

Zu den Umständen der zulässigen „Statt-Preis“-Werbung

08.09.2010, 10:02 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *LADM Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer*

Preise sind eines der wichtigsten Kriterien, um die Kaufentscheidung potentieller Kunden für das eigene Produkt zu beeinflussen. Kunden müssen immer das Gefühl haben, ein „gutes Geschäft“ zu machen. Dies ist meist gekennzeichnet dadurch, dass ein qualitativ entsprechendes Produkt zu einem möglichst weit unter dem Marktniveau liegenden Preis erworben wird.

Aus diesem Grund stellt es eine gern gewählte Methode dar, bei Preissenkungen den bisher geforderten Preis mit dem Vermerk „Statt“ durchzustreichen und den neuen, günstigeren Preis deutlich sichtbar daneben zu positionieren.

In einem Fall, dem ein so gelagerter Sachverhalt zugrunde lag, hatte das Oberlandesgericht Düsseldorf am 29.06.2010 (Az.: I-20 U 28/10) zu verhandeln.

Statt 49,95 EUR Nur 19,95 EUR

Ein Mitbewerber sah darin ein irreführendes Verhalten, da die Verbraucher erkennen können müssen, worauf sich der durchgestrichene Preis beziehe.

Die Richter am OLG Düsseldorf stellten diesbezüglich jedoch fest, dass der Verbraucher in solchen Fällen grundsätzlich davon ausgehe, dass der durchgestrichene Preis jener sei, den der Unternehmer bisher für das beworbene Produkt verlangt hat und der neue Preis nun einen Preisnachlass darstelle.

So auch schon der BGH in seinem Urteil vom 02.05.2005 (Az.: I ZR 127/02). Dass er hier anders entschieden hat, lag einzig und allein daran, dass nicht exakt erkennbar sei, worauf sich der durchgestrichene Preis beziehe. Dort führten jedoch zahlreiche Umstände zum entsprechenden Urteil, die vorliegend nicht gegeben seien, sodass es sich dabei um einen anders gelagerten Fall handelt.

Fazit:

Oftmals verbergen sich Probleme hinter für den juristischen Laien als klar erscheinenden Fallkonstellationen. Aus diesem Grund ist es gerade im Werberecht ratsam, vor der Veröffentlichung einer Werbeanzeige einen spezialisierten Rechtsanwalt mit der juristischen Begutachtung dieser zu betrauen, um kostspielige juristische Auseinandersetzungen zu vermeiden.

© RA Axel Mittelstaedt 2010 – LADM Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer; Dezernat Gewerblicher Rechtsschutz, Köln www.ladm.com

Die Kanzlei Mittelstaedt, seit Kurzem Bestandteil der Partnerschaftsgesellschaft LADM Liesegang Aymans Decker Mittelstaedt & Partner, Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, ist eine exklusive Spezialisten-Kanzlei mit internationaler Ausrichtung und Sitz in Köln.

Seit 1994 arbeitet die Kanzlei für globale Unternehmen und leistet alle fachlichen Dienstleistungen im Bereich des Gewerblichen Rechtsschutzes.

Der Gründer der Kanzlei, Axel Mittelstaedt, ist seit über 25 Jahren internationaler Experte für Gewerblichen Rechtsschutz und Markenführung.

Seine klassischen anwaltlichen Leistungen: Markenrecht (Anmeldung und Verteidigung etc. von Marken), Wettbewerbsrecht (Angriffe und deren Abwehr), Geschmacksmusterrecht (Anmeldung und Verteidigung etc. von Geschmacksmustern), Patentrecht (speziell: Verfahren bei Patentverletzungen).

Zusätzlich bietet die Kanzlei Mittelstaedt ein qualifiziertes Analyseverfahren und Gutachten für strategisches IP Management in Unternehmen an. Dieses innovative Kanzleiprodukt SIP® untergliedert sich in vier Phasen:

- * Analyse der aktuellen IP Strategie eines Unternehmens
- * Bewertung des Geistigen Eigentums
- * Konzeption faktischer und juristischer Schutzstrategien
- * Aktualisierung und Neuanmeldung für Marken, Produkte und Geschmacksmuster

Dazu gerade erschienen: Axel Mittelstaedt, „Strategisches IP-Management – mehr als nur Patente“ im renommierten GABLER-Verlag: ISBN 978-3-8349-1399-9

News-ID: 464061 • Views: 119 (Stand: 07.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/464061/Zu-den-Umstaenden-der-zulaessigen-Statt-Preis-Werbung.html>