Werbung mit Stattpreisen ohne Erläuterung zulässig

Eigener Leitsatz:

Die Werbung mit Statt-Preisen im eigenen Online-Shop ist auch dann zulässig, wenn kein Hinweis darauf erfolgt, auf welchen Preis sich der durchgestrichene Preis bezieht. Ein Verbraucher ist solche Preiswerbungen gewohnt und versteht unter dem „Statt“-Preis den Preis, den der Händler früher selbst für den Artikel forderte. Ein Wettbewerbsverstoß liegt damit nicht vor.

Oberlandesgericht Düsseldorf

Urteil vom 29.06.2010

Az.: I-20 U 28/10

In dem Verfahren auf Erlass einer einstweiligen Verfügung

des (...),
Antragsgegners und Berufungsklägers,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte Anwaltskanzlei Hild & Kollegen, Konrad-Adenauer-Allee 55, 86150 Augsburg,

g e g e n

(...),
Antragsteller und Berufungsbeklagten,

hat der 20. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf auf die mündliche Verhandlung vom 29. Juni 2010 durch die Richter (...)

für **R e c h t** erkannt:

Auf die Berufung des Antragsgegners wird das Urteil der 8.

Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf vom 22. Januar 2010 abgeändert, der Beschluss der Kammer vom 15. Juni 2009 aufgehoben und der auf seinen Erlass gerichtete Antrag zurückgewiesen.

Die Kosten des Verfahrens werden dem Antragsteller auferlegt.

Entscheidungsgründe:

A) Es wird auf die tatsächlichen Feststellungen im angefochtenen Urteil Bezug genommen. Mit ihm hat das Landgericht seinen Beschluss vom 15. Juni 2010 bestätigt. Dessen Inhalt ist eine einstweilige Verfügung auf Untersagung von Werbung mit Preisen, die höheren durchgestrichenen „Statt“-Preisen gegenübergestellt werden, für den Fall, dass die Bedeutung der durchgestrichenen Preise nicht klargestellt wird, wie nachfolgend abgebildet:

~~Statt 49,95 EUR~~

Nur 19,95 EUR

Das Landgericht hat, der Auffassung des Antragstellers folgend, in der Werbung eine irreführende geschäftliche Handlung gesehen, nämlich eine zur Täuschung geeignete Angabe über Preisvorteile nach § 5 Abs. 1 Nr. 2 UWG. Es sei nicht klar, welcher Art der durchgestrichene Preis sei, auf den Bezug genommen werde.

Gegen das Urteil hat der Antragsgegner Berufung eingelegt, mit der er geltend macht, dass die angesprochenen Verkehrskreise keinen Anlass hätten, in dem durchgestrichenen Preis etwas anderes zu sehen als den früher verlangten Preis. Wie der Antragsteller nicht bestritten habe, verhalte es sich tatsächlich so.

Der Antragsgegner beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern, die einstweilige Verfügung aufzuheben und den auf ihren Erlass gerichteten Antrag

zurückzuweisen.

Der Antragsteller hat wegen Einstellung seiner Geschäftstätigkeit das Verfahren in der Hauptsache für erledigt erklärt.

Er beantragt nunmehr in erster Linie

die Feststellung, dass sich das Verfahren in der Hauptsache erledigt habe,

und nur mehr hilfsweise

die Zurückweisung der Berufung.

Er hält unter Verweis auf die „'statt'-Preis"-Entscheidung des Bundesgerichtshofs (GRUR 2005, 692) an der Auffassung fest, dass die Bezugnahme auf einen „statt"-Preis irreführend sei, wenn in der Werbung nicht klargelegt werde, um was für einen Preis es sich bei dem „statt"-Preis handele, und meint weiterhin, so verhalte es bei der Werbung des Streitfalls.

Wegen der Einzelheiten des Vorbringens der Parteien im Berufungsverfahren wird auf die von ihnen hier gewechselten Schriftsätze Bezug genommen.

B) Die Berufung des Antragsgegners gegen das Urteil des Landgerichts, durch das die gegen ihn ergangene Beschlussverfügung auf Unterlassung bestätigt worden ist, ist zulässig und begründet. Nach der einseitig gebliebenen Erledigungserklärung des Antragstellers ist entsprechend seinem Hauptantrag darüber zu entscheiden, ob sich sein Verfügungsbegehren dadurch erledigt hat, dass er seine Geschäftstätigkeit unbestrittener Maßen nachträglich eingestellt hat. Der angeführte Umstand ist, weil er mit der Wettbewerbsbereignschaft des Antragstellers auch seine Antragsbefugnis nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG hat entfallen lassen, als solcher geeignet, die Erledigung der Wettbewerbssache zu bewirken, weshalb der Antragsteller nicht

auf die Weiterverfolgung seines Hauptbegehrens gemäß seinem Hilfsantrag verwiesen ist. Die Erledigung ist entgegen dem Hauptantrag aber deshalb nicht festzustellen, sondern der mit dem Feststellungsbegehren weiterverfolgte Verfügungsantrag unter Aufhebung der Beschlussverfügung zurückzuweisen, weil das Verfügungsbegehren von Anfang an nicht begründet war.

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. Der erkennende Senat teilt die Auffassung des Oberlandesgerichts Stuttgart in dem von den Parteien erörterten Urteil vom 8. März 1996 (WRP 1996, 791), durchgestrichene Preise würden allgemein dahin verstanden, dass es sich um die früher vom Gewerbetreibenden verlangten Preise handle, weil das Durchstreichen eines Preises für sein ungültig machen 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 Zusammenhang 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.

Da der Streitfall durch die Streichung des höheren Preises geprägt wird, können Zweifel, die ein nicht durchgestrichener, vielmehr nur mit „statt“ als Vergleichsobjekt in eine Werbung eingeführter Preis erwecken mag, dahinstehen und braucht nicht entschieden zu werden, ob mit Bornkamm (Köhler/Bornkamm, UWG, 28. Auflage, § 5 Rn. 7.132) die bisherige Rechtsprechung zu Hinweisen auf „Statt-Preisen“ im Hinblick auf das europäische Verbraucherleitbild und deshalb, weil die Verbraucher gewohnt seien, dass mit „Statt“-Preisen ohne besondere Angaben frühere Preise gemeint würden (und nicht etwa unverbindliche Preisempfehlungen o.ä.), als überholt anzusehen ist. Zur diskutierten „statt-Preis“-Entscheidung des Bundesgerichtshofs sei nur angemerkt, dass im damaligen Fall eine Reihe von Umständen zusammenkam, die den Gegenstand des Preisvergleichs unklar erscheinen ließen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 Satz 1 ZPO. Für eine Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit ist im Eilverfahren kein Raum mehr.

Vorinstanz:

LG Düsseldorf, Urteil vom 22.01.2010 – Az.: 38 0 58/09