

Am Verkaufsregal hing ein höherer Preis ...

... als in der Werbung angegeben: irreführende Reklame für DVD-Player?

Ein Elektrohandelsmarkt A bot in einer Beilage zu Tageszeitungen ein "echtes Schnäppchen" an, einen DVD-Player für 179 Euro. Doch am Verkaufsregal im Laden war das Gerät noch mit dem ursprünglichen Preis von 199 Euro ausgezeichnet. Das beanstandete ein Konkurrent als unlauteren Wettbewerb. Händler A pochte darauf, im elektronischen Kassensystem sei der beworbene Preis eingescannt gewesen. Den Kunden sei daher an der Kasse garantiert nur der Angebots-Preis von 179 Euro berechnet worden.

Dennoch wurde A vom Landgericht verurteilt, derlei "irreführende Werbung zu unterlassen": Mit vermeintlichen Schnäppchenpreisen wolle der Händler Kunden in den Laden locken, um den Umsatz zu steigern, warf ihm das Landgericht vor. Wer durch einen um 20 Euro höheren Preis vom Kauf abgeschreckt werde, kaufe im Zweifelsfall dann eben etwas anderes.

Das sei unrealistisch, urteilte der Bundesgerichtshof (I ZR 182/05). Wenn Kunden wegen des DVD-Players den Laden aufsuchten, gäben sie wegen des Preisschildes am Regal ihren Kaufentschluss nicht gleich auf. (Wer das doch tue, werde wohl eher das Geschäft verärgert verlassen anstatt andere Waren zu erwerben.) Die meisten Verbraucher würden sich um Information bemühen und nach der Preisdifferenz fragen. Manchen Kunden sei vielleicht auch klar, dass in breit sortierten Einzelhandelsmärkten die Preisauszeichnung der Waren bisweilen erst verspätet an die Reklame angepasst werde.

Selbst wenn die Preisdifferenz möglicherweise manchen Verbraucher verunsichere habe - diese Art von Unklarheit beeinträchtige nicht den Wettbewerb. Eine zu hohe Preisauszeichnung im Geschäft wirke sich höchstens zu Lasten, aber nicht zu Gunsten des betreffenden Unternehmens aus. Da das elektronische Kassensystem des Händlers sicherstellte, dass nur der beworbene Preis berechnet wurde, könne von einer Irreführung der Verbraucher keine Rede sein.

© Der Juristische Pressedienst Gritschneder UG ist Inhaber sämtlicher Inhalte und Nutzungsrechte. Diese sind urheberrechtlich geschützt. Auf die Nutzungsbedingungen wird verwiesen.

Quelle: <http://www.onlineurteile.de/urteil/am-verkaufsregal-hing-ein-hoeherer-preis>