

von Mag. iur Christoph Engel

„Wir zahlen Ihnen bis zu Euro 24,00 je Gramm Gold“: Keine wettbewerbswidrige Aussage

Das Werbeversprechen „Wir zahlen Ihnen bis zu Euro 24,00 je Gramm Gold“ verstößt in dieser Form weder gegen den lautereren Wettbewerb noch gegen Vorschriften der Preisangabenverordnung (PAngV). Voraussetzung ist einzig, dass tatsächlich bis zu EUR 24,- je Gramm Gold (abhängig vom Reinheitsgrad) ausbezahlt werden.

Pfandhäuser können nach der Rechtsauffassung des LG Kiel mit solchen Angeboten werben, ohne gegen einschlägige Wettbewerbsvorschriften, etwa das Irreführungsverbot oder die Grundsätze der Preiswahrheit, zu verstoßen. Die einzelnen Berührungspunkte mit den verschiedenen Vorschriften werden in einem Urteil von 2010 sehr schön dargestellt, Verstöße jedoch nicht angenommen (vgl. LG Kiel, Urte. v. 28.07.2010, Az. 14 O 32/10; m.w.N.).

So soll kein Verstoß gegen die PAngV vorliegen, da der Goldankauf schon nicht in den entsprechenden Anwendungsbereich fällt und auch kein „Anbieten“ im Sinne der PAngV erkennbar ist:

“

„Die Preisangabenverordnung ist schon von ihrem persönlichen Anwendungsbereich her nicht eröffnet. Die darin geregelte Verpflichtung zur Preisangabe trifft nach § 1 Abs. 1 denjenigen, der Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt. Hier bietet die Klägerin aber keine Waren oder Dienstleistungen an, vielmehr fordert sie den Letztverbraucher auf, ihr Gold zum Ankauf anzudienen. Darüber hinaus aber liegt auch kein ‚Anbieten‘ i. S. dieser Vorschrift vor. Der Begriff des Anbietens i. S. d. § 1 Abs. 1 PAngV umfasst zwar nicht nur Vertragsangebote i. S. d. § 145 BGB, sondern darüber hinaus jede Erklärung eines Unternehmers, die im Verkehr in einem rein tatsächlichen Sinne als Angebot verstanden wird. Werbeanzeigen, die nach ihrem Inhalt den Abschluss eines Geschäfts nicht ohne weiteres zulassen, genügen dem jedoch nicht. Bedarf es noch ergänzender Angaben und weiterer Verhandlungen, um das Geschäft zum Abschluss zu bringen, enthält die Werbung noch kein Angebot i. S. d. § 1 Abs. 1 PAngV [...]“

”

Ebenso liegt keine Irreführung des Verbrauchers vor, da diesem nach den Grundsätzen der Allgemeinbildung bewusst sein dürfte, dass nicht für jede Goldlegierung tatsächlich EUR 24,- ausbezahlt werden dürften:

“

„Auch ein Verstoß gegen das Irreführungsverbot des § 5 UWG liegt nicht vor. Nach dieser Vorschrift handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt. [...] Für die Prüfung, ob zur Täuschung geeignete Angaben vorliegen, ist auf das Verständnis eines durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers abzustellen, der der Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt [...].“

”

“

Dem durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher ist aber zur Überzeugung der Kammer bekannt, dass sich der Wert des Goldes und dementsprechend auch der hierfür zu zahlende Preis maßgeblich nach dem Reinheitsgehalt richtet. Dies gehört zum Allgemeinwissen. Damit ist für ihn aber auch hinreichend deutlich, dass der in der Werbeanzeige genannte Preis von ‚bis zu 24 €‘ nicht für jede Art von angebotenen Gold, etwa auch für eine ganz niedrige Legierung, gezahlt werden wird, sondern nur für solches der höchsten Reinheitsstufe.“

”

Schließlich soll auch die Preiswahrheit nicht verletzt worden sein, da mit dem Werbetext nur der Goldankauf angeboten, nicht aber konkrete Preise festgelegt werden sollen:

“

„[Es] liegt auch kein Verstoß gegen die Grundsätze der Preiswahrheit und Preisklarheit vor. Dem Verbraucher, der die beanstandete Werbung liest, ist bewusst, dass hier gerade noch keine konkreten Ankaufspreise genannt werden, sondern nur der Werbehinweis darauf erfolgt, dass der Ankauf von Gold angeboten wird, wobei ein Betrag von bis zu 24 € gezahlt werden wird. Insofern wird auch nicht mit einem bestimmten Ankaufspreis geworben. Dies ist in einer Werbeanzeige auch nicht erforderlich.“

”

Das Urteil ist insgesamt überzeugend. Ein Goldankäufer, der zum Zeitpunkt der Werbung selbst noch nicht weiß, welche Goldlegierungen ihm in welcher Verarbeitungsform zum Ankauf vorgelegt werden, kann sich schwerlich im Vorhinein auf konkrete Preise festlegen. Entscheidend ist nur, dass er während der Dauer dieser Werbung auch tatsächlich bereit ist, bis zu EUR 24,- je Gramm Gold auszubezahlen.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)