



Prozentangabe der Preisermäßigung in einer Werbung

Eine deutsche Verbraucherzentrale beanstandete die Art und Weise, in der ein Discounter in seinen wöchentlichen Prospekten u.a. mit Preisermäßigungen wirbt. In dem Prospekt war für 1 kg Bananen ein Preis von 1,29 € angegeben. Die als letzter Verkaufspreis genannten 1,69 € waren durchgestrichen und ein Rabatt von -23 % abgedruckt. Als niedrigsten Preis der letzten 30 Tage (n.G.) gab der Discounter 1,29 € an.

Die Verbraucherzentrale war der Ansicht, dass eine in der Werbung angegebene Preisermäßigung nicht auf der Grundlage des Preises unmittelbar vor Angebotsbeginn (hier 1,69 €) berechnet werden darf, sondern dies auf der Grundlage des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage erfolgen muss (hier 1,29 €; der jedoch mit dem angeblich „ermäßigten“ Preis identisch war). Es genügt nicht, in der Bekanntgabe lediglich den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage zu nennen.

Eine in der Werbung bekanntgegebene Preisermäßigung muss auf der Grundlage des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage und darf nicht auf Basis des kurz vorher verlangten Preises berechnet werden. Das gilt auch, wenn anstatt eines Prozentsatzes ein Angebot als „Preis-Highlight“ angepriesen wird.