

## Annahme fremder Rabatt-Coupons erlaubt

**Einzelhändler dürfen Rabatt-Coupons von Konkurrenten annehmen. Auch eine entsprechende Werbung ist nicht wettbewerbswidrig. Die Drogeriekette Müller obsiegt vor dem BGH.**

Die bundesweite Drogeriekette Müller hat damit geworben, dass Kunden in ihren Filialen 10%-Rabatt-Coupons von Konkurrenten vorlegen und einen entsprechenden Rabatt auf den Einkauf erhalten können.

Die Wettbewerbszentrale sah in dieser Werbung eine gezielte Behinderung der anderen Drogeriemärkte, die die Rabatt-Coupons ausgegeben haben. Nach Auffassung der Wettbewerbszentrale habe Müller in erster Linie darauf abgezielt, sich die Werbemaßnahmen der Mitbewerber zu eigen zu machen und deren Erfolg zu verhindern. Ferner sei die Werbung irreführend, da den Kunden suggeriert werde, die Drogeriekette habe mit ihren Konkurrenten vereinbart, Rabattgutscheine gegenseitig anzuerkennen. Aus diesem Grund hat die Wettbewerbszentrale die Drogeriekette auf Unterlassung und Zahlung von Abmahnkosten in Anspruch genommen. In beiden [Vorinstanzen](#) hatte die Klage der Wettbewerbszentrale keinen Erfolg.

### Entscheidung des BGH - Annahme von Rabatt-Coupons erlaubt

Mit Urteil vom 23.06.2016 - I ZR 137/15 ([Pressemitteilung Nr. 107/2016](#)) hat auch der BGH bestätigt, dass die Werbeaktion der Drogeriekette nicht wettbewerbswidrig ist.

Ein unlauteres Eindringen in einen fremden Kundenkreis sei dem Unternehmen nicht vorzuwerfen. Die Empfänger von Rabatt-Coupons seien für ihre nächsten Einkäufe noch keine Kunden eines werbenden Unternehmens. Das gelte auch, wenn die Gutscheine an Inhaber einer Kundenkarte oder Teilnehmer eines Kundenbindungsprogramms versandt werden. Ob solche Gutscheine verwendet werden, entscheide der Verbraucher regelmäßig erst später. Soweit die Drogerie mit Aufstellern in ihren Filialen werbe, wende sie sich zudem gezielt an eigene und nicht an fremde Kunden. Die Verbraucher werden nicht daran gehindert, die Gutscheine bei dem jeweils ausgebenden Unternehmen einzulösen. Vielmehr erhalten sie die Möglichkeit, denselben wirtschaftlichen Vorteil auch durch einen Einkauf bei Müller zu erlangen. Diese weitere Chance der Verbraucher, Rabatte zu erhalten, sei keine unlautere Werbebehinderung der Wettbewerber. Der Drogerie stehe es frei, sich besonders um diejenigen Kunden zu bemühen, die von ihren Mitbewerbern mit Gutscheinen und Kundenbindungsprogrammen umworben werden.

Auch eine unlautere Irreführung hat der BGH verneint, da die Werbung sich eindeutig auf das eigene Unternehmen beziehe, weshalb darin auch keine abgesprochene Werbemaßnahme gesehen werden könne.

### Fazit



Soweit Einzelhändler Rabatt-Coupons von Konkurrenten im Rahmen einer eigenen Werbeaktion annehmen und den Kunden entsprechende Rabatte gewähren, stellt dies weder eine gezielte Behinderung der Konkurrenzunternehmen dar noch ist die entsprechende Werbung irreführend. Einzelhändler dürfen demnach auch in Zukunft Rabatt-Coupons der Konkurrenz annehmen.