

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

Autokauf im Internet

Ein Autokäufer muss sich auf Preisangaben der Online-Plattform verlassen können, ohne im Einzelnen das „Kleingedruckte“ zu lesen. So darf ein Kfz-Händler ein Auto nicht mit einem Preis bewerben, der davon abhängig ist, dass der Käufer sein altes Fahrzeug in Zahlung gibt, wenn dies für den Verbraucher nicht auf den ersten Blick erkenntlich ist. Das hat das Oberlandesgericht Köln mit Urteil vom 05.04.2019 entschieden und, anders als noch das Landgericht, der Klage einer Wettbewerbszentrale gegen den Kfz-Händler stattgegeben.

Der beklagte Kfz-Händler bot auf einer Online-Plattform einen PKW als „Limousine, Neufahrzeug“ zum Preis von 12.490 Euro an. Die Werbung für das angebotene Fahrzeug erstreckte sich über mehrere, durch Herunterscrollen erreichbare Bildschirmseiten. Erst unter dem Punkt „Weiteres“ am Ende der Werbung war aufgeführt, dass der Preis nur gelten solle, wenn der Kunde ein zugelassenes Gebrauchtfahrzeug in Zahlung gebe. Darüber hinaus war dort notiert, dass der Preis unter der Bedingung einer Tageszulassung im Folgemonat stand.

Der 6. Zivilsenat hat entschieden, dass die Preisangabe irreführend und daher unzulässig sei. Die Anzeige erwecke den Eindruck, das Fahrzeug könne von jedermann zum Preis von 12.490 Euro gekauft werden. Tatsächlich gelte der Preis aber nur für Käufer, die ein zugelassenes Fahrzeug in Zahlung geben könnten und wollten. Dies stelle eine sog. „dreiste Lüge“ dar, die auch durch einen erläuternden Zusatz nicht richtig gestellt werden könne. Preisangaben sollten Klarheit über die Preise gewährleisten und verhindern, dass die Verbraucher ihre Preisvorstellungen anhand nicht vergleichbarer Preise gewinnen müssen. Bei dem Inserat sei der Wert eines vom Käufer später in Zahlung zu gebenden Fahrzeugs naturgemäß noch völlig unklar.

Für den Verbraucher sei die Preisangabe letztlich wertlos. Er könne das Angebot nicht sinnvoll mit den Angeboten anderer Händler vergleichen.

Die Angaben unter dem Punkt „Weiteres“ ändern nach Auffassung des Senats nichts an der Täuschung des Verbrauchers. Blickfang der Werbung sei die Abbildung des Fahrzeugs mit seiner Bezeichnung und der Preisangabe. Zwischen diesen Angaben und der Erläuterung unter dem Punkt „Weiteres“ lagen mehrere Seiten umfangreichen Texts. Es sei davon auszugehen, dass sich ein Verbraucher bei der Suche nach einem Neufahrzeug bereits mit dem Wagentyp und seinen technischen Details beschäftigt habe. Er benötige zur Bewertung eines Angebots daher regelmäßig nur den Kaufpreis und wenige weitere Informationen. Eine nicht unerhebliche Anzahl von Verbrauchern werde sich für oder gegen eine nähere Beschäftigung mit dem Angebot entscheiden und ggf. den Händler kontaktieren, ohne die Werbung vollständig gelesen zu haben.

Darüber hinaus bewertete der Senat die Werbung auch deshalb als irreführend, weil das Fahrzeug im Blickfang als „Neufahrzeug“ bezeichnet und erst unter „Weiteres“ die Bedingung einer Tageszulassung enthalten war. Der Verbraucher erwarte bei der Angabe „Neufahrzeug“ ein Fahrzeug ohne Tageszulassung, zumal die Suchfunktion der Plattform zwischen „Neufahrzeug“ und „Tageszulassung“

unterscheide. Der Senat hat die Revision nicht zugelassen.

(Quelle: PM des OLG Köln / Urteil des Oberlandesgerichts Köln vom 05.04.2019 - Az. 6 U 179/18.)

Veröffentlicht von:

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

Rechtsanwalt