

Rabatt "auf alle Artikel" muss auch wirklich für alles gelten!

Eine Werbung mit „15 % Rabatt auf alle Artikel“ ist unzulässig, wenn tatsächlich einige Artikel von der Aktion ausgenommen sind und der Hinweis darauf nicht im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit der Werbeaussage erfolgt. So urteilte das Oberlandesgericht Hamm.

Ein Wettbewerbsverein klagte gegen eine Baumarktkette auf Unterlassung einer Werbeaussage. Die Baumarktkette hatte zuvor in einer Zeitung mit der Aussage „15% Rabatt auf alle Artikel*“ geworben.

Mit dem Stern-Symbol „*“ schloss das Unternehmen in der Fußzeile eines der Zeitung beigefügten Prospekts jedoch einige Warengruppe von der Rabatt-Aktion aus. Nach Ansicht des Vereins müssten die Bedingungen für die Inanspruchnahme von Preisnachlässen leicht zugänglich sowie klar und unzweideutig sein. Daran fehle es, wenn die vom Rabattangebot ausgenommenen Waren nicht am Blickfang der Rabattankündigung teilnehmen würden.

OLG Hamm: Rabatt-Aktion war wettbewerbswidrig

Das Gericht ([OLG Hamm, Urteil v. 22.03.2018, Az. 4 U 4/18](#)) stellte fest, dass die Werbung keine konkreten Angaben zu den von der Aktion ausgeschlossenen Waren machte und somit unzulässig war. Bereits der BGH habe im Falle einer Preiswerbung, mit der dem Verbraucher ein Rabatt in Höhe von „19% Mehrwertsteuer“ versprochen wurde, aufgrund des Ausschlusses einiger Angebote einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht bejaht.

Der Verbraucher benötige die Angaben zu den von der Preiswerbung ausgeschlossenen Waren, um informiert eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Dabei sei das Vorenthalten der Information über einen umfangreichen Ausschluss von Warengruppen geeignet, den Verbraucher zu Handlungen zu veranlassen, die er in Kenntnis aller Umstände der Aktion nicht getätigt hätte.

Die Richter stellten fest, dass allein mit der Beifügung des Prospekts kein hinreichender unmittelbarer Zusammenhang zwischen Werbe-Aussage und Aufklärung über Ausnahmen von der Rabatt-Aktion hergestellt werde. Die Anpreisung des Rabatts geschah in der Zeitung, während die Information über die von der Aktion ausgeschlossenen Waren in einem Prospekt erfolgte, was der Zeitung beigelegt war. Erschwerend komme hinzu, dass nicht bewiesen werden könne, dass der Prospekt auch wirklich jeder Zeitung beigefügt gewesen sei.

Fazit

In Fällen, in denen eine blickfangmäßig herausgestellte Werbe-Aussage zwar nicht objektiv unrichtig ist, aber trotzdem nicht alle Bedingungen des Angebots benennt, kann ein



„Sternchenhinweis“ über die tatsächlichen Bedingungen Aufschluss geben. Wichtig ist dabei, dass die aufklärenden Hinweise in räumlich unmittelbarem Zusammenhang zur Werbeaussage stehen, um dem Verbraucher im Vorfeld seiner geschäftlichen Entscheidung hinreichend zu informieren.