

von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Häufiger Abmahngrund: Irreführung des Verbrauchers bei Werbung mit unverbindlicher Preisempfehlung

Der BGH stellte bereits [Ende 2006 klar](#), dass die Verwendung der Abkürzung „UVP“ (für: „Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers“) nicht irreführend i.S.d. § 5 UWG sei. Dennoch werden noch immer viele Unternehmen abgemahnt, die mit unverbindlichen Preisempfehlungen werben.

Häufigster Abmahnfall

Es wird mit unverbindlichen Preisempfehlungen geworben, welche im Zeitpunkt der Werbung gar nicht mehr vom Hersteller ausgesprochen werden (bzw. in der Herstellerpreisliste nicht mehr aufgeführt werden).

Das OLG Stuttgart hat bereits Ende 2004 (Az. 2 U 129/04) entschieden, dass von der Fortgeltung einer Preisempfehlung regelmäßig nicht mehr ausgegangen werden könne, wenn der Hersteller diese nicht mehr allgemein, etwa in seinen aktuellen Preislisten, anführt. Dann fehle es am Willen des Herstellers, noch Einfluss auf die Preisbildung des Handels zu nehmen.

Auch der Umstand, dass der Hersteller bei einer Einzelabfrage die Fortgeltung der in der früheren Liste genannten unverbindlichen Preisempfehlung erklärt und mitteilt, dass die Geräte auslieferbar sind, könne zu keiner anderen Beurteilung führen:

“

Der Verkehr erwartet bei der Gegenüberstellung von Preisen mit einer unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers, dass - sofern wie vorliegend eine aktuelle Preisliste mit unverbindlichen Preisempfehlungen (UVP) existiert - für das beworbene Produkt dort auch eine UVP erscheint.

”

Dies benachteilige die aner kennenswerten Interessen des Händlers an einer wirksamen Werbung auch nicht unangemessen. So bleibe dem Händler die Möglichkeit, in der Zeit nach Fortfall der unverbindlichen Preisempfehlung mit dem Hinweis auf eine „[ehemalige UVP](#)“ zu werben, wie dies üblicherweise auch geschehe. Für die Zubilligung einer Übergangsfrist bestehe jedenfalls bei einer mehr als 2 Monate nach Erscheinen der neuen Preisliste erfolgten Werbung mit einer UVP keine Veranlassung.

Ergo

Unternehmen, die dem Angebotspreis die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers gegenüberstellen, haben dringend sicherstellen, dass der Artikel auch tatsächlich noch in den Preislisten des Herstellers geführt wird. Sollte dies nicht der Fall sein, so liegt in aller Regel eine (wettbewerbsrechtlich relevante) Irreführung des Verbraucher vor, der davon ausgeht, dass der genannte Preis in den Herstellerpreislisten enthalten ist.

Ist eine unverbindliche Preisempfehlung nicht mehr aktuell, so kann unter bestimmten Voraussetzungen mit einer „[ehemaligen unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers](#)“ geworben werden.

Autor:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt