

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

OLG Stuttgart sieht keine Irreführung: Entspannung bei Werbung mit Streichpreis ohne nähere Erläuterung

Die Werbung mit einem dem aktuellen Preis gegenübergestellten, durchgestrichenen höheren Preis verfehlt auch in den Zeiten des Ecommerce ihre Wirkung nicht. So sieht der Verbraucher doch auf den ersten Blick, welchen Betrag er (vermeintlich) einspart. Das animiert zum Kauf. Das OLG Stuttgart sorgt nun für eine Entspannung bei den Zulässigkeitsanforderungen.

Transparenz ist gefragt

Die Werbung mit Preisgegenüberstellungen ist juristisch jedoch kein einfaches Feld und häufiges Ziel von Abmahnungen. Transparenz ist dabei oberstes Gebot, wird in der Praxis doch gerne mit Mondpreisen oder veralteten unverbindlichen Preisempfehlungen (UVP) geworben. Zum einen muss der Verbraucher erkennen können, welchen Preis der höhere, durchgestrichene Preis darstellt (also etwa eine UVP des Herstellers, einen Konkurrentenpreis oder den ehemaligen vom Webenden verlangten Preis). Zum anderen muss der gegenübergestellte höhere Preis natürlich auch „wahr“ sein, d.h., der Preis muss sich der Höhe nach mit der UVP des Artikels decken bzw. in dieser Höhe vom Webenden vorher eine gewisse Zeit verlangt worden sein.

Streichpreise ohne Erläuterung werden häufig abgemahnt

Die Gegenüberstellung eines nicht näher bezeichneten, durchgestrichenen höheren Preises wurde in der Vergangenheit von den Gerichten kontrovers beurteilt. Eine Tendenz war jedoch dahingehend zu erkennen, dass die Rechtsprechung eine Irreführung annahm, weil für den Verbraucher nicht klar sei, welchen Preis der durchgestrichene Preis abbilde. In der Literatur dagegen war die Ansicht vorherrschend, dass keine Irreführung anzunehmen sei, weil der Verkehr dann davon ausgehen müsse, es handele sich bei dem Streichpreis um den ehemaligen, vom Verkäufer verlangten Preis.

Im Rahmen unserer Beratungspraxis wurde uns eine Vielzahl entsprechender Abmahnungen bekannt.

OLG Stuttgart sieht keine Irreführung

Mit Urteil vom 17.07.2014 (Az.: 2 U 232/13) hatte das OLG Stuttgart über eine Werbung mit Streichpreisen auf der Plattform Amazon.de zu entscheiden.

Ein Anbieter verkaufte seine Ware über Amazon Marketplace. Für diesen Artikel war ein in großer, roter Schrift angegebener Preis vorhanden mit dem einleitenden Wort „Jetzt:“. Darüber befand sich ein in kleinerer, in grauer Schrift dargestellter, durchgestrichener höherer Preis mit dem Zusatz „Statt:“

Darin sah ein Mitbewerber des Anbieters eine irreführende Werbung mit einer Preisgegenüberstellung und sprach eine Abmahnung gegen den Anbieter aus. Der Abgemahnte lehnt es ab, eine Unterlassungserklärung abzugeben und bezog sich darauf, dass der höhere, durchgestrichene Preis den ehemals von ihm verlangten Preis darstellte, was auch vom Verbraucher so verstanden würde.

Daraufhin wurde geklagt.

Nachdem das LG Stuttgart in erster Instanz eine der Verkehrskreise verneint hatte, traf man sich nun in der Berufungsinstanz vor dem OLG Stuttgart wieder. Auch das Berufungsgericht konnte in dieser Art der Werbung keine Irreführung erkennen.

Käufer stellt sich den alten Verkäuferpreis als Referenz vor

Das OLG schloss sich der Ansicht des LG an. Es sei anzunehmen, dass der überwiegende Teil des angesprochenen Verkehrs davon ausgeht, dass es sich bei dem durchgestrichenen höheren Preis um den früher vom Verkäufer verlangten Preis handle. Irreführungsgefahr sei daher nicht gegeben.

Konkret führte das OLG hierzu aus:

“

*„Der Verkehr sieht in dem durchgestrichenen Preis hier den früher von der Beklagten verlangten Preis. Eine Mehrdeutigkeit, wie sie die Klägerin behauptet, besteht nicht, jedenfalls nicht für einen erheblichen Teil des Verkehrs.
Auch im Internethandel sieht der situationsadäquat aufmerksame, durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher in dieser Art der Werbung weder einen Vergleich mit den Preisen des stationären Einzelhandels noch mit einer Preisempfehlung (UVP), sondern vermutet mangels weiterer Angaben nur, dass es sich bei den durchgestrichenen und rabattierten Preisen um die Preise handele, die dieser Unternehmer als Normalpreise verlangt. Dieses Verständnis bringt er aus seinen Erfahrungen mit Werbung im stationären Handel (dazu BGH, Urteil vom 17. März 2011 - 1 ZR 81/09, bei juris Rz. 22, m.w.N. - Original Kanchipur) mit. Obgleich der Internethandel in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung zugenommen hat, sowohl dergestalt, dass eine wachsende Zahl von Verbrauchern Waren über diesen Vertriebsweg bestellt, als auch dergestalt, dass einzelne Verbraucher häufiger und bei unterschiedlichen Anbietern im Internet ein kaufen, hat sich in diesem Vertriebssegment kein Sonderverständnis entwickelt, das den Verbraucher, wenn er ein Angebot mit einem durchgestrichenen Preis sieht, zu einer abweichenden*

Interpretation veranlasste. Auch im Internet sind Preisgegenüberstellungen zwischen dem eigenen Normalpreis für die angebotene Ware und dem aktuellen Preis verbreitet. Dass es daneben andere Vergleichsformen gibt, ändert nichts daran, dass der Verbraucher von der ihm seit langem geläufigen Gegenüberstellung ausgeht.“

”

Die Berufung der Klägerin blieb damit erfolglos, auch das OLG untersagte der Beklagte die Werbung mit Streichpreisen ohne nähere Erläuterung nicht.

Fazit:

Die Entscheidung des OLG Stuttgart sorgt für eine gewisse Entspannung bei der Streitfrage der mangelnden Erläuterung von Streichpreisen.

Nachdem die untergerichtliche Entscheidungspraxis zur Zulässigkeit solcher Preisgegenüberstellungen höchst unterschiedliche Ergebnisse liefert, dürfte das Urteil des OLG Stuttgart für ein wenig mehr Rechtssicherheit in diesem Bereich sorgen.

Neben der Erläuterung der Streichpreise bietet die Werbung im Zusammenhang mit Preisaktionen jedoch noch eine Menge weiterer Fallstricke. Wir beraten Sie gerne.

Update vom 06.04.2016: Der [BGH hat mit Urteil vom 05.11.2015](#) hat das OLG Stuttgart als Vorinstanz bestätigt und entschieden, dass die Werbung mit durchgestrichenem Preis (ohne aufklärenden Hinweis) grundsätzlich zulässig ist, sofern es sich bei dem gegenübergestellten Preis um den ehemals vom Verkäufer verlangten Preis handelt!

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt