
Datum: 02.10.2026
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 24/26
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2026:1002.6U24.26.00

Normen: § 11 PAngV, § 5 UWG

Leitsätze:

1. Es ist im Verfügungsverfahren unschädlich, wenn der Antragsteller auch außerhalb der Dringlichkeitsfrist seinen Antrag innerhalb des Streitgegenstandes auf zusätzliche rechtliche Gesichtspunkte stützt.
2. Zu den Voraussetzungen, unter denen mit einem gegenüber dem künftig verlangten Preis herabgesetzten Preis geworben werden darf (hier verneint).

Rechtskraft: rechtskräftig

Tenor:

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das am 04.03.2026 verkündete Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln - 84 O 3/26 - wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens werden der Antragsgegnerin auferlegt.

Gründe:

I.

Die Antragstellerin nimmt die Antragsgegnerin auf Unterlassung ihrer Auffassung nach wettbewerbswidriger Werbung in Anspruch. Wegen der tatsächlichen Feststellungen und der in erster Instanz gestellten Anträge wird auf das am 04.03.2026 verkündete Urteil des

1

2

3

Landgerichts Köln - 84 O 3/26 - Bezug genommen.

Das Landgericht hat der Antragsgegnerin mit diesem Urteil antragsgemäß untersagt, mit einem Streichpreis zu werben, obwohl der unmittelbar vor der Aktion verlangte Preis niedriger als der Streichpreis war, wenn dies geschieht wie für die Matratze "MLILY Diamond Spring Taschenfederkernmatratze" in den Anlagen AS 1, AS 2 oder AS 3. 4

Der hier jeweils maßgebliche Ausschnitt der Produktübersichts-Seite (Anlage AS 1 zum Schriftsatz vom 02.02.2026) sowie der Sale-Seite (Anlage AS 2 zum Schriftsatz vom 20.01.2026) stellte sich wie folgt dar: 5

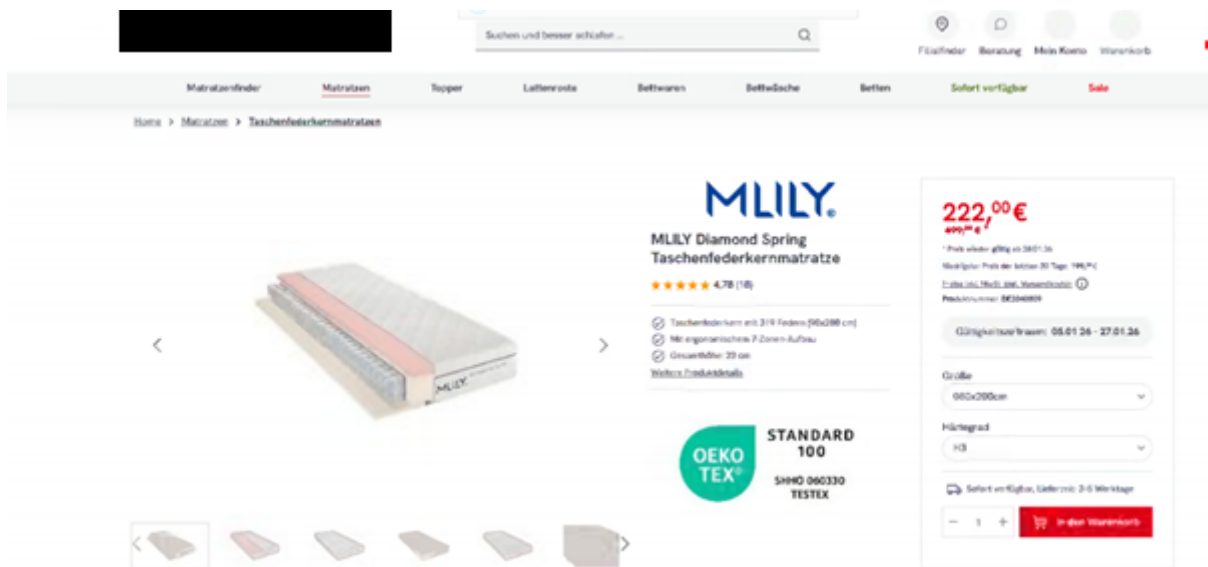
6



MLILY Diamond Spring
Taschenfederkernmatratze
★★★★★ 4,78 (18)
222,00 € ~~499,00 €~~ *
* Preis wieder gültig ab 28.01.26
Niedrigster Preis der letzten 30 Tage: 199,99 €
Gültigkeitszeitraum: 05.01.26 - 27.01.26
Lieferzeit 3-5 Werktage
Taschenfederkern mit 319 Federn (90x200 cm)
Mit ergonomischem 7-Zonen-Aufbau
Gesamthöhe: 23 cm

Die Bewerbung auf der Produktdetail-Seite gemäß Anlage AS 3 zum Schriftsatz vom 20.01.2026 gestaltete sich wie folgt: 7

