

Unverbindliche (End-)Preisempfehlung?

Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Endverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, hat den Endpreis anzugeben, also den vom Verbraucher zu bezahlenden Preis einschließlich der Umsatzsteuer und aller sonstiger Preisbestandteile. Der BGH hatte nun zu entscheiden, ob diese sich aus der Preisangabenverordnung ableitende gesetzliche Bestimmung auch für eine Gemeinschaftswerbung von Kfz-Händlern gilt.

Der Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe e.V. mahnte fünf Peugeot Autohäuser ab, weil diese in einer gemeinsamen Anzeige in einer regionalen Tageszeitung wie folgt geworben hatten:

"Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers zzgl. Überführungskosten. Den genauen Preis erfragen Sie bei Ihrem Peugeot-Vertragshändler."

Die Wettbewerbshüter waren der Rechtsauffassung, der Gemeinschaftsanzeige fehle die erforderliche Angabe des Endpreises und bekamen sowohl vor dem LG wie OLG Köln Recht. Diese Entscheidungen ließen die Peugeot-Händler vom höchsten deutschen Gericht überprüfen.

Entscheidung des Gerichts

In seinem [Urteil vom 12. September 2013 \(Az. I ZR 123/12\)](#) hob der Bundesgerichtshof die Urteile der Vorinstanzen zugunsten der Kfz-Händler auf.

Ein Hinweis auf eine unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers in einer Werbeanzeige stelle nur dann ein konkretes Angebot zum Kauf eines PKW mit der Verpflichtung einen Endpreis anzugeben dar, wenn die Ankündigung ihrem Inhalt nach so konkret gefasst ist, dass sie nach der Auffassung des Verkehrs den Abschluss eines Geschäfts auch aus der Sicht der Kunden ohne weiteres zulässt. Dies sei bei der Kennzeichnung einer Anzeige mit "Unverbindliche Preisempfehlung" nicht der Fall, da sie die Unverbindlichkeit des Preises gerade kennzeichne und damit den Verkehr nicht täuschen könne.

Fazit

Kennzeichnet der Händler sein Angebot ausdrücklich mit "Unverbindliche Preisempfehlung" erwartet der Verkehr noch keinen Endpreis. Wenn Angebote von Waren oder Dienstleistungen dem Verbraucher in Werbeanzeigen ganz konkret angeboten werden, müssen weiterhin immer Endpreise angegeben werden.