Erneute Gutschein-Panne in der Otto Group

20 Prozent auf Alles bei Baur. Dieses Rabatt-Versprechen wurde dem Versender zum Verhängnis. Aber es kommt noch schlimmer. Als die Verantwortlichen ihren Fauxpas bemerkten wurde der Gutscheincode sofort deaktiviert und durch einen neuen ersetzt: ebenfalls mit einem Rabatt von 20 Prozent.

Für die Otto Group die zweite Coupon-Falle in kurzer Zeit.

Warum soll es falsch sein, seinen Kunden einen Rabattgutschein in Höhe von 20 Prozent anzubieten? Falsch ist daran natürlich nichts, aber wenn dieser Rabatt auch für margenschwache Technik-Produkt gilt, dann kann der Händler diese auch direkt ab Lager verschenken. Und natürlich galt der Rabatt auch für Apple-Produkte; also für viele Kunden ein Top-Schnäppchen.

Da half es auch nicht, dass der Gutschein nur für Neukunden gedacht war. In Windeseile waren in den einschlägigen Foren für Schnäppchen-Jäger Schritt-für-Schritt-Anleitungen veröffentlicht, wie auch Bestandskunden von Baur in den Genuss des 20-Prozent-Rabattes kommen konnten.

20 Prozent Rabatt statt 20 Prozent Rabatt

Natürlich erkannte auch Baur schon nach kurzer Zeit das Problem und handelte. Der Gutscheincode wurde deaktiviert und durch einen neuen ersetzt. Die unter dem alten Code eingegangenen Bestellungen wurden storniert, wobei anscheinend aber auch einige Bestellungen angenommen wurden.

> *“Gefahr erkannt, Gefahr gebannt? Denkste. Bei Baur deaktivierte man zwar den 20%-Gutschein, aber um was zu tun? Ihn durch einen anderen Gutscheincode zu ersetzen, der ebenfalls 20% Preisnachlass versprach. Puh, das kostet”,* kommentiert Karsten Werner auf etailment.de *die Rettungsaktion bei Baur.*

Die Crux dieser Aktion: Auch der zweite Gutschein hatte allem Anschein nach keine Limitierung auf Sortimentsebene.

Verbraucher schimpften auf Otto

Auch Otto.de musste vor wenigen Wochen eingestehen, einen falschen Rabatt-Gutschein promotet zu haben. Vor 14 Tagen wurde irrtümlich ein 400-Euro-Gutschein freigeschaltet, der eine wahre Flut an Bestellungen auslöste. Als Otto den Fehler entdeckte, wurden die Bestellungen storniert. Die Folge: Erboste Kunden taten ihren Unmut mal mehr, mal weniger zivilisiert auf der Facebook-Seiten von Otto kund.

> *“Eine Unverschämtheit, einen Fehler auszunutzen und sich hinterher auch noch zu beschweren.”*

So bewertet Karsten Werner die traurige Beschwerde-Aktion auf Facebook und weist zu Recht darauf hin, dass auch im aktuellen Fall bei Baur schon allein die kaufmännische Vernunft dem Vorwurf einer geplanten Marketingaktion kurz vor Weihnachten widerspreche.

> *“So einen Margenkiller bindet man sich freiwillig allenfalls im Sommerloch ans Bein, um Überbestände, Restkapazitäten oder Altmodelle los zu werden, aber ganz bestimmt nicht so kurz vor dem Fest.”*