8



Mit ihrer Berufung gegen dieses Urteil wirft die Antragsgegnerin dem Landgericht verschiedene Rechtsverletzungen vor. So hätte es den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung bereits als unzulässig abweisen müssen, da er entgegen § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO nicht hinreichend bestimmt sei. Die Antragsstellerin mache mit ihrem Antrag drei verschiedene Streitgegenstände geltend, wobei sie dem Gericht aufgrund der „oder“-Verknüpfung keine Prüfungsreihenfolge vorgebe. Dies stelle eine im Wettbewerbsprozess unzulässige alternative Antragshäufung dar. Ferner rügt sie, dass die streitgegenständliche Werbung entgegen der Annahme des Landgerichts nicht irreführend sei und zudem keine geschäftliche Relevanz aufweise. Schließlich sei das Landgericht rechtsfehlerhaft von einem Verfügungsgrund ausgegangen, indem es das dringlichkeitsschädliche eigene Verhalten der Antragsstellerin unberücksichtigt gelassen habe. Wegen der Einzelheiten wird auf die Berufungsbegründung vom 05.06.2026 Bezug genommen.

Die Antragsgegnerin beantragt,

unter Abänderung der angefochtenen Entscheidung den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung vom 20.01.2026 zurückzuweisen.

Die Antragstellerin beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Sie verteidigt das angegriffene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrages.

II.

Die Berufung der Antragsgegnerin hat keinen Erfolg. Die gegen das erstinstanzliche Urteil erhobenen Einwendungen sind sämtlich nicht durchgreifend.

1. Der geltend gemachte Verfügungsantrag genügt den Bestimmtheitsanforderungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Die Antragstellerin hat auf die konkrete Verletzungsform gemäß den Anlagen AS 1 bis AS 3 Bezug genommen. Aus der gewählten Verknüpfung mit dem Wort „oder“ sowie ihrer ausdrücklichen Klarstellung, dass die Werbung auf allen drei Seiten gesondert untersagt werden soll, ergibt sich hinreichend konkret, dass die Antragstellerin im Wege der kumulativen Klagehäufung drei unterschiedliche Streitgegenstände verfolgt (vgl.

2. Entgegen der Auffassung der Antragsgegnerin ist auch mit dem Landgericht die für den Verfügungsgrund erforderliche Dringlichkeit zu bejahen. Insofern greift bereits die Dringlichkeitsvermutung des § 12 UWG. Eine Selbstwiderlegung, die die Antragstellerin durch ihr eigenes Verhalten zu erkennen gegeben hat, ist entgegen der Auffassung der Antragsgegnerin nicht ersichtlich. Sofern die Antragsgegnerin meint, dies ergebe sich bereits daraus, dass ihr von der Antragstellerin unter Hinweis auf die besondere Dringlichkeit der Sache nur eine Fristverlängerung von einem Werktag, nämlich bis einschließlich Freitag, den 16.01.2026, und nicht, wie von ihr beantragt, bis einschließlich Dienstag, den 20.01.2026 gewährt worden sei, sie dann aber das Verfahren selbst nicht mit der gebotenen Dringlichkeit betrieben habe, indem sie erst Tage später den Antrag eingereicht habe, kann dem nicht gefolgt werden. Die Antragstellerin hat nach Eingang der Stellungnahme der Antragsgegnerin nur einen Werktag zugewartet, bis sie den Antrag am Dienstag, den 20.01.2026, eingereicht hat und damit das Verfahren in der gebotenen Weise zügig betrieben. Ebenfalls ist der Umstand nicht als dringlichkeitsschädlich anzusehen, dass sie ihrem Antrag vom 20.01.2026 zunächst versehentlich statt der Anlage AS 1 ein weiteres Mal die Anlage AS 2 beigefügt hatte und dies erst mit Schriftsatz vom 02.02.2026 korrigiert hat. Aus der Antragsschrift ging bereits hinreichend klar hervor, dass die Antragstellerin die streitgegenständliche Werbung auf allen drei Seiten (Produktübersichts-, Sale- und Produktdetail-Seite) angreifen will. Zudem ist der Schriftsatz vom 02.02.2026 noch innerhalb der vom Senat grundsätzlich als maßgeblich zu erachtenden Dringlichkeitsfrist von einem Monat eingereicht worden. Aus diesem Grund ist es dann auch unerheblich, dass die Antragstellerin sich in diesem Schriftsatz zudem erstmalig auf einen Verstoß gegen die PAngV gestützt hat. Unabhängig davon handelt es sich insoweit aber auch um einen einheitlichen Streitgegenstand (s. Büscher, WRP 2024, Seite 1 ff., Tz. 68). Antrag und Lebenssachverhalt sind identisch, auch wenn die Unterlassungsansprüche aus dem UWG und dem UKlaG an andere Tatbestandsvoraussetzungen anknüpfen. Beide Gesetze sind nebeneinander anwendbar (Köhler/Feddersen/Köhler/Alexander, UKlaG, 44. Aufl. 2026, § 2 Rn. 73). Das Gericht ist insofern gehalten, den geltend gemachten Verstoß unter allen in Betracht kommenden rechtlichen Grundlagen zu prüfen (vgl. hierzu auch Senat, Urteil vom 31.10.2025, 6 U 34/25, GRUR 2025, 1848 Rn. 12 - Niederländische Champignons).
3. Im Weiteren hat das Landgericht auch das Vorliegen eines Verfügungsanspruchs zu Recht bejaht.
- a) Ein solcher ergibt sich zunächst aus §§ 8 Abs. 3 Nr. 1, Abs. 1, 3, 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG.
- Nach § 5 Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist u.a. dann irreführend, wenn sie unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über den Preis enthält, § 5 Abs. 2 Nr. 2 UWG.
- Eine solche Täuschung der Verbraucher ist vorliegend durch die streitgegenständliche Werbung anzunehmen. Die angesprochenen Verkehrskreise, zu denen auch die Mitglieder des Senats gehören, werden die Bewerbung dahin verstehen, dass es sich um ein aktuell besonders günstiges Angebot handelt und dass der Streichpreis - da es insoweit an einer für den Verbraucher verständlichen Klarstellung fehlt - demjenigen entspricht, der zuvor von der Antragsgegnerin gefordert wurde (vgl. BGH, Urteil vom 05.11.2025, I ZR 182/14, GRUR 2016, 521 - Durchgestrichener Preis II). Dies ist indes nicht zutreffend, da unmittelbar zuvor

