

Landgericht Hamburg

Az.: 402 HKO 17/26

Verkündet am 08.10.2026

, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



Urteil

IM NAMEN DES VOLKES

In der Sache

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., vertreten durch d. Vorständin , Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG, vertr. durch die EDEKA ZENTRALE Handelsstiftung, vertreten durch den Vorstand , New-York-Ring 6, 22297 Hamburg

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

erkennt das Landgericht Hamburg - Kammer 2 für Handelssachen - durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 18.08.2026 für Recht:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken an der Geschäftsführung,

künftig zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbraucher:innen mit dem Kauf von Lebensmitteln unter Angabe einer prozentualen Preisermäßigung („-26 %“, „-35 %“, „-42 %“) zu werben bzw. werben zu lassen, wenn sich die prozentuale Preisermäßigung

nicht auf den in der Werbung angegebenen niedrigsten Gesamtpreis bezieht, wenn dies geschieht wie in Anlage K 1 abgebildet.

2. Die Beklagte wird weiter verurteilt, an den Kläger Aufwendungen (§ 13 Abs. 3 UWG) in Höhe von netto 327,10 Euro zzgl. 7 % MwSt. 22,90 Euro, mithin 350,00 Euro brutto zu zahlen.
3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, zu Ziffer 1. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 60.000 Euro, im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 Prozent des jeweils zu vollstreckenden Betrages.
5. Der Streitwert wird auf 50.000,00 € festgesetzt.

Tatbestand

Der Kläger ist der Dachverband der Verbraucherzentralen und in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen. Er wendet sich gegen zwei Preisermäßigungswerbungen der Beklagten.

Die Beklagte betreibt die Webseite www.edeka.de. Dort wurde am 06.10.2025 wie folgt geworben (Anlage K 1):



Der Kläger hält dies für einen Verstoß gegen §§ 11, 1 Preisangabenverordnung (PAngV), § 2 Abs. 2 Nr. 19 UKlaG, § 3a UWG, §§ 5, 5a UWG.

Er ist der Ansicht, im Einklang mit der Rechtsprechung des EuGH („Aldi Süd“) müsse sich eine Preisermäßigung immer auf den „niedrigsten 30-Tages-Preis“ beziehen, was vorliegend ersichtlich nicht der Fall sei. Eine (zusätzlich) informatorische Nennung des niedrigsten Preises der letzten 30 Tage in der Werbung reiche nicht aus. Der Bezugspreis, gegenüber dem die Rabatte berechnet sind, sei vorliegend überdies unklar. Die Werbung sei daher auch irreführend.

Der Kläger beantragt,

– wie erkannt –

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte trägt vor, Referenzpreis der beworbenen Ermäßigungen sei jeweils der normale Ladenpreis von 2,29 Euro bzw. 2,92 Euro gewesen. Diesen habe sie in der gesamten Woche vor der streitgegenständlichen Aktion verlangt. Es handele sich bei dem Vergleichspreis weder um einen „Mondpreis“, noch liege ein Fall von „Preisschaukelei“ vor. Es sei vielmehr eine im deutschen Lebensmitteleinzelhandel seit Jahrzehnten übliche Form der kurzfristigen und vorübergehenden Preisreduzierung von bestimmten Teilen des Sortiments, an die der Verbraucher gewöhnt sei und die er von der Beklagten auch regelmäßig erwarte.

Die Beklagte ist der Ansicht, die EuGH-Entscheidung „Aldi Süd“ berücksichtige fundamentale Rechtsprinzipien nicht, sodass eine Verurteilung der Beklagten nach den Klageanträgen unter Bezugnahme auf § 11 Abs. 1 PAngV einen schweren Verfassungsverstoß nach sich ziehen würde. Die Beklagte regt daher an, die Sache nochmals dem EuGH vorzulegen.

Die Beklagte verweist darauf, dass sie jedenfalls der wortlautgemäßen Anforderung des § 11 Abs. 1 PAngV gerecht geworden ist, denn sie habe jeweils den niedrigsten 30-Tages-Preis angegeben. Etwas anderes als diese Information fordere auch die Richtlinie nach ihrem Wortlaut nicht. Die vom EuGH vorgenommene Auslegung erweise dem Verbraucherschutz einen Bärendienst, da Lebensmitteleinzelhändler in der Folge von Preisermäßigungen absähen.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Parteivortrags wird auf die eingereichten Schriftsätze nebst Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 18.08.2026 Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig und begründet.

1.

