

Werbung mit Preisnachlass bei eigener UVP zulässig?

Dürfen Hersteller für eigene Produkte eine unverbindliche Preisempfehlung (UVP) aussprechen und für diese Produkte mit Preisnachlass Werbung machen? Das Oberlandesgericht in Frankfurt am Main hat darüber entschieden.

Preisreduzierte Ware ist besonders im Online-Handel ein verbreiteter Grund für eine schnelle Kaufentscheidung und daher ein beliebtes Werbemittel für Unternehmer. Üblicherweise werben Händler mit einem Preis unter Inbezugnahme einer unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers. Das OLG Frankfurt am Main hatte nun über einen Fall zu entscheiden bei dem eine Matratzen-Herstellerin mit einem Rabatt gegenüber ihrer eigenen unverbindlichen Preisempfehlung geworben hatte.

Die Herstellerin vertrieb im eigenen Online-Shop ihre Produkte. Sie bewarb Matratzen mit einer Preisreduzierung gegenüber der von ihr selbst ausgesprochenen unverbindlichen Preisempfehlung. Ein Konkurrenzunternehmen sah das als wettbewerbswidrig an und klagte auf Unterlassung.

Werbung mit Preisnachlass bei eigener UVP ist irreführend

Das OLG Frankfurt am Main hat mit [Beschluss vom 28.06.2022 - Az.: 6 W 30/22](#) entschieden, dass die Rabattwerbung mit eigener Preisempfehlung (UVP) irreführend und wettbewerbswidrig ist. Eine Preisgegenüberstellung der beanstandeten Art erwecke beim angesprochenen Verkehr den Eindruck, der höhere „empfohlene“ Preis sei von einem Dritten als Richtpreis empfohlen worden, so die Richter des 6. Zivilsenats.

"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."

Die Richter führten zudem aus, dass gerade der Umstand, dass eine unverbindliche Preisempfehlung von einem Dritten (meist Hersteller) ausgesprochen wird, das Preisangebot für Käufer als besonders preisgünstig erscheinen lässt.

Preisjagd nicht zu jedem Preis

Werbe der Unternehmer dagegen mit einem Preis, der gegenüber dem von ihm selbst in der Vergangenheit verlangten Preis reduziert ist, handele es sich um einen Preisnachlass, für den die Werbung nur unter besonderen gesetzlichen Voraussetzungen zulässig sei. Diese Voraussetzungen habe die Matratzen-Herstellerin nicht erfüllt und müsse daher ihre



Preiswerbung ändern.

FAZIT

Der Beschluss der Frankfurter Oberlandesrichter verdeutlicht, dass Werbung mit Preisnachlässen für Dienstleistungen und Waren trotz umsatzsteigernder Wirkung mit Vorsicht betrieben werden sollte, da irreführende Werbung schnell zu kostenspieligen Abmahnungen und Rechtstreitigkeiten führen kann.

Händler sollten sich Gedanken dazu machen, wie sie ihre Preiswerbung im Online handel rechtssicher gestalten. Dabei sollten sie die Bedingungen oder den Grund für den Preisnachlass transparent machen und Täuschungen über den Ausgangspreis vermeiden.