

Keine Preisverschleierung bei Gebrauchten



Andreas Ottofülling: Der Rechtsanwalt begrüßt das Urteil, "weil damit die Händler gestärkt werden, die ihre Preise transparent gestalten und dem Kaufinteressenten deutlich machen, um welchen Preis es sich bei dem ehemaligen Neupreis tatsächlich handelt". (Foto: Wettbewerbszentrale)

Bettina John

Händler dürfen beim Verkauf von Gebrauchtwagen nicht mit Gegenüberstellungen von ehemaligen Neupreisen werben, ohne zu erläutern, um welche Preise es sich dabei konkret handelt. Dies hat das Landgericht Osnabrück entschieden.

Mittwoch, 01. August 2012, 11.51 Uhr

München. Beim Verkauf von gebrauchten Kraftfahrzeugen darf nicht mit Preisgegenüberstellungen geworben werden, bei denen dem verlangten Preis ein "ehem. NP" gegenübergestellt, aber nicht erläutert wird, um welchen Preis es sich dabei konkret handelt. Auf diese Entscheidung des Landgerichts Osnabrück (Urteil vom 9.7.2012, Az. 16 O 37/12) weist die Wettbewerbszentrale in München hin.

Im konkreten Verfahren ging es um zwei Werbeanzeigen. Unter dem Fahrzeugbild und den Headlines "BMW 630i Coupe Sportpaket" sowie "BMW 318d M-Sportpaket" wurden neben den Angaben zu Erstzulassung, Laufleistung und Ausstattung auch folgende Preisangaben gemacht: "ehem. NP 92.500,- €, nur € 56.899,-€" beziehungsweise "ehem. NP 51.000,-€ nur 29.899,-€".

Das Gericht sah darin eine irreführende Preisgegenüberstellungswerbung (Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Nr. 2 UWG), weil der in Bezug genommene ehemalige Neuwagenpreis mehrdeutig sei. Es könne sich sowohl um die unverbindliche Preisempfehlung (UPE) des Herstellers gehandelt haben, aber auch um den eigenen Neuwagenpreis oder gar den Neuwagenpreis eines anderen Händlers, bei dem das Fahrzeug tatsächlich erworben wurde.

Verschleierung des Preises

Das Gericht folgte zudem der Auffassung der Wettbewerbszentrale, dass die Verschleierung des Preises geeignet sei, die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen (§ 3 Abs. 2 UWG). Zudem verschaffe sich der so Werbende einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Händlern, die die Preise klar und unzweideutig auswiesen (§ 3 Abs. 1 UWG).

Das Argument des betroffenen Händlers, die Rechtsprechung zu dieser Fallkonstellation sei veraltet, weil die Verbraucher die Möglichkeit hätten, sich über das Internet zu informieren, ließ das Gericht nicht gelten. Zum einen, so die Begründung, wende sich die Printwerbung gerade an solche Verbraucher, "die dem Internet eher fern stehen". Zum anderen könne auch eine Recherche im Internet die Frage nicht klären, welcher Neuwagenpreis für das angebotene Fahrzeug gültig sei, beziehungsweise welchen Preis der beklagte Händler konkret herangezogen habe.

Die Wettbewerbszentrale begrüßt das Urteil – das noch nicht rechtskräftig ist –, "weil damit die Händler gestärkt werden, die ihre Preise transparent gestalten und dem Kaufinteressenten deutlich machen, um welchen Preis es sich bei dem ehemaligen Neupreis tatsächlich handelt", sagt Rechtsanwalt Andreas Ottofülling von der Zentrale zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs in München. Seit 100 Jahren setze sich die Wettbewerbszentrale für den fairen Wettbewerb ein und schaffe gleiche Marktbedingungen für die großen und kleinen Player in den unterschiedlichen Branchen. (Foto: Wettbewerbszentrale)

Leserkommentare (0)

Kommentieren Sie als erster.

Um diesen Artikel kommentieren zu können, müssen Sie entweder als Abonnent oder als registrierter Nutzer eingeloggt sein. Wenn Sie eingeloggt sind, sehen Sie ein Kommentarfeld, in das Sie schreiben können. Durch anklicken des Buttons "absenden" veröffentlichen Sie Ihren Kommentar.

ARTIKEL ZUM THEMA:

Gebrauchtwagenpreise weiter auf Talfahrt

Die Preise auf dem Gebrauchtwagenmarkt kennen derzeit nur eine Richtung. Im Juni ging es den vierten Monat in Folge nach unten. Dies geht aus einer Auswertung der Angebote der Online-Börse mobile.de hervor.

Gebrauchtwagenpreise ziehen an

Bei den beiden großen Fahrzeugbörsen Mobile.de und AutoScout24 sind die Preise für Gebrauchtwagen zum Jahresbeginn jeweils leicht gestiegen. Da momentan die Nachfrage schneller wächst als das Angebot, bietet sich den Gebrauchtwagenhändlern derzeit...

TOP 2011: Das Ex-Problemkind Gebrauchtwagenhandel

Der Gebrauchtwagenhandel hat 2011 eine Wandlung vom Sorgenkind zum Musterknaben erlebt. Zu großzügig kalkulierte Rücknahmekonditionen bei Leasingfahrzeugen und Druck auf die Gebrauchtwagenpreise durch hohe Rabatte bei Neuwagen hatten lange die...

Preise für Gebrauchte ständig aktualisieren

