

Messer gingen weg wie warme Semmeln ...

Einzelhandelskette brach Rabattmarkenaktion vorzeitig ab: Irreführung der Kunden?

2011 organisierte eine Einzelhandelskette gemeinsam mit Messerhersteller Zwilling eine Rabattmarkenaktion für Kunden. Für jeden Einkauf erhielten sie Rabattmarken, die in ein Rabattheftchen geklebt werden sollten. Mit einer bestimmten Menge Marken konnten die Kunden Messer der Marke Zwilling zum "Schnäppchenpreis" erwerben.

Die Nachfrage war so gewaltig, dass die Einzelhandelskette die Aktion schon zwei Monate früher als geplant (und in den Teilnahmebedingungen angekündigt) beenden musste: Der Hersteller konnte keine Messer mehr liefern.

Eine Verbraucherzentrale kritisierte den Abbruch als Irreführung der teilnehmenden Verbraucher: Wenn das Unternehmen derartige Sonderaktionen durchführe, müsse es sich ausreichend mit Ware eindecken oder schon in den Teilnahmebedingungen auf die Möglichkeit hinweisen, dass die Rabattaktion eventuell vorzeitig beendet werden könnte.

Das Oberlandesgericht Köln gab der Verbraucherzentrale Recht (6 U 27/12). Das Gericht räumte ein, dass keine Absicht im Spiel war. Die Einzelhandelskette habe die Aktion durchführen wollen wie vorgesehen. Sie sei nur notgedrungen davon abgerückt, weil sie vom durchschlagenden Erfolg "überrollt" wurde. Das Unternehmen habe die Nachfrage nach Messern auf 4,5 Millionen Stück geschätzt — eine solche Menge habe Hersteller Zwilling selbst unter Auslastung aller Produktionskapazitäten nicht herbeischaffen können.

Trotzdem: Wenn ein Verbraucher an einer Rabattmarkenaktion teilnehme, erwarte er zu Recht, dass er von dem Sonderangebot auch am Ende des Aktionszeitraums noch profitieren könne. Händler müssten sich daher reichlich mit "Schnäppchenware" eindecken. Gebe das Unternehmen (ohne Hinweis auf ein eventuell früheres Ende) eine Laufzeit für die Rabattaktion an und breche dann die Aktion früher ab, sei das als Irreführung der Kunden anzusehen.

Warum die Einzelhandelskette keinen größeren Vorrat bestellt habe, sei außerdem nicht so richtig nachvollziehbar: Schließlich seien ihre früheren Rabattmarkenaktionen auch schon sehr erfolgreich gewesen.

© Der Juristische Pressedienst Gritschneider UG ist Inhaber sämtlicher Inhalte und Nutzungsrechte. Diese sind urheberrechtlich geschützt. Auf die Nutzungsbedingungen wird verwiesen.

Quelle: <http://www.onlineurteile.de/urteil/messer-gingen-weg-wie-warme-semmeln>