BGH: "Solange der Vorrat reicht" ist nicht irreführend

☒ Gerne geben Händler – online wie offline – kleine Zugaben zu gekauften Produkten hinzu. Dies soll vor allem der Kundenbindung dienen. Häufig liest man dann den Zusatz, dass es das kleine Geschenk nur gibt, "solange der Vorrat reicht". Aber ist das so zulässig? Diese Frage hat jetzt der BGH entschieden.

Vor dem Bundesgerichtshof (Urteil v. 18.06.2009, Az: I ZR 224/06) ging es um eine Werbeaktion für Parfümerieartikel.

In einem Prospekt machte die Beklagte folgende Ankündigung:

"Beim Kauf von Produkten der abgebildeten Marke, ab einem Wert von 45,00 Euro, erhalten Sie eine exklusive Strandtasche als Geschenk."*

Und dem Hinweis:

*"*solange der Vorrat reicht."*

LG Köln erkennt darin keinen Wettbewerbsverstoß

Am 01.12.2006 entschied das LG Köln (Az: 81 O 186/06), dass in diese Werbung mit dem deutschen Wettbewerbsrecht konform sei und kein Verstoß gegen § 4 Nr. 4 UWG vorliege:

"§ 4 Nr. 4 UWG verlange nicht die Angabe der Vorratsmenge. Es liege nahe, unter "Bedingungen für die Inanspruchnahme" allein solche Umstände zu verstehen, die der Verbraucher selbst gestalten müsse, um in den Genuss der ausgelobten Vorteile zu kommen. Aber auch wenn man mit dem OLG Köln unter "Bedingungen für die Inanspruchnahme" zukünftige Ereignisse jedweder Art verstehe, könne von der Beklagten eine nähere Angabe zur Angebotsmenge nicht verlangt werden, da sie sinnlos wäre. Denn eine Angabe der Stückzahl helfe dem Verbraucher nicht bei seiner Entscheidung, ob es sich lohne, etwa am Abend des ersten Tages der Werbeaktion das Ladenlokal aufzusuchen oder nicht."

BGH: "Solange der Vorrat reicht" ist ausreichend

Der BGH legte zunächst fest, dass es sich bei der beanstandeten Werbeaktion um eine Verkaufsförderungsmaßnahme i.S.d. § 4 Nr. 4 UWG handelte. Dieser lautet:

"Unlauter handelt insbesondere, wer bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen, Zugaben oder Geschenken die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und eindeutig angibt."

Der Senat entschied, dass eine mengenmäßige Beschränkung der Zugaben als "Bedingung für die Inanspruchnahme" anzusehen ist. Allerdings macht der Zusatz "Solange der Vorrat reicht" diese Bedingung ausreichend deutlich:

"Wird mit einer Zugabe geworben, erwartet der Verbraucher, beim Erwerb der Hauptware die Zugabe zu erhalten. Für seine Entscheidung, sich näher mit dem beworbenen Angebot zu

befassen, muss er wissen, ob diese Erwartung uneingeschränkt zutrifft oder ob die Zugabe nur in geringerer Menge als die Hauptware vorhanden ist. In letzterem Falle ist der auf die Zugabe bezogene Hinweis "solange der Vorrat reicht" notwendig, aber auch ausreichend."

Denn durch diesen Hinweis erfährt der Verbraucher, dass die Zugabe eben nicht unbegrenzt bzw. nicht in der gleichen Menge wie die Hauptware verfügbar ist. Dadurch ist der Verbraucher ausreichend darüber aufgeklärt, dass sich die Chancen durch einen raschen Kaufentschluss erhöhen.

"Weitere Informationen, etwa über die Anzahl der vom Unternehmen am Erscheinungstag der Werbung vor Geschäftseröffnung bereitgehaltenen Zugaben, könnten dem Verbraucher ohnehin keinen Aufschluss darüber geben, ob er zu einem bestimmten Zeitpunkt, zu dem er das fragliche Geschäftslokal aufsuchen möchte, noch in den Genuss der Zugabe kommen kann."

Irreführung dennoch möglich

Gleichzeit entschied der BGH aber, dass eine Irreführung bei dem Hinweis "solange der Vorrat reicht" nicht von vornherein ausgeschlossen sei. Eine Irreführung kommt vielmehr in Betracht, wenn die bereitgehaltene Menge an Zugaben in keinem angemessenen Verhältnis zur erwarteten Nachfrage steht.

Übertragung auf Online-Shops?

Das Urteil des BGH bezieht sich auf eine Werbung in einem gedruckten Prospekt. Es liegt in der Sache, dass der Händler die dort gemachten Angaben nicht ändern kann, wenn bevorratete Menge der Zugaben plötzlich aufgebraucht ist.

Ob es auch in einem OnlineShop reicht, "solange der Vorrat reicht" zu schreiben, ist dagegen fraglich. Es ist schließlich möglich, die Angaben im Shop jederzeit zu ändern. Sobald der Händler weiß, dass der Vorrat an Zugaben aufgebraucht ist, kann er mit wenigen Klicks die entsprechende Werbung aus dem Shop entfernen. Dass dies für Online-Händler im Rahmen des Zumutbaren liegt, haben die Gerichte bereits für die korrekte Angabe von Lieferzeiten (wir berichteten) entschieden.

Im Jahr 2016 entschied der BGH dann übrigens, dass "solange der Vorrat reicht" durchaus eine Irreführung darstellen kann, weil der Hinweis nicht ausreichend über eine knappe Bevorratung informiert.

Abmahnung erhalten? Die Experten von Trusted Shops bieten Ihnen schnelle Soforthilfe im Rahmen des Abmahnschutzpaketes PREMIUM. (mr)