

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Vorsicht: Bei der Irreführung über die stoffliche Zusammensetzung von Waren

Ein recht selten beleuchtetes Thema sind Werbeangaben, welche Unternehmer zur stofflichen Beschaffenheit ihrer im Internet feilgebotenen Produkte veröffentlichen. Hier sollte jeder Unternehmer unbedingt Vorsicht walten lassen, da Irreführungen über die stofflichen Substanzen ihrer Produkte schnell wettbewerbswidrig und damit abmahngefährdet sein können. Der folgende Beitrag soll mit Hilfe vieler Beispiele dazu beitragen, ein Gespür dafür zu vermitteln, wie und auf welche Art und Weise über Ausführung, Zusammensetzung und der Beschaffenheit von Waren gefahrlos geworben werden kann.

Bereits der Bundesgerichtshof (BGH) entschied zum wiederholten Male, dass alle Werbeangaben zur stofflichen Beschaffenheit der angebotenen Produkte für den Verkehr von wesentlicher Bedeutung sind (vgl. nur BGH GRUR 1960, 567, 570; GRUR 1991, 852, 855). Schließlich sind derlei Angaben ganz maßgeblich für die (Kauf-)Entscheidung relevant, da sie es sind, die den Konsumenten in die Lage versetzen, auf bestimmte Eigenschaften oder auch Wirkungen (etwa die Güte der Ware) zu schließen. Auch aus den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen ergibt sich, dass Angaben über die stoffliche Beschaffenheit, die nicht der Wahrheit entsprechen, in aller Regel irreführend sind. So regelt etwa § 5 UWG bei der Beurteilung der Frage, ob eine Werbung irreführend ist, dass alle ihre Bestandteile zu berücksichtigen sind, insbesondere in ihr enthaltene Angaben über

- die Merkmale der Waren oder Dienstleistungen wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, Zusammensetzung, Verfahren und Zeitpunkt der Herstellung oder Erbringung,
- die Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge und Beschaffenheit der Waren und
- die geographische oder betriebliche Herkunft oder die von der Verwendung zu erwartenden Ergebnisse oder die Ergebnisse und wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen; (...)

Im Folgenden soll nun auf eine Reihe von Beispielen irreführender Bezeichnungen von stofflichen Substanzen eingegangen werden:

Gold- und Silberwaren

Hier stellt sich die Frage, welchen Mindestfeingehalt etwa an Gold beworbene Waren enthalten müssen, die als „Goldwaren“ oder etwa „Schmucksachen von Gold“ angepriesen werden. Nach Ansicht des BGH können auch Gegenstände, die abweichend von dem bisher verkehrüblichen Mindestfeingehalt von 333/1000 einen Feingoldgehalt von nur 166/1000 aufweisen, als „Goldwaren“ oder eben auch als „Schmucksachen von Gold“ bezeichnet werden (BGH GRUR 1983, 651). Nach dem Gesetz über den Feingehalt der Gold- und Silberwaren ist erst dort die Grenze zu ziehen, bei der der Goldanteil so gering ist, dass nur noch von vergoldeten Waren gesprochen werden kann (vgl. hierzu auch §§ 8 I, 9 I Nr. 3 FeinGehG). Übrigens, der BGH hat den Hinweis „echt versilbert“ für ein versilbertes Kaffee-Service mit

der Begründung als potentiell irreführend angesehen, dass der Verkehr unter Umständen auf Grund des Zusatzes „echt“ zu Unrecht eine bessere Qualität als bei einer einfach versilberten Ware erwarte (BGH GRUR 1987, 124).

Künstliche Erzeugnisse

Hier ist insbesondere darauf zu achten, dass durch den Konsumenten keine Verwechslung mit Naturerzeugnissen bestehen kann. So ließe sich bspw. aus Zusätzen wie „echt“ oder auch „original“ unter Umständen schnell auf Naturprodukte schließen. Auch darf etwa künstliches Mineralwasser nicht als "natürlich" deklariert werden.

Leder

Für Plastic-Folien dürfen nicht typische Lederbezeichnungen wie zB „Box“, „Juchten“, „Maroquin“ oder auch „Seehund“ verwendet werden.

