

WETTBEWERBSRECHT – W14

Stand: Januar 2011

Ihr Ansprechpartner
Ass. iur. Kim Pleines
E-Mail
kim.pleines@saarland.ihk.de
Tel.
(0681) 9520-640
Fax
(0681) 9520-690

Eröffnungsangebote / Eröffnungspreise

Bei der Eröffnung eines neuen Geschäftes werben Händler gerne mit Eröffnungsangeboten / Eröffnungspreisen. Eine solche Werbung ist **zulässig, wenn** beim Verbraucher **kein falscher Eindruck** entsteht, es also nicht zu einer **Irreführung** kommt.

Eröffnungsangebote günstiger als spätere Preise

Verbraucher rechnen damit, dass die Preise von Eröffnungsangeboten **günstiger** sind **als** der **regulär geforderte Preis** und der **künftige Preis** nach der Eröffnungsphase. Daher muss ein als Eröffnungspreis beworbener Preis auch unter dem **nach Ablauf der Eröffnungsphase** geforderten Preis liegen. Irreführend ist es daher, anlässlich der Neueröffnung einer neuen Filiale mit einem Eröffnungspreis zu werben, wenn bei schon bestehenden Filialen der gleiche Preis gilt.

Dauer

Die Dauer der Eröffnungsangebote **muss nicht angegeben werden**. **Wie lange** mit einem Eröffnungsangebot geworben werden darf, **hängt vom Einzelfall ab**, vor allem von der **Art der angebotenen Ware**. Je **langlebiger** eine **Ware** ist, desto **länger** darf mit einem Eröffnungsangebot geworben werden, eventuell mehrere Monate lang. So wurde etwa die Werbung für eine Haushaltsnäähmaschine zu einem Eröffnungspreis für die Dauer von 6 Monaten als zulässig angesehen.

Preisvergleiche/durchgestrichene Preise

Zulässig ist der **Vergleich** des eigenen Eröffnungsangebotspreises **mit der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers**. Es muss sich dabei jedoch wirklich um eine unverbindliche Preisempfehlung im Sinne des Kartellrechts handeln, z.B. „... statt € 50,- (unverbindliche Preisempfehlung) unser Eröffnungspreis € 40,-“. **Zulässig** sind auch **genaue Preisgegenüberstellungen**, z.B.: „... Eröffnungspreis bis (Datum) € 80,-; danach € 100,-“.

Unzulässig weil irreführend wären **Aussagen** wie z. B.: „Eröffnungsangebote um 20 Prozent reduziert“, oder „Zur Eröffnung jedes Pfund Kaffee 1,- € billiger“. Hier fehlt es an der Preisklarheit gemäß der Preisangabenverordnung, weil der Kaufmann die Eröffnungsware selbst noch nicht angeboten hat und es so **am Vergleichsmaßstab für die Reduzierung fehlt**.

Keine Eröffnungspreise bei Wiedereröffnung

Wenn **nach** einer **Renovierung** Sonderangebote gemacht werden, stets darauf hinweisen, dass **keine Neu- sondern eine Wiedereröffnung** vorliegt, z.B. „nach völligem Umbau und Erweiterung haben wir Spar-/Superangebote ...“

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.