

OLG Hamburg zur Zulässigkeit der Werbung mit "ab-Preisen"

Im Juni 2009 urteilte das LG Hamburg, dass die Werbung mit ab-Preisen wettbewerbswidrig sei, wenn bei jedem Kauf eine Vorverkaufs- sowie eine Systemgebühr zum beworbenen Preis hinzukomme. Das OLG Hamburg hob dieses Urteil aber in der Berufung auf, da es eine Irreführung der Verbraucher nicht erkennen konnte. Im Ausgangsfall ging es darum, dass eine Veranstalterin mit Ticketpreisen "ab 19,90 Euro" warb, obwohl immer noch eine System- sowie eine Vorverkaufsgebühr anfiel. Das LG Hamburg (Urteil v. 18.06.2009, Az: 315 O 17/09) sah diese Art der Werbung als wettbewerbswidrig an und verurteilte die Beklagte zur Unterlassung.

Berufung beim OLG Hamburg

Diese sah ihre Werbung aber nicht als irreführend an, da sie mittels Sternchenhinweis darüber aufklärte, dass weitere Gebühren hinzukommen können. Der Hinweis lautete:

"Hotlinekosten: 14 Ct./Min., abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen möglich. — Ticketpreis gültig für alle abgebildeten Produktionen bis auf Musical D und Musical I (Tickets ab 29,90 EUR). — Gültig für alle ausgewählte Termine und Preiskategorien, buchbar bis 31.08.2008 für Vorstellungen bis 30.09.2008 (bei Musical E für Vorstellungen bis 14.09.08). Nur solange der Vorrat reicht. — Alle Preise verstehen sich zzgl. Vorverkaufsgebühr und 2,- EUR Systemgebühr pro Ticket. Auf Sommerpreise werden keine weiteren Ermäßigungen gewährt."

Nach Ansicht der Beklagten reichte dieser Hinweis aus, um den Verbraucher nicht in die Irre zu führen, da über diesen Hinweis das "ab" in der Preisangabe ausreichend erklärt werde.

Zulässigkeit von Aufklärung mittels Sternchen

Das OLG Hamburg (Urt. v. 25.3.2010, 3 U 108/09) äußert sich in seinem Urteil zunächst über die grundsätzliche Zulässigkeit von Sternchenhinweisen, mit denen eine evtl. Irreführung ausgeschlossen werden kann.

"Nach der neueren Rechtsprechung sind blickfangmäßige Angaben hingegen nicht mehr isoliert zu betrachten mit der Folge, dass die hervorgehobenen Herausstellungen für sich genommen wahr sein müssten. Vielmehr kann es genügen, den Verbrauch durch einen klaren und unmissverständlichen Sternchenhinweis auf einschränkende Voraussetzungen für die Inanspruchnahme des durch den Blickfang beworbenen Angebotes hinzuweisen."

Zwar weist der Kläger zutreffend darauf hin, dass ein solcher Sternchenhinweis zur Erläuterung dann nicht ausreicht, wenn die im Blickfang stehenden Angaben sich als objektiv unrichtig erweisen, etwa wenn er eine dreiste Lüge enthält, für die kein vernünftiger Anlass besteht. Vielmehr setzt die Zulässigkeit einer blickfangmäßigen Werbung auch nach der neueren Rechtsprechung voraus, dass an der Aussage trotz ihres Potentials zur Irreführung ein nachvollziehbares Interesse des Werbenden besteht."

Keine objektiv falsche Angabe

Die Angabe der Beklagten, die Tickets wären "ab 19,90 Euro" erhältlich war jedoch nicht objektiv unrichtig, so das Gericht, da es Tickets zu diesem Preis an der Abendkasse gab.

"Auch wenn das Kontingent an Tickets dieser Kategorie an der Abendkasse regelmäßig bereits erschöpft sein dürfte, ist die Angabe des Ticketpreises für sich genommen nicht unzutreffend."

Sternchenhinweis genügt

Bereits das LG Hamburg hatte in erster Instanz ausgeführt, dass Preise, welche lediglich “die halbe Wahrheit” darstellen, mittels Sternchenhinweis oder durch ein anderes deutliches Kennzeichen ergänzend erläutert werden können.

“Eine solche einen Irrtum ausschließende Aufklärung setzt voraus, dass der aufklärende Hinweis an dem Blickfang teilhat und dadurch eine Zuordnung zu den herausgestellten Angaben gewahrt bleibt. Das ist anzunehmen, wenn davon auszugehen ist, dass der situationsadäquat aufmerksame Verbraucher die aufklärenden Hinweise wahrnimmt.”

Das Landgericht legte jedoch deutlich zu strenge Anforderungen an diese Hinweise, so das OLG.

“Der Sternchenhinweis erfolgt in unmittelbar im Anschluss an die besonders herausgehobene Preisangabe und fällt durch Größe, Farbe und Position in gleicher Weise ins Auge wie die Preisangabe. Der Hinweistext ist ohne weiteres Scrollen oder Anklicken eines Links wahrnehmbar. Er steht in unmittelbarer Nähe zu dem Blickfang und entspricht insoweit sogar den Anforderungen der älteren, strengeren Rechtsprechung.”

Lesbarkeit des Hinweises

Der Sternchenhinweis muss natürlich vom Verbraucher auch zu lesen sein. Hier sah das Gericht aber keine Probleme, da die Lesbarkeit selbst auf einem verkleinerten Ausdruck noch möglich war und der Hinweis, trotz weiterer Informationen, nur einen Umfang von drei Zeilen hatte, zumal die einzelnen im Hinweis enthaltenen Informationen durch “—” voneinander getrennt waren.

Außerdem müsse der Text grundsätzlich verständlich sein. Zwar sei in dem Sternchenhinweis nicht die exakte Höhe der Vorverkaufsgebühr genannt gewesen, jedoch macht dieser Fehler die Preisangabe noch nicht irreführend.

“Denn das dem Blickfang innewohnende Irreführungspotential liegt nach dem Vorbringen des Klägers nicht darin, dass der Verbraucher von einer zu geringen Vorverkaufsgebühr ausgeht, sondern darin, dass er meint, eine Vorverkaufsgebühr falle beim Erwerb über das Internet überhaupt nicht an.”

Kein Verstoß gegen Preisangabenverordnung

Das Gericht urteilt schließlich, dass ein Verstoß gegen die Vorschriften der Preisangabenverordnung nicht vorliegt, da der Sternchenhinweis die besonders herausgehobene Preisangabe ergänzt.

Auf die Entscheidung hingewiesen hat RA Dr. Lindhorst von SCHLARMANNvonGEYSO.

Lesen Sie mehr zum Thema Preisangaben:

Abmahngefahr: Grundpreis muss unmittelbar beim Endpreis stehen
BGH: Preisangaben in Preissuchmaschinen müssen aktuell sein
BGH: Hinweis auf MwSt und Versandkosten im Warenkorb zu spät
BGH: In Preissuchmaschinen müssen Versandkosten genannt werden