Werbung mit „Originalware“ kein Wettbewerbsverstoß

Eigener Leitsatz:

Eine Werbung, die eine Selbstverständlichkeit der beworbenen Ware betont, kann grundsätzlich trotz objektiver Richtigkeit der Angaben einen Verstoß gegen § 5 UWG darstellen. Der Verkehr muss jedoch in der herausgestellten Eigenschaft irrtümlich einen Vorteil gegenüber einem Konkurrenzanbieter sehen, was bei einer Bewerbung als "Originalware" nicht der Fall ist.

Oberlandesgericht Hamm

Beschluss vom 20.12.2010

Az.: I-4 W 121/10

Tenor:

Die sofortige Beschwerde der Antragstellerin vom 15.10.2010 gegen den Beschluss der 13. Zivilkammer – Kammer für Handelssachen – des Landgerichts Bochum vom 27.09.2010 wird zurückgewiesen.

Streitwert: bis zu 2.000,- €.

Entscheidungsgründe:

Die zulässige sofortige Beschwerde der Antragstellerin ist unbegründet.

Unter Berücksichtigung des bisherigen Sach- und Streitstandes und nach billigem Ermessen waren die Kosten der Antragstellerin aufzuerlegen. Das Landgericht hat zu Recht einen Verfügungsanspruch verneint. Ein Unterlassungsanspruch gemäß §§ 8 Abs. 1, 5 UWG ist nicht gegeben, weil der

Antragsgegner nicht mit irreführenden Angaben geworben hat.

Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann eine Werbung, die Selbstverständlichkeiten herausstellt, trotz objektiver Richtigkeit der Angaben gegen § 5 UWG verstoßen, sofern das angesprochene Publikum annimmt, dass mit der Werbung ein Vorzug gegenüber anderen Erzeugnissen der gleichen Gattung und den Angeboten von Mitbewerbern hervorgehoben wird. Entscheidend ist dabei, dass der Verkehr in der herausgestellten Eigenschaft der beworbenen Ware oder Leistung irrtümlich einen Vorteil sieht, den er nicht ohne weiteres, insbesondere auch nicht bei Bezug der gleichen Ware oder Leistung bei der Konkurrenz, erwarten kann (BGH, Beschl. v. 23.10.2008 WRP 2009, 435). Eine Irreführung scheidet also aus, wenn der Verkehr erkennt, dass es sich bei der betonten Eigenschaft um etwas Selbstverständliches handelt (Köhler / Bornkamm UWG, 28. Aufl., § 5 Rn 2. 115).

Die Voraussetzungen für eine Irreführung liegen im vorliegenden Fall nicht vor. Denn einem verständigen Verbraucher ist bekannt, dass der Verkäufer grundsätzlich verpflichtet ist, seine Ware als Originalware zu verkaufen, es sei denn, dass er die Ware als Nachbildung kennzeichnet. Damit hat der Verbraucher Kenntnis von dieser selbstverständlich bestehenden Verpflichtung. Eine Irreführung des Verbrauchers ist insoweit also nicht möglich. Dementsprechend ist die Werbung der Antragstellerin, mit der sie sich von Anbietern von Imitaten und Fälschungen, wie es sie auf dem Markt des Textilhandels durchaus häufig gibt, abgrenzen will, als zulässig einzustufen.