LG Düsseldorf: Durchgestrichene statt-Preise müssen erklärt werden

Im März hat der BGH entschieden, dass bei durchgestrichenen Einführungspreisen erklärt werden müsse, wie lange der gesenkte Preis verlangt werde und welche Bedeutung der durchgestrichene Preis hat. Das LG Düsseldorf hat nun entschieden, dass gerade bei Markenartikeln die durchgestrichenen Preise immer erklärt werden müssen.

Lesen Sie mehr zu dem Urteil.

Vor dem LG Düsseldorf (Urteil v. 20.09.2011, 38 O 58/09) stritten sich zwei Online-Händler, die Schuhe verkaufen.

Werbung mit durchgestrichenen Preisen

Der Antragsgegner warb mit durchgestrichenen statt-Preisen, z.B. so:

> *~~statt 99,95 Euro~~ nur 89,95 Euro*

Diese Art der Werbung hielt die Antragsgegnerin für irreführend, da für den Verbraucher nicht erkennbar sei,

> *"um welche Preise es sich bei den mit statt gekennzeichneten Preisen handele. In Betracht komme neben einem früher erlangten Preis jedenfalls bei Markenartikeln u.a. auch eine Herstellerempfehlung oder der Preis von Mitbewerbern."*

Bereits am 15. Juni 2009 wurde dem Antragsgegner daher die entsprechende Werbung im Wege der einstweiligen Verfügung untersagt.

Heutiges Verbraucherleitbild

Gegen diese Verfügung legte der Antragsgegner Widerspruch ein. Er ist der Meinung, dass nach dem heutigen Verbraucherleitbild jedem Verbraucher klar sei, dass es sich bei durchgestrichenen Preisen um den früher vom Antragsgegner verlangten Preis handele, sodass eine Irreführung ausgeschlossen sei.

Bestätigung der Verbotsverfügung

Dieser Ansicht folgte das LG Düsseldorf nicht und bestätigte die erlassene einstweilige Verfügung.

> *"Die Preisangaben der Internetwerbung sind als irreführend im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG anzusehen."*

Wer auf andere Preise – wie hier durchgestrichene statt-Preise – Bezug nimmt, müsse dies klar und bestimmt tun, so das Gericht. Insbesondere müsse deutlich werden, um was für einen Preis es sich bei dem durchgestrichenen Preis handele.

> *"Solche Angaben fehlen hier. Gerade auch ein durchschnittlich aufmerksamer und informierter Verbraucher wird vor dem Hintergrund teilweise ganz erheblicher Differenzen zwischen den Preisen überlegen müssen, welchen Hintergrund solche Preisunterschiede haben.*

Bei Markenartikeln legen zumeist schon die Händler erheblichen Wert auf eine einheitliche Preisgestaltung. Der Verbraucher weiß, dass Hersteller Preisempfehlungen aussprechen. Zudem kann sich ein üblicher Marktpreis gebildet haben oder eine Einführungsaktion mit Sonderpreisen stattfinden.

Der Umstand, dass die mit "statt" gekennzeichnete Preisangabe durchgestrichen ist, hat auf die Frage der Bezugnahme keinen Einfluss. Ein durchgestrichener Preis soll verdeutlichen, dass dieser Preis nicht verlangt wird. Ein entscheidender Hinweis darauf, dass es sich um einen vom Verkäufer früher verlangten Preis handelt, lässt sich dem nicht ohne weiteres entnehmen.

Eine in dieser Hinsicht entscheidende Änderung der Auffassung in der Rechtsprechung lässt sich nicht feststellen. Vielmehr hat der Bundesgerichtshof noch im Jahr 2005 ausdrücklich auf die Eignung zur Irreführung bei sogenannten Stattpreisen verwiesen (BGH GRUR 2005, 692 ff.). Der Hinweis auf eine geänderte Sachlage (Hefermehl/Köhler/Bornkamm Randnummer 7.132 zu § 5 UWG) mag für den Umgang mit empfohlenen Herstellerpreisen gelten.

Vorliegend sind jedoch weitere Möglichkeiten der Preisgestaltung nicht von vornherein auszuschließen. Die konkrete Darstellung der Preisgegenüberstellung ohne klare Hinweise darauf, dass es sich bei dem in Bezug genommenen Preis um einen früher verlangten Preis handelt, ist daher als zur Irreführung geeignete Angabe über Preisvorteile anzusehen."

Auffassung des OLG Düsseldorf

Das OLG Düsseldorf (Urteil v. 29.06.2010 – I-20 U 28/10) – immerhin für eine Berufung gegen die Entscheidung des LG Düsseldorf zuständig – nimmt in dieser Frage eine wesentlich liberalere und händlerfreundlichere Position ein. Es hat bereits im Juni 2010 entschieden, dass durchgestrichene statt-Preise nicht näher erklärt werden müssten, weil jeder Verbraucher wisse, dass es sich bei dem durchgestrichenen Preis um den früher vom Händler verlangten Preis handele.

Leider hat das LG Düsseldorf diese Entscheidung völlig unerwähnt gelassen und nicht begründet, weshalb es von dieser Auffassung abweicht.

BGH zu Streichpreisen

Im März 2011 hatte darüber hinaus auch der BGH (Urteil v. 17.03.2011, I ZR 81/09 – Original Kanchipur) ein Urteil zu durchgestrichenen Preis gefällt. Zwar erging dieses Urteil zu Einführungspreisen, aber dass diese Entscheidung auf sämtliche Streichpreise Auswirkungen hat, ist nicht ausgeschlossen. Auch mit diese Entscheidung ließ das LG Düsseldorf leider unerwähnt.

Fazit

Das Werbemittel der durchgestrichenen Statt-Preise sollte man wohl zurzeit nur einsetzen, wenn man auch erklärt, welche Bedeutung der durchgestrichene Preis hat. Zwar überzeugt (zumindest mich) die Rechtsprechung des OLG Düsseldorf, andere sehen dies jedoch anders. Ob gegen die Entscheidung des Landgerichts Berufung eingelegt wurde, ist nicht bekannt. Sobald sich Änderungen an der Entscheidung durch das OLG ergeben sollten, werden wir Sie hier darüber informieren. (mr)

Lesen Sie mehr zum Thema Preiswerbung:

Die Angabe von Preisen und Versandkosten im Online-Shop
Neuauflage des kostenlosen Leitfadens für Preiswerbung in Online-Shops
BGH urteilt erneut zu Versandkosten und Preisaktualität in Preissuchmaschinen
OLG Frankfurt zur fehlenden Angabe von Auslandsversandkosten