

Werbung mit falscher UVP ist unzulässig

Für die Werbung mit einer Preisersparnis wird häufig die UVP des Herstellers herangezogen. Diese muss allerdings auch der Wahrheit entsprechen. Eigentlich eine Selbstverständlichkeit, dennoch muss sich das LG Bielefeld damit beschäftigen.

Die Betreiberin eines Online-Shops für Erotik-Artikel hatte ein Produkt zum Preis von 57,99 Euro unter anderem mit der Aussage "UVP 90,99 Euro. Spare jetzt 36 %" beworben. Die UVP lag allerdings bei 79,90 Euro.

Außerdem wurden in dem Shop noch vier weitere Produkte mit einer UVP beworben, die ebenfalls höher angegeben waren, als die vom Hersteller genannten UVP.

Wegen dieser irreführenden Werbung wurde die Betreiberin zunächst abgemahnt und später dann verklagt. Das LG Bielefeld (Urt. v. 19.7.2016, 12 O 44/16) gab dem Kläger Recht – was keine Überraschung ist.

Irreführende Werbung mit Preisvorteil

Der Preisvergleich mit einer falschen UVP und der zusätzlich falschen Werbung mit einer Ersparnis von 36 % ist eine irreführende Werbung mit einem Preisvorteil.

"Die Beklagte hat irreführende Angaben zum Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils gemacht.

Sie hat den Auflegevibrator zum Preis von 57,99 Euro angeboten und als unverbindliche Preisempfehlung einen solchen von 90,99 Euro angegeben; zudem hat sie ausdrücklich darauf hingewiesen, daß der Erwerber 36 % spare. Diese Angaben zur unverbindlichen Preisempfehlung sind unzutreffend.

Der vom Kläger zur Akte gereichten Bestätigung des Herstellers dieses Produktes vom 13.11.2015 läßt sich entnehmen, daß der Hersteller eine unverbindliche Preisempfehlung von 79,90 Euro inkl. Mehrwertsteuer angegeben hat. Zwar trifft es zu, daß die Werbeaussage der Beklagten vom 08.01.2016 stammt.

Das Gericht schließt es jedoch aus, daß der Hersteller die unverbindliche Preisempfehlung innerhalb von ca. 6 Wochen von 79,90 Euro auf 90,99 Euro erhöht hat. Der Prozeßbevollmächtigte der Beklagten konnte im Termin nicht näher darlegen, auf Grund welcher Erkenntnisse die Beklagte die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers mit 90,99 Euro dargestellt hat. In Ansehung dieser Umstände reicht das bloße Bestreiten der Richtigkeit der Darstellung des Herstellers nicht aus."

Abweichung nicht nur geringfügig

In ihrer Verteidigung bezeichnete die Beklagte die Abweichungen als "geringfügig" und die fehlerhaften Angaben als Ausreißer, weil die beanstandeten Produkte lediglich 0,02 % ihres 25.000 Produkte umfassenden Sortiments darstellten.

Die Werbung mit einer Ersparnis von 27 % wird der angesprochene Kundenkreis sicherlich anders auffassen als die mit 36 % Ersparnis.

"Der Hinweis der Beklagten, zwischen der von ihr in den Werbeaussagen gemachten Angaben zur unverbindlichen Preisempfehlung sowie der vom Kläger behaupteten Preisempfehlung liege nur eine unerhebliche Abweichung, läßt die Irreführung zum Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils nicht entfallen.

Dem durchschnittlich unterrichteten und informierten Verbraucher wird vorgespiegelt, er realisiere einen Preisvorteil, wenn er das von der Beklagten angebotene Produkt erwirbt.“

Fazit

Wer dem Verbraucher falsche Preisvorteile vorgaukelt, muss sich nun wirklich nicht wundern, wenn er dafür abgemahnt wird. Hinter einem solchen Verhalten steckt schon mehr als eine böswillige Täuschungsabsicht, um damit seinen eigenen Absatz zu erhöhen. Die Entscheidung des LG Bielefeld ist daher sehr gut nachvollziehbar. (mr)

Bildnachweis: Piotr Adamowicz/shutterstock.com