ein noch geringerer Preis (199,- Euro) gültig gewesen ist, weshalb der Verbraucher in seiner Erwartung enttäuscht wird. Dieser Eindruck des Verbrauchers wird noch dadurch verstärkt, dass der jetzige Preis rot hervorgehoben ist und ein Gültigkeitszeitraum angegeben wird. Der Sternchenhinweis ist entgegen der Auffassung der Antragsgegnerin nicht geeignet, diesem Verständnis entgegen zu wirken, sondern verstärkt diesen Eindruck vielmehr. Der Hinweis „Preis wieder gültig ab dem 28.01.2026“ suggeriert durch das Wort „wieder“ gerade, dass dieser Preis schon zuvor und zwar unmittelbar vor dem Aktionszeitraum abgerufen wurde. Sofern die Antragsgegnerin einwendet, dass dieser Preis tatsächlich auch in der Vergangenheit verlangt worden ist, vermag dieser Einwand nicht zu verfangen, denn in diesem Sinne - dass der Preis irgendwann in der Vergangenheit gültig war - wird der Verbraucher die Preisangabe nicht verstehen, und liegt es dann gerade im Verantwortungsbereich der Beklagten dies klar und deutlich - was durch den Sternchenhinweis nicht erfolgt ist - herauszustellen (vgl. BGH, Urteil vom 05.11.2025, I ZR 182/14, GRUR 2016, 521 - Durchgestrichener Preis II).

Entgegen der Auffassung der Antragsgegnerin vermag dieser irreführenden geschäftlichen Handlung auch nicht die geschäftliche Relevanz abgesprochen zu werden. Dem Verbraucher wird durch die suggerierte Ersparnis gegenüber dem vorherigen Preis sowie der Ankündigung von dessen erneuter Gültigkeit vermittelt, mit dem jetzigen Kauf ein besonderes „Schnäppchen“ zu machen, und ist die Werbung daher geeignet, die zu treffende Marktentschließung der angesprochenen Verkehrskreise in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen. Daran vermag auch die Tatsache nichts zu ändern, dass in der streitgegenständlichen Werbung zusätzlich die Angabe des niedrigsten Preises innerhalb der letzten 30 Tage erfolgt. Das Irreführungsverbot nach §§ 3, 5 UWG greift ein, wenn eine Angabe über Eigenschaften der angebotenen Waren oder Leistungen, über den Anlass des Angebots und generell über die geschäftlichen Verhältnisse geeignet ist, bei einem erheblichen Teil der umworbenen Verkehrskreise irrige Vorstellungen über das Angebot hervorzurufen und die zu treffende Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen. Dies ist stets dann gegeben, wenn - wie hier - über einen Faktor wie den Preis getäuscht worden ist, der die Kaufentscheidung stets beeinflusst (Köhler/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, UWG, 44. Auflage 2026, § 5 Rn. 1.171, Rn. 1.96).

b) Vor dem Hintergrund dieser für den Verbraucher unklaren Preisgestaltung liegt zudem ein Verstoß gegen § 11 Abs. 1 PAngV i.V.m. § 1 Abs. 3 Satz 2 PAngV vor, weshalb auch ein Unterlassungsanspruch nach §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 3 Abs. 1, 5 a Abs. 1 und 2, 5 b Abs. 4 UWG gegeben ist.

III. 25

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO. 26

Das Urteil ist gemäß § 542 Abs. 2 ZPO mit seiner Verkündung rechtskräftig. 27

Gegenstandswert für das Berufungsverfahren: 48.000 Euro. 28