

## Lockvogelwerbung – ist das rechtens?

Das Sonderangebot klingt verlockend, doch egal wie sehr Sie sich auch beeilen, das Produkt ist bereits ausverkauft, wenn Sie im Laden ankommen. Leider lässt sich die sogenannte Lockvogelwerbung kaum stoppen. Wir erklären warum und was Sie tun können.



© kikovic-shutterstock.com

### **DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE**

1. Viele Menschen beschwerten sich bei der Verbraucherzentrale über Werbung für besonders günstige Schnäppchen, die dann im Laden nicht vorrätig sind.
2. Unternehmen verschaffen sich durch klärende Hinweise einen nahezu unangreifbaren Spielraum.
3. Die sogenannte Lockvogelwerbung begründet keinen Anspruch, ein Produkt auch zu dem beworbenen Preis zu erhalten. Wer sich übers Ohr gehauen fühlt, sollte seinem Ärger Luft machen und sich beim Händler beschweren.

Stand: 16.10.2017

Immer wieder beschwerten sich Menschen bei uns, weil Unternehmen für bestimmte Artikel werben, die Waren aber dann doch nicht vorrätig haben. Und viele haben den berühmten „3-Tage-Zeitraum“ im Kopf – so lange müsste der Händler doch die beworbenen Angebote vorrätig haben. Ist dem so?

---

### **Die Antwort lautet: Im Prinzip ja, aber...**

Es verstößt gegen geltendes Recht, Verbraucher mit Billigangeboten und Discountpreisen in sein Geschäft zu locken. Doch Unternehmen können enttäuschte Verbraucher und wir als Verbraucherzentrale nur wenig.

Bis zur Änderung des Wettbewerbsrechts (Gesetz gegen unerlaubten Wettbewerb, UWG) zum 30. Dezember 2008 haben wir in vielen Fällen Händler wegen der sogenannten Lockvogelwerbung abgemahnt und konnten so besonders drastische Irreführungen unterbinden. Doch das Gesetz wurde zugunsten der Anbieter aufgeweicht. Es ist jetzt ein Spiel mit vielen Unbekannten und oftmals ein Freibrief für Lockvogelwerbung!

---

### **Hohes Risiko bei Gerichtsverfahren**

Bei Verdacht eines Lockvogelangebots müssen wir letztlich darlegen und beweisen,

1. welche Bevorratung für ein Produkt (Menge und Zeitraum) eigentlich angemessen gewesen wäre,
2. dass diese Bevorratung nicht ausreichte und
3. dass der Unternehmer hätte wissen müssen, dass sein Produkt nicht reichen würde, weil er beispielsweise von Anfang an zu wenig Ware bestellt hat.

**Ein Beispiel zur Veranschaulichung des Sachverhalts:** Ein Discounter bewirbt ein Smartphone zum günstigen Preis. In dem Prospekt verweist ein \*-Hinweis darauf „*Dieser Artikel kann aufgrund begrenzter Vorratsmenge bereits im Laufe des ersten Angebotstages ausverkauft sein.*“ Tatsächlich war das Smartphone bereits am Vormittag nicht mehr erhältlich.

Der Bundesgerichtshof (Urteil vom 15. September 2017; Az. I ZR 92/14) hält den Aufklärungshinweis zwar für ungenügend, da niemand damit rechnen, dass das Angebot bereits nach wenigen Stunden vergriffen ist, sieht jedoch nicht zwingend eine unlautere Lockvogelwerbung. Denn: Es ist nicht klar, dass der Händler vorab wusste, dass sein Smartphone binnen weniger Stunden ausverkauft sein würde. Gelingt dem Unternehmen im Gerichtsverfahren letztlich der Nachweis, dass man die Vorratsmenge so geplant hat, weil man davon ausging, sie würde für den normalerweise zu erwartenden Geschehensablauf ausreichen, so müssten wir als Verbraucherschützer die Segel streichen und die aufgelaufenen Kosten des Verfahrens tragen.

Ein gerichtliches Vorgehen in Sachen Lockvogelwerbung bedeutet für uns daher ein sehr hohes Prozesskostenrisiko. Uns sind quasi die Hände gebunden. Auch aus diesem Grund greift die „Lockvogelwerbung“ wohl wieder stärker um sich.

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/einkauf-reise-freizeit/abos-werbung/lockvogelwerbung-ist-das-rechtens>