

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

EuGH stuft „Zufriedenheitsgarantie“ als Garantie im Rechtssinn ein

Der Europäische Gerichtshof hat kürzlich entschieden, dass der für die enormen werblichen Anforderungen relevante Garantiebegriff weit auszulegen ist und auch eine „Zufriedenheitsgarantie“ als eine Garantie im rechtlichen Sinn anzusehen ist. Das war bisher sehr umstritten und tausende Händler laufen nun Gefahr, rechtlich angreifbar zu werben.

Worum geht es?

Wer als Unternehmer mit einer Garantie wirbt, muss unbedingt darauf achten, die (erheblichen) gesetzlichen Informationspflichten direkt im Rahmen dieser Garantiewerbung zu erfüllen.

Insbesondere müssen dem Verbraucher im Rahmen der Garantiewerbung (also bereits online) die Garantiebedingungen, quasi das „Kleingedruckte“ der Garantieleistung, zugänglich gemacht werden.

Die Werbung mit einer Garantie ist damit nur unter [bestimmten Voraussetzungen](#) zulässig.

Wenn Sie Ihre Waren gegenüber Verbrauchern mit einer Garantie bewerben (hierfür ist bereits die Erwähnung des Wortes „Garantie“ z.B. im Rahmen der Produktbeschreibung ausreichend), 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;
- zudem darauf hinweisen, dass die Inanspruchnahme dieser Rechte unentgeltlich ist sowie darauf, dass diese Rechte durch die angebotene Garantie nicht eingeschränkt werden;
- und den Namen und die Anschrift des Garantiegebers nennen;
- und die Dauer und den räumlichen Geltungsbereich des Garantieschutzes erwähnen;
- und sicherstellen, dass die beworbene Garantieleistung den entsprechenden Waren klar zuordenbar ist (also nicht der Eindruck entsteht, gar nicht erfasste Waren wären von der Garantie erfasst) und
- sowie über den Inhalt und die Bestimmung der Garantie sowie das vom Verbraucher für die Inanspruchnahme der Garantieleistung einzuhaltende Verfahren (im Sinne von „Garantiebedingungen“ informieren.

Eine nur schlagwortartige Garantiewerbung, bei der eine der vorgenannten Informationspflichten von Ihnen nicht erfüllt wird, bedeutet 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 für eine rechts- und

abmahnsichere Werbung mit einer Hersteller- oder Händlergarantie kostenfrei bereit.

Sie möchten neuer Mandant der IT-Recht Kanzlei werden?

Buchen Sie dazu einfach eines der [Schutzpakete](#) und Sie erhalten neben den Rechtstexten auch zeitnah Zugriff auf die Muster für die rechtssichere Garantiewerbung.

Wer diese Voraussetzungen, die § 479 Abs. 1 S. 2 BGB vorschreibt, nicht erfüllt, also bloß schlagwortartig, etwa ausschließlich mit einer Aussage wie „5 Jahre Herstellergarantie“ wirbt, bietet Abmahnern eine Steilvorlage.

Anerkannt ist dies für „klassische“ Beschaffenheitsgarantien, die sich auf die Mangelfreiheit der angebotenen Ware beziehen, was den Großteil aller Garantieverprechen ausmachen dürfte.

Daneben werben viele Händler jedoch auch mit Garantien, deren Versprechen sich gar nicht objektiv „messen“ lässt.

Ein typischer Fall hierfür ist etwa die Werbung mit einer „Zufriedenheitsgarantie“: Dabei handelt es sich ganz klar nicht um eine Beschaffenheitsgarantie, weil Gegenstand des Garantieverprechens nicht (zumindest nicht primär) eine objektiv feststellbare Mangelfreiheit der Kaufsache ist. Vielmehr zielt das Garantieverprechen vorrangig auf die „Zufriedenheit“ des Käufers ab, also eine höchst subjektive Haltung des Erwerbers.

Ob die Bewerbung solcher „subjektiver“ Garantieverprechen auch den strengen Anforderungen der Werbung mit Garantien im Sinne des § 479 Abs. 1 S. 2 BGB unterliegt, war bislang umstritten.

Die Entscheidung des EuGH

Ein Händlerin, die Kletterbekleidung verkaufte, wurde im Jahre 2018 von der späteren Klägerin abgemahnt, weil die verkauften T-Shirts Etiketten aufwiesen, auf denen eine lebenslange Zufriedenheitsgarantie beworben wurde, ohne nähere Angaben zum Inhalt der Garantie zu machen oder die sonstigen, für eine Garantiewerbung erforderlichen Informationen zu erteilen. Es seien die Anforderungen an eine korrekte Garantieerklärung im Sinne der §§ 443 und 479 BGB verletzt.

Da die Abmahnung erfolglos blieb, kam es zur Klage.

Das LG München I (Urteil vom 10.02.2020, Az.: 4 HKO 8418/19) hatte die Klage noch abgewiesen.

Das OLG München (Urteil vom 14.01.2021, Az.: 29 U 1203/20) hingegen hatte die Beklagte zur Unterlassung verurteilt, da Angaben zur Garantie auf den Etiketten nicht den Anforderungen an eine Garantieerklärung genügten.

