beim Kauf von Möbeln oder sonstigen Einrichtungsgegenständen enthält kein Anerbieten einer verbotenen Zugabe.

b) Eine solche Werbung ist irreführend, wenn das Umtauschrecht nach Maßgabe der Werbung auf Kundenwunsch beim Kauf nicht rechtsverbindlich vereinbart oder im beworbenen Umfang zumindest im Kulanzwege ein entsprechendes Umtauschverlangen nicht anstandslos erfüllt wird.

BGH, Urt. v. 29. Juni 2000 - I ZR 155/98 - OLG Stuttgart
LG Stuttgart

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 29. Juni 2000 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Pokrant, Dr. Büscher und Raebel

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Stuttgart vom 22. Mai 1998 aufgehoben.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der 5. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Stuttgart vom 7. Juli 1997 abgeändert.

Die Klage wird mit dem Hauptantrag abgewiesen.

Hinsichtlich des Hilfsantrags wird die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte, ein Möbelhaus, warb im Januar 1997 in einer Lokalzeitung mit der nachstehend verkleinert wiedergegebenen Anzeige:

Die Klägerin, ein Möbelhaus aus dem gleichen Einzugsgebiet, hält das in der Anzeige genannte Umtauschrecht für eine unzulässige Zugabe. Sie hat die Werbung außerdem als irreführend beanstandet, weil die blickfangartig herausgestellte "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" durch Beschränkung auf unbenutzte Gegenstände in der kleingedruckten Erläuterung praktisch wertlos gemacht sei und von der Beklagten selbst in diesem Umfang nach Testverkaufsgesprächen nicht eingelöst werde.

Die Klägerin hat beantragt,

der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken mit einer "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" entsprechend der oben wiedergegebenen Anzeige zu werben,

hilfsweise,

der Beklagten eine solche Werbung jedenfalls dann zu untersagen, sofern nicht sämtliche vorrätigen Möbel und Artikel dem Kunden auf Wunsch bis zu drei Monaten überlassen werden.

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

Die Beklagte ist dem entgegengetreten.

Die Vorinstanzen haben der Klage mit dem Hauptantrag stattgegeben.

Mit ihrer Revision verfolgt die Beklagte ihr Klageabweisungsziel weiter. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat das im Streit stehende Umtauschrecht als unzulässige Zugabe gewertet und zur Begründung dieser Ansicht ausgeführt:

Den angesprochenen Verkehrskreisen sei bekannt, daß ein gekauftes Möbelstück, welches nach Maß, Farbe oder sonstiger stofflicher Beschaffenheit am Aufstellungsplatz nicht zur Umgebung passe, grundsätzlich nicht mehr einfach zurückgegeben werden könne. Den Käufern sei auch vertraut, daß ein aus der Originalverpackung gelöstes, ungeschützt aufgestelltes Möbelstück ähnlich einem Ausstellungsstück schon deshalb an Wert verliere. Das mache im Streitfall das an besondere Gründe nicht gebundene Umtauschrecht in der Verkehrsanschauung zu einer mit der Hauptleistung unverbundenen unentgeltlichen Dreingabe, die auch geeignet sei, die Kaufneigung gerade auf den Garantiegeber hinzulenken. Die "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" der Beklagten sei auch nicht als handelsübliche Nebenleistung gemäß § 1 Abs. 2 ZugabeVO vom Zugabeverbot freigestellt.

II. Die dagegen gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg. Sie führen hinsichtlich des Hauptantrags zur Klageabweisung und hinsichtlich des Hilfsantrags zur Aufhebung und Zurückverweisung.

1. Eine Zugabe liegt vor, wenn eine Leistung ohne besondere Berechnung neben einer entgeltlich angebotenen Hauptware gewährt wird, der Erwerb der Nebenleistung vom Abschluß des Geschäfts über die Hauptware abhängig ist und dabei in der Weise ein innerer Zusammenhang besteht, daß die Nebenleistung mit Rücksicht auf den Erwerb der Hauptware gewährt wird und das Angebot wegen dieser Abhängigkeit objektiv geeignet ist, den Kunden in seiner Entschließung zum Erwerb der Hauptware zu beeinflussen. Eine Zugabe kann danach immer nur eine von der Hauptware verschiedene, zusätzlich in Aussicht gestellte oder gewährte Nebenleistung sein (st. Rspr.; BGHZ 139, 368, 371 f. - Handy für 0,00 DM). Dagegen kann von einer Zugabe i.S. von § 1 Abs. 1 Satz 1 ZugabeVO nicht gesprochen werden, wenn die vertraglich eingeräumte zusätzliche Leistung bei wirtschaftlicher Betrachtung in den Augen des angesprochenen Verkehrs eine den konkreten Bedürfnissen der Vertragspartner angepaßte Ergänzung oder Erweiterung der Hauptleistung darstellt; darauf, ob die Zugabe selbst Gegenstand einer Hauptleistung sein kann, kommt es nicht an (vgl. BGH, Urt. v. 4.12.1997 - I ZR 143/95, GRUR 1998, 502, 503 = WRP 1998, 489 - Umtauschrecht I; Urt. v. 2.7.1998 - I ZR 66/96, GRUR 1999, 270, 271 = WRP 1999, 181 - Umtauschrecht II; a.A. Paul, ZIP 1998, 1099 ff. und GRUR 1999, 34 ff.). Insbesondere ist danach zu fragen, ob das werblich zugesagte Umtauschrecht nach wirtschaftlicher Betrachtung seine sachliche Rechtfertigung in der Natur der Hauptleistung finden kann (vgl. BGH GRUR 1999, 270, 271 - Umtauschrecht II; für anderweitige Vorteile vgl. auch Urt. v. 25.9.1997 - I ZR 84/95, GRUR 1998, 500, 501 = WRP 1998, 388 - Skibin-

