

BGH: Unverbindliche Preisempfehlung - UVP

UWG §§ [3](#), [5](#)

Leitsätze

1. Eine Preisempfehlung, die nicht die ausdrückliche Angabe enthält, dass die Empfehlung vom Hersteller stammt und/oder unverbindlich ist („empfohlener Verkaufspreis“ oder „empfohlener Verkaufspreis des Herstellers“), ist nicht bereits deshalb irreführend. Denn dem informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher ist bekannt, dass Preisempfehlungen üblicherweise vom Hersteller ausgesprochen werden und unverbindlich sind.

2. Die Verwendung einer Abkürzung, die dem Verkehr als Abkürzung für eine unverbindliche Herstellerpreisempfehlung bekannt ist („UVP“), ist gleichfalls nicht wegen Verstoßes gegen das Irreführungsverbot unzulässig.

BGH, Urteil vom 7.12.2006 - I ZR 271/03 (OLG Köln, LG Köln)

Sachverhalt

Die Kl. stellt Sportartikel her und vertreibt diese insbesondere unter der Marke „adidas“. Die Bekl. betreibt die „T. Verbrauchermärkte“. Sie warb für dort angebotene Sportbekleidung und Sportschuhe mit Preisgegenüberstellungen. Die Kl. hat diese Art der Preisgegenüberstellung als wettbewerbswidrig beanstandet, weil der höhere Preis nicht den kartellrechtlich zwingend vorgeschriebenen Hinweis enthalte, dass es sich um eine unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers handle. Das OLG hat

der Klage mit dem Hauptantrag in vollem Umfange stattgegeben.

Aus den Gründen

I. Das Berufungsgericht hat angenommen, der Kl. stehe der mit dem Hauptantrag geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus § [3](#) UWG a.F. zu, weil die angesprochenen Verbraucher durch die Angaben „empfohlener Verkaufspreis“, „empfohlener Verkaufspreis des Herstellers“ und „UVP“ in wettbewerblich relevanter Weise irreführt würden. ...

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg. Sie führen zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Abweisung der Klage mit dem Hauptantrag.

1. Nach Erlass des Berufungsurteils ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb v. 3.7.2004 in Kraft getreten. Die von der Kl. geltend gemachten, in die Zukunft gerichteten Unterlassungsansprüche bestehen daher nur, wenn sich das beanstandete Verhalten unter der Geltung sowohl des alten als auch des neuen Rechts als wettbewerbswidrig darstellt. Die für diese Beurteilung maßgebliche Rechtslage hat sich allerdings inhaltlich durch das In-Kraft-Treten des neuen Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb nicht geändert. Hinsichtlich des hier in Rede stehenden Verbots irreführender Werbung mit Preisempfehlungen bestehen zwischen dem Irreführungstatbestand des § 5 UWG n.F. und der Regelung des § 3 UWG a.F. keine Abweichungen, sodass im Folgenden nicht zwischen dem alten und dem neuen Recht unterschieden zu werden braucht.

2. Rechtsfehlerfrei ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, die Unlauterkeit der von der Bekl. verwendeten Angaben ergebe sich nicht schon daraus, dass kartellrechtliche Voraussetzungen für die Zulässigkeit von Preisempfehlungen nicht eingehalten worden seien. Im Zeitpunkt des Erscheinens der beanstandeten Werbeanzeigen waren Preisempfehlungen grds. verboten (§ 22 GWB i.d.F. bis zum In-Kraft-Treten der 7. GWB-Novelle am 1.7.2005). Nur Hersteller von Markenwaren durften Preisempfehlungen unter bestimmten Voraussetzungen aussprechen, wozu u.a. das Gebot gehörte, die Empfehlungen ausdrücklich als unverbindlich zu bezeichnen (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 GWB a.F.). Zutreffend hat das Berufungsgericht angenommen, dass dieses Gebot einer bestimmten Formulierung nur den Ausspruch der Empfehlung durch den Hersteller betraf. Dagegen durfte der Händler, dem es grds. erlaubt war, in seiner Werbung auf eine Preisempfehlung des Herstellers Bezug zu nehmen (vgl. BGHZ 42, 134 ff. - Richtpreiswerbung I; BGH GRUR 2003, 446 - Preisempfehlung für Sondermodelle), bei diesem Hinweis auch andere Formulierungen verwenden, wenn dadurch keine unrichtigen Vorstellungen über die tatsächlichen Verhältnisse hervorgerufen wurden (vgl. BGH GRUR 1980, 108, 109 - ... unter empf. Preis). Als irreführend sind insb. Preisangaben angesehen worden, die vom Verkehr nicht als unverbindliche Empfehlung des Herstellers verstanden werden (vgl. BGH GRUR 1980, 108, 109 - ... unter empf. Preis). Andererseits wurde eine Irreführung nicht allein deswegen bejaht, weil eine Preisempfehlung wie beispielsweise in der Angabe „Preisempfehlungen namhafter deutscher Hersteller“ nicht ausdrücklich als unverbindlich bezeichnet worden war (vgl. BGH GRUR 1981, 137, 139 - Tapetenpreisempfehlung).

