

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

BGH: Typenbezeichnungen in der Werbung mit elektronischen Haushaltsgeräten zwingend anzugeben

An den Vertrieb und die Bewerbung von Elektrohaushaltsgeräten werden umfangreiche Informationspflichten geknüpft, die vor allem aus europäischen Rechtssätzen hervorgehen und dem Verbraucher eine informierte und von der Kenntnis aller wesentlichen Produkteigenschaften getragene Kaufentscheidung ermöglichen sollen. Insbesondere technische und energiebezogene Daten müssen so stets bereitgestellt werden.

Mit Urteil vom 19.02.2014 (Az.: I ZR 17/13) hat der BGH nun für den Bereich der Elektrohaushaltsgeräte auch die individuelle Typenbezeichnung zu einem wesentlichen Merkmal erhoben, dessen Vorenthaltung den Irreführungstatbestand des §5a Abs. 3 Nr. 1 UWG erfüllt und mithin eine wettbewerbswidrige Handlung darstellt.

Der Sachverhalt

Dem Urteil lag die erstinstanzliche Klage der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs gegen ein im Vertrieb von elektronischen Haushaltsgeräten tätiges Einzelhandelsunternehmen zu Grunde, welches in Werbeprospekten diverse Geräte angeboten hatte, ohne die jeweilige Typenbezeichnung der Produkte anzuführen.

Die erstinstanzliche Klägerin sah diese Kombinationen aus Zahlen und Buchstaben aber als wesentliches Merkmal im Sinne des §5a Abs. 3 Nr. 1 UWG an, das die Kaufentscheidung der Verbraucher zu beeinflussen geeignet ist.

Das Vorenthalten der Typenbezeichnung stufte die Wettbewerbszentrale im Folgenden als Irreführung ein und klagte auf Unterlassung.

Die Entscheidung des Gerichts

Der BGH wies die vom Unternehmen begehrte Revision zurück, indem er die Wesentlichkeit der Typenbezeichnung für den Tatbestand des §5a Abs. 3 UWG bejahte.

Nach §5a Abs. 2 UWG handelt unlauter, wer die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern im Sinne des § 3 Abs. 2 UWG dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Beschränkungen des Kommunikationsmittels wesentlich ist. Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf ihre Merkmale und ihren Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gelten nach § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG alle wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung in dem dieser und dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang als wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG.

Zunächst verdeutlichte die Kammer, dass nach dem Sinn der Vorschrift die angesprochene kommerzielle Kommunikation nicht tatsächlich die Möglichkeit bieten müsse, einen unmittelbaren Kauf zu tätigen. Vielmehr solle §5a Abs. 3 UWG immer schon dann Anwendung finden, wenn der Verbraucher in der Weise über das Produkt und dessen Preis informiert wird, dass einer kaufrechtlich relevante Entscheidung nichts mehr im Wege stehe, er sich also auf Basis der bereitgestellten Informationen für oder gegen den Kauf entscheiden könne.

Die sich somit ergebende Tatbestandsmäßigkeit der Werbung als "Angebot" im Sinne des §5a Abs. 3 UWG führte sodann zur Beurteilung der Typenbezeichnung als wesentliches Merkmal nach Nr. 1 des Absatzes.

Der BGH sah die Typenbezeichnung als individuelles Identifikationsmittel eines jeden Produkts, das es dem Verbraucher ermögliche, durch eine weitergehende Recherche preisliche und qualitative Vergleiche zu anderen Waren anzustellen und darüber hinaus weitere, nicht aus der Werbung hervorgehende Informationen einzuholen.

Zwar sei die Typenbezeichnung eine wählbare Phantasiekennung, die per se keinen Rückschluss auf die jeweilige Beschaffenheit eines Geräts zulasse. Allerdings sei die Wesentlichkeit eines Merkmals allein daran zu bemessen, ob sich letzteres auf die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers in relevanter Weise auszuwirken vermag.

Die Möglichkeit der eindeutigen Bestimmbarkeit des Produkts durch die Typenbezeichnung und die darauf aufbauende Gewährleistung einer Vergleichbarkeit mit Konkurrenzwaren und einer weitergehenden Beschaffung produktspezifischer Informationen werde durch die Vorenthaltung erheblich erschwert und sei mithin geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu bewegen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte.

Fazit

Mit seiner Leitentscheidung stellte der BGH fest, dass Typenbezeichnungen von Elektrohaushaltsgeräten als wesentliche Merkmale im Sinne des §5a Abs. 3 Nr. 1 UWG gelten, deren Nichtbereitstellung einen Wettbewerbsverstoß begründen kann.

Die Bezeichnungen ermöglichen es Verbrauchern nämlich, auf Basis einer eindeutigen Bestimmbarkeit die jeweiligen Produkte in preislicher und qualitativer Hinsicht mit solchen von Konkurrenzangeboten zu vergleichen und gegebenenfalls weitere, nicht zwingend anzugebende Informationen einzuholen.

Aufgrund des insofern bestehenden hohen Abmahnrisikos wird geraten, nicht nur bei der Anzeigenwerbung mit derlei Haushaltsgeräten die individuelle Typenbezeichnung ab sofort stets mit anzugeben, sondern auch die Produktdarstellung auf händlereigenen Websites entsprechend zu modifizieren.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt