

## Ernsthaft und sachgerecht

Die Werbung mit der unverbindlichen Preisempfehlung eines Herstellers ist bei Händlern ein beliebtes Mittel, die Preiswürdigkeit der vertriebenen Ware herauszustellen. Grundsätzlich ist die Werbung mit der richtigen unverbindlichen Preisempfehlung (UVP) des Herstellers zulässig.

Die UVP wird in der Regel vom 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.

Es ist grundsätzlich zulässig, den eigenen Preis mit einer ehemaligen unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers zu vergleichen. Sie muss als solche kenntlich gemacht werden (ehemalige UVP). Es muss sich bei der ehemaligen UVP um die zuletzt von dem Hersteller ausgesprochene und aufgehobene unverbindliche Preisempfehlung handeln. Eine Irreführung

kann allerdings im Einzelfall vorliegen, wenn die zuletzt ausgesprochene UVP schon vor langer Zeit aufgehoben wurde. Dies ist jedoch eine Einzelfallentscheidung.

Ein Markeninhaber, der seine Markenware ausschließlich selbst im Alleinvertrieb vertreibt, kann für diese Ware keine UVP aussprechen und mit dieser werben. Es gibt nämlich keinen Händler als Empfehlungsempfänger für die UVP, für den diese eine Hilfe bei der Kalkulation des Preises sein könnte. In einem solchen Fall dient die UVP lediglich dazu, das Angebot des Werbenden als besonders preisgünstig darzustellen.

Die Wettbewerbszentrale kann in Fällen irreführender Preiswerbung mit einer UVP Unterlassungsansprüche im Wege der Abmahnung geltend machen.

*Elvira Schad*

*Wettbewerbszentrale – Büro Dortmund*

## Einmal stiften, viel bewirken!

Bei dem **SOS-Verbrauchsfonds** kommt **Ihre Zuwendung** in jährlichen Raten den Kindern zugute, bis sie aufgebraucht ist.



**SOS KINDERDÖRFER  
WELTWEIT  
HERMANN-GMEINER-STIFTUNG**

Hermann-Gmeiner-Stiftung | Ridlerstr. 55 | 80339 München  
Telefon 089/179 14-218 | E-Mail: hgs@sos-kd.org

[www.hermann-gmeiner-stiftung.de](http://www.hermann-gmeiner-stiftung.de)

