

Über die Zulässigkeit von Sonderveranstaltungen

Nachdem zunächst das LG Düsseldorf entschieden hatte, dass der von der Firma "C&A Mode KG" zum Jahresbeginn 2002 im Rahmen einer sog. "Euro-Service-Aktion" gewährte Rabatt iHv. 20 % bei Zahlung mit EC-Karte oder Kreditkarte eine wettbewerbswidrige Sonderveranstaltung iSd. § 7 I UWG darstellte, bestätigte nunmehr das OLG Düsseldorf die diesbezüglichen Verbotsverfügungen mit den Entscheidungen vom 29.10.2002.

Die besagten Entscheidungen sollen im Rahmen des Monatsthemas zum Anlass genommen werden, um auf die Frage der Zulässigkeit von Sonderveranstaltungen einzugehen, da diese insbesondere nach der ersatzlosen Aufhebung des Rabattgesetzes (RabattG) und der Zugabeverordnung (ZugabeVO) im Jahr 2001 zunehmende Bedeutung erlangt hat.

Das grundsätzliche Verbot von Sonderveranstaltungen

Unter dem Begriff der "Sonderveranstaltungen" sind Verkaufsveranstaltungen im Einzelhandel zu verstehen, die außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfinden, der Beschleunigung des Warenabsatzes dienen und den Eindruck der Gewährung besonderer Kaufvorteile hervorrufen; nicht eingeschlossen sind Hersteller und Großhändler.

Nach der Regelung des § 7 I UWG sind Ankündigung und Durchführung von derartigen Sonderveranstaltungen grundsätzlich verboten; demnach ist dagegen ein Unterlassungsanspruch möglich.

Von den Sonderveranstaltungen zu unterscheiden sind aber bloße Sonderangebote iSv. Angeboten einzelner nach Preis und Güte gekennzeichneten Waren, die sich in den regelmäßigen Geschäftsbetrieb des werbenden Unternehmers einfügen.

Nach § 7 II UWG sind Sonderangebote vom grundsätzlich Verbot von Sonderveranstaltungen ausgenommen, so dass dem Grunde nach offen mit zeitlich beschränkten sowie zeitlich unbefristeten Sonderangeboten geworben werden darf, soweit nicht andere gesetzliche Vorgaben dem entgegenstehen.

Ausnahmsweise zulässige Sonderveranstaltungen

Als Ausnahmen vom Verbot von Sonderveranstaltungen lässt der Gesetzgeber bestimmte Veranstaltungen innerhalb des vorgeschriebenen Rahmens ausdrücklich zu – so insbesondere die Saisonschlussverkäufe, die Jubiläumsverkäufe sowie die Räumungsverkäufe.

Zulässig sind nach § 7 III Nr. 1 UWG **sog. Saisonschlussverkäufe** – also Winter- und Sommerschlussverkäufe. Diese dürfen während 12 Tagen angekündigt und durchgeführt werden. Sie dürfen sich auf Textilien, Lederwaren, Bekleidungsgegenstände, Schuhwaren und Sportartikel bezogen werden. Dabei ist auch das Vor- und Nachschieben von Waren zulässig – d.h. der Händler darf Schlussverkaufsware vom Hersteller hinzukaufen.

Gesetzlich vorgeschrieben ist der jeweilige Beginn derartiger Saisonschlussverkäufe. Es darf der Winterschlussverkauf am letzten Montag im Januar und der Sommerschlussverkauf am letzten Montag im Juli beginnen.

Ebenso als Ausnahme vom Verbot der Sonderveranstaltungen zugelassen sind nach § 7 III Nr. 2 UWG die **sog. Jubiläumsverkäufe**.

Derartige Jubiläumsverkäufe können als Anlass das Bestehen eines Unternehmens im selben Geschäftszweig nach jeweils 25 Jahren haben; auch hier ist die Dauer der ausnahmsweise zulässigen Sonderveranstaltung auf 12 Tage beschränkt.

In einem gewissen engen Rahmen lässt § 8 UWG auch **sog. Räumungsverkäufe** zu. Voraussetzung ist insoweit aber ein anerkannter Grund für den jeweiligen Räumungsverkauf.

