

Werbung mit durchgestrichenen Statt-Preisen ist zulässig

☒ Wer seine Artikelpreise reduziert, möchte damit verständlicherweise auch werben, da der Preis bzw. ein Preisnachlass für viele Kunden ein wichtiges Kaufargument ist. Aber wie kann man die Preisänderung rechtssicher darstellen? Das OLG Düsseldorf hat nun entschieden, dass das Durchstreichen von Preisen ohne weitere Erläuterung zulässig ist.

Lesen Sie mehr über das Urteil.

Vor dem OLG Düsseldorf (Urteil v. 29.06.2010 - I-20 U 28/10) wurde die Frage geklärt, ob durchgestrichene Preise wettbewerbsrechtlich zu beanstanden sind.

Dem Antragsgegner wurde vom LG Düsseldorf in erster Instanz untersagt, mit Preisen zu werben, die höheren durchgestrichenen "Statt"-Preisen gegenübergestellt werden, für den Fall, dass die Bedeutung der durchgestrichenen Preise nicht klargestellt wird. Im konkreten Fall warb der Antragsgegner mit der Preisangabe:

"Statt ~~49,95 EUR~~ Nur 19,95 EUR"

Der Antragsgegner legte gegen die Entscheidung des Landgerichts Berufung ein. Der Antragsteller hatte zwischenzeitlich seine Geschäftstätigkeit aufgegeben und erklärte die Hauptsache für erledigt, hilfsweise beantragte er die Zurückweisung der Berufung.

BGH-Rechtsprechung

Der Antragsteller verwies auf ein entsprechendes BGH-Urteil:

"Er hält unter Verweis auf die "statt'-Preis"-Entscheidung des Bundesgerichtshofs an der Auffassung fest, dass die Bezugnahme auf einen "statt"-Preis irreführend sei, wenn in der Werbung nicht klargestellt werde, um was für einen Preis es sich bei dem "statt"-Preis handele, und meint weiterhin, so verhalte es sich bei der Werbung des Streitfalls."

Urteil des OLG Düsseldorf

Das OLG Düsseldorf sah die Berufung des Antragsgegners als begründet an, da dem Antragsteller ein entsprechender Unterlassungsanspruch von Anfang an nicht zugestanden hatte.

"Mit der beanstandeten Werbung hat der Antragsgegner keine irreführende geschäftliche Handlung im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 2 UWG vorgenommen. Die Werbung schafft keine Unklarheiten über einen besonderen Preisvorteil oder den Preis selbst oder die Art und Weise, wie er berechnet wird. Es ist nicht ersichtlich, dass der im Streitfall angesprochene Verkehr, nämlich die an Herrenschuhen interessierten Durchschnittsverbraucher, in dem durchgestrichenen Preis etwas anderes sehen könnte als den vom werbenden Unternehmen früher geforderten Preis."

Das OLG Stuttgart sah es bereits in einem Urteil von 1986 so, dass das Durchstreichen von Preisen dafür stehe, dass der durchgestrichene Preis damit ungültig gemacht werde. Dieser Auffassung schloss sich der Senat in Düsseldorf an.

"Der erkennende Senat teilt die Auffassung des Oberlandesgerichts Stuttgart in dem von den Parteien erörterten Urteil vom 8. März 1986, durchgestrichene Preise würden allgemein dahin verstanden, dass es sich um die früher vom Gewerbetreibenden verlangten Preise

handele, weil das Durchstreichen eines Preises für sein Ungültigmachen stehe und im Zusammenhang mit der Angabe des nun gültigen niedrigeren Preises für eine Preisherabsetzung. Durchgestrichene und damit ungültig gemachte Eigenpreise sind dem Verkehr nicht nur aus der Werbung bekannt, sondern auch von Preisschildern her bestens vertraut.

Das Durchstreichen steht Gedanken an Preise anderer Herkunft und Bedeutung geradezu entgegen, denn andere Preise macht der Gewerbetreibende nicht ungültig, sondern bezieht sich vielmehr auf ihre Geltung, damit der von ihm geforderte Preis im Vergleich als günstig erscheint. Der Umstand, dass in der durchgestrichenen Angabe des Streitfalls vor dem Betrag noch das Wort "Statt" erscheint, beeinträchtigt die Klarheit der Aussage nicht. Vielmehr erschöpft sich im gegebenen Zusammenhand die Bedeutung des Wortes in einer Bekräftigung der Aussage, dass es anstelle des durch den Strich für ungültig erklärten Preises einen anderen jetzt geltenden Verkaufspreis gibt."

Fazit

Auch die Standard-Kommentare zum UWG sehen die Werbung mit statt-Preisen zwischenzeitlich als zulässig an. Dennoch ist diese Frage in jüngerer Vergangenheit nicht höchstrichterlich geklärt worden, sodass noch ein wenig Restunsicherheit bleibt. In dem Urteil des BGH, welches auch im Verfahren vor dem OLG Düsseldorf besprochen wurde, kamen neben der Preisangabe eine Reihe von Umständen hinzu, die den Preisvergleich unklar erscheinen ließen. (mr)

Lesen Sie mehr zum Thema Preisangaben:

Fallstricke bei der Preiswerbung – Dauertiefpreis, Discountpreis & Co. zulässig?
Kostenloser Leitfaden für Preiswerbung in Online-Shops
OLG Hamburg zur Zulässigkeit der Werbung mit "ab-Preisen"
BGH: Preisangaben in Preissuchmaschinen müssen aktuell sein
Wie weist man korrekt auf anfallende Versandkosten hin?
Abmahngefahr: Grundpreis muss unmittelbar beim Endpreis stehen