



Tchibo legt Revision ein OLG sieht ungeklärte Rechtsfrage

Hamburg, 9. März 2026 – Tchibo legt im Verfahren gegen Aldi Süd um die Verkäufe von Kaffee unter Herstellungskosten Revision beim Bundesgerichtshof ein.

Aldi Süd hatte Kaffees seiner Eigenmarken wiederholt unter Herstellungskosten verkauft. Dagegen hatte Tchibo geklagt, da dieses Verhalten nach Überzeugung von Tchibo gesetzwidrig ist und dem fairen Wettbewerb und damit am Ende auch den Verbrauchern schadet. In erster Instanz hatte das Landgericht Düsseldorf die Klage abgewiesen. Der Berufung beim Oberlandesgericht Düsseldorf wurde nicht stattgegeben.

In seiner schriftlichen Urteilsbegründung erkennt das OLG jetzt aber eine ungeklärte Rechtsfrage, nämlich ob der Verkauf von Lebensmitteln unter Herstellungskosten, dem Verkauf von Lebensmitteln unter Einstandspreis rechtlich gleichzustellen sei.

Das OLG lässt daher die Revision beim Bundesgerichtshof ausdrücklich zu. „Dies geschieht typischerweise nur in seltenen Fällen, was die außergewöhnliche Bedeutung dieser Fragestellung für die Fortbildung des Rechts unterstreicht,“ betont Arnd Liedtke, Unternehmenssprecher der Tchibo GmbH. „Wir gehen nun in Revision, um in dieser für einen fairen Wettbewerb entscheidenden Frage Klarheit zum Wohl der Verbraucher zu schaffen“, so Liedtke weiter.

Zur Einordnung:

„Verlustverkäufe unter Einstandspreisen sind nach aktuellem Recht verboten. Das muss auch für Verlustverkäufe unter Herstellungskosten gelten, denn beides schadet dem Wettbewerb und damit langfristig vor allem den Verbrauchern“, beschreibt Liedtke die Position von Tchibo. *„Es kann aus Sicht des Wettbewerbs und der Verbraucher keinen Unterschied machen, ob der Kaffee als Fertigware eingekauft und weiterverkauft oder als Rohkaffee eingekauft, im Konzern geröstet und dann weiterverkauft wird. Daher sollten alle Verlustverkäufe gleich behandelt werden.“*



Weitere Informationen für Journalisten:

Arnd Liedtke, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 – 2124 - E-Mail: arnd.liedtke@tchibo.de

www.tchibo.com/newsroom +++ www.tchibo.com/blog+++ www.tchibo.de/podcast

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. Über sein Multichannel-Vertriebssystem bietet Tchibo neben Kaffee und den Einzelportionssystemen Cafissimo und Qbo die wöchentlich wechselnden Non Food-Sortimente und Dienstleistungen an. In acht Ländern betreibt Tchibo rund 900 Filialen und lokale Online-Shops. Deutschlandweit ist Tchibo zusätzlich in rund 16.000 Depots im Fach- und Lebensmittelhandel vertreten, in rund 8.000 davon werden auch Gebrauchsartikel angeboten. Das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen erzielte 2024 mit international 10.452 Mitarbeitenden 3,36 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn und gehört zu den führenden E-Commerce-Firmen in Europa. Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde Tchibo national und international mehrfach ausgezeichnet.