

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## OLG Hamm: Rabattwerbung auf alles – nur zulässig mit konkreten Ausnahmen

Wer in einer Printanzeige mit "15 % Rabatt auf alle Artikel" wirbt ohne dabei die konkreten Ausnahmen zu nennen, handelt wettbewerbswidrig. Ein allgemeiner Hinweis zu den unbestimmten Ausnahmen reichte dem OLG Hamm (Urt. v. 22.03.2018 - Az.: 4 U 4/18) nicht.

### Satte Rabatte – auf fast alles außer...

Es ging hier um eine Printanzeige einer Baumarktkette mit folgender Aussage:

“

*"15 % Rabatt auf alle Artikel\*"*

”

Der Sternchenhinweis führte in die kleingedruckte Fußzeile, mit folgendem Inhalt:

“

*"Von den Rabatten ausgenommen sind reduzierte Artikel, Ausverkaufsware, Bücher, Zeitschriften, Gase, bereits bestehende Kaufverträge, Gutscheinkartenerwerb, Serviceleistungen, Pfand, Lebensmittel, Getränke und Angebote aus unserem aktuellen Prospekt."*

”

Problem war dabei nicht der Sternchenhinweis an sich, sondern die Formulierung: „Angebote aus unserem aktuellen Prospekt“. Das gefiel dem Mitbewerber wenig und es wurde abgemahnt – dem folgte eine Klage auf Unterlassung und Kostenerstattung.

## BGH sei Dank: Heranziehung der 19%- Mehrwertsteuer-Rechtsprechung

Das OLG Hamm sah dies als irreführend an und verwies dabei auf die Begründung des BGH in dem "19 % MwSt. GESCHENKT"-Urteils des BGH (Urt. v. 27.07.2017 - Az.: I ZR 153/16):

“

*"Der BGH hat im Falle einer Preiswerbung, mit der dem Verbraucher versprochen wurde, ihm „19 % Mehrwertsteuer“ zu schenken und in welcher ein Sternchenhinweis in der Anzeige dahingehend aufgelöst wurde, dass hiervon „die Angebote in unseren aktuellen Prospekten“ ausgenommen waren, einen relevanten Verstoß gegen § 5 a Abs. 2 UWG bejaht (BGH, Urte. v. 27.07.2017, I ZR 153/16, GRUR 2018, 199). Der vorliegende Fall ist mit dem vom BGH entschiedenen Fall nahezu identisch. Der Senat teilt die Auffassung des BGH und macht sie sich vorliegend zu eigen."*

”

Wenn man in diese Entscheidung des BGH mal reinliest, dann wird das wie folgt begründet:

“

*"Zu Recht hat das Berufungsgericht angenommen, bei einer blickfangmäßig herausgestellten Werbung mit einem Preisnachlass setze die klare und eindeutige Angabe der Bedingungen für die Inanspruchnahme grundsätzlich voraus, dass auch die Einschränkungen für die Gewährung des Preisnachlasses am Blickfang teilhaben (vgl. BGH, Urteil vom 28. November 2002 - I ZR 110/00, GRUR 2003, 249 = WRP 2003, 379 - Preis ohne Monitor; Urteil vom 19. April 2007 - I ZR 57/05, GRUR 2007, 981 Rn. 23 = WRP 2007, 1337 - 150% Zinsbonus). Die für den Ausschluss einer Irreführung erforderliche Aufklärung über die Teilnahmebedingungen muss unmittelbar den blickfangmäßig herausgestellten Angaben zugeordnet sein (BGH, GRUR 2009, 1064 - Geld-zurück-Garantie II). Insoweit kann dahinstehen, ob das Berufungsgericht in tatrichterlicher Würdigung annehmen durfte, die auf Fußnoten verweisenden, hochgestellten Zahlen nähmen trotz ihrer extrem kleinen Ausgestaltung am Blickfang teil, was die Revisionserwiderung mit erwägenswerten Überlegungen beanstandet. Jedenfalls finden sich in dem Fußnotentext der Anzeige keine konkreten Angaben zu den ausgeschlossenen Produkten und Lieferanten. Vielmehr wird dafür allein auf das Internet und damit eine außerhalb des Blickfangs und der Anzeige liegende Informationsmöglichkeit verwiesen (BGH, Urteil v. 27.07.2017 - Az.: I ZR 153/16)."*

”

Wenngleich dem damaligen BGH-Urteil auf die Ausnahmen der Werbung auf die Website verweisen wurde und vorliegend doch die Ausnahmen in der Prinanzeige selbst zu finden waren, so rechtfertigt dies nach Ansicht des Gerichts, keine unterschiedliche Behandlung zwischen on – und offline:

“

*"Soweit die Beklagte rügt, durch dieses Ergebnis werde faktisch eine unzulässige analoge Anwendung des § 6 Abs. 1 Nr. 3 UWG auf den nichtelektronischen Geschäftsverkehr vorgenommen, da die frühere Vorschrift des § 4 Nr. 4 UWG a. F. aufgehoben worden sei, so folgt der Senat dieser Auffassung nicht. Zum einen ist ein unterschiedliches Schutzniveau für den elektronischen und den nichtelektronischen Geschäftsverkehr nicht zu rechtfertigen"*

(BGH, aaO, Rn. 30). Zum anderen folgt aus der Begründung zum Regierungsentwurf, dass § 4 Nr. 4 UWG a. F. deshalb aufgehoben wurde, weil der Gesetzgeber davon ausging, dass die unter § 4 Nr. 4 UWG a. F. fallenden Fälle nunmehr durch die allgemeinen Irreführungstatbestände der §§ 5, 5a UWG erfasst wären (BT-Drucksache 18/6571, S. 14)."

”

## Fußnote ja – unbestimmbare Ausnahme: nein

Das OLG Hamm macht es sich hier sicherlich einfach – aber letztlich zurecht: Da der BGH, als oberstes Gericht im Lande, in einem nahezu identischen Fall geurteilt hat, kann sich ein Instanzgericht hierauf guten Gewissens beziehen – daher bleibt es dabei: Wer mit derartigen Rabatten wird, muss die **konkreten** Ausnahmen nennen – und das gerne mittels eines Sternchenhinweises, der klar und eindeutig zugeordnet werden kann und lesbar ist (so zumindest BGH; Az.: I ZR 149/07).

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement