



Zur Zulässigkeit von Preisgarantien

Werbung für Hörgeräte ist manchmal mit einer (Best-)Preisgarantie verknüpft. In diesem Fall enthält die Werbung eine auf den Preis bezogene Alleinstellungs- oder Spitzengruppenbehauptung, zum Beispiel „immer die günstigsten Preise“ oder „keiner ist günstiger“. Diese Behauptung ist verbunden mit der Ankündigung, den besseren Preis auch für den Fall zu garantieren, dass sich ein Mitbewerberangebot ausnahmsweise doch einmal als günstiger erweisen sollte. Dann wird dem Kunden zum Beispiel die Auszahlung der Preisdifferenz oder die Rückabwicklung des Kaufes versprochen.

Eine solche Werbung übt auf Kunden eine große Anziehungskraft aus und ist für den Werbenden daher attraktiv. In ihrer konkreten Ausgestaltung muss die Preisgarantie aber natürlich den wettbewerbsrechtlichen Vorgaben entsprechen. Sie darf insbesondere nicht irreführend sein (§ 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 Nr. 2 UWG). Das heißt zunächst, dass der mit der Allein- oder Spitzenstellung Werbende aufgrund eigener Marktbeobachtung darlegen und beweisen muss, dass er in preislicher Hinsicht zumindest zur Spitzengruppe auf dem relevanten Markt gehört. Außerdem muss die Preisgarantie realisierbar sein. Die Bedingungen der Inanspruchnahme dürfen nicht so ausgestaltet sein, dass die Kunden sie praktisch nicht in Anspruch nehmen können. Dieser Vorwurf könnte beispielsweise dann greifen, wenn die Inanspruchnahme der Garantie davon abhängig wäre, dass ein Kunde das bei einem anderen Akustiker günstiger angebotene Hörgerät tatsächlich kaufen müsste, um einen Preisvorteil zu belegen. Eine Irreführung läge auf jeden Fall auch vor, wenn die Preisgarantie sich nur auf Waren oder Leistungen bezöge, die andere Hörgeräteakustiker gar nicht anbieten.

Eine gezielte Mitbewerberbehinderung im Sinne von § 4 Nr. 4 UWG geht mit einer – nicht irreführenden – Preisgarantie eher nicht einher. Allein das Gewähren einer (zulässigen) Preisgarantie spricht noch nicht für die Absicht, Mitbewerber vom Markt zu verdrängen (siehe dazu auch Bundesgerichtshof, Urteil vom 02.10.2008, Az. I ZR 48/06 – Küchentiefpreisgarantie).

*Sabine Siekmann ·
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*