

von Sina Böhrk

OLG Hamm zur Irreführung, wenn Produktbild mehr als den Lieferumfang abbildet

Bedauerlicherweise muss immer wieder festgestellt werden, dass der gekaufte Artikel aus dem Online – Handel nicht mit der vom Händler erworbenen Abbildung übereinstimmt. So wird oftmals der Artikel mit weiterem Zubehör dargestellt, obwohl diese nicht in der Lieferung enthalten sind. Das OLG Hamm sieht darin eine klare Irreführung und bestätigt mit ihrem Urteil v. 04.08.2015 – Az.: 1-4 U 66/15 als Berufungsinstanz das Urteil vom LG Arnsberg (Urt. V. 05.03.2015, 8 O 10/15).

I. Sachverhalt

Auf der Internetplattform „Amazon“ hat ein Händler einen Sonnenschirm angeboten. Eine dazugehörige Abbildung zeigte einen Sonnenschirm, der auf dem Boden mit Platten befestigt war. Diese Platten, so wurde im unteren Teil der Produktbeschreibung hingewiesen, sind nicht in dem Lieferumfang umfasst.

Mit der Begründung, dass es irreführend sei, verschickte der Antragssteller eine Abmahnung. Die Antragsgegnerin hielt mit dem Verweis, dass es sich um eine fremde Abbildung und um einen Verkauf auf „Amazon“ handle, dagegen. Sie sei der Auffassung, dass die Werbung nicht zu beanstanden sei. Zudem läge keine Irreführungsgefahr gem. § 5 UWG vor, da jeder informierte Verbraucher Kenntnis davon habe, dass die Abbildungen nicht zwangsweise vom Verkäufer stammen. Dies sei der Grund warum die Produktbeschreibungen von den Verbrauchern gelesen werden, womit ohne Weiteres erkennbar sei, dass die Betonplatten nicht zu dem Sonnenschirm gehörten.

II. Irreführung, § 5a UWG und Produktabbildung

Nach § 5a Abs. 2 UWG handelt unlauter, wer die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern dadurch beeinflusst, dass er eine **Information vorenthält**, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Beschränkungen des Kommunikationsmittels **wesentlich ist**.

Fraglich bleibt wann eine Irreführung eindeutig bejaht werden kann. Die Rechtsprechung äußert sich folgendermaßen dazu: Eine Werbung ist irreführend, wenn sie geeignet ist, bei einem erheblichen Teil der umworbenen Verkehrskreise **irrig Vorstellungen über das Angebot hervorzurufen** und die zu treffende **Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen**.

Das OLG Hamm führte in Bezug auf die Abbildung des Sonnenschirms zusammen mit den Betonplatten wie folgt aus:

“

"Die von der Verfügungsklägerin beanstandete Werbung der Verfügungsbeklagten für einen Sonnenschirm auf der Internetplattform "Amazon" ist irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG."

”

Der Abbildung eines Verkaufsgegenstands in einer Werbung oder im Online – Handel kommt nach Ansicht des BGH eine entscheidende Bedeutung zu. Für den Verbraucher geht es vor allem um den **visuellen Eindruck und den Inhalt des jeweiligen Artikels**. Oftmals wird eine **Abbildung gleichzeitig als Produktbeschreibung** genutzt. Das OLG Hamm bestätigt, dass für Produktabbildungen auf der Internetplattform „Amazon“ gilt nichts anderes gelte.

III. Platten als Beiwerk/ Zubehör?

Da die Betonplatten für den Sonnenschirm elementar sind, nimmt der Verbraucher diese auch **nicht nur als schmückendes Beiwerk/ Zubehör** wahr. Nach Auffassung des OLG Hamm sei der angebotene Sonnenschirm ohne die abgebildeten Betonplatten nicht standfestig und damit auch **nicht funktionsfähig**.

Das OLG Hamm führte in Bezug auf die Betonplatten wie folgt aus:

“

"Der durchschnittliche Verbraucher ist grundsätzlich daran interessiert, nur funktionsfähige Produkte zu erwerben. Ein Produkt, das für sich genommen nicht funktionsfähig, sondern erst durch den Hinzuerwerb weiteren Zubehörs funktionsfähig gemacht werden muss, ist vor diesem Hintergrund für den Verbraucher (deutlich) weniger interessant als ein Produkt, das sogleich zusammen mit allem für die Herstellung der Funktionsfähigkeit erforderlichen Zubehör geliefert wird."

