

# Oberlandesgericht „Rabatt-Würfel“ wettbewerbswidrig

Köln:

von Rechtsanwältin Alice Wotsch, ARENDTS ANWÄLTE

Das Oberlandesgericht (OLG) Köln hat mit Urteil vom 9. März 2007 (6 W 23/07) über die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit einer „Rabatt-Würfel“-Aktion eines Baumarktes entschieden, der für seine Produkte mit folgendem Slogan warb:

„Das große Rabatt-Würfeln bei T. Baumarkt.

Vom 8. bis 13. Januar sparen Sie bei jedem Einkauf bis zu 25 %.

An jeder Kasse können sie würfeln und bekommen dann sofort den gewürfelten Rabatt auf Ihren gesamten Einkauf gutgeschrieben. Nieten gibt es nicht:

5 % Rabatt sind garantiert! Viel Glück! ...“

Das OLG Köln sah darin eine unlautere Wettbewerbshandlung und sprach dem Antragsteller ein Unterlassungsanspruch gem. §§ 3, 4 Nr. 6, 8 I S. 1, III Nr. 2 UWG gegen den Baumarkt zu.

Bei dem an den Warenerwerb gekoppelten Würfelspiel handele es sich um ein Gewinnspiel. § 4 Nr. 6 UWG umfasse auch Fälle, in denen der ausgelobte Gewinn lediglich in einem Preisnachlass auf die erworbene Ware bestehe, der für sich genommen (als Rabatt ohne aleatorischen Anreiz) wettbewerbsrechtlich unbedenklich sei.

Es liege bereits dem Wortsinn nach auf der Hand, dass das beworbene „Rabatt-Würfeln“ aleatorischen Reiz habe und ein Spiel darstelle, bei dem über den Gewinn durch Zufall entschieden werde. Auch bestehe eine Abhängigkeit zwischen der

Teilnahme am Spiel und dem Warenerwerb. Eine solche unzulässige Koppelung liege nicht nur vor, wenn eine rechtliche Verknüpfung des Warenabsatzes mit der Teilnahme an dem Gewinnspiel erfolge, sondern auch, wenn eine tatsächliche Abhängigkeit zwischen Warenabsatz und der Gewinnspielteilnahme oder den Gewinnchancen anzunehmen sei.

Hier bestehe aber bereits eine rechtliche Abhängigkeit. Aus Verkäufersicht müsse eine rechtliche Bindung des Käufers an den Vertragsantrag spätestens im Augenblick eintreten, in dem der Kunde an der Kasse den Würfel in die Hand genommen habe. Es ergebe sich nämlich bei Würdigung der Interessenlage, dass der Kunde die zuvor ausgewählte Ware in jedem Fall (egal ob er 5 % oder 25 % Rabatt erspielt) abnehmen und bezahlen soll. Ob damit die Zulassung des Kunden zur Teilnahme am Würfelspiel dem Eintritt seiner vertraglichen Bindung zeitlich nachfolge oder mit dem Warenerwerb in einem Akt zusammenfalle, sei für die Anwendung von § 4 Nr. 6 UWG ohne Bedeutung.

Bemerkenswert an dem Urteil ist, dass das OLG Köln von der Rechtssprechung des OLG Hamm, das mit Urteil vom 17. Juni 2003 die Wettbewerbswidrigkeit der Werbeaussage „Würfel um deinen Rabatt“ im Zusammenhang mit dem Erwerb von Kleidungsstücken verneint hatte, mit dem Hinweis abweicht, dass § 4 Nr. 6 UWG im Gegensatz zu dem damals einschlägigen § 1 UWG a.F. keine Wertungsmöglichkeiten diesbezüglich mehr eröffne.