

# Autohausticker: Recht

Ausgabe 25 - November 2012



RA Florian Decker  
Autor



RA Volker Simmer  
Gesellschafter

## Werbung mit Preisvergleich - Ehemaliger Neupreis vs. "Angebotspreis" (LG Osnabrück)

Das LG Osnabrück (Urteil vom 09.07.2012) hatte in dem Verfahren 16 O 37/12 über die Wettbewerbswidrigkeit einer Preisangabe in einer Zeitungsanzeige für ein Kfz zu entscheiden.

Ein Kfz-Händler hatte hier mit einer Gegenüberstellung des Kaufpreises mit einer anderen Preisangabe, die er als "ehem. NP" deklarierte, geworben.

Das Gericht entschied, dass diese Art von Werbung irreführend und damit wettbewerbswidrig sei, da der Verweis auf den ehemaligen Neupreis (ehem. NP" wird vom Rechtsverkehr so verstanden) für den Verbraucher nicht eindeutig und damit irreführend sei. Die Bezugsgröße Neupreis sei insoweit "mehrdeutig".

Klägerin war einmal mehr die Wettbewerbszentrale, die sich zunächst mit einer Abmahnung und dann gerichtlich gegen den werbenden Autohändler wandte und letztlich auch siegte. Das Gericht begründete dies wie folgt:

"Der Kläger hat Anspruch auf die verlangte Unterlassung sowie die geltend gemachten Kosten. Der Unterlassungsanspruch ergibt sich aus §§ 5 Abs. 1, 8 UWG. Es liegt ein Wettbewerbsverstoß gem. § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG vor, weil die Beklagte durch die Preisangabe in ihren Anzeigen eine irreführende geschäftliche Handlung vorgenommen hat. Die Gegenüberstellung des aktuellen Preises in der Anzeige mit einem nicht näher erläuterten "ehem. NP.", was als "ehemaliger Neuwagenpreis" auszulegen ist, stellt eine zur Täuschung geeignete Angabe über den Preis einer Ware dar, da der in Bezug genommene Neuwagenpreis mehrdeutig ist. Die Bezugnahme auf einen anderen Preis muss aber stets klar und bestimmt sein. Der Kläger hat zutreffend darauf hingewiesen, dass es bei der Angabe Neuwagenpreis in den Anzeigen der Beklagten mehrere Verständnismöglichkeiten gibt, weil die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers, der eigene frühere Neuwagenpreis oder der Neuwagenpreis eines anderen Händlers, bei dem das gebrauchte Fahrzeug im Neuzustand tatsächlich erworben wurde, gemeint sein kann."

Dieser Schlussfolgerung der Mehrdeutigkeit kann man wohl nur zustimmen. Warum die Mehrdeutigkeit auch gleichzeitig einen Verstoß gg. Wettbewerbsrecht darstellt, begründet das Gericht wie folgt:

"Die Kammer folgt der Auffassung des Klägers, dass die Verschleierung des in Bezug genommenen Verkaufspreises geeignet ist, die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen. Der Verbraucher könnte, weil er eine Fehlvorstellung vom Ausmaß der Ersparnis hat, zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst werden, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Die Beklagte verschafft sich damit einen Vorteil vor den Wettbewerbern, die die Preise klar und unzweideutig ausweisen."

Fazit:

Wie bei jeder Art von Werbung ist auch bei der Werbung mit Preisvergleichen (die keineswegs per se unzulässig ist) insoweit Vorsicht geboten, als mit einem allenfalls durchschnittlich informierten und begabten Leser der Anzeige gerechnet und berücksichtigt werden muss, dass auch dieser die Anzeige verstehen können muss. Sie muss also "für jedermann" klar, verständlich und eindeutig sein.

Sie haben eine Abmahnung erhalten ?  
Sie haben Fragen zu Ihrem Händlervvertrag ?  
Sie brauchen ein kompetentes Schadenmanagement ?

**In 4 Schritten** zur individuellen Rechtsberatung mit Autohauskompetenz:

pauschale Beratungshonorare zu Ihrer Sicherheit, keine versteckte Kosten

**Direktkontakt: 150,-€**

**Expressantwort: 120,-€**

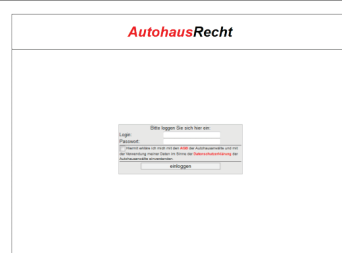
**Schnellantwort: 90,-€**

zzgl. der gesetzl. MwSt.

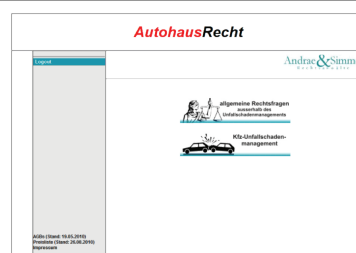
ergänzend gelten die AGB unter [www.k-o-m.de/autohausrecht](http://www.k-o-m.de/autohausrecht)



**Schritt 1:**  
www.k-o-m.de -> Autohausrecht



**Schritt 2:**  
Passwothotline: 06898 / 914 780



**Schritt 3:**  
Themengebiet wählen



**Schritt 4:**  
Anfrage stellen