

Küchen-Tiefstpreis-Garantie

Ist eine Tiefstpreis-Werbung zulässig, mit der Konkurrenzangebote immer unterboten werden? Wie ist, wenn durch die Tiefstpreisgarantie Waren unter Einstandspreis verkauft werden? Mit diesen Fragen beschäftigte sich der Bundesgerichtshof.

Ein Einrichtungshaus, das auch Einbauküchen anbietet, warb 2003/2004 mit den Slogans „KÜCHEN-TIEFSTPREIS-GARANTIE. Egal, wer beim Küchenkauf anbietet - Wir garantieren Ihnen einen Preis, der 13% unter jedem MITBEWERBER-ANGEBOT liegt.“, „Den günstigsten Preis macht M. M., garantiert 13% unter jedem Wettbewerbspreis“ und „Bei M. M. Küchen-Tiefstpreis-Garantie. Wir liefern garantiert unter jedem Wettbewerbspreis.“

Diese Werbung hielt die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs für wettbewerbswidrig und nahm das Möbelhaus auf Unterlassung in Anspruch. Sowohl das LG Saarbrücken als auch das OLG Saarbrücken gaben der Wettbewerbszentrale recht.

Das OLG Saarbrücken nahm vorliegend einen Fall unzulässiger Behinderung durch Preisunterbietung an. Das Möbelhaus fordere potentielle Käufer einer Küche durch Ihre Werbung auf, sich bei einem Wettbewerber eine Küche planen und anbieten zu lassen, um dann bei ihr die Küche 13% günstiger zu erwerben. Damit bediene sich das Möbelhaus der aufwendigen Küchenplanung Ihrer Wettbewerber, ohne dass diese eine realistische Chance auf einen Vertragsabschluß hätten, da der Preis in jedem Fall unterboten werde. Außerdem nehme das Möbelhaus mit dieser Werbung auch in Kauf, dass Küchen unter Einstandspreis verkauft würden. Daher sei die Werbung unlauter und damit wettbewerbswidrig.

Das Möbelhaus ging daraufhin in Revision zum Bundesgerichtshof.

Entscheidung des Gerichts

Die Richter am BGH ([Urteil vom 02.10.2008 – Az. I ZR 48/06](#)) teilen die Bedenken der Vorinstanzen gegen die Werbung des Möbelhauses nicht und wiesen die Klage der Wettbewerbszentrale ab.

Die Werbung sei zulässig. Zwar bestünde durch die Werbung des Möbelhauses die abstrakte Gefahr, dass unter Umständen Waren unter Einstandspreisen verkauft würden. Eine solche abstrakte Gefahr reiche für die Annahme einer wettbewerbswidrigen Werbung aber nicht aus.

Kunden würden von dem Möbelhaus durch die Werbung auch nicht in unlauterer Weise abgefangen. Dass sich das Möbelhaus die Planungen der Konkurrenz beschaffe sei ebenfalls nicht unzulässig. Die Küchenplanung sei kein vertrauliches Dokument. Vielmehr müsse ein Anbieter davon ausgehen, dass ein Kunde mit der von ihm erstellten Planung auch Konkurrenzangebote einhole. Dies muss der Anbieter hinnehmen.

Im Übrigen ziele die Werbung auch nicht unbedingt auf die Verwendung fremder Planungen ab.



Denn es liege durchaus nahe, dass nur Bauteile verglichen würden, ohne dass diesen eine Planung zu Grunde liege.

Fazit

Tiefpreis- und Tiefstpreiswerbungen und Angebote unter Einstandspreisen sind wettbewerbsrechtlich heikel. Es kommt dabei entscheidend auf die konkreten Umstände des Einzelfalls an, ob solche Werbung wettbewerbswidrig ist oder nicht.