



Zur Verlängerung zeitlich befristeter Verkaufsaktionen

„20 Prozent auf den Eigenanteil!“ – „Nur 998 Euro statt 1.198 Euro!“: So oder ähnlich wird in der Hörakustikbranche mit Preisvorteilen geworben. Wettbewerbsrechtlich ist eine solche Werbung nicht zu beanstanden, solange sie hinreichend transparent ist. Wenn sich aus der Werbung aber eine zeitliche Befristung ergibt und diese überschritten wird, könnte es problematisch werden. Denn der Bundesgerichtshof (BGH) hat in einem Urteil aus dem Jahr 2011 festgestellt, dass sich ein Unternehmen, das in der Werbung für eine Rabattaktion zeitliche Grenzen angibt, grundsätzlich an diese Grenzen halten muss (BGH-Urteil vom 07.07.2011, Az. I ZR 173/09: „10% Geburtstagsrabatt“).

Wird die Aktion aus Gründen, die nach Erscheinen der Werbung eingetreten sind, verlängert, so kann dies irreführend sein. Eine solche Irreführung ist nach Auffassung des BGHs stets anzunehmen, wenn die Rabattaktion aufgrund von Umständen verlängert wird, die für den Werbenden „unter Berücksichtigung fachlicher Sorgfalt voraussehbar“ waren. Der – stets eingeplante – wirtschaftliche Erfolg kann eine Verlängerung demnach nie rechtfertigen.

Eine Irreführung hat auch das Landgericht (LG) Hamburg in einem aktuellen Fall der Wettbewerbszentrale angenommen, in dem es um die Verlängerung einer zeitlich befristeten Verkaufsaktion eines großen Filialisten aus der Augenoptik ging. Nachdem durch Zeugen belegt werden konnte, dass die Aktion zumindest in einzelnen Filialen verlängert worden war, verurteilte das LG das Unternehmen zur Unterlassung (LG Hamburg, Urteil vom 17.06.2015, Az. 408 HKO 17/14, nicht rechtskräftig). Begründet wurde dies damit, dass der Kunde sich aufgerufen fühlte, unter Zeitdruck eine Entscheidung darüber zu treffen, ob er von einem Angebot Gebrauch machen will, obwohl der Zeitdruck in dem mit der Werbung suggerierten Umfang gar nicht bestand. Über eine mögliche Rechtfertigung der Verlängerung wurde in diesem Verfahren nicht gestritten.

Die zeitliche Befristung einer Verkaufsförderungsmaßnahme sollte also im Vorfeld gut überlegt werden. Denn eine Verlängerung ist nur im Ausnahmefall möglich.

*Rechtsanwältin Sabine Siekmann ·
Wettbewerbszentrale Büro Hamburg*