

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

OLG Köln: UVP-Werbung bei Alleinvertrieb unzulässig

Die Werbung mit einer gegenübergestellten unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers ist ein bedeutsames Marketinginstrument, das die Vorteilhaftigkeit des eigenen Preises absatzfördernd hervorheben kann. Ob mit einer Hersteller-UVp als Vergleichspreis aber auch geworben werden darf, wenn allein der Werbende zum Vertrieb des Produktes berechtigt ist, entschied kürzlich das OLG Köln. Lesen Sie im Folgenden mehr zum Urteil.

I. Der Sachverhalt

Eine Matratzenhändlerin hatte ein Produkt mit einer durchgestrichenen UVP des Herstellers und einem günstigeren Gesamtpreis beworben.

Weil die UVP aber allein der Beklagten gegenüber ausgesprochen worden war, die insofern die Alleinvertriebsrechte am besagten Produkt innehielt, sah ein Mitbewerber in der Werbung eine Irreführung.

Die UVP könne vorliegend nicht als objektiver Vergleichspreis dienen. Angesprochene Verkehrskreise würden dazu verleitet, in der UVP eine marktgerechte Preisorientierungshilfe zu sehen, die bei einer Alleinvertriebsberechtigung tatsächlich nicht existiere.

Nach erfolgloser Abmahnung beantragte der Mitbewerber den Erlass einer einstweiligen Unterlassungsverfügung beim LG Köln, das den Antrag jedoch mit Urteil vom 09.11.2022 (Az: 84 O 124/22) zurückwies.

Daraufhin verfolgte der Mitbewerber sein Rechtsschutzziel mit einer Berufung zum OLG Köln weiter.

II. Die Entscheidung

Das OLG Köln entschied mit Urteil vom 23.06.2023 (Az: 6 U 178/22) zugunsten des Mitbewerbers, hob das erstinstanzliche Urteil insoweit auf und bejahte einen Unterlassungsanspruch aufgrund einer preislichen Irreführung.

Die UVP könne im vorliegenden Fall keine Referenzgröße für am Markt tatsächlich geforderte Preise sein. Ihre Verwendung in der Werbung suggeriere nämlich ein Vergleichspreisniveau, das tatsächlich wegen der Alleinvertriebsberechtigung nicht existiere.

Die genannte UVP könne tatsächlich am Markt gar nicht durchgesetzt werden, weil das Produkt nur bei der Antragsgegnerin überhaupt bezogen werden könne und diese den maßgeblichen Verkaufspreis bestimme.

Verbraucher würden damit täuschend eine besondere Preisvorteilhaftigkeit suggeriert, die den

tatsächlichen Marktverhältnissen nicht entspreche.

III. Fazit

Mit einer gegenübergestellten UVP darf nicht geworben werden, wenn das betroffene Produkt allein beim Werbenden bezogen werden kann.

Dann bildet die UVP keine marktreflektierende preisliche Referenz, weil der tatsächliche marktübliche Preis allein derjenige des Verkäufers ist.

In diesem Fall täuscht eine höhere UVP eine besondere Preisvorteilhaftigkeit vor, die tatsächlich nicht besteht.

Seltsam mutet es vorliegend an, dass das LG Köln sich in erster Instanz mit Zurückweisung des Verfügungsantrages seiner eigenen Spruchpraxis entgegensetze. Immerhin hatte das Gericht [bereits im Jahr 2016](#) selbst entschieden, dass die Werbung mit einer UVP bei Alleinvertrieb irreführend sei.

Tipp:

Die rechtskonforme Werbung mit Preisgegenüberstellungen und Preisschlagworten kann aufgrund engmaschiger rechtlicher Anforderungen schnell zur Herausforderung werden.

[Eine Übersicht zu den wettbewerbsrechtlichen Anforderungen bei Verwendung der gängigsten Preiswerbeformen stellen wir hier bereit.](#)

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt