

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Irreführend: Wenn der Hersteller mit einem Rabatt auf die eigene UVP wirbt

Bei der Werbung mit Preisgegenüberstellungen sind besondere Transparenzanforderungen zu beachten und jede Irreführung muss vermieden werden, andernfalls droht Ärger. Das hat nun auch ein Hersteller zu spüren bekommen, der mit einem Rabatt gegenüber seiner eigenen UVP geworben hatte.

Worum geht es?

Bei der Werbung mit Streichpreisen kommen für Händler in erster Linie zwei Bezugsgrößen in Betracht: Der eigene, frühere Verkäuferpreis oder – soweit für das angebotene Produkt überhaupt ausgesprochen – die unverbindliche Preisempfehlung (UVP) des Herstellers.

Auf diese Weise kann der Händler den eingeräumten Rabatt werbewirksam darstellen und so den Absatz erheblich ankurbeln.

Während die (zutreffende) Inbezugnahme einer gültigen UVP für das Produkt durch den Händler, der bloßer Vertreter der Ware ist rechtlich unproblematisch ist, wirft die Inbezugnahme der UVP als höherem Preis durch einen Händler, der zugleich Hersteller der beworbenen Ware ist und die UVP selbst ausgesprochen hat, Fragen auf.

Mit dieser Konstellation musste sich kürzlich das OLG Frankfurt am Main (Beschluss vom 28.06.2022, Az.: 6 W 30/22) auseinandersetzen.

Die Entscheidung

Das OLG musste im Rahmen eines Wettbewerbsstreits im einstweiligen Verfügungsverfahren entscheiden, ob ein Matratzenhersteller, der seine Ware zugleich auch selbst verkaufte, dabei mit Preisrabatten werben durfte, die auf die von ihm selbst für die Matratze ausgesprochene UVP Bezug nahmen.

Diese Art der Preiswerbung sah das Gericht als irreführend und damit wettbewerbswidrig an, so dass der Matratzenhersteller zur Unterlassung dieses Verhaltens verpflichtet wurde.

Denn der Charakter einer UVP erwecke bei einer Preisgegenüberstellung mit einer UVP beim angesprochenen Verkehr den Eindruck, ein Dritter habe den referenzierten, höheren Preis in Form einer UVP empfohlen.

Das war hier jedoch gerade nicht der Fall, da der so werbende Verkäufer mit dem Aussprechenden der UVP ja identisch war:

“

„Die Werbung der Antragsgegnerin mit einer unverbindlichen Preisempfehlung bzw. einen „Listenpreis/UVB“ ist irreführend. Eine Preisgegenüberstellung der beanstandeten Art erweckt beim angesprochenen Verkehr den Eindruck, der höhere „empfohlene“ Preis sei von einem Dritten als Richtpreis empfohlen worden (...).

Entscheidend ist, dass der angesprochene Verkehr bei einer „unverbindlichen Preisempfehlung“ von der Preisempfehlung eines von dem Werbenden verschiedenen Herstellers ausgeht, nicht von einer Preisempfehlung des Werbenden selbst. Der Verkehr rechnet nicht damit, dass der Hersteller mit einer eigenen unverbindlichen Preisempfehlung wirbt, die er sich selbst gegeben hat, bei seinen eigenen Angeboten jedoch ignoriert. Es kommt nicht darauf an, ob die Antragsgegnerin in der Vergangenheit tatsächlich eine unverbindliche Preisempfehlung in der beworbenen Höhe ausgegeben hat und die Ersparnis daher zutreffend berechnet ist. (...)

Entscheidend ist, dass der Verkehr bei der Werbung mit einer unverbindlichen Preisempfehlung, wie gemäß Anlage AS1, von der Empfehlung eines Dritten ausgeht, die noch Bestand hat, was zu der Einschätzung des Angebots als besonders preiswürdig führt.“

”

Der Matratzenhersteller wird seine Preiswerbung daher ändern müssen.

Fazit:

Die Entscheidung des OLG Frankfurt am Main ist nachvollziehbar.

Denn es ist fast schon widersprüchlich, wenn ein Hersteller für sein Produkt eine UVP ausspricht, dann aber das Produkt selbst zu einem günstigeren Preis unter Bezugnahme auf die eigene UVP als höheren Preis verkauft.

Preisangaben und Preisaktionen bieten seit Jahren immer wieder Angriffsfläche für Abmahnungen: Egal, ob es um Grundpreisangaben oder irreführenden Streichpreiswerbung geht, als Händler muss man sich unbedingt Gedanken dazu machen, wie die Preiswerbung im Shop und auf Verkaufsplattformen rechtssicher gestaltet wird.

Sie wünschen sich juristische Unterstützung im Rahmen Ihres Verkaufsauftritts durch eine spezialisierte Rechtsanwaltskanzlei? Die IT-Recht Kanzlei unterstützt Sie, wie bereits über 50.000 weitere Unternehmen, jederzeit gerne. Werfen Sie einen Blick auf unsere [Schutzpakete](#)

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt