

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

Bundesgerichtshof: Zur Werbung mit Preisnachlass für nur im Geschäft vorrätige Waren

Der BGH hat entschieden, dass die Werbung für einen Preisnachlass von 19% wettbewerbswidrig ist, wenn in der Werbung nicht klar und eindeutig darauf hingewiesen wird, dass der Nachlass nur für im Geschäft vorrätige Waren in Anspruch genommen werden kann.

Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Gebiet des Handels mit Foto- und Videokameras. Die Beklagte, die einen entsprechenden Markt in Stuttgart-Feuerbach betreibt, warb mit einem Prospekt für einen Preisnachlass mit folgendem Text: "Nur heute 3. Januar Foto- und Videokameras ohne 19% Mehrwertsteuer!*". In dem Sternchenhinweis des Prospekts war angegeben "Sparen Sie volle 19% vom Verkaufspreis". Am 3. Januar 2007 suchten zwei Mitarbeiter der Klägerin das Geschäft der Beklagten auf und erhielten beim Kauf einer Kamera auf den Verkaufspreis einen Nachlass von 19%. Auf ihre Nachfrage, ob auch nicht vorrätige Ware bestellt werden könne, erhielten sie die Auskunft, dass dies möglich sei. Auf den Preis werde aber nicht der Rabatt gewährt, der nur am 3. Januar auf die im Geschäft vorrätige Ware zu erhalten sei.

Die Klägerin hält die Werbung für den Preisnachlass wegen Verstoßes gegen das Transparenzgebot für wettbewerbswidrig und hat die Beklagte auf Unterlassung, Feststellung der Schadensersatzpflicht und Auskunftserteilung in Anspruch genommen. Das Landgericht Stuttgart hatte der Klage stattgegeben. Das Oberlandesgericht Stuttgart hat die Entscheidung des Landgerichts bestätigt. In einem nicht zum BGH gelangten Fall hatte das Oberlandesgericht Karlsruhe die gleiche Werbung, die von einem zum selben Konzern wie die Beklagte gehörenden Unternehmen in Auftrag gegeben war, für wettbewerbsrechtlich unbedenklich gehalten.

Der Bundesgerichtshof hat die Revision des beklagten Handelsunternehmens gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Stuttgart zurückgewiesen. Bei dem beworbenen Preisnachlass handelt es sich um eine Verkaufsförderungsmaßnahme. Die Bedingungen für die Inanspruchnahme einer solchen Maßnahme müssen bereits in der Werbung klar und eindeutig angegeben werden. Diesen Anforderungen genügt die Werbung der Beklagten nicht. Damit der Verbraucher seine Kaufentscheidung in Kenntnis aller relevanten Umstände treffen kann, muss er sich über die Bedingungen, die der Handel für die Inanspruchnahme einer Vergünstigung setzt, informieren können. Hierzu zählt auch der Umstand, dass ein angekündigter Nachlass nicht auf Ware gewährt wird, die nicht (mehr) vorrätig ist, aber bestellt werden kann. Möchte der Handel den angekündigten Preisnachlass in dieser Weise einschränken, muss er hierauf bereits in der Werbung hinweisen.

Urteil vom 10. Dezember 2009 | ZR 195/07

Quelle: PM des BGH

Veröffentlicht von:

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

Rechtsanwalt