

Unzulässige Werbung mit Preisvorteilen

In einem vom Oberlandesgericht Oldenburg entschiedenen Fall hatte ein Autohaus in der örtlichen Presse mit dem Verkauf von Pkw-Sondermodellen mit "Preisvorteil bis zu 4.450 Euro" geworben.

Hiergegen wandte sich eine Wettbewerbsklage einer Vereinigung von Gewerbetreibenden. Sie hielten die Werbung für unzulässig, da der Preisvorteil nicht nachvollziehbar sei und die Angabe der Bezugsgröße fehle, wie z. B. der Listenpreis oder die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers.

Das Landgericht in Osnabrück beurteilte die Werbung als wettbewerbswidrig, da ohne die Angabe einer Bezugsgröße die Gefahr der Irreführung des Verbrauchers bestehe. Der Vorteil könne sich auch auf die Preise der Konkurrenz oder auf eigene sonstige Hauspreise beziehen.

In der Berufungsverhandlung vor dem Oberlandesgericht (OLG) Oldenburg stellte sich heraus, dass sich der beworbene Preisvorteil nicht allein auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers bezog, sondern weitere Zusatzleistungen umfasste, wie z. B. Versicherungsleistungen, Garantie und Mobilitätsservice. Vor diesem Hintergrund beurteilten auch die Richter des OLG die Werbung für unzulässig bzw. irreführend. Es sei nicht zulässig, mit Preisvorteilen zu werben, die sich für den potenziellen Käufer aus einer unüberschaubaren Mischung von verschiedenen Preisvorteilsbestandteilen zusammensetzen.