

von **Antonia Lehmann**

Neues vom BGH zur Werbung für Komplettküchen: Typenbezeichnung und Herstellerangabe wesentlich

Händler unterliegen auch bei Werbung mittels Prospekten per Postwurfsendung den Grundsätzen des Wettbewerbsrechts und bestimmten Informationspflichten. Wie kürzlich der BGH entschied, müssen bei der Werbung von Komplettküchen, welche zum Festpreis erworben werden, sämtliche Details der Produkte angegeben werden, die für den Verbraucher wesentlich sind.

Gerne bedienen sich Händler der Möglichkeit Kunden mittels Prospekten per Postwurfsendung zu gewinnen- denn hierbei kann ein breiteres Publikum erreicht werden, als wenn lediglich über das Internet geworben wird. Aber auch hier unterliegen die Händler den Grundsätzen des Wettbewerbsrechts und müssen den Informationspflichten genügen, welche die Verbraucher benötigen, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen.

Unlauter iSd. § 5a II UGW handelt

“

„wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, 1. die der Verbraucher je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und 2. deren Vorenthalten geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte“.

”

Wie der BGH nun entschied, müssen bei der Werbung von Komplettküchen, welche zu einem Festpreis erworben werden, sämtliche Details der Produkte angegeben werden, die für den Verbraucher wesentlich sind.

Sachverhalt

Die Beklagte ist Betreiberin eines Möbelhandels. Im Rahmen dieser Tätigkeit bewarb sie mit einem als Postwurfsendung verteilten Prospekt unter anderem für zwei Einbauküchen mit Elektrogeräten. Neben der Abbildung der Küchenzeile, sowie einer Preisangabe enthielt das Angebot keine Typenbezeichnungen der Geräte. Ebenso fehlte bei einer der streitgegenständlichen Küchen auch die Markenbezeichnungen der Geräte.

Der Kläger war der Ansicht, dass es wettbewerbswidrig sei, eine Küche mit Elektrogeräten zu bewerben, ohne weitergehende Angaben zu den im Preis inbegriffenen Elektrogeräten zu machen. Hierbei nahm er die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch und mahnte diese ab.

Der BGH wies die Revision der Beklagten zurück und schloss sich damit der Ansicht des Klägers und des Oberlandesgerichts Köln an.

Die Entscheidung des BGH

Die Richter führten in ihrer Entscheidung vom 02.03.2017 (Az. I ZR 41/16) aus, dass zu den wesentlichen Angaben einer angebotenen Einbauküche sowohl die Herstellerangaben, als auch die Typenbezeichnungen der jeweiligen Geräte unter Hinweis auf deren Energieeffizienzklasse gehören. Entscheidendes Produktmerkmal bei einem Pauschalangebot im Niedrigpreissegment sei bei einer Einbauküche gerade die in der Küche eingebauten Geräte, denn nur dann könne der Verbraucher eine informierte geschäftliche Entscheidung treffen.

Damit bejahte der Bundesgerichtshof die beanstandete Werbung als Angebot von Waren iSv. § 5a III UWG, da der durchschnittliche Verbraucher bei den beiden Werbeangeboten in die Lage versetzt werde, die Küche unmittelbar wie beworben zu kaufen.

Hierzu sei

“

"eine Werbung erforderlich, durch die der Verbraucher so viel über das Produkt und dessen Preis erfährt, dass er sich für den Kauf entscheiden kann, ohne dass er durch die Art der kommerziellen Kommunikation schon die tatsächliche Möglichkeit zum Kauf erlangt oder die Auswahl anderer Ausführungen des Produkts aufgeben haben muss."

”

Nach den Feststellungen des Gerichts stellen die Angaben der Hersteller und Typenbezeichnung damit wesentliche Merkmale der Ware iSd. § 5a III Nr. 1 UWG dar, welche die Beklagte dem Verbraucher vorenthalten hat.

“

"Eine Information wird dem Verbraucher im Sinne von § 5a II S. 1 UWG vorenthalten, wenn sie zum Geschäfts- und Verantwortungsbereich des Unternehmers gehört oder dieser sie sich mit zumutbarem Aufwand beschaffen kann und der Verbraucher sie nicht oder nicht so erhält, dass er sie bei seiner geschäftlichen Entscheidung berücksichtigen kann."

”

Im vorliegenden Fall sei nicht ersichtlich, dass der Verbraucher die Informationen über die Marke oder etwa den Typ der Elektrogeräte erhalte, bevor er eine geschäftliche Entscheidung treffe.

Gerade diese wesentliche Information benötige der Verbraucher jedoch, weil die durch sie bewirkte Individualisierung, dem Verbraucher ermögliche, die Geräte genau zu identifizieren und deren Eigenschaften und den Preis konkurrierender Produkte und Angebote zu vergleichen und die Küchen zu bewerten.

Eine nach § 5a II S. 1, III Nr. 1 UWG unlautere Werbung ist gem. § 3 Abs. 1 UWG unzulässig.

Fazit

Mit diesem Urteil schloss sich der BGH der Meinung der Vorinstanzen, welche bereits zu diesem Thema ergangen sind an und entschied, dass bei Werbung für Komplettküchen die Typenbezeichnung, sowie die Angabe der Hersteller nicht fehlen darf.

Dabei stellte der BGH klar, dass Komponenten, welche für ein Gesamtprodukt besonders wertbildend sind, eine wesentliche Information iSd. § 5a UWG darstellen und somit zwingend anzugeben sind, damit der Verbraucher diese bei seiner geschäftlichen Entscheidung berücksichtigen kann.

Online-Händlern ist daher anzuraten Hersteller- und Typenangaben in entsprechenden Werbematerialien nicht zu vernachlässigen.

Die IT-Recht Kanzlei hat sich auch hier ausführlich mit vergleichbaren Entscheidungen auseinandergesetzt:

- <https://www.it-recht-kanzlei.de/wesentliche-angaben-komplettkuechen.html>
- <https://www.it-recht-kanzlei.de/typenbezeichnung-hersteller-werbung-eingebaute-elektrogeraete.html>

Autor:

Antonia Lehmann

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)