

von Sarah Freytag

LG Dortmund: Werbepost für Topfset muss keine Angaben über die Größe der Töpfe beinhalten

Size matters! Dieses Zitat mag eventuell in anderen Bereichen des Lebens zutreffen, nicht jedoch in Bezug auf die Werbung für ein Topf- und Pfannenset, wie das Landgericht Dortmund in seinem Urteil vom 28. August 2019 (Az. 10 O 11/19) nun entschieden hat. Ein Verbraucherverband hatte einen Händler aufgrund von irreführender Post-Werbung verklagt.

Der Sachverhalt

Die Beklagte, betreibt einen Einzelhandel mit Möbel und Einrichtungsgegenständen, hierunter auch Küchengeräte. Dafür bewarb sie per Werbepost ein Topfset zu einem herabgesetzten Preis. Töpfe und eine zugehörige Pfanne waren in dem Prospekt abgebildet. Nicht enthalten in der Werbeanzeige waren dagegen Angaben zum Durchmesser oder Fassungsvermögen der Töpfe und der zugehörigen Pfanne. Die Pfanne des Sets hat dabei einen Durchmesser von 24 cm. Der Kläger, ein Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs, verklagt die Beklagte vor dem Landgericht auf Unterlassung wegen irreführender Werbung.

Der Kläger führte an, dass die Größe der Töpfe eine wesentliche Information für den Verbraucher darstelle, da sie den Verbraucher über den möglichen Einsatzbereich der Töpfe informiere. Zudem weiche die Pfannengröße, mit 24 cm von der Standardgröße in Höhe von 28 cm ab. Da der Kunde von der Standardgröße einer Pfanne ausginge, würde er anhand der Abbildung auch die Töpfe in eine andere Größenrelation setzen und möglicherweise erwarten, dass die Töpfe größer wären als sie es tatsächlich sind.

Die Entscheidung

Das Landgericht wies die zulässige Klage als unbegründet ab. Die Beklagte habe mit der Werbung nicht gegen § 5a Abs. 2 und Abs. 3 Nr. 1 UWG verstoßen.

Die Größenangaben von Töpfen stelle kein wesentliches Merkmal des im Werbeprospekt angebotenen Topfsets dar. Wesentliche Merkmale der Ware seien Eigenschaften des Produkts, hinsichtlich derer ein Durchschnittsverbraucher eine Information billigerweise erwarten darf, um eine informierte Entscheidung treffen zu können. Dies müsse im Einzelfall je nach Komplexität, Verwendungszweck und Erklärungsbedürftigkeit entschieden werden. Auch der Preis des Produktes könne in dieser Abwägung eine Rolle dabei spielen.

Das Gericht befand, dass im konkreten Fall für den Verbraucher ohne Weiteres, anhand der Abbildungen zu erkennen war, dass es sich um Töpfe und eine Pfanne in gebräuchlichen Größen handelte. Zudem ordnete es die Größe der Pfanne, mit einem Durchmesser von 24 cm, noch als gebräuchliche Standardgröße ein. Explizite Größenangaben seien für eine reflektierte Kaufentscheidung des Verbrauchers daher nicht nötig. Dies gelte um so mehr, als es sich auch um ein besonders niedrigpreisiges Topfset (49,99 Euro) handelte.

Zuletzt stellte das Gericht klar, dass Verbraucher, insbesondere im Rahmen des begrenzten Raumes einer Werbepost, generell keine umfassende Beschreibung aller wesentlicher Merkmale der beworbenen Ware erwarten würden.

Fazit

Generell kann auch ein Unterlassen bzw. Vorenthalten von Informationen in der Werbung zu einer Irreführung des Verbrauchers beitragen. Für die Beurteilung welche Merkmale einer Ware als so wesentlich gelten, dass sie in dem für das Werbemedium gebotenen Umfang dargestellt werden müssen, kommt es stets auf die Umstände des Einzelfalls an. Im Ergebnis muss es dem Verbraucher möglich sein, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Je standardisierter und gebräuchlicher das beworbene Produkt ist, desto weniger werden zusätzliche Informationen vom Händler erwartet werden dürfen.

Autor:

Sarah Freytag