Gegen diese Entscheidung ging die Beklagte in Revision zum BGH. Der BGH hatte Zweifel, ob die §§ 443 und 479 BGB auf die beworbene „Zufriedenheitsgarantie“ überhaupt Anwendung finden, setzte das Verfahren aus und legte dem EuGH die beiden folgenden Fragen zur Vorabentscheidung vor:

“

1. Kann eine andere als die Mängelfreiheit betreffende Anforderung im Sinne von Art. 2 Nr. 14 der Richtlinie 2011/83/EU und eine andere nicht mit der Vertragsmäßigkeit verbundene Anforderung im Sinne von Art. 2 Nr. 12 der Richtlinie (EU) 2019/771 vorliegen, wenn die Verpflichtung des Garantiegebers an in der Person des Verbrauchers liegende Umstände, insbesondere an seine subjektive Haltung zur Kaufsache (hier: die in das Belieben des Verbrauchers gestellte Zufriedenheit mit der Kaufsache) anknüpft, ohne dass diese persönlichen Umstände mit dem Zustand oder den Merkmalen der Kaufsache zusammenhängen müssen?

2. Für den Fall, dass Frage 1 bejaht wird:

Muss das Fehlen von Anforderungen, die sich auf in der Person des Verbrauchers liegende Umstände (hier: seine Zufriedenheit mit den erworbenen Waren) gründen, anhand objektiver Umstände feststellbar sein?

”

Der EuGH entschied nun mit seinem Urteil vom 28.09.2023 (Az.: C-133/22), dass der Begriff der „gewerblichen Garantie“, der sich in der Verbraucherrechterichtlinie (Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011) sowie in der Warenkaufrichtlinie (Richtlinie (EU) 2019/771 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019) findet, im Interesse eines hohen Verbraucherschutzniveaus weit auszulegen sei und auf eine subjektive Garantie wie die hier in Rede stehende „Zufriedenheitsgarantie“ erfasst.

Des Weiteren müsse und könne die fehlende Zufriedenheit des Kunden nicht objektiv feststellbar sein. Insoweit sei für die Inanspruchnahme der Garantieleistung die reine Behauptung des Verbrauchers ausreichend.

Der EuGH stellte damit zwei wichtige Dinge fest:

Zum einen, dass auch eine objektiv nicht überprüfbare Einstellung, hier die Kundenzufriedenheit, Gegenstand einer versprochenen Garantieleistung sein kann und darf.

Zum anderen (und viel wichtiger für die Praxis), dass die Werbung mit einer „Zufriedenheitsgarantie“ die Werbung mit einer „gewerblichen Garantie“ darstellt, so dass bei der Bewerbung einer „Zufriedenheitsgarantie“ die hohen Hürden der (normalen) Garantiewerbung einzuhalten sind.

Im Ergebnis ist die Werbung mit einer „Zufriedenheitsgarantie“ dahingehend also nicht anders zu behandeln, als die Werbung mit einer klassischen Beschaffenheitsgarantie!

Über das Vorgehen im Streitfall muss nun der BGH anhand der vom EuGH aufgestellten Kriterien entscheiden.

Fazit

Unternehmer sollten die Entscheidung des EuGH als Warnung dahingehend sehen, dass auch „subjektive“ Garantien die Informationspflichten auslösen können, die für eine „normale“ Garantiewerbung gelten, etwa für die Werbung mit einer klassischen Beschaffenheitsgarantie.

Das Problem an der Sache: Werbungen mit solchen subjektiven Garantien wie einer „Zufriedenheitsgarantie“ oder einer „Wohlfühlgarantie“ sind in der Praxis häufig nur leere Floskeln, eben weil höchst subjektiv und konturlos.

Durch die Entscheidung des EuGH sehen sich aber alle so Werbenden nun gezwungen, „harte“ und „greifbare“ Fakten zur versprochenen Garantie zu liefern, und zwar in der Gestalt von Garantiebedingungen, die direkt bei der Garantiewerbung (neben den anderen Pflichthinweisen) darzustellen sind.

Die weite Auslegung des Garantiebegriffs durch den EuGH wird dabei nicht bei der „Zufriedenheitsgarantie“ Halt machen. Betroffen dürften vielmehr nahezu alle „gängigen“ Garantien, egal ob an subjektive und/ oder objektive Kriterien anknüpfend, sein.

Also etwa auch die Werbung mit einer

- Wohlfühlgarantie
- Erfolgsgarantie
- Passform-Garantie
- Pünktlichkeitsgarantie
- Umtauschgarantie
- Ersatzteilgarantie.

Wer solche Garantien bislang nur floskelhaft einsetzt, ohne dass wirklich Substanz dahintersteckt, sollte erwägen, diese Art der Werbung gänzlich einzustellen. Spätestens in den Garantiebedingungen müsste Farbe bekannt werden, was wirklich hinter der Garantie steckt.

Alle anderen so Werbenden müssen sich Gedanken machen, wie sie ihre Garantieleistung in zutreffenden Worten in entsprechenden Garantiebedingungen beschreiben können.

Ihr Wunsch ist es, im Ecommerce rechtlich stets up-to-date und zudem auch „abmahnfrei“ zu bleiben?

Wir unterstützen Sie, dieses Ziel zu erreichen.

Sichern Sie Ihr Business mit unseren [Schutzpaketen](#) ab.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt