

von **Henrike Teitge**

## LG Stuttgart: Bezeichnung „Outlet“ im Onlinehandel schnell irreführend

Was versteht man eigentlich unter dem Begriff „Outlet“? Der Anglizismus ist ein mittlerweile geläufig gebrauchtes Wort in der Werbesprache und steht meistens für den Verkauf von besonders günstiger Markenware. Dennoch hat gerade der Käufer bei dem Begriff eine bestimmte Erwartungshaltung. Das LG Stuttgart stufte die Bezeichnung „Outlet“ im Onlinehandel als irreführend gemäß § 5 Abs. 1 UWG ein, wenn kein direkter Fabrikverkauf stattfindet.

### 1. Zum Sachverhalt

Die Beklagte betreibt einen sogenannten Shoppingclub, bei dem sich die Benutzer anmelden müssen. Unter der Rurik „Outlet“ informiert sie die potenziellen Käufer wie folgt:

“

*„[...] Der Outlet Shop von I. ist neu, der Outlet Shop von ... ist anders! Ähnlich wie bei einem Lagerverkauf oder Fabrikverkauf findet ihr in unserem Outlet jede Menge Restposten-Marken, End-of-Season Ware und Sonderkollektionen bekannter Marken zu unglaublich günstigen Preisen. Rabatte bis zu -80% gegenüber der UVP der Hersteller sind möglich [...]“*

”

Der Kläger ist Hersteller verschiedener Kosmetikprodukte und hält die Bezeichnung „Outlet“ für irreführend. Darunter verstehe man einen Fabrikverkauf, bei dem der Hersteller seine eigenen Produkte direkt an den Endabnehmer verkaufe. Der Preisvorteil für den Verbraucher resultiere gerade aus den fehlenden Zwischenhändlern. Bei dem Shoppingclub der Beklagten handele es sich aber lediglich um ein normales, klassisches Einzelhandelsangebot von Restposten. Der Verkehr werde daher im Sinne des § 5 I S. 2 Nr. 2 UWG getäuscht.

### 2. Entscheidung des Gerichts

Das LG Stuttgart entschied zugunsten des Herstellers und verurteile die Beklagte, es gemäß §§ 8 Abs. 1 S.1 i.V.m, §§ 3, 5 Abs. 1 S.2 Nr. 2 UWG zu unterlassen, ihr Warenangebot mit dem Begriff „Outlet“ zu bewerben.

Eine Werbung sei irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 UWG, wenn sie dazu geeignet ist, bei einem erheblichen Teil des angesprochenen Verkehrskreises irriige Vorstellungen hervorzurufen und die zu treffende Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen (BGH ZR 89/12).

Zwar meine der englische Begriff „Outlet“ wörtlich übersetzt „Verkaufsstelle“, dennoch verstehe der durchschnittliche Verbraucher in Deutschland unter der Bezeichnung „Outlet“ selbst ohne den Zusatz

„Factory-“ den klassischen Fabrikverkauf des Herstellers selbst. Werde die Ware also in einem „Outlet“ beworben, so entsteht der Eindruck, der Hersteller gebe Waren selbst besonders günstig ab, die ansonsten im Groß- und Einzelhandel vertrieben werden. Der Verbraucher stelle eine Beziehung zwischen Einzelhändler und Hersteller her, etwa, dass der Einzelhändler in irgendeiner Art und Weise vom Hersteller legitimiert sei, die Waren zu einem erheblich günstigeren Preis zu verkaufen. Es ist irreführend, dass die Waren aber tatsächlich nicht unmittelbar vom Hersteller sondern von einem normalen Handelsunternehmen stammen, so das LG Stuttgart.

### 3. Praxishinweis

Das LG Stuttgart schließt sich mit seinem Urteil einer Entscheidung des BGH von 2012 (BGH ZR 89/12) an. Für Online-Händler empfiehlt es sich daher, auf den Begriff „Outlet“ zu verzichten, sofern sie damit lediglich auf preisreduzierte Ware aufmerksam machen wollen und keine Verbindung zum Hersteller der Ware besteht.

Autor:

**Henrike Teitge**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)