

von **Nathalie Lengert**

# Darf ein Hersteller mit seiner eigenen UVP werben?

Die Werbung mit einer unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers (UVP) ist es ein weit verbreitetes Werbemittel, um Kunden anzuziehen, denn es suggeriert dem Käufer, dass dieser es mit einem besonders günstigen Angebot zu tun hat. Die grundsätzliche rechtliche Zulässigkeit dieser Art von Werbung für Händler ist weitestgehend geklärt. Fraglich bleibt jedoch, ob auch ein Hersteller selbst, der gleichzeitig Händler ist, mit seiner eigenen UVP werben darf.

## I. Grundvoraussetzungen für die Zulässigkeit von Werbung mit einer UVP

Die Werbung mit einer UVP basiert auf einer Gegenüberstellung des vom Händler verlangten (niedrigeren) Preises mit der UVP des Herstellers. Auf diese Weise deutet der direkte Vergleich mit der Herstellerempfehlung eine Preisgünstigkeit im Marktvergleich an.

Damit eine derartige Werbung zulässig ist, muss sie grundsätzlich folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Es muss eine unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers auch tatsächlich vorliegen. Unzulässig ist insbesondere die Werbung mit sog. Mondpreisen, die tatsächlich nie gefordert wurden.
- Die UVP muss als angemessener Verbraucherpreis auf einer ernsthaften Kalkulation des Herstellers beruhen.
- Die UVP muss im Zeitpunkt des Inverkehrbringens der Ware noch aktuell sein. Möglich ist aber eine Werbung mit einer „ehemaligen unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers“.
- Die Bezugnahme auf die UVP des Herstellers muss hinreichend deutlich zum Ausdruck kommen (die Abkürzung „UVP“ genügt laut BGH dieser Anforderung, [BGH vom 07.12.2006, Az. I ZR 271/03](#)).

Näheres entnehmen Sie bitte unserem Beitrag [„Rechtliche Vorgaben bei der Werbung mit Preisempfehlungen des Herstellers“](#).

## II. Hindernisse der Zulässigkeit von Werbung eines Herstellers mit seiner eigenen UVP

Es geht hier um den Fall, in dem der Hersteller selbst auch Händler ist und somit seine eigenen Produkte verkauft und bewirbt. Fraglich ist, ob der Hersteller in dieser Situation mit der von ihm festgelegten UVP werben kann.

Hier muss noch einmal zwischen zwei Konstellationen unterschieden werden:

1. Der Hersteller ist der alleinige Vertreiber seiner Ware.
2. Der Hersteller vertreibt zwar auch seine eigene Ware, ihm steht aber kein Alleinvertriebsrecht zu, d.h.

es gibt auch andere Händler, die seine Ware verkaufen.

## 1. Der Hersteller ist der alleinige Vertreiber seiner Ware

Die erste Konstellation ist unzulässig. Der BGH (Entscheidung vom 28.06.2001) hat dies hinsichtlich eines Alleinvertriebsrecht eines Händlers entschieden:

“

*„die Verbraucher (nehmen) bei einem Werbehinweis auf eine unverbindliche Preisempfehlung an, diese sei von dem Hersteller in der Erwartung ausgesprochen worden, dass der empfohlene Preis dem von der Mehrheit der Empfehlungsempfänger voraussichtlich geforderten Preis entspreche. [...] Sie sei daher irreführend, wenn ein Hersteller im Inland nur einen einzigen Händler beliefere, dem er ein Alleinvertriebsrecht eingeräumt habe; denn in diesem Fall gebe es keine Mehrheit von Empfehlungsempfängern und keinen Markt, für den die Empfehlung irgendeine Orientierungshilfe darstellen könne. [...] die unverbindliche Preisempfehlung (habe) in einem solchen Fall nur noch die Funktion, dem Händler eine attraktive Preiswerbung zu ermöglichen, die dem angesprochenen Verbraucher die unrichtige Vorstellung vermittele, es gebe tatsächlich einen in etwa der Empfehlung entsprechenden Marktpreis.“*

”

Wenn schon eine Werbung mit einer UVP irreführend ist, wenn es nur einen Händler in Deutschland gibt, muss dies erst Recht gelten, wenn dieser einzige Händler noch dazu der Hersteller ist.

## 2. Der Hersteller vertreibt zwar auch seine eigene Ware, ihm steht aber kein Alleinvertriebsrecht zu

Zu klären bleibt, ob sich am Ergebnis etwas ändert, wenn neben dem Hersteller auch andere Händler vorhanden sind.

Der Unterschied zur ersten Konstellation ist, dass es bei Vorhandensein mehrere Händler auch tatsächlich einen Markt gibt, für den die Preisempfehlung des Herstellers einen Leitfaden hinsichtlich der Preisgestaltung der Ware darstellen kann.

Eine höchstrichterliche Entscheidung zu genau dieser Fallkonstellation gibt es in Deutschland nicht. Trotzdem sprechen einige Argumente gegen die Zulässigkeit einer solchen Werbung durch den Hersteller selbst.

Zum einen besteht weiterhin ein Interessenkonflikt seitens des Herstellers, wenn dieser die UVP festlegen und gleichzeitig mit dieser werben kann. Daraus ergibt sich auch ein gesteigertes Missbrauchsrisiko, dass der Hersteller willkürlich UVPs festsetzt, um sich dann durch günstigere Preise einen Vorteil zu verschaffen.

Zum anderen muss die UVP im Zeitpunkt der Preisgegenüberstellung noch Bestand haben. Wenn aber der Hersteller eine UVP herausgibt und später seine Ware zu einem niedrigeren Preis anbietet, wird die

vermeintliche UVP regelmäßig nicht mehr aktuell sein, d.h. einem objektiven Marktwert entsprechen. Denn wenn sogar der Hersteller seine Ware günstiger vertreibt, als er es in seiner UVP empfiehlt, wird die UVP regelmäßig nicht mehr den marktüblichen Preis widerspiegeln.

So hat es auch das LG Hamburg (Urteil vom 27.09.2005, Az. 312 O 655/05) bzgl. eines Herstellers, der gleichzeitig exklusiver Großhändler war, entschieden: „Diese Situation (Vortäuschen eines besonders günstigen Angebots) liegt insbesondere vor, wenn ein Unternehmen als Herstellerin und exklusive Großhändlerin eine unverbindliche Preisempfehlung ausspricht und zugleich in der Werbung für die einer Werbegemeinschaft angeschlossenen Einzelhändler die unverbindliche Preisempfehlung durch niedrigere Preise unterbietet. In dieser Situation sind es die in der Werbung angegebenen niedrigeren Preise, die im Sinne einer unverbindlichen Preisempfehlung Aussicht auf Befolgung und Bildung des Marktpreises haben, nicht jedoch die vermeintliche unverbindliche Preisempfehlung.“

## Fazit

Die Werbung mit einer UVP ist unzulässig, wenn dem Händler ein Alleinvertriebsrecht zusteht.

Ob eine Werbung des Herstellers mit seiner eigenen UVP rechtlich zulässig ist, wenn es neben ihm noch andere Händler gibt, die seine Ware vertreiben, ist noch nicht abschließen geklärt. Die besseren Argumente sprechen aber wohl gegen eine rechtliche Zulässigkeit solcher Werbung.

Herstellern, die selbst Ihre Ware vertreiben, kann nur geraten werden, auf eine solche Werbung zu verzichten, um kostspielige Abmahnungen zu vermeiden.

Autor:

**Nathalie Lengert**

(jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)