

## WETTBEWERBSRECHT – W14

Stand: November 2023

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. 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 bzw. künftig geforderte Preis** nach der Eröffnungsphase. Daher muss ein als Eröffnungspreis beworbener Preis auch unter dem **nach Ablauf der Eröffnungsphase** geforderten Preis liegen. Irreführend ist es, 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 Haushaltsnähmaschine zu einem Eröffnungspreis für die Dauer von 6 Monaten als zulässig angesehen.

#### Einführungspreis

**Zulässig** ist der **Vergleich** des eigenen Eröffnungsangebotspreises **mit der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers**. Es muss sich dabei jedoch wirklich um eine unverbindliche Preisempfehlung handeln. **Zulässig** sind auch **genaue Preisgegenüberstellungen**.

#### Beispiele:

- „... statt 50 € (unverbindliche Preisempfehlung) unser Eröffnungspreis 40 €“
- „... Eröffnungspreis bis (Datum) 80 €; danach 100 €“.

**Unzulässig** sind **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 Unternehmer die Eröffnungsware selbst noch nicht angeboten hat und es so **am Vergleichsmaßstab für die Reduzierung fehlt**.

### **Eröffnungspreise bei Wiedereröffnung**

Wenn **nach** einer **Renovierung** Sonderangebote gemacht werden, sollte zusätzlich darauf hingewiesen werden, 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.*