

von **Fabian Karg**

Werbung mit dem „CE“ - Zeichen: Nicht per se wettbewerbswidrig

Bereits mehrfach hatten Gerichte in der Vergangenheit entschieden, dass Werbung mit dem „CE“ - Zeichen wettbewerbswidrig sei. Das Landgericht Trier hat dies in einem aktuellen Fall (Urteil vom 09.06.2011, Az. 7 HK O 53/11) nun anders entschieden.

Was ist passiert?

Eine Wettbewerbszentrale mahnte einen Online-Elektrohändler ab, weil dieser ein Produkt wie folgt bezeichnete:

„Produkt“ „Typ“ „TÜV/GS/CS“

Weiter hieß es:

„Zur überzeugenden Ausstattung gehören:

[...]

- TÜV/GS + CE“

Der Händler gab daraufhin eine Unterwerfungserklärung ab, zünftig nicht mehr mit dem Hinweis auf eine „CE“ - Kennzeichnung zu werben – allerdings ohne Anerkennung einer Rechtspflicht ab. Er weigerte sich jedoch die geltend gemachten Abmahnkosten zu begleichen.

Aus der Entscheidung des Gerichts

Das LG Trier wies die Klage auf Erstattung der Kosten ab, da weder eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten vorliege noch der Eindruck erweckt werde, dass das Produkt über die gesetzlichen Vorgaben hinaus durch ein unabhängiges Institut überprüft worden sei.

Exkurs: Was ist eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten?

Eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten – und damit ein Verstoß gegen §§ 3, 5 UWG – liegt vor, wenn ein Produkt zwar objektiv richtig beworben wird, die herausgestellte Eigenschaft aber „selbstverständlich ist“. Dies ist immer dann der Fall, wenn der Kunde in Folge der Werbung davon ausgeht, ein im Vergleich zu Mitbewerbern besonderes Produkt zu erwerben, das letztlich aber doch nur den üblichen bzw. gesetzlichen Anforderungen gerecht wird.

Exkurs Ende

Eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten sah das Gericht aber nicht als gegeben an: Es sei erlaubt auf die auf die gesetzlich vorgeschriebene Lage hinzuweisen und diese Grenze sei vorliegend nicht überschritten. Außerdem könnten die angesprochenen Kreise erkennen, dass es sich bei der Eigenschaft um etwas selbstverständliches handelt, weshalb keine Irreführung vorliege.

“

„Es ist verboten, Verbrauchern gegenüber Selbstverständlichkeiten als eine Besonderheit, als eine kennzeichnende Eigenschaft eines Angebots „herauszustreichen“, sie „hervorzuheben“ und sie als „Besonderheit des Angebots“ zu präsentieren. Erlaubt ist dagegen, lediglich auf die gesetzliche vorgeschriebene Lage hinzuweisen. Diese Grenze sieht die Kammer hier nicht als überschritten. Eine Irreführung scheidet aus, wenn der Verkehr erkennt, dass es sich bei der angegebenen Eigenschaft um etwas Selbstverständliches handelt. Dies ist hier nach Auffassung des Gerichtes der Fall.“

”

Auch der Eindruck einer zusätzlichen Überprüfung werde nicht erweckt, da der durchschnittlich informierte Verbraucher wisse, dass das „CE“ - Zeichen (meist) direkt vom Gerätehersteller in eigener Verantwortung angebracht werde.

“

„Der durchschnittlich informierte Verbraucher weiß, dass die CE-Kennzeichnung meist vom Gerätehersteller in eigener Verantwortung angebracht wird und dass es sich nicht um ein Zeichen eines unabhängigen Prüfinstitutes handelt. Dies ist in dem hier beanstandeten Angebot des Beklagten auch nicht irreführend dargestellt.“

”

Fazit

Ob der normale Verbraucher wirklich derartige Detailkenntnisse hat, sei einmal dahingestellt. Jedenfalls

ist bei Verwendung des „CE“ - Zeichens nach wie vor größte Vorsicht geboten. Auch wenn obige Werbung ausnahmsweise gebilligt wurde, kann die Entscheidung nicht verallgemeinert werden, da ihr ein eher untypischer Fall zugrunde liegt.

Im Rahmen von Produktbeschreibungen & Co sollte ein Hinweis auf die „CE“ - Kennzeichnung tunlichst vermieden werden. Anderenfalls drohen Abmahnungen.

Autor:

Fabian Karg

(jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)