

Duschen im Fitnessstudio

Gehört es zum Angebot eines Fitnessstudios, dass man dort als Kunde auch duschen kann? Darf man dafür extra zur Kasse gebeten werden und wenn ja, muss dies in der Werbung deutlich gemacht werden? Antworten auf diese Fragen gab das OLG Karlsruhe.

Eine Kette von Discount-Fitnessstudios hatte in einem ihrer Studios eine großformatige Werbetafel angebracht. Darauf wurde unter Angabe „15,90 Euro pro Monat bei einer Vertragslaufzeit von 12 Monaten.“ geworben. Die Benutzung der Duschen war in diesem Angebot jedoch nicht mit inbegriffen. Wollte der Kunde die Dusche benutzen, wurden hierfür zusätzlich 0,50 Euro fällig. Ein Hinweis auf diese Mehrkosten fand sich auf der Werbetafel nicht.

Die Zentrale zur Bekämpfung sah hierin einen Fall unlauteren Wettbewerbs und nahm das Sportstudio auf Unterlassung in Anspruch. Nach Auffassung der Wettbewerbszentrale war die Werbung wettbewerbswidrig, da über die Bedingungen des Angebots (Duschen kosten extra) nicht hingewiesen wird, was gleichzeitig einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung darstelle. Außerdem sei die Werbung irreführend, da der Verbraucher ohne gesonderten Hinweis davon ausgehen könne, dass die kostenlose Nutzung der Duschen Bestandteil der Leistung eines Sportstudios ist.

Dieser Auffassung widersprach das Fitnessstudio mit der Begründung der Verbraucher erwarte bei ihnen nicht, dass das kostenlose duschen Bestandteil der Leistung sei. Duschen sei nicht obligatorisch und würde auch von einem großen Teil der Kunden nicht genutzt. Hierdurch entstehende Mehrkosten, die das Studio mit 2,00 Euro bezifferte seien auch nicht maßgeblich für die Entscheidung des Kunden über das Angebot.

Entscheidung des Gerichts

Die Richter des Oberlandesgerichts Karlsruhe ([Urteil vom 19.11.2008 - 6 U 1/08](#)) sahen das anders und verurteilten das Fitnessstudio auf Unterlassung wegen irreführender Werbung. Bei einem Fitnessstudio erwarte ein erheblicher Teil der Verbraucher, dass im Preis die Nutzung der Duschen enthalten sei. Zwar dürfe der Studiobetreiber auch hierfür gesondert Geld verlangen, er muss dann aber darauf entsprechend hinweisen. Dies wäre dem Studio auf der großen Werbefläche auch problemlos möglich gewesen. Auch sei die Größenordnung der mit dem Duschen verbundenen Mehrkosten von mehr als 10% des monatlichen Beitrags für die Kundenentscheidung relevant.

Fazit

Der Fall zeigt schön, wie man durch Unterlassen (hier dem Hinweis auf die Mehrkosten für das Duschen) irreführend werben kann. Es ist daher empfehlenswert, Werbung vorab auf möglicherweise fehlende Angaben zu überprüfen.