

WETTBEWERB

Rechtsprechung kurzgefaßt

„Kfz-Hauptuntersuchung“, § 3 UWG

Die Bewerbung der Durchführung von „Kfz-Hauptuntersuchungen nach § 29 StVZO“ ist irreführend, wenn das werbende Unternehmen selbst die erforderliche Zulassung zur Durchführung derartiger Untersuchungen nicht besitzt und die Arbeiten nur im Auftrag und für Rechnung einer amtlich anerkannten Überwachungsorganisation durchgeführt werden, ohne darauf in der Werbung bereits hinzuweisen. LG Mainz, Urteil vom 5. März 1999 – 11 HK O 83/98 (M-50359/98)

„Lagerverkauf“, § 7 Abs. 1 UWG

Die Ankündigung von preisreduzierten Markenartikeln mit dem gleichzeitigen Hinweis auf einen Lagerverkauf kündigt jedenfalls dann eine unzulässige Sonderveranstaltung an, sofern dieser Lagerverkauf für 4 Tage befristet in betriebsfremden Räumen durchgeführt wird. LG Stuttgart, Urteil vom 26. März 1999 – 1 KfH O 180/98 (S-74410/98)

„Preisangabe in Euro !“, § 1 Abs. 1 PreisangabenVO

Es verstößt gegen die Grundsätze von Preiswahrheit und Preisklarheit, bei der Werbung für die Vermietung von Kraftfahrzeugen die Preisangabe ausschließlich in dem bisher lediglich als Buchgeld existierenden Euro (!) zu machen. Darüber hinaus wird der irreführende Eindruck erweckt, man könne auch bei Barzahlung schon in der neuen Währung bezahlen. Landgericht München, Beschluss vom 26. Februar 1999 – 7 HK O 3403/99 (F-50142/99)

„Sonderpreise“, § 1 Abs. 2 RabattG

Die Versendung persönlich adressierter Werbeschreiben, denen jeweils ein Gutschein beigelegt ist, gegen dessen Vorlage der Adressat beim Kauf von Möbeln einen prozentualen Preisnachlass erhält, kündigt unzulässige Sonderpreise an. Landgericht Görlitz, Urteil vom 23. April 1999 – 3 KfH O 4/99 (D-80789/98)

Urteile entnommen aus WRP, Wettbewerb in Recht und Praxis, Hefte 9/1999 (Sonderdruck) und 10/1999.

bereits dem Schlussverkauf zuzuordnende Verkaufsveranstaltung (OLG Hamm, Urteil vom 16. September 1986 – 4 U 70/86).

Als eine unzulässige Vorwegnahme sind danach mit zunehmender Nähe zum Saisonabschlussverkauf vor allem die nachstehenden Werbe- und Verkaufsmaßnahmen anzusehen:

- die Werbung mit gehäuften Sonderangeboten in schlussverkaufsfähigen Waren

- die Werbung mit gehäuften Preisherabsetzungen in schlussverkaufsfähigen Waren
- die Verwendung von auffällenden Preisschildern oder Dekorationen (zum Beispiel „jetzt“, „es ist soweit“, „zugreifen“ usw.).

Zuwiderhandlungen stellen Verstöße gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) dar und können – bei Vorliegen entsprechender Anträge – zum Erlass von einstweiligen Verfügungen führen.