Besonderheit der angebotenen Ware darzustellen und damit deren Absatz zu fördern, der wird um die weitergehende Informationen zur Garantie auch nach der Entscheidung des EuGH nicht umhin kommen.

Grenzfälle sind darin zu sehen, wenn der Verkäufer zwar gar nicht aktiv mit der Garantie des Herstellers wirbt, diese jedoch mittelbar zum Gegenstand des Angebots wird. Dies kann, wie im Streitfall etwa durch die Verlinkung auf Herstellerunterlagen geschehen, in denen dann die Garantie erwähnt wird. Denkbar sind auch bildliche Darstellungen etwa der Verpackung, auf denen sich die Garantiewerbung des Herstellers erkennen lässt.

Erfolgt dies dann nur rein beiläufig, ist der Händler auch ohne weitergehende Informationen zur bestehenden Garantie sicher. Wird die nur in Bezug genommene Garantie dadurch aber zumindest zum entscheidenden Merkmal des Angebots, muss der Händler weitere Informationen liefern.

Ob die Garantie zum entscheidenden Merkmal des Angebots wird, muss jeweils anhand der konkreten Angebotsgestaltung entschieden werden. Wird etwa kommentarlos ein Foto der gesamten Produktverpackung dargestellt, auf der sich die Herstellerwerbung für die Garantie erkennbar ist, dürfte die Grenze des entscheidenden Merkmals nicht erreicht sein.

Stellt der Verkäufer dagegen eine gezoomten Ausschnitt der Verpackung primär mit der Herstellerwerbung der Garantie auf einem eigenen Foto dar unter der Überschrift „Ihre Vorteile“ dar, wird die Garantie sicherlich zum entscheidenden Merkmal des Angebots.

## Fazit

Festhalten lässt sich damit, dass es künftig zwei „sichere“ Wege geben wird, was den Verkauf von Waren mit bestehender Herstellergarantie betrifft:

Weg Nummer 1 ist die werbliche Darstellung der Herstellergarantie unter Erfüllung aller formeller Anforderungen an eine rechtssichere Garantiewerbung (insbesondere Darstellung der genauen Garantiebedingungen).

Weg Nummer 2 ist das komplette Verschweigen des Bestehens der Herstellgarantie. Dies bedeutet, dass auch mittelbare Werbung für die Garantie, etwa durch eine Verlinkung auf Herstellerunterlagen, in denen die Garantie Erwähnung findet bzw. durch die Darstellung von Produktbildern, aus denen sich das Bestehen der Herstellergarantie ergibt.

Sie möchten sich beim Verkauf Ihrer Waren rechtssicher im Internet bewegen, um effektiv teure Abmahnungen und ärgerliche Auseinandersetzungen mit Kunden zu vermeiden? Wir nehmen Ihnen gerne juristische Herausforderungen ab. Setzen Sie auf die Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei und bleiben so dauerhaft rechtssicher.

Autor:
**RA Nicolai Amereller**
Rechtsanwalt