”

Angesichts des verlangten Kaufpreises geht der Verbraucher davon aus, dass die abgebildeten Bodenplatten im Angebot umfasst sind, da diese im Einzelhandel sehr kostengünstig erworben werden können.

IV. Produktbeschreibung

Lediglich der **Hinweis** (Bodenplatten nicht in der Lieferung enthalten) **in der Produktbeschreibung sei nicht ausreichend**, so das Gericht. Die Abbildung sei blickfangmäßig dargestellt, der Hinweis auf den Lieferumfang dagegen nicht. Der abgebildete Artikel kann nicht zusammen mit weiteren Artikeln dargestellt werden, obwohl dieser nicht ohne sie funktionsfähig ist. Es sei in einem solchen Fall nicht ausreichend, lediglich in der Produktbeschreibung darauf hinzuweisen, dass weitere Artikel nicht im Lieferumfang enthalten sind. Dies muss am Blickfang teilhaben und damit die Zuordnung zu den

herausgestellten Angaben wahren.

V. Weitere Entscheidung des OLG Hamm

Das OLG Hamm hat sich bereits in einem vorherigen Verfahren (Urt. v. 5.6.2014, I-4 U 152/13) mit einem ähnlichen Sachverhalt auseinandergesetzt. Es handelte sich dabei um eine Abbildung eines Bettes, welches mit einer Matratze und einer Unterbaukonstruktion versehen war. Zudem war das Bett mit Decken, Kissen und Bettwäsche abgebildet.

Folgender Hinweis dazu vom Händler:

“

"Ohne Rahmen, Auflagen und Dekoration"

”

Nach der Auffassung des Gerichts konnte der Verbraucher bei diesem Hinweis davon ausgehen, dass das Lattenrost und die Matratze zum Lieferumfang gehören, da ihm die Fachbegriffe „Rahmen“ für Lattenrost und „Auflage“ für Matratze nicht bekannt waren.

Allerdings kann der Verbraucher von einem Möbelhersteller nicht erwarten, dass Decken, Kissen und Bettwäsche in der Lieferung enthalten sind. Eine Irreführung bezüglich des Lattenrosts und der Matratze lag damit vor.

VI. Fazit

Das OLG Hamm hat entschieden, dass in Produktbildern das abgebildet sein muss, was auch dem Lieferumfang entspricht. Wird auf einem blickfangmäßig dargestellten Produktbild nämlich nicht zum Lieferumfang gehörendes Zubehör, etc. abgebildet, wird hierdurch ein Irrtum beim Betrachter erregt.

Um diese Irreführung auszuschließen, muss nach Ansicht des Gerichts ein klarer und unmissverständlicher (Aufklärungs-)Hinweis erteilt werden, dass das abgebildete Zubehör, etc. nicht zum Lieferumfang gehört. Dieser Hinweis muss dann allerdings **seinerseits am Blickfang teilnehmen** (z.B. durch Anbringung eines Sternchenhinweises, welcher räumlich nah aufgelöst wird).

Ein lediglich aufklärender Hinweis in der weiteren Produktbeschreibung, welcher nicht mit dem blickfangmäßig dargestellten Produktbild verknüpft ist, soll nach Ansicht des Gerichts nicht ausreichen.

Kein (Aufklärungs-)Hinweis ist in den folgenden Fällen notwendig:

- Der Betrachter identifiziert das auf dem Produktfoto abgebildete Zubehör, etc. eindeutig als **sog. schmückendes Beiwerk**, welches lediglich zu offensichtlichen Präsentationszwecken abgebildet ist (Beispiel: Neben der angebotenen Handyhülle wird ein Handy abgebildet). Bei der Beurteilung, ob etwas offensichtlich schmückendes Beiwerk darstellt, sollte man vorsichtig sein und eher einen strengen Maßstab anlegen;

- Bei der Werbung für **langlebige und kostspielige Güter**, bei denen davon auszugehen ist, dass sich der Betrachter vor einer geschäftlichen Entscheidung mit dem gesamten Angebotstext eingehend und nicht nur flüchtig befassen wird (Beispiel: Werbung für eine Schlafzimmerkompletteinrichtung).

Autor:

Sina Böhrk

(freie jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)