

von Sarah Thomamüller

Die Werbung mit der Tiefpreisgarantie und was dabei zu beachten ist

Die Tiefpreisgarantie ist ein attraktives Werbemittel, gerade auch für viele Online-Händler. Doch was in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht bei der Werbung mit einer Tiefpreisgarantie zu beachten? Lesen Sie hierzu den aktuellen Beitrag der IT-Recht Kanzlei.

Allgemeines

Wer kennt sie nicht, die Werbung, dass ein bestimmtes Produkt nirgendwo günstiger angeboten wird? Und sollte das doch einmal der Fall sein, bekommt der Kunde den Differenzbetrag zurück.

Abzugrenzen ist die Tiefpreisgarantie insbesondere von der Bestpreisgarantie. Während der Kunde bei der Tiefpreisgarantie den Differenzbetrag im Vergleich zu einem günstigeren Konkurrenzangebot erstattet bekommt, erhält er bei der Bestpreisgarantie einen über die Differenz hinausgehenden Betrag zurück, sodass er nun das Produkt zum besten Preis, noch günstiger als bei einem Konkurrenten, erhalten hat.

Die Tiefpreisgarantie bedeutet nicht, dass der Preis von keinem anderen Händler unterboten wird, sondern dass der Preis unter dem durchschnittlichen Marktniveau liegt.

Nachfolgend wird nur die Werbung mit der Tiefpreisgarantie betrachtet.

Wettbewerbsrechtliche Aspekte der Tiefpreisgarantie

Die Tiefpreisgarantie kann viele verschiedene wettbewerbsrechtliche Vorschriften tangieren. Insbesondere relevant sind § 5 Abs. 1, S. 2, Nrn. 2 und 7 UWG.

Eine geschäftliche Handlung kann gem. § 5 UWG irreführend sein, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

Zitat

Nr.2:

"den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird [...]."

Nr. 7:

"Rechte des Verbrauchers, insbesondere solche auf Grund von Garantieverprechen [...]."

/Zitat

Bei der Werbung mit der Tiefpreisgarantie ist also stets darauf zu achten, dass diese zum Schutz der Verbraucher und der Mitbewerber nicht irreführend ist. Bei der Prüfung, ob eine Irreführung vorliegt, ist dabei auf das durchschnittliche Mitglied des angesprochenen Verkehrskreises, in der Regel also auf den "normal informierten und angemessen aufmerksamen, verständigen Durchschnittsverbraucher" abzustellen. Die gemachten Angaben dürfen dabei weder ungenau noch so verwirrend sein, dass sie einen Durchschnittsverbraucher irreführen könnten.

Folgen der Verwendung irreführender Angaben können vor allem Unterlassungsansprüche von Mitbewerbern und Verbänden, bei Verschulden sogar Schadensersatzansprüche sein, §§ 8, 9 UWG.

Werbung mit der Tiefpreisgarantie

Garantien werden Bestandteil des geschlossenen Vertrages, was dazu führt, dass sich der Kunde direkt auf sie berufen kann. Deshalb ist ein besonderes Augenmerk auf die Formulierung des Garantieverprechens zu legen.

Für den Fall, dass online mit der Tiefpreisgarantie und dem Hinweis auf Erstattung des Differenzbetrages geworben wird, muss die Garantie zusätzlich näher erläutert werden, da das Transparenzgebot gem. § 4 Nr. 4 UWG dies aus Gründen des Verbraucherschutzes erfordert. Dies kann bereits räumlich zusammenhängend mit der Tiefpreisgarantie oder der Übersichtlichkeit halber auch auf einer separaten, dann explizit verlinkten Seite, erfolgen. Die Verknüpfung kann durch einen sog. Sternchenhinweis geschaffen werden. Zu berücksichtigen ist aber, dass bei außergewöhnlichen Bedingungen ein ausdrücklicher Hinweis auf die Besonderheiten erfolgen muss, ein nur pauschaler Verweis darauf reicht nicht aus (sh. unten Urteil LG Stuttgart).

