

von Tobias Kuntze

Aktuelle Abmahngefahr: Angabe der Rechtsform darf bei Werbemaßnahmen nicht fehlen

Der Bundesgerichtshof (Urteil vom 18.04.2013; Az. I ZR 180/12) hat entschieden, dass ein Unternehmen bei Werbemaßnahmen seine Rechtsform angeben muss. Andernfalls droht ein Verstoß gegen die Vorgaben des § 5a Abs. 2 und 3 Nr. 2 UWG.

Was ist geschehen? - Der Sachverhalt

In einer Zeitungsbeilage wurden Elektronikprodukte beworben, ohne dass der werbende Einzelkaufmann auf seine Eigenschaft als eingetragener Kaufmann ("e.K.") hinwies. Im Fehlen dieses Rechtsformzusatzes sah der Kläger einen Verstoß gegen § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, da die Identität des Werbenden nicht deutlich würde.

Die einschlägige gesetzliche Regelung des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG lautet, wie folgt:

"Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gelten folgende Informationen als wesentlich im Sinne des Absatzes 2, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben:

(...)

2. die Identität und Anschrift des Unternehmers, gegebenenfalls die Identität und Anschrift des Unternehmers, für den er handelt;

(...)"

Das Urteil des BGH - Rechtsformzusatz als Pflichtangabe

In seinem Urteil schloss sich der BGH dem Kläger an und bewertete das Fehlen des Rechtsformzusatzes als unlautere Handlung. Denn die Informationspflicht über die Identität des Unternehmers iSv § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG erfordere zwingend auch die Angabe der Rechtsform des werbenden Unternehmens.

Dabei berief sich der BGH auf die europarechtliche Vorschrift des Art. 7 Abs. 4 Buchst. b der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, welche mit § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG ins deutsche Recht umgesetzt wurde. Als wesentliche Information gilt hiernach die "Anschrift und Identität des Gewerbetreibenden, wie sein Handelsname". Weiter führte der BGH aus:

"Die grundsätzliche Pflicht zur Angabe der Rechtsform folgt ferner aus dem Sinn und Zweck der Vorschrift. Mit dem in Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG geregelten Transparenzgebot geht es darum sicherzustellen, dass dem Verbraucher diejenigen Basisinformationen mitgeteilt werden, die er benötigt, um eine informationsgeleitete geschäftliche Entscheidung treffen zu können (...). Für eine solche informationsgeleitete Entscheidung muss der Verbraucher wissen, wer sein Vertragspartner wird (...). Diese Information ist zum einen erforderlich, damit der Verbraucher ohne Schwierigkeiten Kontakt mit dem anbietenden Unternehmen aufnehmen kann (...); das ist aber nicht gewährleistet, wenn er im Falle der Auseinandersetzung mit dem Unternehmer erst dessen exakte Identität ermitteln muss (...). Darüber hinaus ist die Mitteilung der Identität des Vertragspartners aber auch für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers wesentlich, weil dieser dadurch in die Lage versetzt wird, den Ruf des Unternehmers im Hinblick auf Qualität und Zuverlässigkeit der von ihm angebotenen Waren oder Dienstleistungen, aber auch dessen wirtschaftliche Potenz, Bonität und Haftung einzuschätzen. Insbesondere die letztgenannten Umstände können auch von der Rechtsform des Unternehmens abhängen."

Nach Ansicht des BGH hat also jeder Einzelkaufmann, die Personengesellschaften iSv § 19 Abs. 1 Nr. 2 und 3 HGB, die Partnerschafts- und Kapitalgesellschaften sowie jede Genossenschaft ihren Rechtsformzusatz als Bestandteil ihrer jeweiligen Firma anzugeben. Nicht erfasst von diesem Erfordernis ist hingegen mangels Firma der Einzelunternehmer.

Mit dem klaren Erfordernis des Rechtsformzusatzes widersprach der BGH der Vorinstanz (OLG Köln, Az. 6 U 86/12), die es vom konkreten Einzelfall abhängig machen wollte, ob der Rechtsformzusatz genannt werden müsse oder nicht. Eine Nennung sei - so das OLG Köln - insbesondere dann angebracht, wenn der Unternehmer ohne Angabe eines Rechtsformzusatzes mit einem anderen, tatsächlich existierenden Unternehmen verwechselt werden könnte. Das vage Kriterium der Verwechslungsgefahr hat der BGH allerdings verworfen und - wie oben ausgeführt - aus Rechtssicherheits- und Transparenzgründen den Rechtsformzusatz als zwingende Information iSv § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG festgelegt.

Beim vorliegenden Fall handelte es sich zwar um Printwerbung. Die vom BGH aufgestellten Grundsätze gelten aber gleichsam im Onlinehandel, so dass das werbende Unternehmen auch hier den Rechtsformzusatz in seinem Impressum aufnehmen sollte. Um eine Abmahngefahr zu vermeiden, sollte gerade auch bei Email-Werbung der Rechtsformzusatz dringend angegeben werden, damit die wettbewerbsrechtlichen Erfordernisse des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG gewahrt sind.

Fazit

Nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG hat ein Unternehmen bei Werbemaßnahmen seine Identität anzugeben. Nach der Rechtsprechung des BGH erfordert dies aus Transparenzgründen auch die Angabe der gewählten Rechtsform. Um Abmahnungen zu vermeiden, sollte daher jeder Online-Händler im Fall von Werbemaßnahmen seinen Rechts-formzusatz (z.B. "e.K.", "OHG", "GmbH" etc.) angeben.

Autor:

Tobias Kuntze

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)