

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Werbung: Mit den Begriffen "Garantie" und "Gewährleistung"

Im allgemeinen Sprachgebrauch werden die Begriffe „Garantie“ und „Gewährleistung“ häufig als Synonyme gebraucht, obwohl dies juristisch nicht korrekt ist. Entsprechend kommt es auch im Online-Handel immer wieder vor, dass Unternehmer ihre Produkte im Internet mit Aussagen wie „24 Monate Garantie“ oder „2 Jahre Garantie“ bewerben, obwohl sie eigentlich die gesetzlichen Gewährleistungsrechte oder besser, die gesetzlichen Mängelrechte des Käufers meinen.

I. Begriff

Im geschäftlichen Verkehr mit dem Verbraucher versteht man unter einer Garantie eine zusätzlich zur gesetzlichen Mängelhaftung vertraglich eingeräumte freiwillige Leistung des Händlers oder Herstellers gegenüber dem Käufer (Händler- oder Herstellergarantie). Dabei verpflichtet sich der Garantiegeber, für eine bestimmte Beschaffenheit der Kaufsache oder dafür, dass die Kaufsache für eine bestimmte Dauer eine bestimmte Beschaffenheit behält (Beschaffenheits- oder Haltbarkeitsgarantie, vgl. § 443 Abs. 1 BGB) verschuldensunabhängig einzustehen.

Im Unterschied dazu versteht man unter der Gewährleistung im Kaufrecht die gesetzlichen Mängelrechte des Käufers gegenüber dem Verkäufer gemäß §§ 437 ff. BGB. Diese beziehen sich auf die Mangelfreiheit der Kaufsache zum Zeitpunkt des Gefahrübergangs auf den Käufer und sind (nur) im Verhältnis Käufer – Verkäufer bindend. Nach § 438 Abs. 1 Nr.3 BGB verjähren die Mängelansprüche des Käufers im Regelfall nach zwei Jahren. Beim Verkauf gebrauchter Waren im Rahmen eines Verbrauchsgüterkaufs (§ 474 BGB) sowie im Rahmen reiner B2B-Geschäfte kann die Verjährungsfrist hinsichtlich einzelner Mängelrechte gemäß § 475 Abs. 2 BGB individualvertraglich oder in Allgemeinen Geschäftsbedingungen auf zwölf Monate verkürzt werden.

II. Wirksame Vereinbarung einer Garantie

Die wirksame Vereinbarung einer Garantie setzt eine Garantieerklärung des Verkäufers bzw. Herstellers voraus. Diese bedarf grundsätzlich keiner besonderen Form und kann auch konkludent, etwa durch entsprechende Aussagen in der Werbung abgegeben werden.

Für den Verbrauchsgüterkauf ist jedoch § 477 BGB zu beachten, der vom Gesetzgeber zum Schutz des Verbrauchers vor Irreführung eingeführt wurde. Danach ist der Käufer im Rahmen der Garantieerklärung auf seine gesetzlichen Mängelrechte hinzuweisen sowie darauf, dass diese von der Garantie nicht berührt werden. Die Erklärung muss den Inhalt der Garantie und alle wesentlichen Angaben, die für die Geltendmachung der Garantie erforderlich sind, insbesondere die Dauer und den räumlichen Geltungsbereich des Garantieschutzes sowie Namen und Anschrift des Garantiegebers enthalten. Sie ist außerdem einfach und verständlich abzufassen und muss dem Verbraucher auf

Wunsch in Textform mitgeteilt werden. In der Praxis werden Garantieerklärungen des Herstellers häufig in Form eines Garantiescheins der Verkaufsverpackung beigelegt.

Nach § 477 Abs. 3 BGB führen Verstöße gegen die Formvorschriften des § 477 BGB nicht zur Unwirksamkeit der Garantieverpflichtung. Die Verpflichtung des Garantiegebers gegenüber einem Verbraucher bleibt also bestehen, auch wenn die Garantieerklärung nicht den Formerfordernissen des § 477 BGB entspricht.

III. Wettbewerbsrechtliche Probleme

1. Fehlerhafte Garantieerklärung

Nach einer Entscheidung des [OLG Frankfurt a. M. vom 04.07.2008 - Az. 6 W 54/08](#) – begründet ein Verstoß gegen die Formvorschrift des § 477 BGB im geschäftlichen Verkehr mit dem Verbraucher zugleich auch einen erheblichen Wettbewerbsverstoß, da es sich bei dieser Vorschrift um eine Marktverhaltensregel im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG handele und der Verstoß auch keine bloße Bagatelle im Sinne des § 3 UWG darstelle.

In dem vom Gericht zu entscheidenden Fall hatte ein Händler im Internet mit der Aussage „24 Monate Garantie auf dieses Produkt!“ geworben, ohne den Verbraucher zugleich auf seine gesetzlichen Mängelrechte hinzuweisen sowie darauf, dass diese von der Garantie nicht berührt werden. Zur Begründung seiner Entscheidung zog das Gericht seinerzeit Art. 5 II b UGP-Richtlinie im Wege der richtlinienkonformen Auslegung heran. Insoweit reiche es aus, dass die Zuwiderhandlung geeignet ist, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers wesentlich zu beeinflussen. Diese Voraussetzung sei hier schon deshalb erfüllt, weil die Anziehungskraft der Garantieerklärung merklich relativiert wäre, wenn dem Verbraucher zugleich mitgeteilt worden wäre, dass die Gewährleistungsfrist für das als „neu“ bezeichnete Kaufobjekt ohnehin 2 Jahre beträgt (§§ 438 I Nr. 3, 475 II BGB).

