

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

LG Ingolstadt: Gültigkeitseinschränkungen bei Gutscheinen müssen bei der Vergabe deutlich benannt werden

Rabattgutscheine sind sowohl im elektronischen Geschäftsverkehr als auch im Einzelhandel ein häufig verwendetes Mittel, um den Verbraucher durch das Suggestieren eines speziellen Preisnachlasses zu gewissen Kaufentscheidungen zu bewegen und ihn gleichermaßen auf Basis des Eindrucks von Kaufvorteilen längerfristig an die jeweilige Verkaufsstätte zu binden.

In wettbewerbsrechtlicher Hinsicht ist die Lauterkeit einer solchen Gutscheinwerbung an vielerlei Voraussetzungen geknüpft, deren Nichteinhalten ein hohes Abmahnrisiko birgt.

Mit Urteil vom 12.02.2014 (Az.: 1 HK O 1671/13) hat das LG Ingolstadt nun entschieden, dass Einschränkungen der Gültigkeit von Gutscheinen in Bezug auf bestimmte Sektoren des Warensortiments dem Verbraucher nicht erst mitgeteilt werden dürfen, wenn dieser von dem Rabatt Gebrauch machen will. Das Vorenthalten solcher Einschränkungen bis zu einem Zeitpunkt nach dem Erhalt der Gutscheine sei insofern eine irreführende und damit wettbewerbswidrige Handlung.

Die Entscheidung des Gerichts

Das LG gab der Unterlassungsklage gegen ein Unternehmen, welches mit Rabattgutscheinen geworben und die beschränkenden Bedingungen der Rabattaktion, nämlich die Ausführungen „Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen bzw. Coupon-Card. Nicht einlösbar für I-Tunes-/App-Store-/GamingCards,“ erst nach der Vergabe der Coupons bekanntgegeben hatte, statt, indem es einen Verstoß gegen das Irreführungsverbot des §5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG bejahte.

Nach dieser Vorschrift ist eine geschäftliche Handlung, zu welcher die Vergabe von Gutschein als Verkaufsförderungsmaßnahme unstreitig zähle, dann unlauter und irreführend, wenn sie unwahre oder zur Täuschung geeignete Angaben über die wesentlichen Merkmale der Dienstleistung enthält. Zu diesen Merkmalen zählen unter anderem die Verfügbarkeit, Art und Verwendungsmöglichkeiten.

Das nachträgliche Bereitstellen von Informationen über die einschränkenden Bedingungen sei insofern eine Irreführung über den Gültigkeitsbereich des tatsächlichen Leistungsumfangs, da eine solche Handlung geeignet sei, die informationsbedingte Kaufentscheidung von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen. Diese gingen nämlich in Ermangelung weiterer Informationen berechtigterweise von einer uneingeschränkten Gültigkeit der Rabattcoupons aus.

Fazit

Bei der Werbung mit Gutscheinen ist Vorsicht geboten, da sie mit vielerlei Anforderungen an die Lauterkeit einhergeht und insofern ein hohes Abmahnpotenzial besteht.

Coupons, deren Einlösen an Bedingungen oder an Einschränkungen in der Gültigkeit geknüpft ist, müssen derartige Informationen bereits bei der Vergabe ausweisen und somit den Verbraucher über die wesentlichen Merkmale der Dienstleistung unterrichten.

Werden die Bedingungen erst nachträglich bekannt gegeben, stellt dies eine irreführende Handlung dar.

Autor:

RA Phil Salewski

Rechtsanwalt