BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 148/07

Verkündet am:
30. April 2009
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 30. April 2009 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Bornkamm und die Richter Pokrant, Prof. Dr. Büscher, Dr. Schaffert und Dr. Koch

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 14. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Dresden vom 24. April 2007 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Beklagte betreibt in P. ein Warenhaus, in dem sie neben Haushaltsartikeln Einrichtungsgegenstände anbietet. Im Sommer 2005 warb sie mit einem Plakat („WIR RÄUMEN ..., RABATTE BIS ZU 90% BILLIGER, ALLES MUSS RAUS, ... WEGEN KOLLEKTIONSWECHSEL") für einen Räumungsverkauf. Auch die Schaufensterscheiben waren mit Plakaten („F. RÄUMT RADIKAL, MEGACHANCE, BIS 90% REDUZIERT, ALLES MUSS RAUS") beklebt. Auf Handzetteln, die die Beklagte in P. verteilen ließ, war angegeben, dass die Verkaufsaktion vom 29. August bis zum 3. September stattfinde.

2 Die Klägerin, die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, sieht in dieser Werbung einen Verstoß gegen das in § 4 Nr. 4 UWG geregelte Transparenzgebot.

3 Das Landgericht hat es der Beklagten entsprechend dem Antrag der Klägerin unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel verboten,

> im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in der an den Letztverbraucher gerichteten Werbung einen Räumungsverkauf mit Preisreduzierungen für die Artikel des Sortiments der Beklagten anzukündigen, ohne in der Werbung das Ende des Räumungsverkaufs anzugeben, wie dies mit den ... (im Urteil in Kopie) abgebildeten Werbeplakaten erfolgte.

4 Außerdem hat das Landgericht die Beklagte zur Zahlung der von der Klägerin begehrten Kostenpauschale für die dem Klageverfahren vorangegangene Abmahnung in Höhe von 189 € nebst Zinsen verurteilt.

5 Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben.

6 Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision, deren Zurückweisung die Klägerin beantragt, verfolgt die Beklagte ihren Antrag auf Klageabweisung weiter.

Entscheidungsgründe:

7 I. Das Berufungsgericht ist in Übereinstimmung mit dem Landgericht davon ausgegangen, dass die streitgegenständliche Werbung der Beklagten gegen §§ 3, 4 Nr. 4 UWG verstößt. Zur Begründung hat es ausgeführt:

Hinweis: Auch Teile der Urteilssammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
JLaw – für Android
JLaw – für iOS

8 Die beanstandeten Werbeplakate seien Verkaufsförderungsmaßnahmen i.S. des § 4 Nr. 4 UWG. Sie genügten dem in dieser Vorschrift niedergelegten Transparenzgebot nicht. Dass der Räumungsverkauf am 3. September 2005 geendet habe, habe sich allein aus dem aus Anlass des Verkaufs verteilten Werbehandzettel ergeben. Da der Zeitpunkt des Endes des Räumungsverkaufs von vornherein festgestanden habe, sei die Angabe dieses Datums auf den Werbeplakaten auch objektiv möglich und subjektiv zumutbar gewesen. Soweit die Beklagte behaupte, eine Vielzahl von Einzelhandelsgeschäften werbe ohne Angabe eines Anfangs- oder Endzeitpunkts blickfangmäßig mit Preisnachlässen, sei schon nicht ersichtlich, dass diese Preisnachlässe alle im Zusammenhang mit einem Räumungsverkauf stünden und es sich um eine dauerhafte Preisreduzierung und damit um einen in besonderer Form dargestellten (neuen) Normalpreis handele. Wegen der bestehenden Nachahmungsgefahr sei der gegebene Wettbewerbsverstoß auch nicht unerheblich.

9 II. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung stand.

10 1. Auf den in die Zukunft gerichteten Unterlassungsanspruch sind die Bestimmungen des am 30. Dezember 2008 in Kraft getretenen Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 22. Dezember 2008 (BGBl. I S. 2949) anzuwenden, mit dem die Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken umgesetzt worden ist. Der im Streitfall auf Wiederholungsgefahr gestützte Unterlassungsanspruch besteht allerdings nur, wenn die beanstandete Verhaltensweise auch schon zum Zeitpunkt ihrer Begehung wettbewerbswidrig war. Demgegenüber ist für den Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten allein die Rechtslage zum Zeitpunkt der Abmahnung maßgeblich (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urt. v. 11.3.2009 - I ZR 194/06, WRP 2009, 1229 Tz. 13 - Geld-zurück-Garantie II). Die im Streitfall maßgebli-

che Vorschrift des § 4 Nr. 4 UWG hat durch die Umsetzung der UGP-Richtlinie allerdings keine Änderung erfahren. Es ist deshalb nicht erforderlich, zwischen der vor dem 30. Dezember 2008 und der danach geltenden Rechtslage zu unterscheiden.

11 2. Die in § 4 Nr. 4 UWG vorgesehene Pflicht, über die Bedingungen der Inanspruchnahme von Verkaufsförderungsmaßnahmen zu informieren, steht mit der Richtlinie in Einklang (BGH WRP 2009, 1229 Tz. 16-19 - Geld-zurück-Garantie II).

