OLG Hamm bestätigt: Produktbild muss zum verkauften Produkt passen

Es sollte eine Selbstverständlichkeit sein, ist es oft aber nicht: Das auf einem Produktbild dargestellte Produkt muss dem entsprechen, was auch tatsächlich verkauft wird. Wird auf dem Foto Zubehör mit abgebildet, welches aber nicht zum Lieferumfang gehört, stellt dies eine Irreführung dar, bestätigte nun das OLG Hamm.

Erstinstanzlich entschied diese Frage bereits das LG Arnsberg (Urt. v. 5.3.2015, 8 O 10/15).

Das OLG Hamm (Urt. v. 4.8.2015, I-4 U 66/15) hat diese Entscheidung nun in der Berufungsinstanz bestätigt.

Sonnenschirm ohne Platten

Worum ging es in den Fall? Auf amazon bot ein Händler einen Sonnenschirm an, der ohne die zwingend notwendigen Bodenplatten geliefert wurde.

Auf dem Produktbild abgebildet war aber ein Schirm mit Platten. Lediglich weiter unten in der Produktbeschreibung wurde auf den Umstand hingewiesen, dass die Platten nicht vom Lieferumfang umfasst sind.

Irreführung der Verbraucher

Auch das OLG Hamm sah diese Ausgestaltung des Angebotes als irreführend an.

Die wesentlichen Erwägungen des Gerichts:

> *“Die von der Verfügungsklägerin beanstandete Werbung der Verfügungsbeklagten für einen Sonnenschirm auf der Internetplattform “amazon” ist irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG. Nach dieser Vorschrift ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über die wesentlichen Merkmale der Ware enthält, wobei die Vorschrift zu den wesentlichen Merkmalen der Ware ausdrücklich auch deren Ausstattung mit Zubehör zählt.”*

Die Abbildung der Platten ist dazu geeignet, den Verbraucher zu täuschen, da diese nicht vom Lieferumfang umfasst sind, so das Gericht weiter.

Der Verbraucher, der die Abbildung sieht, werde davon ausgehen, dass das Angebot die zur Beschwerung des Plattenständers erforderlichen Betonplatten umfasst.

Bedeutung des Produktbildes

Bei Online-Angeboten komme dem Produktbild eine übergeordnete Rolle zu.

> *“Einer Abbildung des Produktes in einer Werbung oder einem Warenangebot im Internet kommt grundsätzlich eine maßgebliche Bedeutung für die Bestimmung des im Falle eines späteren Vertragsschlusses geschuldeten Leistungsinhaltes zu.*
>
> *Gerade bei der Betrachtung von Internetseiten sind visuelle Eindrücke für die Erfassung des*

jeweiligen Inhaltes von entscheidender Bedeutung. Das allgemeine Publikum fasst eine Produktabbildung in einer Internetwerbung daher als maßgeblichen Teil der Produktbeschreibung auf.

Keinesfalls lässt sich der Auffassung der Verfügungsbeklagten zustimmen, der Produktabbildung komme 'generell nur eine untergeordnete Rolle' zu."

Elementares Zubehör ist nicht nur schmückendes Beiwerk

Da die Betonplatten für den Sonnenschirm elementar sind, nimmt der Verbraucher diese auch nicht nur als schmückendes Beiwerk wahr.

"Der Verbraucher fasst die abgebildeten Betonplatten auch nicht lediglich als (mehr oder weniger schmückendes) Beiwerk zu dem abgebildeten Sonnenschirm auf.

Der durchschnittliche Verbraucher ist grundsätzlich daran interessiert, nur funktionsfähige Produkte zu erwerben. Ein Produkt, das für sich genommen nicht funktionsfähig, sondern erst durch den Hinzuerwerb weiteren Zubehörs funktionsfähig gemacht werden muss, ist vor diesem Hintergrund für den Verbraucher (deutlich) weniger interessant als ein Produkt, das sogleich zusammen mit allem für die Herstellung der Funktionsfähigkeit erforderlichen Zubehör geliefert wird.

Ohne die abgebildeten Betonplatten ist der angebotene Sonnenschirm nicht mit der erforderlichen Standfestigkeit aufstellbar, mithin nicht funktionsfähig.

Der Verbraucher wird die Abbildung der Betonplatten vor diesem Hintergrund dahin verstehen, dass diese Betonplatten zum Lieferumfang gehören."

Auch der Verkaufspreis von ca. 140 Euro wird den Verbraucher nicht daran zweifeln lassen, dass die Betonplatten mit vom Lieferumfang erfasst sind, da derartige Platten im Handel zu sehr geringen Preisen erworben werden können.

Aufklärung in Produktbeschreibung reicht nicht

Die Aufklärung in der Produktbeschreibung, so das Gericht, reicht nicht aus. Das Bild ist blickfangmäßig herausgestellt, der Hinweis auf den korrekten Lieferumfang aber nicht.

"In Fällen, in denen der Blickfang für sich genommen eine fehlerhafte Vorstellung vermittelt, kann der dadurch veranlasste Irrtum regelmäßig nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis ausgeschlossen werden, der selbst am Blickfang teilhat.

Danach reicht es nicht aus, wenn der beworbene Artikel zusammen mit weiteren Artikeln abgebildet wird, ohne die er nicht benutzt werden kann, und der aufklärende Hinweis nur innerhalb der Produktbeschreibung steht, ohne am Blickfang teilzuhaben und die Zuordnung zu den herausgestellten Angaben zu wahren.

Der hier in Rede stehende Hinweis nimmt nicht am Blickfang teil. Insbesondere ist er nicht als sogenannter Sternchenhinweis durch ein am Blickfang teilhabendes Hinweissymbol mit diesem Blickfang verknüpft. Er findet sich vielmehr – ohne eine solche Verknüpfung – auf der Angebotsseite in deutlichem Abstand unterhalb der den Blickfang des Angebotes darstellenden Produktabbildung."

Abbildung eines Bettes

In einem früheren Verfahren hat das OLG Hamm (Urt. v. 5.6.2014, I-4 U 152/13) sich mit einem ähnlichen Sachverhalt beschäftig. In dem Fall war ein Bett abgebildet, welches mit einer Unterkonstruktion und einer Matratze ausgestattet war. Außerdem war auf dem Bett auch Bettzeug

(Decken, Kissen, Bettwäsche).

Der Händler verwendet außerdem folgenden Hinweis: „Ohne Rahmen, Auflagen und Dekoration“.

Dieser Hinweis reichte dem Gericht nicht, um darauf hinzuweisen, dass das Lattenrost und die Matratze nicht mit zum Lieferumfang gehören, da dem Verbraucher die Fachbegriffe „Rahmen“ für Lattenrost und „Auflage“ für Matratze nicht bekannt seien.

Allerdings erwarte der Verbraucher von einem Möbelhersteller und -großhändler nicht, dass das Bettzeug zum Lieferumfang umfasst sei. Daher lag in Bezug auf das Bezeug keine Irreführung vor, in Bezug auf das Lattenrost und die Matratze jedoch schon.

Fazit

Das OLG Hamm bezieht sich in seiner Entscheidung immer wieder auf eine aktuelle Entscheidung des BGH zur Bebilderung von Produktangeboten. Wer Waren im Internet (oder in Printanzeigen) anbietet, muss darauf achten, dass nur das abgebildet ist, was auch wirklich verkauft wird. Insbesondere sollte zwingend notwendiges Zubehör nicht mit abgebildet sein, wenn es nicht zum Lieferumfang gehört. (mr)