

von Evangelos Krachtis

## LG Koblenz: Verlängerung einer befristeten Rabattaktion ist unzulässig

Preisrabattaktionen sind bei Händlern sowohl auf dem Online- als auch dem Offlinemarkt ein beliebtes Werbemittel um Kunden anzulocken und dadurch die Umsätze zu steigern. Die Verlängerung einer befristeten Rabattaktion stellt jedoch eine Irreführung des Verbrauchers und somit einen Wettbewerbsverstoß dar, so entschied das Landgericht Koblenz mit Urteil vom 13.12.2016 (Az.: 1 HK O 26/16). Lesen Sie mehr zur Entscheidung des LG Koblenz in unserem Beitrag:

### I. Der Sachverhalt

Dem Gericht lag ein Sachverhalt zugrunde, wonach ein Telekommunikationsanbieter per Newsletter mit einem Tarif zu einem reduzierten Preis für eine Handyflatrate warb. Diese Aktion war mit einem **konkreten Enddatum** versehen, sodass davon ausgegangen werden kann, dass der reduzierte Preis nach Ablauf dieses Zeitraum nicht mehr verfügbar sei. Im einem weiteren Newsletter wurde dieser vergünstigte Tarif über den konkreten Endzeitpunkt hinaus jedoch weiter beworben, die Preisrabattaktion also faktisch verlängert.

### II. Die Entscheidung des Gerichts

Das LG Koblenz stellte klar, dass befristete Rabattaktionen zum avisierten Endtermin tatsächlich beendet werden müssen, andererseits werden Verbraucher **durch die Verlängerung** der Werbeaktion **irreführt**. Die Täuschung erfolge zum einen über die Dauer der Rabattaktion, zum anderen auch über die Absicht des Unternehmers, die Frist einzuhalten. Es entstehe ein vermeintlicher Zeitdruck, der die Kaufentscheidung des Verbrauchers beeinflussen kann. Die Irreführung über das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils ist gem. § 5 Abs. 1 S. 2 UWG unlauter und damit unzulässig.

Damit folgten die Koblenzer Richter dem BGH (Urteil vom 7.7.2011 – Az.: I ZR 173/09), der bereits vor einigen Jahren ebenfalls entschied, dass die Werbung durch die Verlängerung der befristeten Rabattaktion irreführend ist.

### III. Das Fazit

Grundsätzlich ist die Werbung mit befristeten Rabattaktionen weiterhin zulässig. Die Aktion darf jedoch, nach deren Ablauf, zu diesen Konditionen nicht mehr beworben und auch nicht weiter geführt werden. Dies sollten Unternehmer unabhängig vom Erfolg der verstrichenen Aktion zwingend beachten. Ebenfalls unzulässig wäre es, Rabattaktionen in bestimmten zeitlichen Abständen zu häufig wiederholen. In diesem Fall wird der reduzierte Preis zum Normalpreis, sodass die Werbung mit dem angeblich niedrigeren Preis irreführend ist.

**Autor:**

**Evangelos Krachtis**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)