

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

Befristeter Rabatt bei Wiederholung in kurzen Abständen wettbewerbswidrig

Zeitlich befristete Rabattaktionen sind häufiger Gegenstand von gerichtlichen Auseinandersetzungen. Das OLG Hamburg hat nunmehr entschieden, dass ein zeitlich befristeter Rabatt auf Online-Plattformen für Verbraucher irreführend und damit wettbewerbswidrig ist, wenn dieser in kurzen Zeitabständen (2-3 Tagen) wiederholt wird.

Rabattaktionen am laufenden Band

Anlass der Entscheidung waren die von einem Online Matratzenhändler geschalteten Rabattaktionen auf dessen Website. Die Rabattaktionen waren dabei zeitlich begrenzt und wurden wiederholt in einem Abstand von maximal 2-3 Tagen angezeigt. Ein Wettbewerber sah darin eine Irreführung von Verbrauchern und erhob Klage vor dem LG Hamburg.

Durch die vom Beklagten beworbene zeitliche Rabattbefristung würde beim angesprochenen Verbraucher der Eindruck erweckt werden, dass es den Rabatt nur vorübergehend gebe. Hierdurch werde eine besondere Sogwirkung bzw. ein besonderer zeitlicher Druck in Bezug auf eine Kaufentscheidung erzeugt. Tatsächlich würden jedoch zwei Rabattaktionen unmittelbar hintereinander geschaltet werden.

Der Beklagte verteidigte sich nun damit, dass die Rabatte lediglich neuen Websitebesuchern angezeigt werden würden. Denn die Aktionen waren mithilfe von Cookies so gesteuert worden, dass sie den Internetnutzern nur beim ersten Besuch der Website angezeigt wurden - vorausgesetzt der jeweilige Nutzer hatte keine Cookies blockiert.

Solche Verbraucher, die Cookies deaktivierten, seien hingegen zu vernachlässigen, zumal jene Verbraucher genau wüssten, dass Cookies beim Surfen auf einer Internetseite als erstmalige Kunden erscheinen.

Zeitlich befristet Rabattaktionen, die in kurzen Abständen wiederholt werden, sind irreführend

Das LG Hamburg (Urteil vom 02.09.2021 – Az. 3 U 99/20) wies die Klage in erster Instanz zunächst ab. Nach Ansicht des LG würden durchschnittliche Internetnutzer Cookies nämlich in der Regel zulassen. Von Nutzern, die sich anders verhielten, habe der Beklagte daher nicht ausgehen müssen.

Insofern könne nicht davon ausgegangen werden, dass dieser von vornherein die Absicht hatte, die streitigen Rabatte jedem Kunden wiederholt anzuzeigen.

Hiergegen legte der Kläger Berufung vor dem OLG Hamburg ein und bekam schließlich Recht

gesprächen. Das Gericht gab der Klage statt und verpflichtete den Beklagten zur Unterlassung der vorgeschilderten Rabattaktionen. Anders als die Vorinstanz, wertete das OLG die Rabattaktionen des Klägers als irreführend.

Denn hierbei würde bei Verbrauchern der Eindruck erweckt werden, der Rabatt sei nur zeitlich begrenzt verfügbar:

“

"Der angesprochene Verkehr unterliegt angesichts der jeweiligen Bewerbung einer zeitlich befristeten Rabattaktion, wie sie aus den im Unterlassungsantrag in Bezug genommenen Anlagen (Screenshots) ersichtlich ist, der Verkehrsvorstellung, dass es den beworbenen Rabatt nur vorübergehend gebe, nämlich nur bis zum Ende des in der Werbung angegebenen Zeitraumes von wenigen Tagen."

”

Das Gericht ging außerdem darauf ein, dass die Steuerung der Rabattaktion durch etwaige Cookie-Einstellungen nichts an der Irreführung ändert:

“

"Unabhängig davon, ob einem Verbraucher der Rabatt später-etwa weil er Cookies nicht zulässt oder ein anderes Endgerät benutzt-noch einmal angezeigt wird, wird nämlich gerade der nämliche Rabatt, insbesondere der für sogenannte Neukunden oder Neubesucher der Website der Antragsgegnerin angebotene Rabatt unstreitig wiederholt ausgelobt. Der Verbraucher, dem die Rabattaktion der Antragsgegnerin angezeigt wird, weiß aber selbst nichts von den Bedingungen, unter denen ihm das Rabattangebot unterbreitet wird. Der Text der Werbung selbst bietet dafür keine Anhaltspunkte. Auch ist für ihn nicht zuverlässig erkennbar, dass jeweils ein individueller Code angezeigt wird und welche Bedeutung das für die Inanspruchnahme des Angebots haben könnte. Zur Aufklärung ist das auf den konkreten Verletzungsformen nur in der Anlage AS 10 sichtbare Fragezeichen nicht hinreichend, weil nicht sichergestellt ist, dass der Verbraucher es anklickt und eine dahinter stehende Aufklärung wahrnimmt. Selbst wenn er es anklicken sollte, rechnete er nicht damit, dass der Rabatt in Bälde erneut eingeräumt wird, wenn er nur ein anderes Endgerät wählt, um auf die Website der Antragsgegnerin zu gelangen. Er nimmt also in jedem Fall an, dass das Rabattangebot befristet ist und dass es sobald kein neues dieser Angebote geben wird. Das ist aber unrichtig, denn der Neukunden-/Rabatt wiederholt sich ständig auch dann, wenn der Verbraucher ihn nicht angezeigt bekommt."

”

Achtung - neue gesetzliche Vorgaben bei Preisermäßigungen im Online-Handel: Zum 28.05.2022 tritt die neue Preisangabenverordnung (PAngV) in Kraft und führt erstmals Vorgaben in Bezug auf den vorherigen Preis bei Preisermäßigungen ein. Anzuwenden und anzugeben ist bei Preisermäßigungen on- und offline ab dann auch der niedrigste Gesamtpreis der letzten 30 Tage. Welche konkreten Pflichten im Online-Handel daraus erwachsen, wie der Inhalt der neuen Vorschriften zu verstehen ist und wie sie umzusetzen sind, zeigen wir in [diesen ausführlichen FAQ](#).

Fazit

Nach der Rechtsprechung des OLG Hamburg führt ein zeitlich befristeter Online-Rabatt, der in kurzen Abständen (2-3 Tage) wiederholt wird, den Verbraucher in die Irre. Zudem stellt das Gericht fest, dass eine Steuerung mittels Cookies technisch nicht ausreicht, um eine entstandene Irreführung zu vermeiden.

Bleiben Sie rechtlich stets auf dem Laufenden und schaffen so dauerhafte Rechtssicherheit. Die [Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei](#) sichern Sie dauerhaft ab.

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt