

Rabattwerbung: OLG Köln begrenzt Streichpreise

24.10.2026, 13:41 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *MTR Legal Rechtsanwälte Pressearchiv*



Köln, 24. Oktober 2026. Das Oberlandesgericht Köln hat mit Urteil vom 2. Oktober 2026 entschieden, dass Werbung mit einem durchgestrichenen höheren Preis irreführend sein kann, wenn unmittelbar vor der Rabattaktion ein niedrigerer Preis verlangt wurde. Ein Hinweis darauf, dass der höhere Preis nach Ablauf der Aktion wieder gelten soll, reicht nach der Entscheidung nicht ohne Weiteres aus, um die Fehlvorstellung der Verbraucher auszuräumen.

Im Mittelpunkt des Verfahrens stand die Preiswerbung einer Händlerin für eine Matratze in einem Onlineshop. Das Produkt wurde unter anderem auf einer Übersichtsseite, einer Sale-Seite und der Produktdetailseite mit einem Aktionspreis beworben, dem ein höherer durchgestrichener Preis gegenübergestellt wurde. Zusätzlich enthielt die Darstellung einen Sternchenhinweis mit der Aussage, der höhere Preis sei ab einem bestimmten Datum wieder gültig. Unmittelbar vor der Aktion hatte die Matratze jedoch 199 Euro gekostet.

Gericht bestätigt Verbot der konkreten Werbung

Das Landgericht Köln hatte die beanstandete Werbung im einstweiligen Rechtsschutz untersagt. Die Händlerin legte hiergegen Berufung ein und wandte sich unter anderem gegen die Bestimmtheit des Unterlassungsantrags, die Annahme einer Irreführung sowie die Dringlichkeit des Verfahrens. Das Oberlandesgericht Köln wies die Berufung zurück und bestätigte das Verbot der konkreten Gestaltung. Das Urteil ist gemäß § 542 Abs. 2 ZPO mit seiner Verkündung rechtskräftig geworden.

Nach Auffassung des Senats lag eine irreführende geschäftliche Handlung im Sinne von § 5 UWG vor. Zudem sah das Gericht einen Verstoß gegen § 11 Abs. 1 PAngV in Verbindung mit § 1 Abs. 3 Satz 2 PAngV. Entscheidend war, dass Verbraucher den durchgestrichenen Preis als den zuvor verlangten Preis verstehen konnten. Tatsächlich war unmittelbar vor Beginn der Rabattaktion jedoch ein niedrigerer Preis maßgeblich.

Streichpreis prägt die Erwartung der Verbraucher

Das OLG Köln stellte darauf ab, wie die angesprochenen Verkehrskreise die Preisangaben verstehen. Ein durchgestrichener Preis vermittelt regelmäßig den Eindruck, dass das Produkt zuvor zu diesem höheren Betrag

angeboten wurde und der aktuelle Preis deshalb eine reale Ersparnis gegenüber dem bisherigen Preis darstellt. Diese Vorstellung kann für die Kaufentscheidung erheblich sein. Sie kann insbesondere den Eindruck eines zeitlich begrenzten Preisvorteils erzeugen.

Der ergänzende Sternchenhinweis änderte nach Ansicht des Gerichts an dieser Bewertung nichts. Die Formulierung, der höhere Preis werde später wieder gültig, klärte nicht hinreichend darüber auf, dass er nicht dem unmittelbar vor der Aktion verlangten Preis entsprach. Vielmehr konnte der Hinweis nach Auffassung des Senats die Erwartung sogar verstärken, dass der durchgestrichene Preis zuvor gegolten habe. Auch die zusätzliche Angabe des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage beseitigte die Irreführung nicht.

Die Entscheidung knüpft an die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zur Werbung mit durchgestrichenen Preisen an. Danach kommt es nicht allein darauf an, ob ein höherer Preis irgendwann tatsächlich verlangt wurde. Maßgeblich ist vielmehr, welchen Eindruck die konkrete Werbegestaltung im Zusammenhang erzeugt. Preisangaben müssen daher nicht nur formal vollständig, sondern auch in ihrer Aussage klar und zutreffend sein.

Folgen für Händler und Onlinehandel

Für Unternehmen im Onlinehandel verdeutlicht die Entscheidung, dass Rabattaktionen sorgfältig vorbereitet werden müssen. Besonders risikobehaftet sind Preisgestaltungen, bei denen Aktionspreise, Streichpreise, 30-Tage-Tiefstpreise und erläuternde Hinweise nebeneinanderstehen. Stimmen diese Angaben in ihrer Aussage nicht überein, kann kurzfristig eine Untersagung im einstweiligen Rechtsschutz drohen. Betroffen sein können insbesondere Produktdetailseiten, Sale-Bereiche und Werbeanzeigen.

Rechtsanwalt Michael Rainer, MTR Legal Rechtsanwälte, ordnet die Entscheidung ein: **„Unternehmen sollten bei Rabattwerbung nicht nur einzelne Informationspflichten erfüllen, sondern die gesamte Darstellung aus Sicht der Verbraucher betrachten. Für Investoren und Marktteilnehmer ist eine rechtssichere Preiswerbung auch deshalb relevant, weil wettbewerbsrechtliche Auseinandersetzungen laufende Vertriebskampagnen erheblich beeinträchtigen können.“**

In der Praxis sollten Händler vor dem Start einer Aktion prüfen, welcher Preis als Vergleichsgröße verwendet wird und ob dieser Bezug für Verbraucher eindeutig erkennbar ist. Der niedrigste Gesamtpreis der letzten 30 Tage muss bei Preisermäßigungen nach den Vorgaben der Preisangabenverordnung berücksichtigt werden. Wird zusätzlich mit einem anderen, höheren Vergleichspreis gearbeitet, darf dadurch keine unzutreffende Vorstellung über die tatsächliche Preisentwicklung entstehen. MTR Legal Rechtsanwälte berät Unternehmen im Wettbewerbsrecht zu Rabattaktionen, Preisangaben und Werbegestaltungen.

- **Streichpreise** sollten den maßgeblichen Vergleichspreis klar erkennen lassen.
- **Sternchenhinweise** müssen verständlich aufklären und dürfen keine Fehlvorstellung verstärken.
- **30-Tage-Preise** ersetzen keine Prüfung der gesamten Werbeaussage.

Weitere Informationen: <https://www.mtrlegal.com/olg-koeln-6-u-24-26-streichpreis/>

MTR Legal Rechtsanwälte

Breslauer Platz 4
50668 Köln
Deutschland

Michael Rainer

+49 221 9999220

info@mtrlegal.com

www.mtrlegal.com

Portrait

MTR Legal Rechtsanwälte ist eine bundesweit und international tätige Full-Service-Wirtschaftskanzlei. Die Sozietät berät Unternehmen, institutionelle Investoren und vermögende Privatpersonen in den Bereichen Gesellschafts-, Steuer-, Handels-, Vertrags-, Vertriebs-, Kapitalmarkt- und Bankrecht.

Standorte: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Stuttgart. Representative Offices: London, Paris, Amsterdam, Singapore.

MTR Legal ist Mitglied im internationalen Netzwerk IR Global und wird regelmäßig von Handelsblatt und Best Lawyers empfohlen.

News-ID: 1328004 • Views: 126 (Stand: 29.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1328004/Rabattwerbung-OLG-Koeln-begrenzt-Streichpreise.html>