



## WettbewerbsRecht

### Werbung mit einer UVP – Was ist zu beachten?

Die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers (UVP) wird in der Werbung des Öfteren eingesetzt, um die Günstigkeit eigener Angebote zu verdeutlichen. Dabei wird der eigene, niedrigere Preis der höheren UVP gegenüber gestellt (z.B. „**UVP 299,-** – bei uns nur 219,-“ oder „20% unter **UVP**“).

Der Ausspruch einer unverbindlichen Preisempfehlung seitens des Herstellers ist mit Blick auf § 2 Abs. 2 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) in Verbindung mit Art. 4 lit. a der Gruppenfreistellungsverordnung für vertikale Vereinbarungen (Vertikal-GVO) grundsätzlich zulässig. In der Folge ist auch die Werbung mit einer UVP in Form einer Gegenüberstellung mit den eigenen, niedrigen Preisen aus wettbewerbsrechtlicher Sicht regelmäßig nicht zu beanstanden.

Etwas anderes gilt jedoch, wenn die in Bezug genommene UVP veraltet bzw. nicht mehr gültig ist. Dann erweist sich die Preisgegenüberstellung als irreführend im Sinne von § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG (Irreführung über den Preis). Das hat vor einigen Jahren der Bundesgerichtshof im Zusammenhang mit einem Fall aus der Elektronikbranche entschieden (Urteil vom 29.01.2004, Az. I ZR 132/01).

Vor diesem Hintergrund hat die Wettbewerbszentrale kürzlich drei Online-Brillenhändler abgemahnt, die für Marken-Fassungen mit einer Gegenüberstellung mit UVPs geworben hatten, obwohl der Vertrieb solche nicht mehr ausspricht. Die Vorgänge konnten durch Abgabe strafbewehrter Unterlassungserklärungen außergerichtlich beigelegt werden.

Achtung! Vorsicht ist insoweit beim Vertrieb von Waren über Internet-Verkaufsplattformen geboten. Denn ein Händler muss sich die vom Betreiber der Plattform eingestellten Preisangaben – und damit gegebenenfalls auch eine irreführende Bezugnahme auf nicht mehr gültige UVP-Preise – unter Umständen auch dann zurechnen lassen, wenn er sich an das entsprechende Angebot angehängt hat bzw. anhängen musste. Das hat im Jahr 2015 zumindest das Oberlandesgericht Köln in zwei Fällen so entschieden (Urteil vom 24.04.2015, Az. 6 U 175/14, nicht rechtskräftig sowie Beschluss vom 06.05.2015, Az. 6 W 29/15). ■

Sabine Siekmann,  
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg