

von Mag. iur Christoph Engel

Preisklarheit und Preiswahrheit beim Ratenkauf: Auch Endpreise sind deutlich darzustellen!

Wer Ratenzahlungen anbietet, hat neben der Höhe einer Monatsrate und der Vertragslaufzeit auch einen Endpreis anzugeben, um dem interessierten Kunden die Rechenaufgabe zu ersparen – er hat diese Pflichtangaben aber auch richtig zu bezeichnen und in einer lesbaren Form darzustellen, um dem Verbraucher auch den Griff zur Lupe zu ersparen. Ein Urteil des Oberlandesgerichts Brandenburg zeigt sehr schön, wie es nicht geht (vgl. aktuell OLG Brandenburg, Urte. v. 11.12.2012, Az. 6 U 27/10).

Der Sachverhalt

Der streitgegenständliche Werbeträger war ein Prospekt, mit dem ein Möbelhaus für „Möbel und Küchen für nur 49 € im Monat“ warb. In diesem Prospekt waren zwar grundsätzlich alle von der Preisangabenverordnung (PAngV) vorgeschriebenen Preise vermerkt, jedoch waren sie falsch bezeichnet und auch teilweise nicht ausreichend lesbar dargestellt.

Die Monatsrate war als „Lieferpreis“ bezeichnet, und der Endpreis als „Werbepreis“. Die Rate von € 49,- war blickfangmäßig in Gelb auf einem roten Boxhandschuh dargestellt, darunter – in kleinerer Schrift – die Angabe „monatlich“ sowie ein Fußnotenverweis. Dieser führte zu einem Kästchen, in dem – in winziger Schrift – die mögliche Gestaltung der Laufzeit und darunter in noch kleinerer Schrift (teilw. nur 1 mm hoch) der Endpreis angegeben war.

Das Urteil des OLG Brandenburg

Die Art der Preisdarstellung war nach Ansicht des Oberlandesgerichts Brandenburg natürlich völlig unzureichend: Preis müssen, so das Gericht, grundsätzlich klar und wahrheitsgemäß sowie deutlich erkennbar angegeben werden. So stellten die Richter allgemein klar (vgl. OLG Brandenburg, Urte. v. 11.12.2012, Az. 6 U 27/10; mit weiteren Nachweisen):

“

"Nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV hat derjenige, der als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, die Endpreise anzugeben. Die Angaben zu den Endpreisen müssen nach § 1 Abs. 6 PAngV der allgemeinen Verkehrsauffassung und den Grundsätzen von Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen und dem Angebot eindeutig zuzuordnen sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar sein."

”

Gerade die letzten Punkte waren jedoch nach Ansicht der Richter nicht erfüllt, so waren zwar die

notwendigen Angaben grundsätzlich vorhanden, aber irreführend bezeichnet und auch kaum wahrnehmbar. Daran übten die Richter entsprechend heftige Kritik:

“

"Zwar ist hinsichtlich der einzelnen beworbenen Möbelstücke ein Endpreis angegeben, der von der Beklagten hier als „Werbepreis“ bezeichnet wird. Der angegebene Endpreis ist jedoch weder deutlich lesbar noch sonst gut wahrnehmbar. Vielmehr wird in der Werbung blickfangmäßig durch eine deutlich größere gelbe Schrift auf rotem Grund die jeweils zu zahlende monatliche Rate von 49 € hervorgehoben, die zudem irreführend als „Lieferpreis“ bezeichnet wird. Der tatsächlich zu zahlende Endpreis ist hingegen deutlich kleiner in schlecht lesbarer Größe dargestellt, wobei der Endpreis nochmals in einem deutlich kleineren Schriftbild dargestellt wird als die darüber in dem weiß unterlegten Textfeld angegebene Zahl der Monatsraten. Leichte Erkennbarkeit und deutliche Lesbarkeit sind nicht gegeben, wenn – wie hier – Schriftgröße, Schriftart oder Schriftfarbe derart gewählt sind, dass die Angaben nur mit Mühe wahrgenommen werden können [...] und der Endpreis erst durch einen zusätzlichen Rechengang ermittelt werden muss [...]."

”

Quintessenz

Preise müssen grundsätzlich nach den Vorgaben der PAngV dargestellt werden. Dazu gehören im Falle einer Ratenzahlung

- Höhe der Monatsrate,
- Laufzeit und
- Endpreis (also Monatsrate mal Laufzeit).

Die Darstellung der Preise muss folgende Kriterien erfüllen:

- Die Preise müssen im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Angebot dargestellt werden;
- die Preise müssen in klarem Schriftbild und insgesamt deutlich les- und wahrnehmbar dargestellt sein; und
- durch die Gestaltung darf nicht von einzelnen Aspekten (insbesondere vom Endpreis) abgelenkt werden.

Sternchenhinweise sind zwar zulässig, werfen aber weitere Probleme auf und sollten daher so weit wie möglich vermieden werden.

Kommentar

Preise korrekt darzustellen ist mittlerweile deutlich schwieriger als die simple Rechnung „Monatsrate mal Laufzeit“. Genau diese Rechnung soll dem Verbraucher aber erspart werden – beim Stöbern im Prospekt soll der schnelle Preisvergleich möglich sein, ohne dass der Leser zu Lupe, Taschenrechner oder sonstigen Hilfsmitteln greifen muss. Für den Händler hat das natürlich den Nachteil, dass er in seinen Werbeträgern für eine in jeder Hinsicht korrekte Preisdarstellung zu sorgen hat – ansonsten dauert es erfahrungsgemäß nicht lange, bis die erste Abmahnung hereinflattert.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)