Hinweis: Nach dem Inkrafttreten des Ersten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb am 30.12.2008 (UWG-Reform) ergäbe sich die Wettbewerbswidrigkeit eines Verstoßes gegen die Formvorschrift des § 477 BGB im geschäftlichen Verkehr mit dem Verbraucher wohl unmittelbar aus § 5 Abs. 1 Nr. 7 UWG n. F. i. V. m. § 3 Abs. 2 UWG n. F..

2. Langjährige Garantiezusagen

Langjährige Garantiezusagen, die sich auf die Freiheit von Mängeln, insbesondere die Haltbarkeit eines Materials, einer Konstruktion oder eines Werkes beziehen, sind grundsätzlich erlaubt, wenn sie bei normaler Abnutzung sachlich zutreffend und für den Kunden nicht praktisch bedeutungslos sind (BGH GRUR 1958, 455; BGH GRUR 1976, 146, 147). Dagegen ist es bedenklich, wenn eine langjährige Garantie blickfangmäßig in der Werbung hervorgehoben wird, nach den Vertragsbedingungen aber nur geringfügige Leistungen versprochen werden, die den Erwartungen der Verbraucher nicht gerecht werden (Hefermehl/Köhler/Bornkamm, UWG, 26. Auflage, § 5 Rn. 7.144 m. w. N.). Ebenso kann eine langjährige Garantie im Hinblick auf die Lebens- oder Gebrauchsdauer der Ware für den Verbraucher

wertlos sein, etwa weil sich wegen der vielfältigen Ursachen von Schäden die Garantiepflicht kaum jemals beweisen lässt (Hefermehl/Köhler/Bornkamm, a. a. O.). Die Werbung mit einer unbefristeten, über 30 Jahre hinausgehenden Garantiezusage hat die Rechtsprechung als irreführend angesehen, weil eine solche Verpflichtung mit § 202 Abs. 2 BGB kollidiere und deshalb nicht wirksam eingegangen werden könne (BGH GRUR 1994, 850, OLG Frankfurt GRUR 2006, 247).

3. Werbung mit Mängelrechten

Wer anstatt mit einer Garantieleistung zu werben, den Verbraucher lediglich auf dessen gesetzliche Mängelrechte (Gewährleistungsrechte) hinweisen möchte, sollte dies nicht in zu auffälliger Weise tun, da er sonst Gefahr läuft, in unzulässiger Weise mit einer Selbstverständlichkeit zu werben. Die Mängelrechte der §§ 437 ff. BGB stehen dem Käufer nämlich Kraft Gesetzes zu. Deutlich hervorgehobene Aussagen wie „Bei uns erhalten Sie 2 Jahre Gewährleistung.“ oder „24 Monate Gewährleistung“ in Produktangeboten, die sich (auch) an Verbraucher richten, täuschen dem Verbraucher einen besonderen Vorteil gegenüber anderen Waren gleicher Gattung oder Konkurrenzangeboten vor, der bei objektiver Betrachtung jedoch nicht besteht. Ein solches Verhalten konnte im Hinblick auf Nr. 10 des Anhangs I der UGP-Richtlinie bereits nach der früheren Rechtslage als irreführende Werbung im Sinne des § 5 UWG a. F. eingestuft werden. Seit Inkrafttreten des Ersten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb am 30.12.2008 (UWG-Reform) regelt § 3 Abs. 3 UWG n. F. i. V. m. Nr. 10 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG n. F. ausdrücklich, dass die unwahre Angabe oder das Erwecken des unzutreffenden Eindrucks, gesetzlich bestehende Rechte stellten eine Besonderheit des Angebots dar, eine stets unzulässige geschäftliche Handlung des Unternehmers darstellt.

IV. Fazit

Wer als Unternehmer im geschäftlichen Verkehr mit dem Verbraucher mit einer Garantie werben möchte, sollte stets klarstellen, dass er dem Käufer eine solche Garantie auch tatsächlich einräumen will bzw. dass der Hersteller des beworbenen Produkts eine entsprechende Garantie tatsächlich gewährt. Soll dem Verbraucher tatsächlich eine Garantie (sei es eine Händler- oder eine Herstellergarantie) eingeräumt werden, so müssen hierbei die Formerfordernisse des § 477 BGB gewahrt werden. Soll der Verbraucher dagegen lediglich auf seine gesetzlichen Mängelrechte hingewiesen werden, so darf dieser Hinweis nicht so gestaltet sein, dass mit einer Selbstverständlichkeit geworben wird. Im Übrigen sind bei langjährigen Garantiezusagen stets die berechtigten Erwartungen des Durchschnittsverbrauchers zu berücksichtigen, die durch die Werbung hervorgerufen werden.

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht