

von **Mag. iur Christoph Engel**

## Amazon Cyber Monday: Aktuelle Rechtsprechung zur Verfügbarkeit von Schnäppchen

Wie lange müssen Schnäppchen verfügbar sein, die für einen begrenzten Zeitraum im Internet angeboten werden? Das Landgericht Berlin hat aktuell entschieden, dass solche Angebote mindestens während eines Viertels der Angebotszeitraums erhältlich sein müssen, da ansonsten von einer irreführenden Werbemaßnahme auszugehen sei (vgl. LG Berlin, Urt. v. 01.03.2012, Az. 91 O 27/11).

Amazon hatte im November 2010 einen „Cyber Monday“ angeboten, an dem im 2-Stunden-Takt jeweils 5 Produkte zu besonders niedrigen Preisen – und in begrenzten Mengen – erhältlich waren. Es stellte sich jedoch heraus, dass viele dieser Schnäppchen nur für wenige Sekunden erhältlich waren; die User konnten sie jedoch uneingeschränkt zum normalen Preis ordern.

Der Verbraucherzentrale-Bundesverband (vzbv) brüstet sich nun in einer Pressemitteilung mit einem vom LG Berlin erlassenen Urteil, das die Zulässigkeit solcher Werbeaktionen regelt; demnach dürfe Amazon für Sonderverkäufe wie den „Cyber Monday“ nur dann werben, wenn die reduzierte Ware mindestens während des ersten Viertels des Angebotszeitraums erhältlich ist (im Falle des 2-Stunden-Takts also während der ersten halben Stunde; vgl. LG Berlin, Urt. v. 01.03.2012, Az. 91 O 27/11). Der vzbv hatte nach eigenen Angaben eine Klage angestrengt, nachdem sich zahlreiche Kunden über die Sonderaktion „Cyber Monday 2010“ beschwert hatten.

Der vzbv hatte kritisiert, dass die große Mehrheit der Interessenten gar nicht zum Kauf kommen konnte; dadurch habe sich der Eindruck aufgedrängt, Amazon wolle möglichst viele Verbraucher auf die Amazon-Website locken, damit sie andere Produkte bestellen.

Das Urteil ist nicht rechtskräftig.

Autor:

**Mag. iur Christoph Engel**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)