Leinen

Es ist irreführend Halbleinen als "Leine" zu bewerben, wenn teilweise andere Stoffschichten benutzt werden (RGZ 58, 282). Auch ist die Bezeichnung „Ramieleinenzwirn“ irreführend, wenn die Ware aus geringwertigen Ramiefasern besteht (RG MuW 1934, 70).

Limonade, Saft

Wirbt man mit einem „reinen Fruchtsaft“, dann geht der Verbraucher davon aus, dass dieser tatsächlich nur aus reifen und frischen Früchten hergestellt wurde und insbesondere keine fremden Substanzen enthält. In diesem Zusammenhang ist auch auf § 1 FruchtsaftV hinzuweisen, die an den Begriff „Fruchtsaft“ einzelne vorgeschriebene Merkmale bindet.

Praline

Da unter dem Begriff „Praline“ gängigerweise ein Schokoladenerzeugnis verstanden wird, untersagte der BGH die Verwendung der Bezeichnung „Eispraline“ für eine Süßigkeit, die aus Kakaopulver und Kokosfett bestand (BGH GRUR 1958, 492). Nur am Rande: Eine „Original-Sachertorte“ muss übrigens zwingend nach den Rezepten der Familie Sacher hergestellt sein.

Seide

Hier ist darauf zu achten, dass Kunstseide nicht als "Seide" beworben werden darf. Dagegen ist es durchaus zulässig, Textilien als "seidenweich" zu bezeichnen, auch wenn die Textilie überhaupt keine Seide enthält. Wie das OLG Frankfurt in einem Urteil aus dem Jahre 1981 (WRP 1981, 218) entschied, dient der Wortteil „Seide“ nur zur Verstärkung einer Eigenschaft der Ware, die eben nicht aus Seide bestehen muss.

Spirituosen

Auch hier gibt es allerlei Rechtsprechung, die jedoch den Rahmen dieses Beitrags sprengen würden. Hingewiesen sie nur darauf, dass etwa Rum im wesentlichen aus Zuckerrohr, Zuckerrohrmelasse oder auch aus Rückständen der Rohrzuckerfabrikation herzustellen ist. Dagegen muss ein „Verschnitt“ auch wirklich als solcher bezeichnet werden (BGH GRUR 1967, 30).

Wasser

Die Vielfalt an Rechtsprechung, die schon zum Thema Wasser ergangen ist, lässt sich kaum noch überblicken. Kurz zusammengefasst gilt hier unter anderem Folgendes:

- „Natürlich kohlensäuriges Mineralwasser“ muss nach der Abfüllung denselben Kohlendioxidgehalt aufweisen, wie bei Quellaustritt.
- „Wasser aus dem Brunnen“ muss aus einem natürlichen Brunnen gewonnenes Quell- oder Mineralwasser darstellen.
- Der Begriff „Sprudel“ bedeutet nichts anderes, als dass dieses Wasser nur als natürliches Mineralwasser, nicht jedoch als Quell- oder Mineralwasser vertrieben werden darf.
- „Tafelwasser“ darf nicht unter einer Bezeichnung vertrieben werden, die auf die geografische Herkunft hinweist.

Watte

Entscheidend ist, dass immer drin steckt was drauf steht. So entschied schon das Landgericht Regensburg, dass es irreführend sei, eine Windel mit Hinweis „innen 100% Rayon“ zu bewerben, wenn sie lediglich zu einem Teil aus Rayon und dagegen auch aus Polyester besteht.

Wolle

Selbstverständlich darf für Kunstfasererzeugnisse kein Wollsiegel-Zeichen verwendet werden. Interessant ist hierbei auch ein Urteil des OLG Stuttgart, nachdem die Bezeichnung „hochprozentig“ für wollhaltige Textilien auch mehr als einen Wollgehalt von über 50 % erfordert.

Fazit

Die Güte und die Qualität einer Ware sind für deren Ruf und Wertschätzung, als auch für die Kaufentscheidung des Konsumenten von absoluter Bedeutung. Neben dem Preis ist es gerade die stoffliche Beschaffenheit der Ware (Art, Ausführung, Zusammensetzung), welche das wichtigste Auswahlkriterium für den Erwerb einer Ware darstellt. Schon aus diesem Grund darf eine Werbung sich auch nur auf solche Qualitätsmerkmale und -standards beziehen, die die beworbene Ware auch tatsächlich aufweist.

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt