Landgericht Bielefeld, 15 O 9/20

Datum:	01.09.2020
Gericht:	Landgericht Bielefeld
Spruchkörper:	6. Kammer für Handelssachen
Entscheidungsart:	Urteil
Aktenzeichen:	15 O 9/20
ECLI:	ECLI:DE:LGBI:2020:0901.15O9.20.00

Nachinstanz:	Oberlandesgericht Hamm, 4 U 173/20
Rechtskraft:	nicht rechtskräftig

Tenor:

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr

a) in ihrem Onlineshop Fahrräder und/oder Fahrradzubehör unter Angabe aktueller Verkaufspreise anzubieten oder zu bewerben, denen höhere, ehemalige Verkaufspreise gegenübergestellt sind, wenn der aktuelle Verkaufspreis bereits über einen Zeitraum von mehr als 6 Monaten verlangt wurde;

b) in ihrem Onlineshop Fahrräder und/oder Fahrradzubehör unter Angabe aktueller Verkaufspreise anzubieten oder zu bewerben, denen höhere ehemalige Verkaufspreise gegenübergestellt sind, wenn der höhere ehemalige Verkaufspreis nicht der Preis ist, der zuletzt vor der Preissenkung verlangt wurde;

c) in ihrem Onlineshop Fahrräder und/oder Fahrradzubehör unter Angabe aktueller Verkaufspreise anzubieten oder zu bewerben, denen höhere ehemalige Verkaufspreise gegenübergestellt sind, wenn der ehemalige Verkaufspreis zuvor nicht über einen Zeitraum von mind. 2 Monaten verlangt worden ist.

Für jeden Fall zukünftiger schuldhafter Zuwiderhandlung gegen eine der oben aufgeführten Unterlassungsgebote wird ein Ordnungsgeld in Höhe von bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft von bis zu 6 Monaten an den Geschäftsführern der Beklagten vollzogen.

Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin 299,60 € nebst Zinsen in Höhe von 5 %-Punkten über dem Basiszinssatz seit dem 22.02.2020 zu zahlen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 120% des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand 1

Der Kläger nimmt die Beklagte auf Unterlassen wegen unlauteren Wettbewerbs im Internethandel in Anspruch. 2

Die Beklagte vertreibt sowohl im stationären Handel als auch im Internet Fahrräder und Fahrradzubehör. Durch den Kläger wurden drei verschiedene Produkte, nämlich zwei Fahrräder und ein Schlauch, im Onlineshop der Beklagten über einen Zeitraum von mehr als sechs Monaten durch fünf Überprüfungen beobachtet. Über den gesamten Zeitraum wurde ein durchgestrichener höherer Preis dem aktuellen Preis gegenübergestellt. Der durchgestrichene Preis sollte unstreitig einen zuvor verlangten höheren Preis darstellen, um dem Kunden zu zeigen, dass das Produkt (im Moment) günstiger angeboten wird. Dabei blieb der durchgestrichene Preis bei allen drei Produkten über die sechs Monate unverändert. Der aktuelle Preis änderte sich bei dem Fahrrad „Kreidler Vitality LB Pro Wave 2019“ erst von 2.199,99 € auf 2.222,00 €, dann wurde es in „Kreidler Vitality LB Pro Wave 2020“ umbenannt und der aktuelle Preis mit 2.399,99 € angegeben. Die aktuellen Preise der anderen beiden Produkte Fahrrad „Granville Toronto 24 Herren 2019“ und „Schwalbe Schlauch Nr. 17“ blieben gleich. Zur Veranschaulichung wird auf die der Klage beigefügte Screenshots Anlagen K 1 bis K 5 (Bl. 17 ff. d.eA.) Bezug genommen. 3

Die Beklagte wurde durch den Kläger abgemahnt und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungsverpflichtungserklärung aufgefordert (im Einzelnen Anlage K 6, Bl. 42 d.eA.). Diesem Verlangen kam sie nicht nach. 4

Der Kläger ist der Auffassung, die von der Beklagten vorgenommenen und hier beanstandeten Bewerbungen mit Preissenkungen, die schon mehr als drei Monate oder jedenfalls sechs Monate zurückliegen, irreführend sei. Der Verkehr würde davon ausgehen, dass die Preissenkung erst kürzlich erfolgt sei und dem Irrtum unterliegen, ein besonders lukratives Angebot annehmen zu können. Schon nach drei Monaten sei ein besonderer Preisvorteil aber nicht mehr ersichtlich, vielmehr sei der neue günstigere Preis dann zu dem normalen Preis geworden. Besonders bei Werbung im Internet erwarte der angesprochene Verkehr hingegen stets aktuelle Informationen. 5

Insbesondere der durchgestrichene „vorherige“ günstigere Preis des Fahrrads „Kreidler Vitality LB Pro Wave 2019“ stelle sich als irreführend dar, da dieses Fahrrad zwischenzeitlich unstreitig sogar teurer geworden ist. 6

Der Kläger beantragt, 7

1. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr 8

9

a) in ihrem Onlineshop Fahrräder und/oder Fahrradzubehör unter Angabe aktueller Verkaufspreise anzubieten oder zu bewerben, denen höhere, ehemalige Verkaufspreise gegenübergestellt sind, wenn der aktuelle Verkaufspreis bereits über einen Zeitraum von mehr als 3 Monaten, hilfsweise mehr als 6 Monaten, verlangt wurde;

b) in ihrem Onlineshop Fahrräder und/oder Fahrradzubehör unter Angabe aktueller Verkaufspreise anzubieten oder zu bewerben, denen höhere ehemalige Verkaufspreise gegenübergestellt sind, wenn der höhere ehemalige Verkaufspreis nicht der Preis ist, der zuletzt vor der Preissenkung verlangt wurde; 10

c) in ihrem Onlineshop Fahrräder und/oder Fahrradzubehör unter Angabe aktueller Verkaufspreise anzubieten oder zu bewerben, denen höhere ehemalige Verkaufspreise gegenübergestellt sind, wenn der ehemalige Verkaufspreis zuvor nicht über einen Zeitraum von mind. 2 Monaten verlangt worden ist; 11

2. der Beklagten anzudrohen, für jeden Fall zukünftiger schuldhafter Zuwiderhandlung gegen eine der unter Ziffer 1. aufgeführten Unterlassungsgebote ein Ordnungsgeld in Höhe von bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft von bis zu 6 Monaten an den Geschäftsführern der Beklagten, zu vollziehen; 12

3. die Beklagte zu verurteilen, an ihn 299,60 € nebst Zinsen in Höhe von 5 %-Punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 22.02.2020 zu zahlen. 13

Die Beklagte beantragt, 14

die Klage abzuweisen. 15

Sie behauptet, zusätzlich zu ihrem Onlineshop führe sie etliche Filialen, in denen jeweils unterschiedliche Preise für die gleichen Produkte verlangt werden. So würden die streitgegenständlichen ehemaligen höheren Verkaufspreise aus dem Onlineshop in manchen Filialen tatsächlich noch verlangt, seien also in der Hinsicht sogar aktuelle Preise. Dass immer der genaue letzte Preis auch im Onlineshop angegeben wird, sei nicht zumutbar, da sich die Preise in allen Filialen laufend ändern würden. Im Gegenteil sei der ehemalige höhere Preis, selbst wenn er schon eine Weile zurückläge, für Kunden durchaus interessant, da er den Wert der Sache widerspiegele und auch so noch einen tatsächlichen Preisvorteil, zumindest gegenüber den Verkaufspreisen mancher Filialen, darstelle. 16

Hinsichtlich des weiteren Sach- und Streitstandes wird auf die gewechselten Schriftsätze einschließlich der beigefügten Anlagen Bezug genommen. 17

Entscheidungsgründe 18

Die Klage ist zulässig und begründet. 19

1. 20

Der von dem Kläger geltend gemachte Unterlassungsanspruch folgt aus §§ 8 Abs. 1, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG. 21

1.1. 22

Bei dem Bewerben der Produkte mit einem gegenübergestellten vorigen Preis, handelt es sich um eine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG. 23

1.2. 24

Diese ist vorliegend gemäß § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG unlauter. Bei der Darstellung von tatsächlich verlangten Filialpreisen als vormalige Preise des Onlineshops handelt es sich um eine zur Täuschung des Verkehrs geeignete Irreführung. Abzustellen ist auf den konkreten Vertriebsweg, weil davon ausgegangen werden muss, dass die Kaufinteressenten ihren Preisvergleich verschiedener Anbieter auf ein- und demselben Vertriebsweg vornehmen, hier also im Internet. Mithin ist vorliegend ausschließlich der Onlineshop der Beklagten und die dort vorgenommene Preisgestaltung maßgebend. Die Gegenüberstellung von angeblich altem und neuem Preis lässt vermuten, dass es sich um einen alten Preis aus dem Onlineshop, mithin dem gleichen Vertriebsweg, handelt. 25

Dass dieser stattdessen in dieser Höhe vormals oder immer noch in einer (für den Kunden in der Vergleichssituation im Regelfall ohnehin nicht erreichbaren und daher für die Kaufentscheidung nicht maßgeblichen) Filiale berechnet wird oder worden ist, stellt kein taugliches Vergleichskriterium dar. Insoweit greift das Argument der Beklagten, dass dem Kunden gleichwohl ein Anhaltspunkt für die Wertigkeit des Produktes geliefert wird, zu kurz. Ein solcher Maßstab wird ihm (unabhängig von dessen tatsächlicher Aussagekraft) auch innerhalb des von ihm heran gezogenen Vertriebsweges durch Vergleich der aktuellen mit früheren Preisen sowohl desselben Anbieters als auch verschiedener Anbieter zur Verfügung stehen. Insofern liegt es auf der Hand, dass abhängig von dem Vertriebsweg die Preiskalkulation von den jeweiligen Kostenfaktoren abhängig ist. Ein Kunde wird kaum ein Interesse daran haben, die mutmaßlich höheren Preise im stationären Handeln mit denen in dem von ihm gewählten Vertriebsweg des Online-Handels zu vergleichen. 26

Tatsächlich abzustellen ist hier auf den durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher, der der Verkaufssituation die angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt (vgl. Köhler/Bornkamm/Feddersen UWG § 5 Rn. 1.54), vorliegend jemand, der verschiedene Online-Fahrradhändler miteinander vergleicht und eben nicht in eine Filiale geht. Dieser Verbraucher wird den durchgestrichenen Preis für den ehemaligen Preis aus dem Onlineshop halten. Dieser ist im vorliegenden Fall jedoch schon mindestens sechs Monate nicht mehr verlangt worden. 27

Hier verhält es sich im Übrigen so, dass nicht einmal vorgetragen worden ist, ob der Preis überhaupt schon mal im Onlineshop verlangt wurde. Denn auch eine Gegenüberstellung mit Preisen, die nie zuvor verlangt wurden, ist irreführend (Köhler/Bornkamm/Feddersen UWG § 5 Rn. 3.110). Dieselbe Wertung ist vorzunehmen, wenn ein schon länger nicht mehr verlangter vormaliger Preis dem aktuellen Preis gegenübergestellt wird. Gerade insoweit kommt es vor allem auf das Verkaufsmedium und das Produkt an (s. Köhler/Bornkamm/Feddersen UWG § 5 Rn. 3.122 f.). Das Internet ist schnelllebig und kann laufend und leicht aktualisiert werden. Gerade hier werden aktuelle Informationen erwartet. Tatsächlich ist es für einen Händler auch zumutbar, seine Preise sowie im Fall von Gegenüberstellungen auch seine vorigen laufend zu aktualisieren. Bei Fahrrädern als eher langlebigen Wirtschaftsgüter von einem oftmals nicht unbeträchtlichen Wert sind ehemalige Preise und Preissenkungen für Kunden gerade interessant. Bei eher niederpreisigen Produkten wie hier dem „Schwalbe Schlauch“ und nur zu erwartenden geringfügigen Preissenkungen mag dieses Interesse geringer, aber keinesfalls auszuschließen sein. Generell ist eine Gegenüberstellung der Preise über einen Zeitraum von sechs Monaten vertretbar, wenn es sich um die unmittelbar zuvor verlangten Preise aus dem Onlineshop handelt. Bei einer erneuten Preissenkung ist es schlichtweg irreführend, den ursprünglich höchsten Preis weiterhin als vorigen Preis anzugeben. Es ist selbstverständlich, dass der 28

gegenübergestellte höhere Preis bis unmittelbar vor die Preissenkung gegolten haben muss (Köhler/Bornkamm/Feddersen UWG § 5 Rn. 3.113). Dieser Referenzpreis muss gemäß § 5 Abs. 4 UWG dann auch für eine angemessene Zeit, bei langlebigen Wirtschaftsgütern wie Fahrrädern (s.o.) für mindestens sechs Monate, gegolten haben.

1.3. 29

Die damit hier festgestellten irreführenden Angaben sind im Sinne des § 5 Abs. 1 UWG relevant. Sie sind geeignet die irrige Vorstellung, dass der Onlinepreis der betroffenen Produkte vor kurzer Zeit erheblich gesenkt wurde, bei Verbrauchern hervorzurufen und so deren Marktentschließung in wettbewerbsrelevanter Weise zu beeinflussen (Köhler/Bornkamm/Feddersen UWG § 5 Rn. 1.171). 30

2. 31

Die Androhung der Ordnungsmittel stützt sich auf § 890 ZPO. 32

3. 33

Der Anspruch auf die geltend gemachte Kostenpauschale ist gemäß § 12 Abs. 1 S. 2 UWG begründet. 34

4. 35

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO. Der Ausspruch über die vor-läufige Vollstreckbarkeit stützt sich auf § 709 ZPO. 36

Justiz NRW
Rechtsprechungsdatenbank ONLINE