

Tarifvergleich in der Werbung

Telekommunikationsdienstleister muss auf unterschiedlich lange Vertragslaufzeiten hinweisen

Telekommunikationsdienstleister A warb für eines seiner Angebote mit einem Preisvergleich. Er stellte seinem Angebot das Produkt von Dienstleister B gegenüber. In einer Fußnote wies A darauf hin, dass bei seinem Angebot eine Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten galt. Dass Kunden bei B den Vertrag für nur ein Jahr abschließen konnten, wurde nicht erwähnt.

B zog gegen die Reklame deshalb gerichtlich zu Felde und klagte auf Unterlassung. Beim Oberlandesgericht (OLG) Köln setzte sich Unternehmen B durch (6 U 194/09). Ein Preisvergleich in der Werbung müsse die Verbraucher über alle wesentlichen Eigenschaften der Produkte und damit auch über ihre Unterschiede informieren, so das OLG.

Welche Dienstleistungen die Kunden für die gegenübergestellten Preise genau erhalten, müsse dem Vergleich zu entnehmen sein. Dazu zähle natürlich auch die Mindestvertragslaufzeit. Verbraucher seien im Telekommunikationsbereich an möglichst kurzen Vertragslaufzeiten interessiert, weil sich die Angebote schnell veränderten - aus Sicht der Verbraucher oft verbesserten. Da könne sich eine langfristige Bindung als hinderlich erweisen.

So eine zentrale Information dürfe die Reklame also nicht unterschlagen. Eine Fußnote, die nur die eigene Mindestvertragslaufzeit angebe, erwecke bei den Adressaten der Werbung den falschen Eindruck, die zwei Angebote seien in diesem Punkt identisch. Damit werde der Preisvergleich irreführend.

© 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/tarifvergleich-in-der-werbung>