

Werbung mit Echtheitsgarantie ist wettbewerbswidrig

☒ Leider wird gerade im Internet viel mit Plagiaten oder gefälschter Ware gehandelt. Hebt ein Händler aber besonders hervor, dass er mit Originalware handelt, so ist dies eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten und daher wettbewerbswidrig. Außerdem: Die Angabe von Auslandsversandkosten ist Pflicht und über die Wahl zwischen versichertem und unversichertem Versand.

Lesen Sie hier mehr über ein Urteil des LG Bochum.

Vor dem Landgericht Bochum (Urteil v. 10.02.2009, Az: 12 O 12/09) stritten sich zwei Händler von Kosmetik- und Parfümerieartikel. Dabei ging es um das Angebot des Beklagten, welches folgenden Passus enthielt:

“Garantie

Echtheitsgarantie: Die Echtheit aller von uns beworbenen Waren wird hiermit ausdrücklich garantiert! Sämtliche Waren in unserem Sortiment sind 100% Originalwaren.”

Werbung mit Selbstverständlichkeiten

Das geht so nicht, entschied das LG Bochum, da hierin eine Werbung mit gesetzlichen Selbstverständlichkeiten zu sehen ist. Zwar erkannte die Kammer die Realität, dass gerade im Internet häufig mit gefälschter Ware gehandelt wird. Dies ändere aber nichts an der Rechtslage, die den Händler verpflichtet, mit Originalware zu handeln, wenn er nicht auf das Gegenteil hinweise.

“Die Kammer verkennt nicht, dass es gerade bei Verkäufen über F häufig um gefälschte Markenware geht. Dies ändert aber nichts daran, dass grundsätzlich jeder Verkäufer – wenn er nicht etwas anderes mitteilt – verpflichtet ist, Originalware zu liefern.”

Echtheitsgarantie besonders herausgestellt

Gerade durch die werbliche Betonung dieser “Echtheitsgarantie” täuschte der Händler einen besonderen Vorteil seines Angebots vor. Aus der Sicht eines redlichen Händlers ist dies aber ein ungerechtfertigter Vorteil.

Die Entscheidung des LG Bochum bezieht sich noch nur auf § 5 UWG. Hierbei ist aber zu beachten, dass nach dem neuen UWG eine Werbung mit gesetzlichen Selbstverständlichkeiten gemäß Nr. 10 Anhang UWG i.V.m. § 3 Abs. 3 UWG immer als unlauter anzusehen ist.

Versicherter vs. unversicherter Versand

Daneben bot der Händler seinen Kunden wahlweise unversicherten Versand oder – gegen Aufpreis – einen versicherten Versand an. Dies stellt eine Irreführung nach § 5 UWG dar, so das Gericht. Der Verbraucher gehe nämlich bei einem solchen Angebot davon aus, dass er durch die Wahl des teureren Versandes einen Vorteil hätte. Dies ist aber nicht der Fall, da der Händler im Verbraucherhandel immer das Versandrisiko trägt (§§ 474, 447 BGB).

Auslandsversandkosten sind immer anzugeben

Außerdem entschied das Gericht noch, dass Versandkosten für Lieferungen ins Ausland immer anzugeben sind, wenn ein solcher Versand angeboten wird. Das Gericht begründet diese Entscheidung kurz, aber deutlich:

“Gemäß § 1 Abs. 2 PAngV war die Höhe der Versandkosten anzugeben. Dies gilt auch für Lieferungen außerhalb Deutschlands, da das Gesetz insoweit keinen Unterschied macht.”

Diese Entscheidung ist auch aus Verbrauchersicht nachvollziehbar. Der Kunde muss bereits im Vorfeld wissen, welche Kosten auf ihn zukommen. (mr)

Lesen Sie hier weitere Beiträge zu dem Thema:

Widerrufsrecht = Service-Garantie? Vorsicht bei Werbung mit Selbstverständlichkeiten
AGB auf den Prüfstand: Rügefristen und Vorleistungspflichten
OLG Hamm: Auslandsversandkosten müssen angegeben werden
So geht's nicht: Die "schwarze Liste" des neuen UWG