Bei den Erläuterungen sind vor allem die Abwicklung und Bedingungen der Inanspruchnahme der Garantie ausführlich aufzulisten. Im Rahmen der Bedingungen kann beispielsweise folgendes festgelegt werden:

- Ausschussware und Mängel Exemplare sollen als Konkurrenzangebote nicht erfasst sein.
- Konkurrenzangebote werden nur berücksichtigt, wenn sie aus einem deutschen Online-Shop oder Ladengeschäft stammen.
- Konkurrenzartikel müssen neu, unbeschädigt und originalverpackt sein.
- Aus welchen Bestandteilen setzt sich der Konkurrenzpreis zusammen; müssen zum Beispiel Versandkosten mit eingerechnet werden?
- Die Tiefpreisgarantie ist nicht mit anderen Aktionen oder Rabatten kombinierbar.
- Innerhalb welchen Zeitraums muss der Anspruch geltend gemacht werden?
- Was geschieht im Fall eines Widerrufs durch den Kunden?

Urteile zum Thema Tiefpreisgarantie

OLG Hamburg: Werbung mit Tiefpreisgarantie irreführend, sofern sich Händler ein Wahlrecht vorbehält, ob er den Differenzbetrag zurück erstattet oder das Gerät zurück nimmt

Die Beklagte betrieb einen Elektrofachmarkt in Hamburg und warb mit folgendem Slogan:

"Tiefpreisgarantie. Ihr Vorteil ist unser Versprechen: Sollten Sie innerhalb von 14 Tagen ein bei uns gekauftes Produkt - bei gleicher Leistung und in unserer Region - günstiger sehen, erstatten wir Ihnen den Differenzbetrag oder nehmen das Gerät zurück."

Das OLG Hamburg verurteilte die Beklagte mit Urteil vom 13. Februar 2014, Az. 5 U 160/11, auf Unterlassung, wegen eines Verstoßes gegen das Irreführungsverbot nach § 5 Abs. 1, S. 2, Nr. 7 UWG. Irreführend sei das Garantieverprechen deshalb, weil es sich genau genommen um zwei verschiedene Versprechen handele.

Zunächst werde im ersten Satzteil die Tiefpreisgarantie in Form der Erstattung des Differenzbetrags und sodann im letzten Satzteil eine "Geld zurück Garantie" in Form der Rückabwicklung des Vertrags eingeräumt. Dabei bestehe aufgrund der Formulierung "oder" ein Wahlrecht des Händlers, welche Garantieleistung dem Kunden gewährt werde. Problematisch ist dieses Wahlrecht deshalb, weil es sich bei der "Geld zurück Garantie" nicht um eine Tiefpreisgarantie handele, da sie dem Kunden das Produkt nicht zum günstigen Preis garantiere, sondern nur die Möglichkeit biete, den Vertrag rückgängig zu machen. Ein Verbraucher gehe bei der Werbung mit der Tiefpreisgarantie davon aus, dass er das Produkt in jedem Fall

zum Tiefpreis erhalte und dies sei hier aufgrund des Wahlrechts des Händlers nicht der Fall. Der Slogan sei mehrdeutig und somit irreführend.

OLG Hamm: Einschränkung der Tiefpreisgarantie insofern, dass nur Angebote "autorisierter Händler" berücksichtigt würden, ist nicht irreführend

Die Beklagte warb auf Ihrer Internetseite mit dem Slogan

■ *"WIR GARANTIEREN DEN NIEDRIGSTEN PREIS!"*

Zudem enthielt die Garantie die Einschränkung, dass nur Vergleichsangebote von "autorisierten Händlern" berücksichtigt werden und eine Abgabe nur in "handelsüblichen Mengen" erfolgt. Die Klägerin verlangte Unterlassung der Tiefpreisgarantie aufgrund Irreführung durch diese Einschränkung.