12 3. Das Berufungsgericht ist mit Recht davon ausgegangen, dass die streitgegenständliche Ankündigung eines Preisnachlasses von bis zu 90% wegen Räumung eine Verkaufsförderungsmaßnahme i.S. des § 4 Nr. 4 UWG darstellte.

13 Der Umstand, dass die angegriffene Werbung - wie die Revision meint - möglicherweise den Eindruck erweckt, als werde die Beklagte nach Ende des Räumungsverkaufs nicht mehr zu den zuvor verlangten Preisen zurückkehren, steht der Annahme eines Preisnachlasses nicht entgegen. Die von der Revision vertretene gegenteilige Ansicht hat im Wortlaut des § 4 Nr. 4 UWG keine Stütze. Sie würde den Anwendungsbereich dieser Vorschrift zudem ganz erheblich beschränken. Insbesondere würde sie dazu führen, dass etwa Räumungsverkäufe wegen Geschäftsaufgabe oder Saisonschlussverkäufe, mit denen typischerweise die Lager der Saisonware geräumt werden, kaum mehr von dieser Vorschrift erfasst würden. Sie stünde zudem im Widerspruch dazu, dass eine Verkaufsförderungsmaßnahme i.S. des § 4 Nr. 4 UWG nicht zeitlich begrenzt zu sein braucht (vgl. BGH, Urt. v. 11.9.2008 - I ZR 120/06, GRUR 2008, 1114 Tz. 13 = WRP 2008, 1508 - Räumungsfinale). Das in dieser Bestimmung gere-

gelte Transparenzgebot gilt im Übrigen - wie sich ebenfalls aus der Senatsentscheidung „Räumungsfinale“ ergibt (BGH GRUR 2008, 1114 Tz. 13) - bereits für die Werbung für die Verkaufsaktion, setzt also kein Anbieten von Waren oder Dienstleistungen im Sinne der Preisangabenverordnung voraus.

14 4. Das Berufungsgericht hat mit Recht angenommen, dass die streitgegenständliche Werbung dem Transparenzgebot des § 4 Nr. 4 UWG nicht genügt, weil der Verbraucher aus ihr den Zeitpunkt, zu dem der beworbene Räumungsverkauf enden soll, nicht erkennen kann. Es hat insoweit in Übereinstimmung mit dem von der Beklagten nicht bestrittenen Vortrag der Klägerin festgestellt, dass das Ende des in Rede stehenden Räumungsverkaufs von vornherein feststand. Die Beklagte hätte diesen Zeitpunkt daher gemäß § 4 Nr. 4 UWG auf den Werbeplakaten angeben müssen (BGH GRUR 2008, 1114 Tz. 13 - Räumungsfinale).

15 5. Das Berufungsgericht hat den von der Beklagten begangenen Wettbewerbsverstoß ohne Rechtsfehler als nicht unerheblich i.S. des § 3 UWG in der Fassung, in der diese Bestimmung bis zum Inkrafttreten des Ersten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb am 30. Dezember 2008 gegolten hat, und als zur spürbaren Beeinträchtigung geeignet i.S. des § 3 Abs. 1 UWG in der Fassung angesehen, in der diese Bestimmung seither gilt.

16 Die Frage, ob eine Verletzung der in § 4 Nr. 4 UWG vorgeschriebenen Informationspflichten den Wettbewerb nicht nur unerheblich beeinträchtigt, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab (vgl. OLG Köln GRUR-RR 2006, 57, 59; OLG Naumburg GRUR-RR 2007, 159, 160; Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm, UWG, 27. Aufl., § 4 Rdn. 4.19; Seichter in Ullmann, jurisPK-UWG,

2. Aufl., § 4 Nr. 4 Rdn. 47). Ihre Beurteilung durch den Tatrichter kann daher im Revisionsverfahren nur in eingeschränktem Umfang überprüft werden. Im Streitfall kann insoweit dahinstehen, ob der vom Berufungsgericht als maßgeblich angesehene Gesichtspunkt der Nachahmungsgefahr - zumal nach der mit dem Änderungsgesetz vom 22. Dezember 2008 vorgenommenen Umsetzung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken - insoweit (noch) tragen kann (vgl. Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm aaO § 3 Rdn. 130 f.; Ullmann in Ullmann aaO § 3 Rdn. 41 und 70). Denn aus der vom Berufungsgericht vorgenommenen Beurteilung ergibt sich auch, dass die Werbewirkung, die von der Nichtangabe der Dauer eines tatsächlich befristeten Räumungsverkaufs ausgeht, unter den Wettbewerbern als erheblich eingestuft wird. Danach sowie unter Berücksichtigung des Umfangs der beanstandeten Werbung unterliegt deren Bewertung als wettbewerbsrechtlich relevant keinen durchgreifenden rechtlichen Bedenken.

17 III. Die Revision der Beklagten ist nach allem mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Bornkamm Pokrant Büscher

Schaffert Koch

Vorinstanzen:
LG Essen, Entscheidung vom 23.11.2005 - 41 O 123/05 -
OLG Hamm, Entscheidung vom 09.01.2007 - 4 U 30/06 -