Volltext zu MIR Dok.: 008-2007
Veröffentlicht in: MIR 01/2007
Gericht: OLG Köln
Aktenzeichen: 6 W 27/06 (Beschluss)
Entscheidungsdatum: 6.03.2006
Vorinstanz(en):

Permanenter Link zum Dokument: http://www.medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=510

www.medien-internet-und-recht.de

ISSN: 1861-9754

MEDIEN INTERNET und RECHT und alle in der Publikation/Zeitschrift enthaltenden Inhalte, Beiträge, Abbildungen und Veröffentlichungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Verlagsrechte erstrecken sich auch auf die veröffentlichten Gerichtsentscheidungen und deren Leitsätze, die urheberrechtlichen Schutz genießen, soweit sie vom Einsender oder von der Schriftleitung/Redaktion redigiert bzw. erarbeitet sind. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Nutzungs-/Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechtsübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM, Dateikopien oder andere Verfahren in Online- und Printmedien etc.) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Mit Namen (Autor/Gericht/Quelle) gekennzeichnete Beiträge stellen ausdrücklich nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar.

Inhaltliche oder redaktionelle Fehler vorbehalten.

OLG KÖLN Beschluss

Tenor:

- 1.) Die sofortige Beschwerde des Antragstellers gegen den Beschluss der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 31 O 118/06 - vom 17.2.2006, durch den sein Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen worden ist, wird zurückgewiesen.
- 2.) Die Kosten des Beschwerdeverfahrens hat der Antragsteller zu tragen.

GRÜNDE

I

Die Antragsgegnerin, eine Textil-Einzelhändlerin, schaltete in der "Werbepost C" vom 1.2.2006 eine Anzeige, in der unter der Angabe "WINTERSCHLUSSVERKAUF" u.a. Pullover, Jacken und Sackos für um 20%, 30 % bzw. 50 % reduzierte Preise angeboten wurden. Der Antragsteller, ein im vorliegenden Verfahren antragsbefugter Verband im Sinne des § 8 Abs.3 Ziff.2 UWG, sieht in dieser Anzeige einen Verstoß gegen § 4 Nr.4 UWG, weil es an einer zeitlichen Begrenzung des Angebotes fehle. Das Landgericht hat den begehrten Erlass einer einstweiligen Verfügung durch Beschluss vom 17.2.2006 abgelehnt. Gegen diesen Beschluss richtet sich die sofortige Beschwerde des Antragstellers, mit der er weiterhin das Verbot erstrebt, auf die beschriebene Weise mit Preisnachlässen ohne genauere Angaben über die Dauer der angekündigten Verkaufsveranstaltung zu werben.

II

Die gem. § 567 Abs.1 Nr. 2 ZPO statthafte sofortige Beschwerde ist zulässig, aber nicht begründet. Zu Recht hat das Landgericht den Erlass einer einstweiligen Verfügung abgelehnt, weil es an einem Verfügungsanspruch fehle. Entgegen der Auffassung des Antragstellers kann der Antrag nicht mit Erfolg als Verstoß gegen das Transparenzgebot auf §§ 3, 4 Nr. 4 UWG gestützt werden.

1.) Die Bestimmung des § 4 Nr. 4 UWG bezweckt den Schutz u.a. der Verbraucher vor unsachlicher Beeinflussung und Irreführung durch unzureichende Information über die Bedingungen der Inanspruchnahme von Preisnachlässen und anderen Verkaufsförderungsmaßnahmen. Sie verpflichtet den Anbieter von zeitlich begrenzten Angeboten, unter Nennung von dessen Beginn und Ende den Angebotszeitraum der Verkaufsförderungsmaßnahme anzugeben (vgl. Hefermehl/Köhler/Bornkamm, § 4 Rz 4.2, 4.11; Harthe/Henning/Bruhn, § 4 Rz 1, Rz 32; Fezer/Steinbeck, UWG, § 4 - 4 Rz 4, 9, jew. m.w.N.). Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze ist die angegriffene Werbung nicht zu beanstanden.

Der von der Antragsgegnerin verwendete Begriff "Winterschlussverkauf" basiert auf der früheren Rechtslage, nach der bis zur UWG-Novelle des Jahres 2004 durch § 7 Abs.1 UWG a.F. Sonderveranstaltungen grundsätzlich untersagt und Winterschlussverkäufe nur in den engen zeitlichen Grenzen der Legaldefinition des § 7 Abs.3 Ziff.1 UWG a.F. vom letzten Montag des Januar an für zwei Wochen erlaubt waren. Die überwiegende Anzahl der durchschnittlich interessierten und aufmerksamen Verbraucher, die die Werbung mit einer situationsentsprechenden Aufmerksamkeit zur Kenntnis nimmt, wird wissen, dass es den "Winterschlussverkauf" im vorstehend beschriebenen juristischen Sinne inzwischen nicht mehr gibt. Das ergibt sich daraus, dass über diese im Rahmen der UWG-Novelle 2004 erfolgte Gesetzänderung in der Presse umfangreich berichtet worden ist und der aufmerksame Verbraucher inzwischen häufig mit "Winterschlussverkäufen" konfrontiert wird, die sich nicht an den früher verbindlichen Zeitraum halten.

Für diese die Mehrheit der durchschnittlichen Verbraucher darstellenden Leser der Anzeige besteht ein Transparenzdefizit entgegen der Auffassung des Antragstellers nicht. Die Werbung bezieht sich ausschließlich auf (Winter-) Saisonware, also auf Kleidungsstücke, von denen der Verbraucher weiß, dass er sie nicht durchgängig das ganze Jahr über, sondern - von gewissen zeitlichen Vorverlagerungen abgesehen - nur in der Jahreszeit erwerben kann, für die sie gedacht sind und benötigt werden. Es handelt sich damit auch aus der maßgeblichen Sicht der Verbraucher nicht um eine in dem Sinne vorübergehende Verkaufsförderungsmaßnahme, dass die Ware für einen begrenzten Zeitraum zu niedrigeren Preise abgesetzt wird und später wieder die früheren höheren Preise verlangt werden. Vielmehr erkennt der Kunde, dass diese Saisonware, solange sie überhaupt noch vertrieben wird, ab sofort zu den herabgesetzten Preisen erworben werden kann. In dieser Situation ist der Händler nicht verpflichtet, nur deswegen, weil er gegen Ende des von vornherein begrenzten Verkaufszeitraumes die Preise senkt, nunmehr - was auch kaum möglich sein dürfte - zusätzlich exakt anzugeben, bis wann die Ware überhaupt angeboten wird und ab wann sie der neuen Saison- (hier: Sommer-) Ware in den Regalen weichen muss und deswegen nicht mehr zum Verkauf zur Verfügung steht.

Hinsichtlich der - auch noch als durchschnittlich informiert anzusehenden - Verbraucher, die einerseits die früher geltende enge zeitliche Befristung des Winterschlussverkaufes des § 7 Abs.3 Nr.1 UWG a.F. kennen, an denen andererseits aber die Aufhebung dieser Bestimmung vorbeigegangen ist, mag wegen des fehlenden Hinweises darauf, dass der Preisnachlass nicht nur zwei Wochen, sondern, solange die Ware überhaupt noch im Angebot sei, zeitlich unbeschränkt gelte, ein Verstoß gegen das Transparenzgebot des § 4 Nr. 4 UWG zu bejahen sein. Gleichwohl kann die sofortige Beschwerde des Antragstellers keinen Erfolg haben, weil diese Verbraucher durch die Werbung im Sinne des § 3 UWG nur unerheblich beeinträchtigt werden. Die Beeinträchtigung dieser Verbraucher liegt allein darin, dass sie sich veranlasst sehen könnten, sich besonders schnell, nämlich vor Ablauf der vermeintlich noch geltenden Frist, in das Ladengeschäft der Antragsgegnerin zu begeben, während tatsächlich hierfür noch - möglicherweise deutlich - mehr Zeit zur Verfügung steht. Diese Beeinträchtigung ist angesichts des Umstandes, dass es sich um einen Schlussverkauf handelt, der dem Absatz der restlichen Saisonware dient, nicht erheblich. Sie wird durch den Umstand zumindest weitgehend kompensiert, dass - wie dies für einen Abverkauf von Restware typisch und dem Verbraucher bewusst ist - das Angebot an restlicher Ware umso größer ist, je früher der Verbraucher das Ladenlokal der Antragsgegnerin aufsucht. Kann aber der Verbraucher, der weiß, dass die Preise noch län-

ger gelten, je später er kommt, umso weniger damit rechnen, dass er die ihn konkret interessierte Ware noch findet, so ist er durch die Unklarheit über die tatsächliche längere Geltungsdauer der Preise nicht nennenswert beeinträchtigt.

2.) Aus denselben Gründen könnte der Antrag auch nicht mit Erfolg auf §§ 3, 5 Abs. 1 UWG gestützt werden. Auf eine Irreführung der Verbraucher, hat sich der Antragsteller auch nicht berufen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs.1 ZPO.

Beschwerdewert: 13.000 EUR.