I.R.d. 7. GWB-Novelle sind die Bestimmungen über die Preisempfehlungen in §§ 22, 23 GWB a.F. ersatzlos gestrichen worden, sodass nunmehr im Blick auf die kartellrechtliche Regelung eine kleinliche Beurteilung der Frage, ob durch eine von der früher in § 23 Abs. 1 Nr. 1 GWB a.F. vorgeschriebenen Formulierung abweichende Wortwahl die Gefahr einer Irreführung des Verkehrs begründet wird, nicht angebracht ist (vgl. Bornkamm, in: Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 24. Aufl., § 5 UWG Rdnr. 7.50; MüKo-UWG/Busche, § 5 Rdnr. 479; Helm, in: Gloy/Loschelder, Hdb. des Wettbewerbsrechts, 3. Aufl., § 58 Rdnr. 40; Link, in: Ullmann, jurisPK-UWG, § 5 Rdnr. [nbsp] 583).

3. Mit Erfolg wendet sich die Revision dagegen, dass das Berufungsgericht die von der Bekl. verwendeten Angaben „empfohlener Verkaufspreis“, „empfohlener Verkaufspreis des Herstellers“ und „UVP“ als irreführend i.S.v. § 3 UWG a.F. (§ 5 UWG) angesehen hat.

a) Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts kommt in den Angaben „empfohlener Verkaufspreis“ und „empfohlener Verkaufspreis des Herstellers“ hinreichend deutlich zum Ausdruck, dass es sich um einen unverbindlichen Preis handelt und die Empfehlung nicht bindend ist. „Empfehlen“ bezeichnet nach dem normalen Sprachgebrauch gerade keine verbindliche Anordnung, sondern einen Vorschlag oder ein Anraten. Dem durchschnittlich informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher ist auf Grund der dem Hersteller früher vorgeschriebenen und daher weitgehend üblichen Verwendung des Begriffs der „unverbindlichen“ Preisempfehlung bekannt, dass Herstellerpreisempfehlungen grds. nicht bindend sind. Die vertikale Preisbindung für Markenwaren ist seit über 30 Jahren aufgehoben. Der Verbraucher sieht daher eine Preisempfehlung auch dann als unverbindlich an, wenn auf den Umstand der Unverbindlichkeit nicht ausdrücklich hingewiesen wird (vgl. BGH, U. v. [23.6.1983 - I ZR 111/81](#), Urteilsumdr. S. 5 f.; Völker, in: Harte/Henning, UWG, § 5 Rdnr. 548; Helm, a.a.O., Rdnr. 40; MüKo-UWG/Busche, a.a.O., § 5 Rdnr. 479; Link, a.a.O., § 5 Rdnr. 583).

b) Aus denselben Gründen widerspricht die Annahme des Berufungsgerichts der Lebenserfahrung, der Verkehr werde die in der Angabe „empfohlener Verkaufspreis“ liegende Preisempfehlung möglicherweise nicht dem Hersteller, sondern einem Dritten, z.B. einem Großhändler oder der Konzernzentrale des werbenden Händlers zurechnen, weil der ausdrückliche Hinweis auf eine Empfehlung des Herstellers fehlt. Dem Verkehr ist auf Grund der früheren Rechtspraxis bekannt, dass Preisempfehlungen üblicherweise vom Hersteller stammen. Davon geht er auch aus, wenn die Empfehlung nicht ausdrücklich als eine solche des Herstellers bezeichnet ist. Es kann nicht angenommen werden, dass die geänderte kartellrechtliche Rechtslage, nach der nunmehr nicht nur der Hersteller, sondern auch der Lieferant entsprechende Preisempfehlungen aussprechen kann (vgl. Link, a.a.O., § 5 Rdnr. 581; MüKo-UWG/Busche, a.a.O., § 5 Rdnr. 472), insoweit (bereits) eine Änderung des Verkehrsverständnisses bewirkt hat.

c) Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts wird der angesprochene Verkehr auch durch die Verwendung der Angabe „UVP“ nicht irregeführt. Mit Erfolg macht die Revision insoweit geltend, dass dem Verkehr die Angabe „UVP“ im Zusammenhang mit Preisgegenüberstellungen als gängige Abkürzung einer „Unverbindlichen Preisempfehlung“ bekannt ist (vgl. auch MüKo-UWG/Busche, a.a.O., § 5 Rdnr. 479; a.A. Helm, a.a.O., Rdnr. 40; Fezer/Peifer, UWG, § 5 Rdnr. 341). Dies ist entgegen der Auffassung

des Berufungsgerichts durch die verbreitete und ständige Verwendung dieser Abkürzung in der Werbung anderer Unternehmen hinreichend nachgewiesen. Demgegenüber ist es ohne Bedeutung, ob die Abkürzung „systemwidrig“ erfolgt und, wie das Berufungsgericht meint, „u.P.“ oder „uPE“ lauten müsste. Das Berufungsgericht legt nicht dar, dass der Verkehr deshalb mit der Angabe „UVP“, wenn sie ihm im Zusammenhang mit einer Preisgegenüberstellung begegnet, eine andere Bedeutung als die einer Abkürzung von „Unverbindliche Preisempfehlung“ verbindet. Mit Recht weist die Revision darauf hin, dass die mögliche Bedeutung von „UVP“ als Abkürzung von „Umweltverträglichkeitsprüfung“ aus der Sicht des angesprochenen Verbrauchers ausscheidet, wenn das Kürzel „UVP“ wie hier im Zusammenhang mit einer Preisgegenüberstellung einer Preisangabe vorangestellt wird. ...

Anmerkung

5% der Internethändler sind schon einmal abgemahnt worden, weil sie das Kürzel „UVP“ verwendet haben, ohne zu erläutern, dass diese Abkürzung für den Begriff „Unverbindliche Preisempfehlung“ steht. Das hat eine im April 2007 veröffentlichte Umfrage des Gütesiegel-Anbieters Trusted Shops unter 700 Shopbetreibern ergeben. Die Abmahnungen erfolgten zu Unrecht, wie das vorliegende Urteil des BGH deutlich macht.

Die unerwartete und zugleich begrüßenswerte Entscheidung stellt klar, dass dem Verbraucher die Bedeutung der Abkürzung „UVP“ hinreichend bekannt ist. Darüber hinaus stellt der BGH fest, dass eine Preisempfehlung weder als unverbindlich bezeichnet werden muss, noch ausdrücklich darauf hingewiesen werden muss, dass die Empfehlung vom Hersteller stammt. In der Folge dieses Urteils ist mit einer weiteren Liberalisierung des Rechts der Preisgegenüberstellungen zu rechnen. Begonnen hatte diese Liberalisierung bereits mit der 7. GWB-Novelle Ende 2005. Seit dem Wegfall der §§ [22](#), [23](#) GWB sind aus kartellrechtlicher Sicht auch Preisempfehlungen für sog. No-Name-Produkte und nicht nur für Markenware möglich. Darüber hinaus muss die Empfehlung nicht mehr zwingend vom Hersteller ausgesprochen und nicht mehr als unverbindlich bezeichnet werden.

Obwohl kartellrechtlich seitdem Klarheit darüber herrscht, dass die Kennzeichnung „unverbindlich“ nicht mehr zwingend ist, war aus wettbewerbsrechtlicher Sicht weiterhin umstritten, ob die Unverbindlichkeit einer Preisempfehlung weiterhin zum Ausdruck gebracht werden musste (vgl. Bechtold/Buntscheck, NJW 2005, [2968](#)). Teilweise wurde vertreten, dass zur Vermeidung einer Irreführung i.S.d. § [5](#) UWG lediglich beachtet werden müsse, dass der empfohlene Preis nicht als verbindlich dargestellt werde; eine bestimmte Wortwahl sei nicht mehr erforderlich (vgl. Hefermehl/Köhler/Bornkamm, 25. Aufl., § 5 Rdnr. 7.50). Dieser Ansicht ist der BGH in seiner vorliegenden Entscheidung gefolgt.

Soweit der BGH erörtert, dass nicht auf den Hersteller als Herausgeber der Preisempfehlung hingewiesen werden muss, bleibt die künftige Entwicklung abzuwarten. Seit der 7. GWB-Novelle ist es nicht nur Herstellern, sondern beispielsweise auch Lieferanten möglich, unverbindliche Preisempfehlungen auszusprechen. Insofern ist es zwar momentan sicherlich richtig, dass die angesprochenen Verkehrskreise davon ausgehen, die Empfehlung stamme vom Hersteller. Sollten Lieferanten jedoch künftig eigene Preisempfehlungen herausgeben, kann der Hinweis, von wem eine Empfehlung stammt, wieder erforderlich sein. Die Urteilsbegründung des BGH trägt diesem Umstand Rechnung, indem zum Ausdruck kommt, dass zumindest jetzt noch keine Änderung des Verkehrsverständnisses stattgefunden hat.

Auch wenn nunmehr feststeht, dass Händler erheblich mehr Freiheiten bei der Formulierung ihrer Preisgegenüberstellung haben, so sind gerade im Bereich der Abkürzungen weitere Wettbewerbsverletzungen wegen irreführender Werbung (§ [5](#) UWG) nicht ausgeschlossen.

So hat das OLG Frankfurt/M. mit U. v. [22.3.2001](#) - Az. [6 U 221/00](#) (GRUR-RR 2001, [242](#)) festgestellt, dass eine Werbung mit dem Kürzel „eUVP“ ohne deutliche Erläuterung gegen § [3](#) UWG a.F. verstoße. Zwar sei es grds. zulässig, auch mit ehemaligen unverbindlichen Preisempfehlungen zu werben, sofern diese tatsächlich einmal ausgesprochen worden seien. Konkret stünde allerdings zu befürchten, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Abkürzung als „empfohlener unverbindlicher Preis“ und nicht als „ehemalige unverbindliche Preisempfehlung“ deuten werden. Auch im Lichte des aktuellen BGH-Urteils wird diese Entscheidung der Frankfurter Richter nicht abweichend zu beurteilen sein. Anders als die

Zeichenfolge „UVP“ ist das Kürzel „eUVP“ noch nicht allgemein bekannt und kann zu Verwirrungen der angesprochenen Kunden führen.

Anders wird künftig wohl die Abkürzung „empf. VK“ zu beurteilen sein. Bisher war es so, dass eine Preisgegenüberstellung nicht mit „empfohlener Verkaufspreis“ - und erst recht nicht mit „empf. VK“ - angepriesen werden durfte. Das hat sich nun geändert. Da weder darauf hingewiesen werden muss, dass eine Preisempfehlung vom Hersteller stammt, noch die Unverbindlichkeit der Empfehlung erwähnt werden muss, ist die Bezeichnung empfohlener Verkaufspreis künftig möglich. Ebenso wie bei dem Kürzel „UVP“ wird man darüber hinaus auch davon ausgehen können, dass sich die Bedeutung von „empf. VK“ im Verkehr durchgesetzt hat. Händler, die diesbezüglich kein Risiko eingehen wollen, haben die Möglichkeit, die Abkürzung über einen deutlich gestalteten Sternchenhinweis aufzuklären.

Nicht jede Wortwahl des werbenden Händlers ist als wettbewerbsrechtlich unbedenklich einzustufen. So hat das OLG Stuttgart (B. v. [18.8.2000 - 2 U 113/00](#)) Preisangaben unter Verwendung des Begriffs „regulärer Preis“ bzw. „Regulärpreis“ als mehrdeutig und damit irreführend angesehen. Diese Entscheidung wird auch unter Berücksichtigung der aktuellen höchstrichterlichen Rspr. Bestand haben: Unter Regulärpreis kann sowohl der nicht rabattierte Preis des werbenden Händlers als auch ein empfohlener Preis des Herstellers oder Lieferanten angesehen werden.

Trotz klarer Worte durch den BGH werden Preisempfehlungen künftig die Gerichte beschäftigen. Mit der vorliegenden Entscheidung ist allerdings einer der Hauptgründe für Abmahnungen im Internet weggefallen.

RA Christian Solmecke, LL.M., WILDE & BEUGER Rechtsanwälte, Köln.