So ist eine derartige "Verkaufsaktion" zunächst zulässig, wenn eine Zwangslage entstanden ist, welche die Räumung erforderlich macht. Dabei kann die Räumungszwangslage insbesondere zurückzuführen sein auf einen Schaden, der durch Feuer, Wasser, Sturm oder ein nicht zu vertretendes vergleichbares Ereignis verursacht wurde. Zulässig ist in diesen Fällen der Räumungsverkauf, soweit er zur Behebung der Räumungszwangslage notwendig ist – höchstens aber für die Dauer von 12 Tagen. Zudem ist darauf zu achten, dass der Grund des Räumungsverkaufs bei der Ankündigung anzugeben ist.

Des weiteren kommt ein Räumungsverkauf mit einer Höchstdauer von 24 Tagen auch im Fall der Aufgabe des gesamten Geschäftsbetriebes in Betracht – dies jedoch wiederum nur dann, wenn mindestens 3 Jahre vor Beginn der Veranstalter nicht schon einen Räumungsverkauf wegen Aufgabe des Geschäftsbetriebes gleicher Art durchgeführt hat. Zu beachten ist in diesem Zusammenhang, dass allein die Aufgabe einer Zweigniederlassung oder einer Warengattung kein zulässiger Räumungsgrund ist.

Die Entscheidungen zur "C&A Euro-Service-Aktion"

Wie bereits eingangs erwähnt, haben sowohl das LG Düsseldorf als auch in der darauffolgenden Instanz das OLG Düsseldorf in der von der Firma "C&A Mode KG" zum Jahresbeginn 2002 durchgeführten "Euro-Service-Aktion" eine wettbewerbswidrige Sonderveranstaltung iSd. § 7 I UWG gesehen.

Auf Grund der Währungsumstellung im Januar 2002 von DM auf EUR führte die Firma "C&A" in dem Zeitraum vom 2.01.2002 - 5.01.2002 eine sog. Euro-Service-Aktion durch, bei der jeder Kunde, der mit EC-Karte oder Kreditkarte zahlte, pauschal einen Rabatt von 20 % erhielt.

Daraufhin wurde es "C&A" im Wege einstweiliger Verfügungen zunächst untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken anzukündigen „Bargeldlos einfach: der Euro-Service von C&A - 20 % Rabatt bei Zahlung mit EC- oder Kreditkarte. Der C&A Euro-Service: 2.1. – 5.1.2002.“ und / oder einen so angekündigten Verkauf durchzuführen.

Durch eine weitere einstweilige Verfügung v. 3.1.2002 wurde es untersagt, den Rabatt iHv. 20 % auch im Falle der Barzahlung zu gewähren.

Das **LG Düsseldorf** (Entsch. v. 27.03.2002 - 34 O 13/02; 34 O 14/02 sowie 34 O 30/02) bestätigte die einstweiligen Verfügungen und setzte zugleich wegen Verstoßes gegen die beiden ersten einstweiligen Verfügungen v. 2.01.2002 zwei Ordnungsgelder iHv. jeweils EUR 400.000,- sowie wegen Verstoßes gegen die weitere einstweilige Verfügung ein Ordnungsgeld iHv. EUR 200.000,- fest.

Zur Begründung führte das LG aus, dass es sich bei der durchgeführten Aktion um eine wettbewerbswidrige Sonderveranstaltung gem. § 7 I UWG gehandelt habe. Insbesondere sei kein nach § 7 III UWG erlaubter Schlussverkauf gegeben, da die Preise nach dem 5.01.2002 wieder erhöht und erst zum Beginn der Schlussverkaufsphase am letzten Montag im Januar wieder gesenkt wurden.

Die von "C&A" durchgeführte Aktion habe auch den Zweck gehabt, den Warenabsatz zu beschleunigen. Denn nach der nicht qualifiziert bestrittenen Behauptung habe die durch die Aktion bewirkte Umsatzsteigerung 172 % betragen.

Etwas anderes gelte auch nicht auf Grund der im Jahr 2001 erfolgten Aufhebung des RabattG. Diese gesetzgeberische Entscheidung habe nämlich nicht darauf abgezielt, jegliche Rabattgewährung uneingeschränkt zuzulassen. Vielmehr sei man bei Abschaffung des RabattG davon ausgegangen, dass die berechtigten Interessen der Verbraucher und der Mitbewerber weiterhin durch die Bestimmungen des UWG gewahrt werden sollen. Der Gesetzgeber habe also keineswegs völlig auf einen Schutz des Verbrauchers im Zusammenhang mit der Gewährung von Rabatten verzichten wollen. Da § 7 I UWG nicht abgeschafft wurde, gelte die Vorschrift fort und sei von den Gerichten anzuwenden.

