

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

LG Düsseldorf: Pflichten bei Bekanntgabe einer Preisermäßigung

Das LG Düsseldorf hat in einem Urteil über die Informationspflichten bei Bekanntgabe einer Preisermäßigung auf Basis des [neu eingeführten § 11 Abs. 1 PAngV](#) entschieden. Der Antragsgegner im Verfahren hatte in seinen Prospekten für Produkte zwei Preise angegeben, wobei der niedrigere Preis mit einem Sternchen und der teurere mit einem durchgestrichenen Preis gekennzeichnet war. Ein Wirtschaftsverband hielt diese Werbung für unzulässig, da sie den Verbraucher nicht über den niedrigsten Gesamtpreis informierte. Das LG Düsseldorf hat in seiner Entscheidung grundsätzliche Ausführungen zu den neuen Pflichten bei Preisnachlässen gemacht.

Der Sachverhalt

Der Antragsgegner, ein Teil der Unternehmensgruppe ALDI Süd, gab wöchentlich Prospekte heraus, in denen Angebote aus seinem Filialsortiment vorgestellt wurden. Dabei standen in der Preiskachel zu dem jeweiligen Produkt meistens zwei Preise. Der niedrigere Preis war groß abgedruckt und mit einem Sternchen versehen. Der Teurere war durchgestrichen und kleiner in der unteren Ecke der Kachel angegeben. Außerdem war die Kachel manchmal noch mit einem roten Störer versehen, der die prozentuale Reduzierung angab.

Die Sternchen wurden mit dem Hinweis aufgelöst, der Artikel stehe nur in begrenzter Anzahl zur Verfügung und könne daher zu einer bestimmten Zeit der Aktion ausverkauft sein.

Der Antragssteller, ein in die beim Bundesamt für Justiz geführte Liste der qualifizierten Wirtschaftsverbände gem. § 8 UWG eingetragener Verband, hielt eine solche Werbung für unzulässig. Als Grund führte er aus, sie informiere den Verbraucher nicht über den niedrigsten Gesamtpreis, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Aktion gefordert wurde. Die bloße Angabe des Streichpreises sei nicht ausreichend. Daraus sei nicht erkennbar, ob in den letzten 30 Tagen ein noch niedrigerer Preis als der jetzige gefordert wurde. Zudem sei das gesamte Prospekt verwirrend.

Auf Veranlassung des Antragstellers war eine Unterlassungsverfügung ergangen, gegen die der Antragsgegner Widerruf einlegte. Daraufhin wollte der Verband die Verfügung bestätigt haben. ALDI Süd hingegen wollte die Verfügung aufgehoben und den Antrag zurückgewiesen haben.

Die Entscheidung des LG Düsseldorf

Das LG Düsseldorf hat in seinem Urteil vom 11.11.2022 (Az.: 38 O 144/22) die einstweilige Verfügung aufgehoben und den Antrag zurückgewiesen.

Nach Auffassung des Gerichts sei dieser zulässig, aber unbegründet. Die allgemeinen Voraussetzungen für einen wettbewerbsrechtlichen Anspruch lägen zwar vor, jedoch verwirkliche das beanstandete geschäftliche Handeln des Antragsgegners **keinen Unlauterkeitstatbestand** und könne ihm deshalb nicht nach § 3 Abs. 1 UWG verboten werden.

Der Beanstandung, durch die Nichtangabe des niedrigsten Preises läge ein Verstoß gegen § 11 Abs. 1 PAngV vor, hält das Gericht zunächst entgegen, dass ein Verstoß gegen § 11 PAngV nicht automatisch die Unlauterkeit der hier ausgeübten Geschäftspraxis begründe. Diese sei mittlerweile allein nach §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG zu beurteilen (so der BGH, Urteil vom 19.05.22- I ZR 69/21; Urteil vom 07.04.22- I ZR 143/19).

Lediglich Verstöße gegen Informationspflichten, **die nicht die kommerzielle Kommunikation** betreffen, könnten weiterhin eine Unlauterkeit nach § 3a UWG begründen. Der vom Antragsteller geltend gemachte Verstoß gegen § 11 Abs. 1 PAngV habe jedoch Informationspflichten zum Gegenstand, die i.S.v. § 5 Abs. 4 UWG die kommerzielle Kommunikation (umfasst auch Werbung und Marketing) betreffe.

§ 11 Abs. 1 PAngV diene der Umsetzung der Art. 6a Abs. 1 und Abs. 2 PreisangabenRL und schreibe vor, dass bei der Bekanntgabe einer Preisermäßigung bestimmte Informationen anzugeben sind. Diese seien dem Verbraucher auch schon vor Abgabe seiner Vertragserklärung zugänglich zu machen.

