

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

OLG Hamm: Unzulässige Werbung mit durchgestrichenen "Statt"-Preisen

Die Werbung einer sog. Postenbörse mit durchgestrichenen „Statt“-Preisen ist mehrdeutig und damit irreführend, wenn nicht klargestellt ist, um was für einen Vergleichspreis es sich bei dem durchgestrichenen Preis handelt, und wenn nicht alle in Betracht kommenden Bedeutungen der Werbeaussage zutreffen. Das hat der 4. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Hamm am 24.01.2013 entschieden und damit in Abänderung des erstinstanzlichen Urteils des Landgerichts Münster eine zuvor erlassene einstweilige Verfügung bestätigt.

Die Antragstellerin ist eine Warenhandelsgesellschaft aus Bielefeld, die Waren unterschiedlichster Art, u.a. Haushaltswaren, importiert und überregional vertreibt. Sie hat vom Antragsgegner, dem Betreiber einer sog. Postenbörse in Schüttorf, verlangt, es zu unterlassen, für angebotene Artikel mit durchgestrichenen, nicht näher erläuterten „Statt“-Preisen zu werben. Das Landgericht hatte zunächst eine dem Begehren entsprechende einstweilige Verfügung erlassen, diese mit dem angefochtenen Urteil aber wieder aufgehoben, weil sich die beanstandete Prospektwerbung des Antragsgegners nicht auf Markenware beziehe und deswegen nicht mehrdeutig und irreführend sei.

Auf die Berufung der Antragstellerin hat der 4. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Hamm den wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch der Antragstellerin bestätigt. Die beanstandete Werbung mit einem nicht näher erläuterten „Statt“-Preis sei irreführend. Sie sei mehrdeutig und könne von einem durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher in einem den tatsächlichen Verhältnissen nicht entsprechenden Sinne verstanden werden.

Die Werbung könne einerseits den Eindruck vermitteln, es handele sich bei dem durchgestrichenen „Statt“-Preis um einen früher von der Postenbörse selbst geforderten Preis, der nunmehr gegenstandslos sei. Um solche Preise gehe es nach dem Vortrag des Antragsgegners.

Ein Verbraucher könne aber andererseits auch annehmen, bei dem durchgestrichenen „Statt“-Preis handele es sich nicht um einen früheren Preis der Postenbörse, sondern um einen vom regulären Einzelhandel üblicherweise oder früher geforderten Preis. Sog. Postenbörsen böten nach landläufigem Verständnis u.a. als Wiederverkäufer Restposten, Zweite-Wahl-Ware, Ladenhüter, Auslaufmodelle und ähnliches an, und zwar zu gegenüber dem „regulären“ Einzelhandel deutlich niedrigeren Preisen, worauf der potentielle Kunde einer solchen Postenbörse gesteigerten Wert lege.

Werde nun mit der dargestellten Mehrdeutigkeit für die Artikel geworben, müsse der Werbende die verschiedenen Bedeutungen der Werbung gegen sich gelten lassen, d. h. jede einzelne Angabe müsse wahr sein, andernfalls sei sie – wie im vorliegenden Fall – unlauter.

Rechtskräftiges Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 24.01.2013 (4 U 186/12)

Quelle: PM des OLG Hamm

Veröffentlicht von:

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

Rechtsanwalt