Das Gericht entschied mit Urteil vom 02. August 2011, Az. I-4 U 93/11, dass Unterlassung nicht verlangt werden könne, da die Bedingungen nicht an einer versteckten Stelle, sondern räumlich im Zusammenhang mit der Tiefpreisgarantie erwähnt wurden. Ferner sei die Einschränkung auch inhaltlich nicht zu beanstanden, da der Verbraucher verstehe, wer ein autorisierter Händler sei. Auf die Einschränkung bezüglich der handelsüblichen Mengen sei nicht mehr einzugehen, da die Einschränkung wegen der Formulierung "und" kumulativ wettbewerbswidrig sein müsse, dies aufgrund der Zulässigkeit des ersten Teils aber schon nicht möglich sei.

OLG Köln: Bei der Werbung mit der Tiefpreisgarantie muss auf außergewöhnliche Bedingungen ausdrücklich hingewiesen werden

Die beklagte Fluggesellschaft warb in einer Tageszeitung mit folgenden Tiefpreisgarantien:

■ *"Man muss kein Insider sein, um das zu verstehen: Nur S. garantiert die tiefsten Preise!" und "Wir garantieren Ihnen Sie sparen Geld" sowie (kleiner) " Finden Sie einen niedrigeren Tarif als bei S., erstatten wir Ihnen die Differenz doppelt zurück*".*

Die Auflösung des Sternchenhinweises lautete:

■ *Die Tiefpreisgarantie unterliegt besonderen Bedingungen - Details auf S..de.*

Die Bedingungen waren unter anderem, dass der Kunde innerhalb von einer Stunde ein günstigeres Angebot finden und vorlegen musste, indem er ein nur in englischer Sprache erhältlich Formulare ausfüllen und abschicken musste. Zudem durften nur solche Angebote verglichen werden, bei denen sich

die Abflugzeit um nicht mehr als eine Stunde von der gebuchten unterschied.

Das Gericht entschied mit Urteil vom 22. September 2009, Az. 6 U 26/09, dass Unterlassung verlangt werden könne, solange auf die monierten Bedingungen auf der Internetseite nicht ausdrücklicher als in dem Sternchenhinweis hingewiesen werde. Der lediglich pauschale Verweis auf weitere Bedingungen auf der Internetseite reiche hier nicht aus. Er sei ein Verstoß gegen das Irreführungsgebot gem. § 5 Abs. 1, S. 2, Nr. 7 UWG, da ein Kunde derartige Bedingungen für die Inanspruchnahme der Garantie nicht erwarte. Ferner liege ein Verstoß gegen das Transparenzgebot gem. § 4 Abs. 4 UWG vor, da für den Kunden die Bedingungen nicht ohne Weiteres ersichtlich seien. Dies sei aufgrund der hier gesetzten, für den Verbraucher außergewöhnlichen, Bedingungen aber notwendig.

LG Stuttgart: Werbung mit dem besten Preis, die nur im Kleingedruckten richtig als Tiefpreisgarantie beschrieben wird, ist irreführend

Der beklagte Möbeldiscounter warb in seinem Prospekt mit

■ *"[...] Wir haben den besten Preis!"*.

Das Gericht entschied mit Urteil vom 10. Juli 2009, Az. 40 O 44/09 KfH, dass diese Aussage irreführend sei, weil nur in kleiner Schrift in einem Begleittext, der durch einen Sternchenhinweis mit dem Slogan verbunden ist, darauf hingewiesen werde, dass es sich um eine Tiefpreisgarantie, und nicht wie der Wortlaut suggeriere, um eine Bestpreisgarantie (zur Abgrenzung siehe oben) handele. Der durchschnittliche Verbraucher könne nicht erkennen, dass "nur" eine Tiefpreisgarantie eingeräumt werde. Der Hinweis auf die Tiefpreisgarantie sei insofern nicht hinreichend deutlich und verstoße daher gegen §§ 3, 5 Abs. 1, S. 2, Nrn. 1 und 2 UWG.

Fazit

Die Werbung mit der Tiefpreisgarantie ist ein viel genutztes Werbemittel, auf das Kunden besonders positiv reagieren. Dabei muss stets darauf geachtet werden, dass die Werbung für den Verbraucher nicht verwirrend, unklar oder sogar unwahr ist.

Gerne sind wir bei der Formulierung von Garantieverprechen und Bedingungen behilflich.

Autor:

Sarah Thomamüller

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)