

von Rechtsanwalt Jan Lennart Müller

OLG Köln: Zur Irreführung bei befristeter Cookie-gesteuerter Rabattwerbung

Das OLG Köln (Urteil vom 03.12.2021 - 6 U 62/21) hat kürzlich entschieden, dass bei mehrfachen, hintereinander geschalteten Rabattaktionen der Kunde in wettbewerbswidriger Weise in die Irre geführt, wenn bei dessen erstem Besuch auf einer Website des Werbetreibenden ein Cookie gespeichert wird, aufgrund dessen bei einem weiteren Besuch der Rabatt nicht mehr angezeigt wird. Die Einzelheiten der Entscheidung des OLG Köln können Sie in unserem Beitrag nachlesen.

Rabattaktionen sind ein beliebtes Mittel für Händler, um in einem bestimmten Zeitraum vermehrt Kunden anzulocken. Dabei sind solche Rabatte aus Sicht der Kunden gerade deswegen so attraktiv, weil diese nur innerhalb des vom Händler festgelegten Zeitraums verfügbar sind und unter dem Aspekt einer besonderen Dringlichkeit bzw. Exklusivität der Eindruck entsteht, man müsse schnell zugreifen. Was ist jedoch, wenn die zeitliche Begrenzung nur vermeintlich besteht, der Rabatt tatsächlich aber dauerhaft für alle Kunden angeboten wird?

Matratzenhersteller wirbt mit Rabattaktionen

Der Entscheidung lag ein Rechtsstreit zwischen zwei konkurrierenden Matratzenherstellern zugrunde. Die Klägerin beanstandete nämlich, dass die Beklagte auf ihrer Internetseite befristete Rabatte angepriesen hatte, die jeweils für kurze Zeit angekündigt waren, wobei anschließend allerdings derselbe Rabatt erneut verfügbar sei.

Die Anzeige der Rabatte wurde dabei durch Cookies gesteuert. Derjenige Kunde, der eine frühere Rabattaktion wahrgenommen hatte und bei dem hierbei ein Cookie platziert wurde, erhielt bei einem weiteren Besuch der Webseite eine Folge-Rabattaktion nicht angezeigt (es sei denn, es handelte sich um einen allgemeinen Rabatt).

Das Problem war nun Folgendes: Einem Kunden, der den sog. Anonym-Modus beim Online-Surfen nutzte oder der zuvor seine Cookies gelöscht hatte - und somit nicht als vorheriger Besucher der Webseite erkannt wurde -, wurde trotz der früheren Rabattanzeige auch die Folge-Rabattaktion angezeigt.

Die Klägerin war nun der Auffassung, dass bei Verbrauchern der falsche Eindruck erweckt werde, die Rabattaktion sei auf den genannten Zeitraum befristet, obwohl unmittelbar nach dieser Rabattaktion tatsächlich eine weitere (bzw. dieselbe) Rabattaktion geschaltet wurde. Es kam schließlich zu einem

Rechtsstreit vor dem LG Köln und anschließend in der Berufung vor dem OLG Köln.

LG Köln verneint Wettbewerbsverstoß

Das LG Köln entschied in seinem erstinstanzlichen Urteil (vom 25.03.2021 - 81 O 58/20), dass es sich bei der vorgeschilderten Rabattaktion nicht um einen Wettbewerbsverstoß handele und lehnte den von der Klägerin geltend gemachten Unterlassungsanspruch ab.

Zwar führte das Gericht aus, dass soweit im Rahmen einer Rabattaktion feste zeitliche Grenzen hierfür angegeben werden, der Händler sich hieran grundsätzlich festhalten lassen muss. Es könne insoweit irreführend sein, wenn eine solche Aktion über die angegebene Zeit hinaus fortgeführt wird.

Das LG Köln kam jedoch zu dem Schluss, dass in dem vorliegenden Fall gerade keine zeitliche Begrenzung vorlag. Bezogen auf den einzelnen Verbraucher habe die Beklagte keine Verlängerung der Rabattaktionen geplant:

"Im Kern geht es darum, ob es wettbewerbsrechtlich zulässig ist, das Erscheinen der Werbung durch Cookies zu steuern, um die Werbung nur demjenigen zu präsentieren, der erstmals die Webseite aufsucht. Dabei behandelt die Beklagte sowohl Erstbesucher als auch Erstkäufer gleich, wonach diese also den Rabatt nicht angezeigt erhalten, wenn sie schon zuvor die Webseite besucht haben. Anders gewendet kommt es darauf an, ob bei dem typischen Verhalten eines durchschnittlichen Verbrauchers anzunehmen ist, dass es eine relevante Anzahl von Verbrauchern gibt, die durch diese Cookie-Steuerung nicht erreicht werden, sei es weil sie im Anonym-Modus surfen oder weil sie stets und regelmäßig ihre Cookies löschen, und deshalb bei dem ersten Besuch der Webseite bei der Anzeige eines befristeten Rabatts darüber getäuscht werden, dass sie bei einem weiteren Besuch der Webseite die Rabattaktion erneut präsentiert erhalten."

Der gewöhnliche Internetnutzer verwende in der Regel weder den Anonym-Modus noch lösche er seine Cookies - so das Gericht.

Zudem rechne ein technisch versierter Nutzer, der im Anonym-Modus surft oder stets seine Cookies löscht, damit, dass durch Cookie-gesteuerte Werbung nicht funktioniere und damit zu fehlerhaften Anzeigen führe.

OLG Köln: Vermeintliche zeitliche Rabattbegrenzung irreführend

Die Klägerin legte schließlich gegen das Urteil Berufung vor dem OLG Köln ein und bekam recht.

Denn das OLG sah die Sache ein wenig anders - indem die Beklagte eine **zeitliche Befristung** für Rabattaktionen angegeben hatte, ohne dass die auf den individuellen Kunden zugeschnittene Frist erkennbar war, habe diese wettbewerbswidrig gehandelt und gegen § 5 UWG verstoßen.

Nach Auffassung des Berufungsgerichts würde der Verbraucher nämlich durch die vermeintliche zeitliche Begrenzung des Rabatts insoweit in die Irre geführt.

Denn ein solcher würde hierdurch regelmäßig dem Druck ausgesetzt werden, möglichst schnell innerhalb der Frist eine Kaufentscheidung zu treffen.

Lese-Tipp: Das OLG Hamburg hat sich ebenfalls mit der Wiederholung befristeter Rabattangebots in kurzen zeitlichen Abständen beschäftigt, wir haben die Entscheidung des OLG Hamburg [hier](#) besprochen!

Das Gericht führt hierzu aus:

"Entgegen der ausdrücklichen Ankündigung geht es der Beklagten nicht in erster Linie um eine zeitliche Beschränkung, denn die Beklagte ist bereit, über den angegebenen Zeitraum hinaus quasi jedermann einen Rabatt in derselben Höhe zu gewähren. Die Voraussetzung dabei ist - entgegen der Ankündigung in der Rabattwerbung - nicht die Einhaltung der Frist, sondern der erstmalige Besuch der Seite bzw. ein Besuch, den die Beklagte mangels wiedererkennbarer Cookies als erstmalig annimmt. Sie erweckt durch ihre Rabattaktionen aber den Anschein, als sei ein zeitlicher Druck gegeben, den es in Wirklichkeit nicht gibt, weil die Beklagte grundsätzlich bereit ist, jedem neuen und jedem nicht erkannten Besucher den Rabatt zu gewähren und zwar auch nach Ablauf der in der Anzeige genannten Frist."

Entgegen der Auffassung des LG Köln gehe es auch nicht darum, wie vielen Nutzern tatsächlich die Rabattaktion bei einem zweiten Besuch der Webseite angezeigt wird oder wie hoch der Anteil von Nutzern ist, die bspw. im Anonym-Modus surfen.

"Letzteres spielt zwar auch eine Rolle, entscheidend ist jedoch, dass jedem neuen Besucher der dem Verbraucher X angekündigte Rabatt - unabhängig von der diesem angezeigten Frist - gewährt wird und die dem Verbraucher X angezeigte Frist nur für ihn gilt und dies auch nur für den Fall, dass er keine Cookies löschen oder verhindern kann und ihm auch kein anderes Gerät zur Verfügung steht. In allen anderen Fällen und für alle anderen Verbraucher hat die Frist keine Wirkung."

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

Augen auf bei der Rabattwerbung!

Online-Händler sollten beachten, dass bei mehrfachen, hintereinander geschalteten Rabattaktionen im Online-Shop der Kunde in relevanter Weise in die Irre geführt wird, wenn beim ersten Besuch des Kunden im Online-Shop ein Cookie auf dessen Rechner hinterlassen wird, aufgrund dessen der Online-Shop den Kunden bei dessen zweiten Besuch erkennt und diesem sodann keine weitere Rabattaktion mehr angezeigt wird.

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