

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

Unzulässige Werbung mit Preisvorteilen

Eine pauschalisierte Werbung mit „Preisvorteil bis zu 4.450,- €“ beim Verkauf eines PKW ist unzulässig. Dies hatte das Landgericht Osnabrück auf eine Wettbewerbsklage einer Vereinigung von Gewerbetreibenden gegen ein Autohaus entschieden. Das beklagte Autohaus ging gegen das Urteil in die Berufung. Auf Hinweis des 1. Zivilsenats nahm das Autohaus die Berufung zurück (Az. LG: 14 O 536/07).

Das Autohaus hatte in der örtlichen Presse mit dem Verkauf von Opel-Sondermodellen mit „Preisvorteil bis zu 4.450,- €“ geworben. Die Klägerin hielt diese Werbung für unzulässig, da der Preisvorteil nicht nachvollziehbar sei und die Angabe der Bezugsgröße fehle, wie z.B. der Listenpreis oder die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers. Das Landgericht Osnabrück hatte der Klage stattgegeben, da ohne die Angabe einer Bezugsgröße die Gefahr der Irreführung des Verbrauchers bestehe. Der Vorteil könne sich auch auf die Preise der Konkurrenz oder eigene sonstige Hauspreise beziehen.

Gegen das Urteil des Landgerichts wehrte sich das beklagte Autohaus mit der Berufung vor dem Oberlandesgericht Oldenburg. In der mündlichen Verhandlung beim 1. Zivilsenat des Oberlandesgerichts (Az: OLG: 1 U 10/08) stellte sich heraus, dass sich der beworbene Preisvorteil nicht allein auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers bezog, sondern weitere Zusatzleistungen umfasste, wie Versicherungsleistungen, Garantie und Mobilitätsservice. Vor diesem Hintergrund gab der Zivilsenat in der mündlichen Verhandlung den Hinweis, dass er die Werbung für unzulässig bzw. irreführend halte. Es sei nicht zulässig mit Preisvorteilen zu werben, die sich für den potentiellen Käufer aus einer unüberschaubaren Mischung von verschiedenen Preisvorteilsbestandteilen zusammensetze. Auf diesen Hinweis nahm die Beklagte die Berufung sodann zurück.

Autor:

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

Rechtsanwalt