Preisnachlaß für einen Tag

Amtlicher Leitsatz:

Bewirbt ein Elektronik-Discounter einen Rabatt von 19 %, beschränkt auf einen bestimmten Tag, für Kameras, so ist weder zur Sicherung einer klaren und eindeutigen Angabe der Bedingungen für die Inanspruchnahme des Rabatts noch zur Vermeidung einer Irreführung der ausdrückliche Hinweis geboten, dass der Rabatt nur auf Kameras gewährt wird, die am Tage der Aktion im Ladengeschäft vorrätig sind.

Oberlandesgericht Karlsruhe

Urteil vom 9.5.2007

Az.: 6 U 52/07

Urteil

Tenor

I. Die Berufung der Verfügungsklägerin gegen das Urteil des Landgerichts Heidelberg vom 14.02.2007 – 12 O 8/07 KfH – wird zurückgewiesen.

II. Die Verfügungsklägerin trägt die Kosten des Berufungsverfahrens.

Tatbestand

I.

Die Parteien betreiben den Einzelhandel mit Waren der Unterhaltungselektronik, u.a. mit Foto- und Videogeräten. Die Beklagte schaltete am 3. Januar 2007 eine ganzseitige Anzeige in Tageszeitungen. In der ersten Zeile heißt es in großer Schrift:

„ NUR HEUTE 3. JANUAR “

in der Zeile darunter in noch größerer Schrift:

„ FOTO- UND
VIDEOKAMERAS “

darunter ist, am rechten Bildrand, der Kopf eines Schweins zu sehen, das ein Auge zukneift und dem eine Sprechblase zugeordnet ist, in der es heißt:

„ OHNE 19 %
Mehrwertsteuer* “

Darunter befinden sich die Abbildungen einer digitalen Spiegelreflexkamera, einer Digitalkamera mit Sucher und eines Camcorders, wobei diese jeweils neutral, also ohne Hinweis auf einen Hersteller oder Typ gehalten sind.

Der Sternchenhinweis an der Aussage „Ohne 19 % Mehrwertsteuer“ ist am unteren Rand der Anzeige in kleiner Schrift erläutert:
„ SPAREN SIE VOLLE 19 % VOM VERKAUFSPREIS “

Ferner ist am unteren Rand der Anzeige vermerkt: „Über 215x in Deutschland. Alle Preise sind Abholpreise“.

Die Verfügungsbeklagte (nachfolgend: Beklagte) gewährte den Preisnachlass von 19 % nur auf Kameras, die am Tage der Aktion vorrätig waren. Für eine Kamera, die, weil nicht vorrätig, bestellt werden musste und erst später abgeholt werden konnte, wurde der Preisnachlass nicht gewährt. Die Verfügungsklägerin (nachfolgend: Klägerin) sieht darin einen Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr. 4 und 5 UWG. Sie meint, aus der Anzeige ergebe sich nicht „klar und eindeutig“, dass der Nachlass nur auf vorrätige Waren gewährt werde, darauf habe die Beklagte in geeigneter Form hinweisen müssen. Da durch die Anzeige der Eindruck erweckt werde, der Rabatt werde uneingeschränkt auf

alle Kameras gewährt, liege zugleich eine Irreführung vor.

Die Klägerin hat nach erfolglose Abmahnung der Antrag gestellt, der Beklagten im Wege der einstweiligen Verfügung unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Foto- und Videogeräte in der Werbung mit einem Rabatt zu bewerben, ohne darauf hinzuweisen, dass der Rabatt nur für im Markt vorhandene Foto- und Videogeräte gewährt wird.

Das Landgericht hat den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung nach mündlicher Verhandlung zurückgewiesen. Gegen dieses Urteil richtet sich die Berufung der Klägerin, mit der sie ihren Antrag aus dem ersten Rechtszug weiter verfolgt. Die Beklagte tritt dem Rechtsmittel entgegen.

Entscheidungsgründe

II.

Die Berufung der Klägerin ist zulässig, hat jedoch in der Sache keinen Erfolg. Der geltend gemachte Anspruch steht der Klägerin weder nach §§ 3, 4 Nr. 4, 8 UWG noch nach §§ 3, 5, 8 UWG zu.

1. Nach §§ 3, 4 Nr. 4 UWG handelt unlauter, wer bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt. Ob die Werbung nach Form und Inhalt klar und eindeutig erkennen lässt, unter welchen Bedingungen der Preisnachlass gewährt wird, beurteilt sich, wenn sich die Werbung – wie hier – an den Verbraucher richtet, nach dem Verständnis eines durchschnittlich informierten, situationsadäquat aufmerksamen und verständigen Verbrauchers. Zu fragen ist daher, ob ein solcher Verbraucher ohne weiteres erkennt, dass der beworbene Nachlass nur für im Ladengeschäft vorhandene Foto- und Videokameras gewährt wird, nicht aber für solche, die nicht

vorrätig sind, also erst bestellt werden müssen. Das ist nach Auffassung des Senats anzunehmen. Die angegriffene Werbeanzeige macht schon durch den hervorgehobenen Hinweis „Nur heute 3. Januar“ deutlich, dass es sich um eine kurzfristige, auf einen Tag beschränkte Aktion handelt. Sie erweckt damit beim Verbraucher den Eindruck, er habe gerade an diesem Tage aber eben auch nur an diesem Tage eine besonders günstige Gelegenheit, eine Kamera zu erwerben, weshalb für ihn der Gedanke, er könne den Rabatt auch dann erhalten, wenn er an diesem Tag eine Kamera nur bestelle, die erst später geliefert werde, eher fern liegt, weil dadurch die Begrenzung der Aktion auf einen Tag aufgeweicht würde. Zu berücksichtigen ist ferner, dass es sich bei solchen Kameras um Artikel handelt, die typischerweise – anders als etwa PKW oder Möbel – beim Händler nicht erst bestellt und später geliefert werden, sondern im Ladengeschäft zur Mitnahme bereit stehen. Hinzu kommt, dass es sich bei der Beklagten nicht etwa um ein kleines Einzelhandelsgeschäft handelt, bei dem der Verbraucher damit rechnet, dass nicht das gesamte, äußerst umfangreiche Sortiment solcher Kameras verfügbar ist, sondern um einen Elektronik-Discounter, der regelmäßig eine große Palette entsprechender Artikel vorrätig hat. Unter Berücksichtigung dieser Umstände ist es für den durchschnittlichen Verbraucher auch ohne ausdrücklichen Hinweis „klar und eindeutig“, dass der ausgelobte Preisnachlass nur für Kameras gilt, die am Aktionstag im Ladengeschäft vorrätig sind.

2. Der geltend gemachte Anspruch ergibt sich auch nicht aus §§ 3, 5 UWG. Zugunsten der Beklagten kann dabei unterstellt werden, dass es Verbraucher gibt, die die Anzeige dahin verstehen, dass der Preisnachlass auch für Kameras angekündigt werde, die am Aktionstag nur bestellt – und evtl. bezahlt – nicht aber ausgehändigt werden. Für die Ermittlung des Aussagegehalts der Werbung kommt es jedoch auf den durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher an, der der Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt. Für einen solche Verbraucher aber ist, wie

unter 1. ausgeführt, die Werbeanzeige nicht mehrdeutig, er entnimmt ihr vielmehr klar und eindeutig, dass der Nachlass nur für vorrätige Kameras gewährt wird. Der so ermittelte Aussagegehalt der Anzeige ist in der Sache zutreffend und damit nicht irreführend.

3. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.