

## Wettbewerbsrecht

## Werben mit UVP – aber wie?

Die Werbung mit der unverbindlichen Preisempfehlung (UVP) eines Herstellers ist bei Händlern ein beliebtes Mittel, um die Preiswürdigkeit der vertriebenen Ware herauszustellen. Grundsätzlich ist die Werbung mit der richtigen UVP des Herstellers zulässig. Die UVP wird in der Regel von dem Hersteller der Produkte kalkuliert. Sie soll auf einer ernsthaften und sachgerechten Kalkulation beruhen und einen angemessenen Verbraucherpreis für die Ware darstellen. Sie soll einen Durchschnittspreis, der bei Verkauf an Verbraucher auf dem Markt erzielt werden kann, widerspiegeln. Es darf sich dabei nicht um eine Gefälligkeitsaussprache einer UVP eines Herstellers gegenüber einem Abnehmer oder

einem beschränkten Abnehmerkreis handeln, die lediglich dem Zweck dienen soll, in der Werbung eine besondere Preiswürdigkeit der Ware herausstellen zu können. Ein Händler kann, muss aber nicht, seine Ware zu diesem unverbindlich empfohlenen Preis verkaufen. Der Hersteller darf den Händler auch nicht zwingen, seine Ware zu diesem Preis zu verkaufen.

Fordert der Verkäufer einen Preis, der unter der UVP liegt und will seine Preiswürdigkeit gegenüber der UVP in der Werbung herausstellen, so muss er die UVP auch entsprechend als solche kennzeichnen. Er darf die Abkürzung „UVP“ verwenden. Kennzeichnet er die UVP nicht, kann der Verbraucher erwarten, dass es sich bei dem höheren Preis

um den eigenen früher geforderten Preis des Händlers handelt. Eine solche Werbung wäre irreführend, wenn der Bezugspreis zuvor nicht von dem Händler gefordert worden ist. Diese Kennzeichnungsverpflichtung besteht selbstverständlich nicht, wenn sein früherer Preis identisch mit der UVP ist und auch tatsächlich von den Kunden vor der Preisherabsetzung gefordert wurde. Die Wettbewerbszentrale kann in Fällen irreführender Preiswerbung mit einer UVP Unterlassungsansprüche im Wege der Abmahnung geltend machen. (Elvira Schad, Wettbewerbszentrale, Büro Dortmund)



Weitere Details:

[www.ihk-oldenburg.de](http://www.ihk-oldenburg.de)  
(Nr. 3483338)

### Aktuelle Wirtschaftskennzahlen für das Oldenburger Land

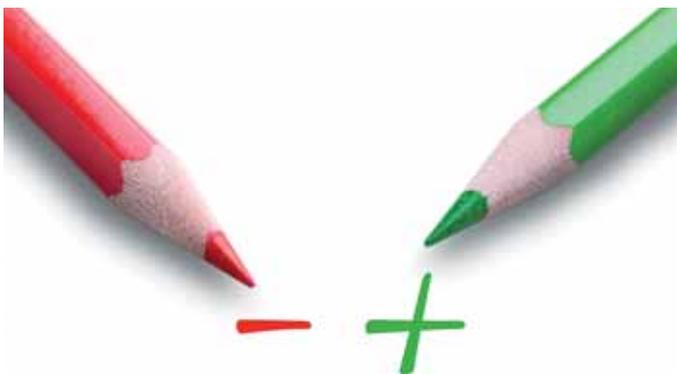


Foto: © jid-photodesign - Fotolia.com

Wieviel Geld geben die Bürgerinnen und Bürger für den Einzelhandel in ihrer Stadt/ Gemeinde aus? Welche Gebietskörperschaft hat die niedrigsten/höchsten Gewerbesteuerhebesätze? Welche Berufsgruppen sind bei den Auszubildenden besonders gefragt? Diese und weitere Fragen zur wirtschaftlichen Entwicklung und Struktur beantwortet der Zahlenspiegel, den die IHK mit aktuellen Zahlen zur Jahresmitte 2017 neu aufgelegt hat. Der Zahlenspiegel gibt kompakt einen Überblick über die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen der Städte, Landkreise und Gemeinden im Oldenburger Land.



[www.ihk-oldenburg.de](http://www.ihk-oldenburg.de)  
(Nr. 3293770)

## Digitalisierung beim Zoll

## De-Mail hält Einzug

Die deutsche Zollverwaltung hat die De-Mail als qualifizierte elektronische Signatur für Emails nach dem Signaturgesetz eingeführt. Sie macht die Kommunikation sicherer. Jeder, der künftig mit den Zollbehörden sicher per E-Mail kommunizieren möchte, benötigt dafür eine De-Mail-Adresse, erhältlich bei den staatlich zugelassenen De-Mail-Anbietern. Damit lassen sich zum Beispiel Einschreiben mit Rückschein oder Anträge und Unterlagen mit gesetzlichem Schriftformerfordernis elektronisch abbilden.

Mittelfristig ist davon auszugehen, dass die De-Mail in allen Rechtsbehelfsbelehrungen der Hauptzollämter, insbesondere auch in so genannten ATLAS-Bescheiden, VSt-Bescheiden, KraftSt-Bescheiden sowie in den Kostenbescheiden der Zollämter genutzt werden wird. Einsprüche mittels E-Mail sind damit nur noch eine Frage der Zeit.

Die alternative Kommunikation und Einlegung von Einsprüchen ist weiterhin schriftlich per Post oder Boten, Telefax oder persönlich zur Niederschrift möglich. (eb)



[www.ihk-oldenburg.de](http://www.ihk-oldenburg.de)  
(Nr. 3837316)