

von Mag. iur Christoph Engel

The World's Lightest? Irreführende Werbung für Gepäckstücke

Gepäckstücke sind, gerade für Vielreisende, ein Vertrauensthema – müssen sie doch das ihnen anvertraute Gepäck kompakt, sauber und sicher aufbewahren und dabei noch beweglich und gut handhabbar sein. Entsprechend groß ist die Auswahl an besonders robusten, besonders geräumigen, besonders praktischen oder besonders leichten Koffern. Ein Hersteller kam nun auf die Idee, einfach „The World's Lightest“ auf alle Koffer einer Serie zu schreiben – nicht weil das den Tatsachen entsprach, sondern eher als „mission statement“ bzw. als Markenbezeichnung für die Serie. Dass das eine eher schlechte Idee war, erklärte ihm das Oberlandesgericht Frankfurt a.M. (Urt. v. 14.02.2019, Az. 6 U 3/18).

Das Gewicht spielt bei der Kaufentscheidung für den einen oder anderen Koffer natürlich eine gewichtige Rolle: Gerade für Vielflieger bedeutet ein möglichst leichter Koffer mehr Gewichtsreserve für die Dinge des täglichen Lebens. Zudem lässt sich ein leichter Koffer auch einfacher heben und leichter durch Flughäfen, Bahnhöfe und Hotels ziehen. Insofern durchaus verständlich, wenn ein Hersteller das geringe Gewicht seiner Produkte in den Vordergrund rückt. Das Problem an der Sache: Die Bezeichnung „The World's Lightest“ für eine ganze Serie ist, als Sachangabe verstanden, auch ein Alleinstellungsmerkmal – es dürfte also weltweit nicht ein einziges Gepäckstück zu finden sein, das leichter als das vergleichbare Teil der besagten Serie ist. Wer mit solchen Aussagen wirbt, sollte sich seiner Sache daher schon enorm sicher sein.

Ein anderer Hersteller von Gepäckstücken mahnte nun den findigen Hersteller der besagten Serie ab und nahm ihn später gerichtlich auf Unterlassung in Anspruch. Die Richter folgten den Anträgen des Klägers: Nach Ihrer Auffassung ist die Bezeichnung „The World's Lightest“ eine irreführende Werbeaussage, die vom Verbraucher als die sachliche Angabe verstanden wird, dass keine leichteren Gepäckstücke existieren (OLG Frankfurt a.M., Urt. v. 14.02.2019, Az. 6 U 3/18):

“

"Die so verstandene Angabe der Beklagten ist irreführend, da unstreitig nicht alle dort ausgestellten Koffer die leichtesten ihrer Klasse sind. Die Irreführung ist auch geeignet, im Sinne von § 5 I UWG den Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Aufgrund der großen Bedeutung des Gewichts eines Koffers im Hinblick auf Handhabbarkeit und Beschränkungen im Flugverkehr kann dies nicht grundsätzlich in Frage stehen."

”

Auch das Argument des Herstellers, die Angabe sei eher als „mission statement“ bzw. als Markenbezeichnung für die Serie zu verstehen, überzeugt die Richter nicht:

“

"Entgegen der Auffassung der Beklagten wird der Verkehr der Bezeichnung "Worlds Lightest" auch eine Sachangabe entnehmen. Auf die obigen Ausführungen wird insoweit Bezug genommen. Insbesondere wird der Verkehr [...] keine Veranlassung haben, der Angabe keine Sachaussage zu entnehmen. Das Argument, der Verkehr werde dies als Marke wahrnehmen, überzeugt schon deshalb nicht, weil der Verkehr auch einer derartigen Marke – so sie trotz ihres beschreibenden Inhalts überhaupt eingetragen wäre – eine Sachaussage entnehmen würde."

”

Unabhängig von der Frage, ob hinter der Aufschrift das Kalkül stand, potenzielle Kunden von der „Leichtigkeit“ dieser Gepäckstücke zu überzeugen, oder bloß ein reines mission statement abgegeben werden sollte, ist das Urteil überzeugend: Wer eine in ihrem sachlichen Gehalt so konkret fassbare Aussage auf seinen Gepäckstücken abringt, sollte dann natürlich auch das leichteste Gepäckstück der Welt abliefern können.

Hinter dem Urteil steht die Grundannahme, dass Verbraucher den Werbetreibenden durchaus beim Wort nehmen dürfen, wenn die Werbeaussage auch eine konkrete Sachaussage enthält. Wer also rekordverdächtige Angaben auf seine Produkte schreibt, sollte den Rekord auch halten können – oder sich etwas neutralere Texte und Bezeichnungen überlegen.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)