

Neues Urteil: Befristete Rabattaktionen dürfen nicht verlängert werden!

Seit geraumer Zeit muss sich die Rechtsprechung immer wieder mit der Frage beschäftigen: Dürfen zeitlich befristete Rabattaktionen verlängert werden? Die Antwort war bisher immer: Nein. Jetzt hat sich auch das LG Dortmund mit einem solchen Fall beschäftigt.

Nun hat sich auch das LG Dortmund (Urt. v. 14.6.2017, 10 O 13/17) mit der Frage beschäftigt, ob befristete Rabattaktionen verlängert werden dürfen.

Auch dieses Gericht hat die Frage verneint.

20 Prozent auf alles

Die Beklagte bewarb eine Rabattaktion unter anderem mit den Worten:

*“20 % auf ALLES
gültig vom 17.12. bis 24.12.2016”*

Am 24.12. beendete die Beklagte aber die Aktion nicht, sondern gab bekannt, dass die Aktion bis zum 31.12.2016 verlängert werde.

Dieses Verhalten ist wettbewerbswidrig, so das Gericht.

Das Gericht sah zunächst in der Datumsangabe eine Befristung der Rabattaktion an.

“Die Kammer versteht die beanstandete Werbung eindeutig dahin, dass die Rabattaktion auf den 24.12.2016 befristet war. Dieses Datum ist ausdrücklich benannt und darüber hinaus nachfolgend mit einem Ausrufungszeichen versehen.

inzu kommt noch, dass der 24. Dezember von dem Kunden regelmäßig als der Tag, welcher das „Weihnachtsgeschäft“ beendet, erkannt wird. Insofern hat der Verbraucher gerade keinen Anlass anzunehmen, die Beklagte werde nach den Weihnachtsfeiertagen bei den herabgesetzten Preisen bleiben.

Solches folgt auch nicht, wie die Beklagte meint, aus dem weiteren Inhalt der Werbung, wonach sie sich „für ein Wahnsinnsjahr“ im Kontext mit der „Auszeichnung Plus X Award 2016“ für Deutschlands besten Händler in der Kategorie Möbeldiscounter bedankte.

Damit mag ein Verbraucher annehmen, die Rabatte würden aus „Dankbarkeit“ gewährt. Der Dank bestand dann aber gerade in der auf den 24.12.2016 befristeten Werbeaktion, ohne dass suggeriert würde, dass auch die Werbeaktion noch über das ganze Jahr, mithin bis zum 31.12.2016, andauern sollte.”

Verlängerung irreführend

Da hier eine Befristung vorlag, musste das Gericht dann entscheiden, ob eine Verlängerung dieser Befristung wettbewerbsrechtlich in Ordnung sei.

“Wird mit einer befristeten Rabattaktion geworben, so liegt eine irreführende Angabe nicht

nur dann vor, wenn der Unternehmer bereits bei Erscheinen der Werbung die Absicht hat, die Vergünstigung über die zeitliche Grenze hinaus zu gewähren, sondern auch dann, wenn die Rabattaktion aufgrund von Umständen verlängert wird, die für den Unternehmer unter Berücksichtigung fachlicher Sorgfalt voraussehbar waren und deshalb bei der Planung der befristeten Aktion und der Gestaltung der angekündigten Werbung hätten berücksichtigt werden können.

Denn der Verkehr wird nach der Lebenserfahrung zwar in Rechnung stellen, dass ein befristeter Sonderpreis aus Gründen verlängert wird, die bei Schaltung der Werbung erkennbar nicht zugrunde gelegt wurden.

Jedoch rechnet er nicht mit einer Verlängerung aus Gründen, die bei Schaltung der Anzeige bereits absehbar waren. Vernünftige Gründe, bei denen der Verbraucher mit einer ausnahmsweisen Verlängerung der Aktion rechnet, können etwa bei einem Jubiläumsrabatt die unverschuldete Unterbrechung des Verkaufs wegen eines Wasserschadens oder bei einem Frühbucherrabatt die schleppende Nachfrage oder die Weitergewährung günstiger Einkaufspreise sein.

Dagegen kann sich ein Unternehmer nicht darauf berufen, er habe eine Jubiläumsrabattaktion wegen ihres wirtschaftlichen Erfolgs verlängert. Auch wenn an sich vernünftige Gründe für eine Verlängerung vorliegen, steht dies der Annahme einer irreführenden Werbung nicht entgegen, wenn der Unternehmer sie bei Anwendung der unternehmerischen Sorgfalt hätte erkennen und bei der Planung der Aktion und der Gestaltung der Werbung hätte berücksichtigen können.

Bei alledem ist es Sache des Unternehmers, die Umstände darzulegen, die für die Unvorhersehbarkeit der Verlängerungsgründe und die Einhaltung der fachlichen Sorgfalt sprechen (BGH a.a.O., Köhler a.a.O.).

An Vorstehendem gemessen liegt eine Irreführung vor. Zwar kann nicht festgestellt werden, dass die Beklagte bereits zum Zeitpunkt der Werbung den Entschluss gefasst hatte, die Rabattaktion über den 24.12.2016 hinaus zu verlängern.

Die Beklagte hat aber keine konkreten Umstände dargelegt, die für die Unvorhersehbarkeit der Verlängerungsgründe und für die Einhaltung der fachlichen Sorgfalt sprechen. Soweit die Beklagte sich mit einer besonders hohen Anzahl massiver Werbemaßnahmen von Mitbewerbern konfrontiert gesehen haben will, reicht dies für eine hinreichende Darlegung nicht aus.

Denn es ist bereits nicht ungewöhnlich, dass für die Zeit nach Weihnachten mit erheblichen Preisnachlässen geworben wird, im Hinblick auf die Zeit zwischen den Weihnachtsfeiertagen und Silvester. Worin die Besonderheit des werblichen Verhaltens der Mitbewerber durch Gewährung von Preisreduktionen in diesem Zeitraum gelegen haben soll, erschließt sich nicht. Es fehlt insoweit auch an einer Darlegung früherer Erfahrungen mit derartigen Aktionen, wobei eine entsprechende Marktbeobachtung durch die Beklagte in der Vergangenheit nicht zweifelhaft sein kann."

Fazit

Es ist nichts Neues, aber offensichtlich noch nicht überall bekannt (oder eine Abmahnung wird bewusst in Kauf genommen): Wer Rabattaktionen mit einem Enddatum versieht, muss sich selbst auch daran halten. Das erwartet nicht nur der Verbraucher, sondern es ist rechtlich eben auch zwingend. (mr)

Bildnachweis: Piotr Adamowicz/shutterstock.com

Verlängerung von Rabattaktionen ist unzulässig

Befristete Rabattaktionen dürfen nicht verlängert werden

Rabattaktionen dürfen nicht verlängert werden

Verlängerung einer Rabattaktion kann unzulässig sein

Rabattaktion – Verlängerung möglich oder wettbewerbswidrig?

Vorzeitiger Abbruch einer Rabattaktion ist irreführend