Für die Höhe der festgesetzten Ordnungsgelder von insgesamt 1 Mio. EUR sei u.a. ausschlaggebend gewesen, dass die Firma "C&A" während der Aktion eine erhebliche Umsatzsteigerung erzielt und zumindest in einem Fall vorsätzlich gegen das gerichtliche Verbot verstoßen hat.

Der 20. Zivilsenat am **OLG Düsseldorf** (Entsch. v. 29.10.2002 – 20 U 81/02; 20 U 82/02; 20 W 34/02; 20 W 35/02; 20 W/ 36/02 sowie 20 W 47/02) hat schließlich die Verbotsv Verfügungen bestätigt, mit denen das LG der "C&A Mode KG" die Durchführung einer befristeten Rabattaktion untersagt hatte.

Das Gesetz wolle verhindern, dass Gewerbetreibende, anstatt im regulären Geschäftsbetrieb – vorzugsweise über den Preis und die Qualität ihrer Leistungen – um den Kunden zu konkurrieren, mit befristeten Sonderveranstaltungen außerhalb des regulären Geschäftsbetriebes einen Sog schafften und sich gegenseitig überbieten. Es sei damit auf eine längerfristige Wirtschaftsordnung gerichtet und habe weder durch die Aufhebung der ZugabeVO noch durch die Aufhebung des RabattG seinen Sinn verloren.

Allerdings sei das LG bezüglich der Ordnungsgelder zu weit gegangen. Es habe jeweils nur ein Ordnungsgeld in einer Gesamthöhe von EUR 200.000,- festgesetzt werden dürfen. Die weitergehenden Ordnungsgeldbeschlüsse des LG seien daher aufzuheben bzw. abzuändern gewesen.

Der Streit um die Reichweite des Verbots von Sonderveranstaltungen

Das OLG hat im Hinblick auf den Streit über die heutige Reichweite des Verbots von Sonderveranstaltungen und auf ein weiteres prozessuales Problem in den vorliegenden Entscheidungen die Rechtsbeschwerde zum Bundesgerichtshof (BGH) zugelassen.

Hinsichtlich der Reichweite des in § 7 I UWG festgeschriebenen Verbots ist nämlich zu beachten, dass die ersatzlose Abschaffung des RabattG und der ZugabeVO durchaus auch der Überlegung entsprang, eine Überregulierung des deutschen Wettbewerbs zu verhindern. Hintergrund der im Jahre 2001 umgesetzten und zuvor schon seit langem geforderten Reform war es, Wettbewerbsnachteile für deutsche Händler – insbesondere im Bereich des eCommerce – im europäischen Wettbewerb zu vermeiden.

So sollte durch die Aufhebung der benannten Gesetze in Zukunft mehr Freiheit bei der Preisgestaltung und mehr Wettbewerb ermöglicht werden. Zugleich stand aber fest, dass Irreführungen und sonstiger Missbrauch bei der Rabattgewährung auch in Zukunft verhindert werden sollten; insoweit stünden allerdings schon die allgemeinen Regeln des Wettbewerbsrechts einem völlig "ungehemmten" Handel entgegen.

Aufgrund der Entscheidungen in Sachen "C&A" wird der BGH in naher Zukunft unter Umständen die Gelegenheit erhalten, sich gerade zu diesem Punkt zu äußern.

Es besteht jedenfalls ein großes praktisches Interesse im Sinne der Erlangung einer gewissen Rechtssicherheit, durch höchstrichterliche Entscheidungen Maßstäbe für derzeit zulässige Rabattgewährungen festzulegen. Nicht selten erlangt man den Eindruck, die Gerichte würden die früher geltenden Grundsätze zum RabattG und zur ZugabeVO ungesehen in die nunmehr relevanten Vorschriften des Wettbewerbsrechts "hineintragen". Damit wäre die an sich erwünschte – zumindest teilweise – Liberalisierungswirkung durch die Abschaffung der benannten Gesetze gerade nicht eingetreten.