

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

Werbung: Konfektionsware, "Maßhemd" oder "maßgeschneidert"?

In welchen Fällen darf ein Online-Händler, der über das Internet Hemden verkauft, mit dem Begriff "Maßhemd" oder gar mit dem Begriff "maßgeschneidertes" Hemd werben? Hierzu ein interessanter Beschluss des KG Berlin (Az. 5 W 88/09).

1. Vorweg eine Begriffsklärung:

- **Konfektionsbekleidung:** Diese ist industriell gefertigt und wird wie vorgefertigt verkauft. Laut KG Berlin müsse man auch dann von einer "Konfektionsbekleidung" sprechen, wenn in einem geringen Umfang (als Nebenleistung zum Kauf) eine individuelle Anpassung erfolge (etwa durch eine Verkürzung der Länge der Hose und/oder der Bundweite).
- **"Maßhemd":** Bei der Anfertigung von Bekleidungsstücken kommen - sachlich nahe liegend und damit laut KG Berlin dem Durchschnittsverbraucher auch ohne weiteres einsichtig - eine Vielzahl von Zwischenformen in Betracht, die zwischen der Herstellung (industriell vorgefertigter) Konfektionsware und der (rein) handwerklichen Fertigung maßgeschneiderter Bekleidung einzuordnen sind. Der Begriff "Maßhemd" geht also laut KG Berlin über den Begriff der "Konfektionsbekleidung" hinaus, da ein "Maßhemd" eine in ihrem Umfang deutlich individuellere Anpassung des Bekleidungsstücks erwarten lasse, als sie etwa bei einer Nebenleistung zu einem Kauf von Konfektionsbekleidung üblicherweise erfolge. Mit dem Begriff "Maßhemd" werde also die Individualität (das individuelle Maß an Auswahl und Anpassung) betont.
- **"Maßgeschneidertes" Hemd:** Darunter verstehe man die in ihrem traditionellen Sinn handwerkliche Schneiderarbeit, bei der das Bekleidungsstück nach den individuellen Vorgaben des Bestellers (Wahl des Stoffes, des Schnittes und der sonstigen Ausstattung) hergestellt und dabei den individuellen - vom Schneider am Kunden aufgenommenen - Maßen und individuellen - wiederum vom Schneider am Kunden festgestellten - körperlichen Besonderheiten des Bestellers angepasst wird.

2. Werbung mit dem Begriff "Maßhemd"

Frage: Darf nun ein Händler, der Hemden in verschiedenen Größen über das Internet verkauft, mit dem Begriff "Maßhemd" werben?

Antwort: Nein, da es sich hier nur um Konfektionsbekleidung handelt und es dem Verbraucher nicht ermöglicht wird, sich das Hemd individuell anfertigen zu lassen.

Frage: Was gilt, wenn der Verbraucher eine Vielzahl von individuellen Körpermaßen vorgeben kann (Halsumfang, Brustumfang, Bauchumfang, Hüftumfang, Rückenbreite, Größe, Manschettenweite etc.),

nach denen dann das Hemd individuell angefertigt wird?

Antwort: In diesem Fall sei es laut KG Berlin zulässig von einem "Maßhemd" zu sprechen, da die Vielzahl der eröffneten Wahlmöglichkeiten und individuellen Anpassungsmöglichkeiten ein Leistungsangebot ergäben, das einem maßgeschneiderten Bekleidungsstück deutlich näher stehe als einer Konfektionsware. Auch enthalte der Begriff "Maßhemd" keinen Hinweis auf das Schneiderhandwerk und darauf folgenden Vorstellung einer traditionellen Maßanfertigung von Bekleidungsstücken. Zudem komme bei dem Verkauf über das Internet hinzu, dass die Verbraucher nur über das Internet angesprochen und zu einer Bestellung angefordert werden. Der so angesprochene und das Medium Internet nutzende verständige Durchschnittsverbraucher werde bei einem solchen Angebot eines "Maßhemdes" keine traditionelle schneiderhandwerkliche Maßanfertigung erwarten. Dies folge schon daraus, dass die Bestellung über das Internet abgewickelt wird und der Verbraucher weder die Geschäftsräume eines Schneiderhandwerks aufsuchen noch einen Schneider zu sich bestellen soll.

Laut KG Berlin könne deshalb auch im Zusammenhang mit der Werbung für eine "Maßanfertigung" im Bekleidungssektor nicht mehr ein rein traditionelles Verständnis zugrundegelegt werden, jedenfalls wenn eine Werbung und Geschäftsabwicklung allein über das Internet erfolgt.

3. Werbung mit "maßgeschneiderten Hemden"

Achtung: An die Werbung mit einer "maßgeschneiderten" Bekleidung sind laut KG Berlin sehr hohe Anforderungen zu stellen. "Maßgeschneidert" sei im Bekleidungsbereich nach wie vor gleichbedeutung mit der Aussage "Sitzt wie angegossen". Hiermit dürfe selbst der Händler nicht werben, der dem Verbraucher über das Internet diverse Wahlmöglichkeiten (Wahl des Stoffes, des Schnittes und der sonstigen Ausstattung) und individuelle Anpassungsmöglichkeiten (s.o.) biete. Dieser Händler erreiche zwar schon eine sehr große individuelle Anpassung seiner Hemden an die jeweilige Figur seines Kunden. Der Durchschnittsverbraucher erkenne aber nicht ohne weiteres den erheblichen Unterschied zu traditionellen maßgeschneiderten Bekleidungsstücken. Dieser liege insbesondere darin, dass der Online-Händler keine individuelle Anpassung bei körperlichen Anomalien (insbesondere in der Symetrie) vorzunehmen vermöge (etwa bei unterschiedlich langen Armen oder unterschiedlich hohen Schultern). Schon das Vorliegen derartigen Anomalien sei dem Verbraucher nicht immer bewusst. Noch weniger könne er Auswirkungen der darauf folgenden Abweichungen im passgenauen Sitz der Bekleidung erkennen. Die Wendung "maßgeschneidert" suggeriere dem Verbraucher aber einen Sitz der Bekleidung "wie angegossen". Es müsse dem Schneiderhandwerk jedoch möglich bleiben, sich begrifflich hinreichend von dem Angebot eines Online-Händlers abzusetzen. Nahe liegend sei dafür gerade eine ausdrückliche Bezugnahme auf das Schneiderhandwerk geeignet, wie sie in der Werbung "maßgeschneidert" deutlich werde.

Fazit

Online-Händler, die über das Internet Bekleidungsstücke verkaufen, aufgepasst:

1. Mit dem Begriff "Konfektionsware" kann ohne weiteres geworben werden.
2. Mit dem Begriff "Maßhemd" darf nur geworben werden, wenn man dem Verbraucher tatsächlich diverse Wahlmöglichkeiten (Wahl des Stoffes, des Schnittes und der sonstigen Ausstattung) und individuelle Anpassungsmöglichkeiten (s.o.) bietet.
3. Mit dem Begriff "Maßgeschneidertes Hemd" darf ein Online-Händler überhaupt nicht werben, es sei denn, er bietet dem Verbraucher tatsächlich die Möglichkeit, vor Ort eine wirklich individuelle Anpassung an die jeweilige Figur des Kunden vorzunehmen.

Autor:

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

Rechtsanwalt