Verbraucherzentrale
Hamburg

Klage gegen Lidls „größte Preissenkung aller Zeiten“ gewonnen

Ab Mai 2025 warb der Discounter Lidl mit einem groß angelegten Versprechen: „Sofort dauerhaft 500[10] Produkte günstiger“. Wir haben den Händler deswegen verklagt. Der Grund: irreführende Werbung. Das Landgericht Heilbronn hat unsere Auffassung bestätigt.



© colourbox.de

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Die Verbraucherzentrale Hamburg hatte den Discounter Lidl im vergangenen Jahr wegen irreführender Werbung zur „größten Preissenkung aller Zeiten“ verklagt.

2. Das Landgericht Heilbronn hat die Auffassung der Verbraucherzentrale Hamburg bestätigt und die Werbeaussage „Sofort dauerhaft 500[10] Produkte günstiger“ untersagt. Der Discounter hat darauf verzichtet, in Berufung zu gehen.
3. Trotz Nachfrage gibt es keine vollständige Übersicht der 500 reduzierten Produkte, die der Händler beworben hat.
4. Aus Sicht der Verbraucherzentrale Hamburg wird es für Verbraucherinnen und Verbraucher immer schwieriger, echte Preisreduzierungen von reinen Marketingmaßnahmen zu unterscheiden.

Stand: 06.05.2026

Wir hatten im Juli 2025 beim Landgericht Heilbronn eine Klage gegen die Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG eingereicht und das Verfahren gewonnen (Urteil des Landgerichts Heilbronn vom 19. Februar 2026, Az. 21 O 77/25 KfH). In der Klage hatten sich die Verbraucherschützer auf das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) berufen. Gegenstand des Rechtsstreits war die aus unserer Sicht irreführende Werbung für eine groß angelegte Preissenkungskampagne, mit der der Discounter Lidl ab Mai letzten Jahres auf sich aufmerksam gemacht hat.

Der Discounter hat jetzt darauf verzichtet, in Berufung zu gehen. Die Frist lief am 4. Mai 2026 ab. Das Urteil ist damit rechtskräftig.

Die Aussage „Sofort dauerhaft 500[10] Produkte günstiger“ erweckte nach unserer Auffassung den Eindruck, dass diese Anzahl an Produkten in jeder Filiale im Preis gesenkt worden sind. Das war aber nicht der Fall. Lidl konnte noch nicht einmal eine Mindestanzahl an gesenkten Preisen pro Filiale nennen. Auch auf der Website lidl.de waren zum Zeitpunkt der Kampagne nur deutlich weniger preisreduzierte Artikel zu finden.

Das Gericht bestätigte mit dem Urteil die Irreführung. Da half auch nicht eine Fußnote mit der Nummer 10 weiter, die Einschränkungen erklären sollte. Demnach umfasste die Zahl 500 nicht nur bundesweite, sondern auch regionale Preisanpassungen. Dieser Hinweis war unserer Meinung nach für Verbraucherinnen und Verbraucher unverständlich und konnte den durch die Werbung erzeugten Gesamteindruck nicht

korrigieren. Online war sie zudem kaum auffindbar. Auch dieser Auffassung folgte das Gericht.

Wir meinen: Wenn Unternehmen mit konkreten Zahlen und Preisversprechen werben, müssen Verbraucherinnen und Verbraucher diese auch im Laden vorfinden. Werbung darf keine Erwartungen wecken, die sich in der Filiale vor Ort nicht erfüllen. Mögliche Einschränkungen müssen klar und verständlich kommuniziert werden. Das war bei Lidl nicht der Fall. Wir freuen uns, dass das Gericht unserer Position gefolgt ist.

> *Lidl ist mit seinen Versprechungen bei der Rabattaktion eindeutig zu weit gegangen, um im Gerangel um die Preisführerschaft mit Aldi Imagepflege zu betreiben. Das LG Heilbronn hat die Irreführung bestätigt. Es entstand bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern der Eindruck, dass in jeder Filiale 500 Produkte im Preis reduziert wurden, was aber nicht der Fall war. Mit der erfolgreichen Klage konnten wir diese Trickserei stoppen.*
>
> *Armin Valet, Verbraucherzentrale Hamburg*

Keine Belege für 500 reduzierte Produkte

Auf der Internetseite lidl.de und in Werbeanzeigen hatte der Discounter zwar plakative Werbeversprechen gemacht. Bei genauerer Betrachtung blieb aber völlig unklar, welche Produkte im Preis reduziert wurden. Bei vielen Artikeln fehlte jegliche Kennzeichnung oder Transparenz. Eine Liste mit den über 500 reduzierten Produkten gab es nicht. Selbst auf direkte Nachfrage unsererseits hat Lidl keine Aufstellung der preisreduzierten Artikel geliefert.



© Verbraucherzentrale Hamburg

Rechtlich problematische Werbeaussagen

Wir sehen in Lidls Werbekampagne klare Verstöße gegen geltendes Recht – und zwar gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Demnach sind die Aussagen des Discounters unwahr, irreführend, und sie verletzen die Informationspflichten gegenüber Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Viel Marketing statt echter finanzieller Entlastung

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wünschen sich viele Menschen klare und verlässliche Informationen zu Preisen. Umso problematischer ist es, wenn ein Händler mit großen Zahlen operiert, die sich nicht verifizieren lassen. Für Verbraucherinnen und Verbraucher wird es immer schwieriger, nachzuvollziehen, was wirklich günstiger ist und was nur Marketing.

Lidl verspricht „spürbare Preisentlastungen“, doch Untersuchungen zeigen, dass von der „größten Preissenkung aller Zeiten“ wenig bei den Menschen ankommt. Die beworbenen Preisreduzierungen der Händler gleichen die hohen Preisanstiege der letzten Jahre keineswegs aus. Laut Medienberichten hat Lidl bei zahlreichen Produkten die Preise in der Zwischenzeit sogar wieder erhöht.

Wir meinen: Die aufgeblasenen Rabattaktionen dienen vor allem der Absatzförderung. Auch Lidl will Verbraucherinnen und Verbraucher in erster Linie in die Filialen locken und sein Preisimage polieren. Ob Kundinnen und Kunden am Ende Geld sparen, ist den Unternehmen wohl eher egal, auch wenn sie dies oft anders darstellen.

GUT ZU WISSEN

Die Klage gegen Lidl reiht sich ein in unser kontinuierliche Engagement für mehr Transparenz im Lebensmitteleinzelhandel. Mit unserer bundesweit einzigartigen → Mogelpackungsliste (Shrinkflation), Veröffentlichungen zu Rezepturänderungen (

→ Skimpflation) und Röntgenbildern von überdimensionierten → Luftpackungen entlarven wir regelmäßig die Maschen der Anbieter und machen auf strukturelle Täuschungen aufmerksam.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

https://www.vzhh.de/themen/lebensmittel-ernaehrung/einkaufsfalle-supermarkt/klage-gegen-lidls-groesste-preissenkung-aller-zeiten-gewonnen