von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Vorsicht: Werbung mit einer lebenslangen Garantie wird abgemahnt

Die Werbung mit Garantien ist im Online-Handel sehr beliebt und zugleich als Angriffspunkt ganz vorne mit dabei in der Abmahnstatistik. Ein aktueller Fall zeigt, dass auch bei der Bewerbung einer lebenslangen Garantie Vorsicht geboten ist.

Worum geht es?

Egal ob Hersteller- oder Händlergarantie: Die Werbung mit einer Garantieleistung ist ein sehr wirksame Marketingmaßnahme. Diese schafft Vertrauen beim Interessenten und ist nicht selten das Zünglein an der Waage, das eine Kaufentscheidung zugunsten des Werbenden auslöst.

Damit eine Garantiewerbung auch rechtssicher erfolgt, müssen einige Dinge beachtet werden. Andernfalls drohen Abmahnungen, und das nicht zu knapp. Bei Abmahner hat sich der Angriff unlauterer Bewerbungen von Garantien fest etabliert.

Zum einen gibt es gesicherte Rechtsprechung, dass eine unlautere Garantiewerbung einen Wettbewerbsverstoß darstellt.

Zum anderen schleichen sich auch nach einer Abmahnung gerne erneute Fehler ein, da nicht selten die „Herstellertexte“, die gerne für eine Bewerbung der Ware vom Händler genutzt werden.

Solche „Folgefehler“ sind sehr lukrativ für den Abmahner, wenn eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben wurde: Dann kann er vom Abgemahnten eine sogenannte Vertragsstrafe kassieren. Die sind schnell mehrere tausend Euro je Zuwiderhandlung.

Besser also: Alles richtig machen, wenn mit einer Garantie in den Online-Angeboten geworben wird!

Wenn Sie für Ihre Produkte gegenüber Verbrauchern mit einer Garantie werben (dazu reicht bereits die Erwähnung des Wortes „Garantie“ z.B. im Rahmen der Produktbeschreibung aus!), dann müssen Sie unbedingt sicherstellen, dass Sie u.a.

- den Hinweis auf die gesetzlichen Rechte des Verbrauchers bei Mängeln im Sinne der §§ 437 ff. BGB erteilen;
- ferner darauf hinweisen, dass die Inanspruchnahme dieser Rechte unentgeltlich ist sowie darauf, dass diese Rechte durch die angebotene Garantie nicht eingeschränkt werden;
- den Namen und die Anschrift des Garantiegebers nennen;
- die Dauer und den räumlichen Geltungsbereich des Garantieschutzes erwähnen;
- sicherstellen, dass die beworbene Garantieleistung den entsprechenden Waren klar zuordenbar ist

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360

(also nicht der Eindruck entsteht, gar nicht erfasste Waren wären von der Garantie erfasst) und

- über den Inhalt und die Bestimmung der Garantie sowie das vom Verbraucher für die Inanspruchnahme der Garantieleistung einzuhaltende Verfahren (im Sinne von „Garantiebedingungen“ informieren.

Wird die Garantie nur schlagwortartig als solche beworben (etwa durch eine Aussage wie „3 Jahre Garantie“ oder „Herstellergarantie: Ja“), besteht konkrete Abmahngefahr.

Sie sind auf der Suche nach einem Muster für eine rechtssichere, abmahnsichere Werbung mit einer Hersteller- oder Händlergarantie?

Die IT-Recht Kanzlei stellt ihren Update-Service-Mandanten entsprechende Muster kostenfrei bereit. Sie möchten Mandant der IT-Recht Kanzlei werden? Buchen Sie dazu einfach eines der Schutzpakete und Sie erhalten neben den gewünschten, abmahnsicheren Rechtstexten auch zeitnah Zugriff auf die Muster für die rechtssichere Garantiewerbung.

Problemfall „lebenslange Garantie“

Insbesondere Hersteller aus dem Ausland bewerben ihre Waren gerne mit einer lebenslangen Garantie bzw. „lifetime warranty“.

Damit soll zum Ausdruck gebraucht werden, dass der Hersteller während der gesamten Lebensdauer des Produkts für sein Garantieversprechen einstehen will und auf diese Weise die besondere Qualität bzw. Haltbarkeit der Ware unterstrichen werden.

Nach früherer Ansicht in der Rechtsprechung (Urteil des OLG Frankfurt vom 27.10.2005; Az.: 6 O 198/04) war die Werbung mit einer „lebenslangen“ Garantie per se problematisch und irreführend.

Hintergrund ist, dass „lebenslang“ insbesondere mehr als 30 Jahre bedeuten kann. Die Vorschrift des § 202 Abs. 2 BGB regelt jedoch, dass die Verjährung durch Rechtsgeschäft nicht über eine Verjährungsfrist von 30 Jahren ab dem gesetzlichen Verjährungsbeginn hinaus erschwert werden kann. Durch ein „lebenslanges“ Garantieversprechen könnte diese Grenze aber bei sehr langlebigen Produkten aber gerissen werden.

