von **Anna Bosch**

OLG Bamberg: Werbung für Komplettküchen muss Hersteller- und Typenbezeichnung benennen

Werden bei Werbeanzeigen bestimmte Informationspflichten nicht eingehalten, so kann dies ein Fall unlauterer Werbung im Sinne des §5a UWG sein, der kostenpflichtig abgemahnt werden kann. Erfahren Sie im heutigen Beitrag am Beispiel eines aktuellen Falls des OLG Bambergs (Beschluss vom 16.3.2016, Az.: 3 U 8/16), worauf bei der Gestaltung von Werbung zu achten ist, um die Verbreitung unlauterer Werbebotschaften zu vermeiden. Der Fall ist auch deshalb interessant, weil das Gericht strenge Maßstäbe anwandte, obwohl die beworbenen Haushaltsgeräte nur Teil eines Gesamtpakets waren.

1. Was war geschehen?

Das OLG Bamberg hatte sich mit der Berufung eines Möbelhauses zu befassen, welches in erster Instanz vom Landgericht Würzburg zur Unterlassung einer Prospektwerbung verurteilt worden war (Urteil vom 17.12.2015, Az.: 1 HKO 1781/15). Dabei ging es um die Frage, ob für den Händler eine Informationspflicht bezüglich Hersteller- und Typenbezeichnungen bei Elektrogeräten in Prospektwerbungen für Komplettküchen besteht. Das beklagte Möbelhaus bewarb diese im Jahr 2015 in Print-Prospekten. Dabei gab es auch Preise an. Dies führte dazu, dass nach Ansicht des Gerichts, ein durchschnittlicher Verbraucher in die Lage versetzt werde, das Geschäft abzuschließen. Der klagende Verein sah dies allerdings als problematisch an, da für die Kaufentscheidung des Verbrauchers relevante Tatsachen im Hinblick auf die Kompletteinbauküchen, nämlich Herstellereigenschaft und Typenbezeichnung der jeweiligen Elektrogeräte, verschwiegen worden seien. Damit läge eine nicht hinnehmbare, unlautere Geschäftspraktik vor.

2. Wie beurteilt das OLG Bamberg den Fall?

Das OLG Bamberg teilt die Rechtsansicht der Vorgängerinstanz und somit des Klägers. Die Hersteller- und Typenangabe sei „wesentlich“ im Sinne des §5a Abs. 3 Nr. 1 UWG. In seinem Hinweisbeschluss machte es daher deutlich, dass es beabsichtigt, die Berufung der Beklagten zurückzuweisen. Denn die Typenbezeichnung sei erforderlich, um die Geräte zweifelsfrei zu identifizieren und den Verbraucher in die Lage zu versetzen, sie mit anderen Geräten zu vergleichen und auch noch andere Eigenschaften als die in der Werbung angegebenen, etwa durch eine Internetrecherche, in Erfahrung zu bringen.

Außerdem werde hierdurch die Funktionalität und Qualität einer Küche mitbestimmt. Ein Verbraucher könne den Wert der angebotenen Küche erst dann richtig beurteilen, wenn er die Qualität der eingebauten Elektrogeräte einschätzen könne. Eine Küche mit Geräten eines Premiumherstellers sei ganz anders zu beurteilen als eine mit No-Name-Produkten.

> *„Eine Notwendigkeit für die Erteilung der wesentlichen Information besteht dann, wenn sie voraussichtlich bei der Abwägung des Für und Wider der Entscheidung des Verbrauchers zumindest eine Rolle spielen könnte. Ob der Verbraucher sich tatsächlich von dieser Information leiten lässt, um eine aus seiner Sicht rationale Entscheidung zu treffen, ist ohne Bedeutung. Desgleichen ist unerheblich, ob ihm bei seiner Entscheidung das Fehlen dieser Information bewusst war oder nicht.“*

3. Fazit

Die Hersteller- und Typenbezeichnung von Elektrogeräten ist nach Ansicht der Rechtsprechung eine wesentliche Angabe, da der Verbraucher nur so entscheiden könne, ob das Preis-/Leistungsverhältnis aus seiner Sicht stimmig ist. Ein Vorenthalten dieser Informationen kann daher unlautere Werbung im Sinne des §5a UWG sein, welcher die Irreführung durch Unterlassen normiert. Da es – wie so oft im Wettbewerbsrecht – schon ausreicht, wenn Verbraucher potenziell in die Irre geführt werden könnten, empfiehlt es sich, genau zu prüfen, ob die Werbebotschaft allen Informationspflichten gerecht wird. Dies stellt letztlich eine Gratwanderung dar, denn schließlich sollen Aussagekraft, Übersichtlichkeit und natürlich Prägnanz der Werbebotschaft nicht in Mitleidenschaft gezogen werden.

Übrigens:

Auch der BGH nimmt eine Wettbewerbswidrigkeit bei nicht vorhandenen Typenbezeichnungen an. Mit Urteil vom 19.2.2014 (I ZR 17/13) hat er festgelegt, dass die Typenbezeichnung ein wesentliches Merkmal des Produkts darstellt. Dies gelte sogar dann, wenn Angaben zu den jeweiligen Preisen, Beschreibung technischer Details wie etwa der Energie-Effizienz-Klasse, der Füllmenge, der Schleuderrate, der Abmessungen sowie weiterer Ausstattungsmerkmale bei Elektrohaushaltsgeräte-Werbung enthalten seien.

Autor:
Anna Bosch
(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)