Gegenstand des Antrags zu Ziffer 1. der Klage ist die Werbung mit einer prozentualen Preisermäßigung („-26 %“, „- 35 %“, „- 42 %“), wenn sich die prozentuale Preisermäßigung nicht auf den in der Werbung angegebenen niedrigsten Gesamtpreis bezieht, wie geschehen in Anlage K 1. Streitgegenständlich ist damit nur der Umstand, dass die Beklagte ihre gemäß Anlage K 1 beworbenen Rabatte nicht auf der Basis des niedrigsten 30-Tages-Preises berechnet hat. Dass die Werbungen i. Ü. irreführend sind, weil nicht erkennbar ist, auf welchen vorangegangenen Preis sich die prozentuale Ermäßigung bezieht, ist in Anbetracht der konkreten Antragstellung nicht zu prüfen.

2.

Der geltend gemachte Unterlassungsanspruch ist begründet aus § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3 Abs. 1, § 3a UWG i.V.m. § 11 Abs. 1 PAngV.

Da es vorliegend nicht um ein Vorenthalten wesentlicher Informationen geht, sondern um einen Fehler bei der zulässigen Rabattbemessung, richtet sich die Prüfung nicht nach § 5a Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2, § 5b Abs. 4 UWG, sondern nach § 3a UWG. Nach dieser Vorschrift handelt unlauter, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, und der Verstoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.

Eine solche Marktverhaltensregel ist § 11 Abs. 1 PAngV. Dieser besagt, dass, wer zur Angabe eines Gesamtpreises verpflichtet ist, gegenüber Verbrauchern bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung für eine Ware den niedrigsten Gesamtpreis anzugeben hat, den er innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisermäßigung gegenüber Verbrauchern angewendet hat. Betrachtet man allein den Wortlaut dieser Norm, so hat die Beklagte hiergegen nicht verstoßen. Denn ihre Preisermäßigungswerbung enthält in beiden Fällen den „niedrigsten Gesamtpreis“, welcher – insoweit unstreitig – der niedrigste 30-Tages-Preis war.

Jedoch hat § 11 Abs. 1 PAngV seine Grundlage in Art. 6a Abs. 1 und 2 der Richtlinie 98/6/EG und ist daher richtlinienkonform auszulegen (vgl. zuletzt BGH, Urteil vom 9. Oktober 2025 – I ZR 183/24 –, Rn. 22 - Jacobs Krönung).

Nach Art. 6a Abs. 1 der Richtlinie 98/6/EG ist bei jeder Bekanntgabe einer Preisermäßigung der vorherige Preis anzugeben, den der Händler vor der Preisermäßigung über einen bestimmten Zeitraum angewandt hat. Nach Art. 6a Abs. 2 der Richtlinie 98/6/EG ist der vorherige Preis der niedrigste Preis, den der Händler innerhalb eines Zeitraums von mindestens 30 Tagen vor der Anwendung der Preisermäßigung angewandt hat.

Bereits der Wortlaut des Absatzes 1 dieser Norm kann aus Sicht der Kammer nichts anderes bedeuten, als dass der vorherige Preis, der über einen bestimmten Zeitraum angewandt wurde, der Referenzpreis für die Preisermäßigung sein soll. Alles andere wäre missverständlich und nicht im Sinne der Preisklarheit. Abs. 2 bestimmt sodann, dass dieser vorherige (und Referenz-) Preis der niedrigste 30-Tages-Preis sein muss. Das führt also schon nach dem Wortlaut zu dem zwingenden Schluss, dass Referenzpreis, anhand dessen die Ermäßigung berechnet wird, der niedrigste 30-Tages-Preis sein muss.

In diesem Sinne hat auch der EuGH in seinem Urteil vom 26.09.2024 (Az. C-330/23, GRUR 2024, 1652-1654 - Aldi Süd) die Vorschrift des Art. 6a Abs. 1 und 2 der Richtlinie 98/6/EG ausgelegt. Der Artikel sei dahin auszulegen, dass er verlange, dass eine Preisermäßigung für ein Erzeugnis, die von einem Händler in Form eines Prozentsatzes oder einer Werbeaussage, mit der die Vorteilhaftigkeit des angegebenen Preises hervorgehoben werden soll, bekannt gegeben wird, auf der Grundlage des „vorherigen Preises“ im Sinne von Abs. 2 dieses Artikels zu bestimmen ist (EuGH a.a.O., Leitsatz, Tenor und Rn. 29).