Auch der BGH sah eine solche Werbung nach früherer Rechtsprechung deswegen generell als problematisch an. Mit seiner Entscheidung im Jahre 2008 (BGH, Urteil vom 26.06.2008; Az.: I ZR 221/05) hat der BGH seine frühere, strikte Ansicht jedoch aufgegeben.

Mit der Entscheidung segnete der BGH zumindest ein Garantieversprechen mit einer Dauer von 40 Jahren ab, sofern es sich um ein Produkt handelt, welches bei normaler Benutzung über eine entsprechend lange Lebensdauer verfügt.

Die zuvor wegen § 202 Abs. 2 BGB problematische Überschreitung der „30-Jahres-Frist“ löste der BGH durch einen Kniff: Ein solches, langjähriges Garantieversprechen sei als Dauerschuldverhältnis zu werten, so dass die sich daraus „laufend“ ergebenden Ansprüche quasi unverjährbar seien.

Seitdem ist die Werbung mit einer lebenslangen Garantie also nicht mehr per se problematisch. Wichtig

ist allerdings, dass das so beworbene Produkt tatsächlich bei normaler Benutzung über eine entsprechend lange Lebensdauer verfügt. Wer etwa ein Einweg-Feuerzeug mit einer lebenslangen Garantie bewirbt, dürfte Probleme bekommen.

Abmahnung der Wettbewerbszentrale

Dass die Garantiewerbung aber auch in Form der Werbung mit einer lebenslangen Garantie weiterhin auf andere Weise problematisch sein kann, zeigt ein aktuelles Vorgehen der Wettbewerbszentrale:

Ein Blumentopf-Hersteller aus den Niederlanden versah seine Waren mit der Aufschrift „Lifetime Warranty“, auf Deutsch „lebenslange Garantie“. Die Blumentöpfe wurden in Deutschland über Garten- und Baumärkte vertrieben.

Auf dem Werbeetikett befand sich außer der Internetadresse des deutschsprachigen Webauftritts des Herstellers keine weitere Information. Wer den Internetauftritt aufruft, kann dort englischsprachige AGB des Unternehmens abrufen, in welchen auch weitere Einzelheiten der „Lifetime Warranty“ geregelt sind.

Die Wettbewerbszentrale mahnte den Hersteller wegen dieses Garantieversprechens ab, da sie der Ansicht ist, die Werbung verstoße gegen verbraucherschützende Transparenzvorschriften. Insbesondere seien die auf die Garantie bezogenen Inhalte der AGB unwirksam, da nur in englischer Sprache verfügbar und damit in einer für deutsche Verbraucher nicht klaren und verständlichen Form.

Da außergerichtlich keine Einigung zu erzielen war, kam es zur Klage auf Unterlassung zum LG Köln. Dort hat der Hersteller die geltend gemachten Ansprüche anerkannt (LG Köln, Anerkenntnisurteil vom 12.05.2023, Az.: 81 O 8/23, nicht rechtskräftig).

Fazit

Wird mit einer lebenslangen Garantie geworben, ist dies entgegen der früheren Ansicht der Rechtsprechung nicht mehr per se problematisch.

Unbedingt eingehalten müssen bei der Werbung mit einer lebenslangen Garantie jedoch die „normalen“ rechtlichen Anforderungen an eine Garantiebewerbung. Eine Darstellung der vorgenannten Pflichtinformationen im Rahmen der Garantiewerbung ist unverlässlich.

Das aktuelle Vorgehen der Wettbewerbszentrale zeigt aber einmal mehr, dass die Werbung mit Garantien nach wie vor ein abmahnträchtiges Thema ist.

Vorsicht ist nicht nur dann geboten, wenn eine der vorgenannten Pflichtinformationen fehlt. Händler müssen darauf achten, die Informationen auch in der jeweils relevanten Landessprache zur Verfügung zu stellen.

Wer seine Waren also in Deutschland verkauft, der muss dafür Sorge tragen, dann bei Bewerbung einer Garantie deren Bedingungen und Inhalte auch in deutscher Sprache transparent zu nennen. Dies bedeutet, dass Garantiebedingungen dann unbedingt (auch) in deutscher Sprache vorgehalten werden müssen.

Insbesondere weil die lebenslange Garantie häufig von ausländischen Herstellern versprochen wird,

stehen die relevanten Garantiebedingungen dann zum Teil gar nicht in deutscher Sprache zur Verfügung.

In einem solchen Fall sollten Händler davon absehen, die Herstellergarantie überhaupt zu bewerben, da andernfalls Ärger droht bzw. den Hersteller zur Überlassung einer deutschen Fassung der Bedingungen auffordern und dann diese einbinden. Die Darstellung (nur) englischsprachiger Bedingungen für deutsche Kunden ist grundsätzlich nicht ausreichend.

Sie möchten lästige Abmahnungen effektiv vermeiden und Ihre Kunden mit einem rechtssicheren Verkaufsauftritt überzeugen? Die IT-Recht Kanzlei unterstützt Sie hierbei mit den Schutzpaketen für Online-Händler.

Wir freuen uns auf Sie!

Autor:
RA Nicolai Amereller
Rechtsanwalt