

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

## LG Berlin: Der Begriff "Ladenpreis" ist irreführend und damit abmahnfähig

**Der Begriff "Ladenpreis" ist laut LG Berlin mehrdeutig und damit zumindest in Fällen, in denen sich die Werbung ganz oder überwiegend auf Markenware bezieht auch wettbewerbswidrig.**

### Hintergrund

Der Beklagte vertrieb gewerblich Bekleidungsstücke über die Internetplattform eBay. Am 23.02.07 bot der Beklagte eine Jeans der Marke Replay zum Verkauf an. Er bewarb diese Jeans u.a. mit dem Hinweis "Ladenpreis 94.00 ?".

Am 26.02.07 mahnte der Kläger den Beklagten ab und forderte ihn zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung bis zum 05.03.2007 auf. Dies lehnte der Beklagte mit anwaltlichem Schreiben ab. Die Klage folgte prompt...

### Rechtliche Bewertung des LG Berlin

Das LG Berlin stellte mit Urteil vom 20.08.2007 (Az. ist uns leider nicht bekannt) fest, dass der Begriff "Ladenpreis" mehrdeutig sei und zwar aus dem Grund, da der Verbraucher ihn nicht nur auf die früher vom Werbenden geforderten Preise beziehen könne, sondern auch auf einen vom Hersteller empfohlenen Preis, einen in der Branche durchschnittlich verlangten Preis oder einen allgemeinen Marktpreis. Daher hätte der Beklagte klarstellen müssen, auf welchen Preis er zu Werbezwecken hingewiesen hat. Dies gelte zumindest in Fällen, in denen sich die Werbung ganz oder überwiegend auf Markenware beziehe.

Das LG Berlin führte weiter aus:

"Die Bezugnahme auf einen "Ladenpreis" ist irreführend, wenn nicht zugleich klargestellt wird, ob es sich hierbei um den in der Branche durchschnittlich im Laden verlangten Preis, einen allgemeinen Marktpreis, einen vom Hersteller empfohlenen Preis oder den (früher) vom Werbenden selbst in seinem Laden geforderten Preis handelt. Eine derartige Klarstellung enthält die Werbeanzeige des Beklagten nicht. Es kommt daher nicht darauf an, ob der Beklagte selbst die Hose für den angegebenen Preis in einem Laden erworben hat oder er sie in seinem eigenen Laden für diesen Preis im Jahr 2006 angeboten hat. Die

Angabe des "Ladenpreises" ist entgegen der Ansicht des Beklagten auch geeignet, generell bei einem erheblichen Teil der umworbenen Verkehrskreise irriige Vorstellungen über das Angebot hervorzurufen und die zu treffende Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen. Gerade Schnäppchenjäger bei eBay sind darauf aus, hochwertige Produkte für wenig Geld zu ersteigern. Dies ist das Grundprinzip von eBay. Die durch die ohne klarstellende Zusätze zur Anpreisung "Ladenpreis 94,00 ?" hervorgerufene Fehlvorstellung über den Wert und die Preisbemessung der Hose, also für die Marktentscheidung wichtige Faktoren, ist wettbewerblich erheblich, da sie für die Mehrzahl der interessierten Verbraucher kaufentscheidend sein wird."

## Fazit

Nutzen Sie den Begriff "Ladenpreis" nicht ohne klärende Zusätze. Eine Abmahnung wäre Ihnen sonst sicher. Ähnlich wie das LG Berlin hat übrigens auch das LG Potsdam entschieden (Az. 52 O 157/07). Das LG Potsdam nahm hierbei einen Streitwert von 10.000 Euro an!

Autor:

**RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)**

Rechtsanwalt