Dieser Anforderung hat die Beklagte bei den streitgegenständlichen „Superknüller“-Preisen für Leerdammer und Ritter Sport nicht genügt. Sie trägt selbst vor, dass sich die beworbenen prozentualen Preisermäßigungen nicht auf die angegebenen niedrigsten 30-Tages-Preise beziehen, sondern auf die normalen Ladenpreise. Damit hat die Beklagte gegen die dem § 11 Abs. 1 PAngV zu Grunde liegenden Art. 6a Abs. 1, Abs. 2 der Richtlinie 98/6/EG verstoßen und ist wegen der dadurch indizierten Wiederholungsgefahr nach § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG zur Unterlassung zu verurteilen.

3.

Die Kammer teilt indessen die Ansicht der Beklagten, dass dieses Ergebnis für Fallkonstellationen wie die vorliegende nicht sachgerecht ist. Der Umstand, dass jede Rabattbemessung auf Basis des niedrigsten 30-Tages-Preises erfolgen muss, führt dazu, dass Artikel nur noch einmal im Monat reduziert werden bzw. entsprechend beworben werden dürfen. Das entspricht nicht den seit Jahren praktizierten Gepflogenheiten im Lebensmitteleinzelhandel, die Sonderangebote in wöchentlichen Prospekten bewerben. Das Verbot, bestimmte Artikel öfter als alle 30 Tage reduziert zu bewerben, stellt einen Eingriff in die Preisfindung der Beklagten und mithin in den Preiswettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel dar, der nicht gerechtfertigt erscheint, insbesondere nicht durch Verbraucherinteressen.

Die vom Richtliniengeber und dem EuGH vor Augen gehaltenen Argumente – Händler sollen daran gehindert werden, mit Preisen zu jonglieren und gefälschte Preisermäßigungen anzukündigen, bspw. einen Preis für einen kurzen Zeitraum zu erhöhen, um ihn anschließend zu senken und als (erhebliche) Preisermäßigung darzustellen, wodurch Verbraucher irregeführt werden – passen für die hiesige Konstellation nicht. Im Lebensmitteleinzelhandel werden gemeinhin keine Mondpreise konstruiert, die nicht real sind. Sondern, wie die Beklagte unwidersprochen vorgetragen hat, es ist der „normale Ladenpreis“ maßgeblich. Sofern – wie vorliegend nicht – der normale Ladenpreis als Referenzpreis wahrheitsgemäß angegeben wird, ist eine Irreführung des Verbrauchers über das Ausmaß der Preisermäßigung nicht zu befürchten.

Die Beklagte hat nachvollziehbar dargelegt, dass durch die Vorschrift des Art. 6a Abs. 1 und 2 der Richtlinie 98/6/EG und deren Auslegung durch den EuGH der Preiswettbewerb empfindlich gestört wird, was in der Folge zu weniger und geringeren Rabattierungen führt. Dies konterkariert den europarechtlich stets hervorgehobenen „consumer welfare“. Hierzu sei verwiesen auf die Pressemitteilung vom 12.03.2026 des Handelsverbandes Deutschland, wiedergegeben im Schriftsatz vom 09.07.2026, Seiten 8 f. und Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 05.07.2026: „Wie die EU aus Versehen das Einkaufen verteuerte - Eine Regel gegen irreführende Rabatte geht nach hinten los“, Anlage B4).

Die Kammer sieht allerdings von einer erneuten Vorlage an den EuGH ab. Denn in der Vorabentscheidung „Aldi Süd“ hat der EuGH die identische Vorlagefrage bei einem nahezu identischen Sachverhalt bereits eindeutig im oben dargelegten Sinne beantwortet. Es liegt damit ein *acte éclairé* vor.

4.

Der Anspruch des Klägers auf Ersatz seiner Abmahnpauschale für das Abmahnschreiben vom 29.10.2026 folgt aus § 13 Abs. 3 UWG.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 ZPO, die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit aus § 709 ZPO.

Den Streitwert bemisst die Kammer gemäß § 51 Abs. 2 GKG mit 50.000 Euro; der vom Kläger vorgeschlagene Wert von 15.000 Euro erscheint angesichts der erheblichen wirtschaftlichen Bedeutung des Streites als deutlich zu gering.

Vorsitzende Richterin am Landgericht



Für die Richtigkeit der Abschrift
Hamburg, 08.10.2026

, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



1.69

Ritter Sport Schokolade Nuss- oder Kakao-Klasse

versch. Sorten, 100g

Niedrig. Gesamtpreis: € 1,22

1kg = € 12,90



1.69

Leerdammer Scheiben oder Reibekäse

versch. Sorten und Fettstufen, 100g - 160g

Niedrig. Gesamtpreis: € 1,69

1kg = € 16,90 - € 10,56