Eine Unlauterkeit nach §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG wegen eines als Vorenthalten wesentlicher Informationen zu qualifizierender Verstoß gegen § 11 Abs. 1 PAngV sei jedoch abzulehnen, da die getätigte Bewerbung der Artikel § 11 Abs. 1 PAngV nicht verletze.

Die PAngV lege im Wesentlichen fest, welche Angaben dem Verbraucher bereitzustellen sind. Nach § 11 Abs. 1 sei bei der Bekanntmachung einer Preisermäßigung der niedrigste Gesamtpreis anzugeben, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Aktion gefordert wurde.

Im Fall sei der Antragsgegner dieser Verpflichtung nachgekommen, indem er den Streichpreis in der unteren Ecke der Kachel angegeben hatte. Dieser entsprach dem letzten Preis und ist der niedrigste innerhalb der letzten 30 Tage.

Eine **ausdrückliche Ausweisung**, dass es sich bei dem genannten Preis um den niedrigsten der letzten 30 Tage handelt, sei **nicht erforderlich**. Dies ergäbe sich weder aus der Systematik des § 11 Abs. 1 PAngV, noch aus dem Sinn und Zweck der Norm.

Der Zweck der Norm sei, den Verbraucher insoweit zu schützen, dass er die Preiswürdigkeit des Angebots einschätzen könne. Durch die ausdrückliche Ausweisung würde dem Verbraucher jedoch kein Mehrwert entstehen. Der Betrachter müsse sich nur erschließen können, welcher der Angebotspreis und welcher der Aktionspreis sei.

Lesetipp: Wenn Sie tiefere Informationen zu den Pflichten bei Preisermäßigungen nachlesen möchten, dürfen wir Ihnen unseren Beitrag [Ab dem 28.05.2022: Neue Pflichten bei Preisermäßigungen im Online-Handel](#) als Lektüre empfehlen!

Vorwurf der Verwirrungstiftung

Der Vorwurf, der Prospekt sei unklar und nicht eindeutig, erfülle nach Auffassung des Gerichts keinen lauterbarkeitsrechtlichen Irreführungstatbestand.

Gemäß § 5 Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher zu Entscheidungen zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Irreführend ist eine geschäftliche Handlung nach § 5 Abs. 2 UWG, wenn sie unwahre Angaben (Fall 1) oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben (Fall 2) enthält. Maßstab für die Beurteilung sei der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständigen Durchschnittsverbraucher.

Hier löse das Prospekt jedoch keine Fehlvorstellung in Bezug auf den vorhandenen Preisvorteil aus. Dies gelte sowohl für den aufmerksamen Leser als auch für denjenigen, der das Prospekt nur grob überfliege. Durch den Streichpreis und die Prozentangabe sei die Anzeige als Preissenkungswerbung zu verstehen. Auch sei für den Verbraucher erkennbar, dass ein Unternehmen nur seine eigenen Preise für ungültig erklären kann.

Es könne zwar davon ausgegangen werden, dass jeder Verbraucher je nach Hintergrundwissen die Werbung unterschiedlich interpretiere, dabei würde aber in keiner Konstellation eine Fehlvorstellung hervorgerufen. Eventuell entstehende Ungewissheiten würden das Hervorrufen einer solchen gerade nicht begründen.

Informationspflichtverletzung aufgrund irreführenden Unterlassens

Auch eine Informationspflichtverletzung in Form eines nach § 5a Abs. 1 bis 3 UWG unlauteren irreführenden Unterlassens sei nicht gegeben.

Zunächst handle es sich hier nicht um eine für § 5 UWG notwendige wesentliche Information, die benötigt würde, um eine Entscheidung zu treffen. Außerdem könne ein Vorenthalten nicht durch Bereitstellung in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise (§ 5a Abs. 2 Nr.1 und 2 UWG) aus dem Umfeld abgeleitet werden, in dem sich das beanstandete Angebot befand. Das Konzept des Prospekts sei leicht erfassbar und erfordere keinen Interpretationsaufwand.

Fazit

Bei der Bekanntgabe einer Preisermäßigung ist gem. § 11 Abs. 1 PAngV der niedrigste Gesamtpreis anzugeben, der innerhalb der letzten 30 Tage vor der Aktion gefordert wurde.

Nicht erforderlich ist, diesen ausdrücklich als solchen zu bezeichnen, wenn die Preisermäßigung dem durchschnittlichen Verbraucher als eine solche zu erkennen ist und er aufgrund einer Prozentangabe oder des neuen, billigeren Preises die Zusammenhänge ohne größeren Denkaufwand erkennen kann.

Hinweis: Sie möchten sorgenfrei rechtssicher im Internet auftreten und wünschen sich bei den rechtlichen Dingen professionelle, anwaltliche Unterstützung? Werfen Sie einen Blick auf die [Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei](#).

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt