

von Mag.iur. Johannes Well

LG Frankfurt am Main: Die Echtheit von Waren gilt als Selbstverständlichkeit und darf nicht beworben werden

Das LG Frankfurt am Main entschied mit Urteil vom 8. November 2012, Az. 2-03 O 205/12, dass beim Online-Verkauf die Echtheit von Münzen eine Selbstverständlichkeit ist, die nicht beworben werden darf. Eine Zuwiderhandlung stelle eine irreführende Werbung dar und verstoße gegen § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG.

Der zugrundeliegende Fall betraf einen Auktionshändler, der über eBay Münzen verkaufte. In seinem auf eBay veröffentlichten Angebot bewarb er die Münzen damit, dass er ihre Echtheit garantiere. Außerdem verwendete er in den AGB die Klausel: "Echtheitsgarantie; Das Meckl. Auktionshaus [...] garantiert uneingeschränkt für die Echtheit der angebotenen Waren."

Dazu befand das LG Frankfurt: "Der Hinweis auf die Echtheit der Waren, wozu vorliegend auch und insbesondere Münzen gehören, verstößt in der konkreten Verwendungsform unter dem Gesichtspunkt der Werbung mit Selbstverständlichkeiten gegen [...] § 5 UWG. Grundsätzlich ist jeder Verkäufer - wenn er nicht etwas anderes mitteilt - verpflichtet, Originalwaren zu liefern. Mit seiner auffällig herausgestellten Garantiezusage täuscht der Beklagte vor [...] ein "Mehr" an Leistung zu versprechen, als nicht ohnehin schon vertraglich oder gesetzlich geschuldet ist. Gerade auch aus der Sicht redlicher Mitbewerber verschafft sich der Beklagte damit einen ungerechtfertigten Vorteil. Der Verkauf echter Waren ist eine Selbstverständlichkeit, die nicht beworben werden darf."

Ein solcher Hinweis könne auch nicht in eine Garantie uminterpretiert werden:

"Denn in diesem Fall läge ein Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 477 BGB vor, weil detaillierte Angaben zu Art und Umfang der Garantie fehlen."

Fazit: Bewirbt ein Online-Händler in seinem Angebot die Echtheit der angebotenen Ware in der Form, dass er sowohl einen selbständigen Hinweis als auch eine entsprechende AGB-Klausel in seinem Angebot führt, stellt dies dem LG Frankfurt am Main zufolge eine irreführende Werbung im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar.

Argument: Die Echtheit der angebotenen Waren sei eine Selbstverständlichkeit und dürfe aus dem Grund nicht beworben werden.

Autor:

Mag.iur. Johannes Well

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)