

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

LG München: Zur Zulässigkeit der Werbung "10 Prozent auf alles"

Zwei Tage lang "10 % auf alles!" – Mit dieser Ankündigung in einem Werbeprospekt hatte ein Gartencenter in eine seiner Filialen in Landshut gelockt. Laut einem „Sternchenhinweis“ waren allerdings „Werbeware, Gutscheine und bereits reduzierte Ware“ von der Rabatt-Aktion ausgenommen. Das Landgericht München I untersagte diese Werbung nunmehr auf Antrag eines Verbraucherschutzvereins per einstweiliger Verfügung als wettbewerbswidrig.

Zur Begründung führten die Richter der 33. Zivilkammer aus, die Aussage „10 % auf alles“ sei falsch, da die Preisreduktion eben nicht auf sämtliche Waren gewährt worden sei. Dass auf die Ausnahmen mit einem Sternchenhinweis hingewiesen werde, sei unerheblich, da eine blickfangmäßig herausgestellte Anpreisung für sich genommen keine unwahren Angaben enthalten dürfe. Lediglich Erläuterungen oder Ergänzungen, die der Klarstellung nicht eindeutiger blickfangmäßiger Werbeaussagen dienten, dürften mit einer Fußnote vorgenommen werden. Hier sei dagegen die eindeutige Ankündigung der Rabatt-Aktion „10 % auf alles“ unwahr, wie sich erst aus dem „Kleingedruckten“ ergebe. Hinzu komme, dass die Beklagte ihrer Einlassung nach auch Bücher und Zeitschriften verkaufe, die infolge der hierfür bestehenden gesetzlichen Preisbindung ebenfalls nicht von dem Rabatt erfasst seien.

Das beklagte Gartencenter hatte im Rahmen der Auseinandersetzung angegeben, an den betreffenden Aktionstagen seien 81 % der umgesetzten Waren mit einem Preisnachlass von mindestens 10 % oder mehr verkauft worden. - Das sei zwar ein mehrheitlicher Warenanteil, aber eben nicht „alles“, urteilten die Richter.

Soweit der Kläger außerdem geltend machte, die Begriffe „Werbeware“ und „bereits reduzierte Ware“ seien zu unbestimmt, da die angesprochenen Verbraucher nicht erkennen könnten, welche Produkte darunter fielen, teilte die Kammer diese Auffassung für die Einschränkung der „bereits reduzierten Ware“ nicht: Es sei klar, dass Artikel, die bereits reduziert worden seien, von der Rabattaktion nicht erfasst seien. Das Gesetz fordere nicht, dass der Verbraucher - bereits bevor er sich in das Geschäft des Werbenden begeben - eine klare Vorstellung hinsichtlich jedes einzelnen dort angebotenen Produktes und der Höhe des hierfür jeweils gewährten Preisnachlasses habe. „Derartige Gedanken macht sich der Verbraucher typischerweise auch nicht. Wird bereits reduzierte Ware von der Rabattaktion ausgenommen, wissen die angesprochenen Verkehrskreise, dass sie entweder einen 10%igen Rabatt, oder bereits reduzierte Ware erwerben können,“ so die Begründung des Gerichts.

Bezüglich der Verwendung des Begriffs „Werbeware“ wurde der Unterlassungsanspruch von der Beklagten anerkannt.

(Urteil des Landgerichts München I vom 28.08.2012, Aktenzeichen: 33 O 13190/12 – nicht rechtskräftig)

Quelle: PM des LG München I

Veröffentlicht von:

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

Rechtsanwalt