dungsmontage), hier mithin hauptsächlich in den Gegebenheiten des Möbeleinzelhandels.

2. Das Berufungsgericht hat bei Anwendung dieser Grundsätze nicht hinreichend beachtet, daß der Käufer von Möbeln und anderen Einrichtungsgegenständen der Gefahr eines Fehlkaufs ausgesetzt ist, welcher er mit verkehrsüblicher Sorgfalt bei der Auswahl nur unvollkommen begegnen kann. Denn bei der Prüfung anhand eines Katalogs und selbst bei der Besichtigung von Ausstellungsstücken im Möbelhaus kann der Käufer nach der allgemeinen Lebenserfahrung vielfach im voraus trotz fachkundiger Beratung des Verkaufspersonals keine Sicherheit gewinnen, ob neue Möbel den Raum- und Lichtverhältnissen des späteren Aufstellungsortes gerecht werden, ob sich durch bauliche Gegebenheiten Aufstellungs- oder Montageprobleme ergeben und ob neue Möbel oder sonstige Einrichtungsgegenstände nach Abmessungen, Farbe und Material mit vorhandenen oder anderweit beschafften Einrichtungsteilen funktional und ästhetisch harmonieren. Auch die dreimonatige Dauer der Umtauschfrist kann noch sachlich gerechtfertigt sein, weil der Möbelkäufer zuweilen ein abschließendes Urteil über die Eignung des Zuerwerbs erst nach einer Umdekoration seiner Räume oder nach späterer Anlieferung anderweit bezogener Komplementärstücke gewinnen kann. Danach stellt sich in den Augen des Verkehrs aufgrund der gebotenen wirtschaftlichen Betrachtung das vorliegende Möbel-Umtauschrecht, aus dem bei Ausübung kein verbleibender Benutzungsvorteil erwachsen kann, nur als Erweiterung der Hauptleistung durch eine in die Sphäre des Käufers erstreckte Besichtigungsmöglichkeit dar.

Der Zugabecharakter des Umtauschrechts, mit dem die Beklagte geworben hat, läßt sich entgegen der Annahme des Berufungsgerichts auch nicht aus dem Wertverlust herleiten, den der Möbeleinzelhändler schon bei der

Rücknahme eines aus der Originalverpackung entnommenen Stücks erleiden kann. Ein damit verbundener kalkulatorischer Kostenfaktor für den Einzelhändler könnte sowohl durch eine Erweiterung seiner Hauptleistung als auch durch die Gewährung einer Zugabe entstehen. Für die Abgrenzung von erweiterter Hauptleistung und Zugabe kann deshalb - wie bisher - nur darauf abgestellt werden, welcher Kundenvorteil dem Kostenfaktor des Händlers korrespondiert.

3. Da das Möbel-Umtauschrecht, mit dem die Beklagte geworben hat, schon nicht als Zugabe anzusehen ist, bedarf die Annahme des Berufungsgerichts, eine solche Zugabe könne nicht als handelsübliche Nebenleistung gemäß § 1 Abs. 2 Buchst. d ZugabeVO von dem grundsätzlichen Zugabeverbot freigestellt sein, keiner Prüfung mehr.

III. Das Berufungsurteil kann nach gegenwärtigem Sach- und Streitstand auch nicht mit der Begründung irreführender, nach § 3 UWG unzulässiger Werbung aufrechterhalten werden (§ 563 ZPO). Vielmehr ist die Klage mit dem Hauptantrag zur Abweisung reif (§ 565 Abs. 3 Nr. 1 ZPO).

1. Die Klägerin beanstandet zu Unrecht, daß die Werbung mit der blickfangartig herausgestellten "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" schon deswegen irreführend sei, weil die Garantie nach ihren Voraussetzungen praktisch keinen Wert biete.

Der blickfangmäßig herausgestellte Garantieinhalt ist substanzarm. Er vermag aus sich heraus nicht die Erwartung zu begründen, daß gekaufte Artikel trotz Ingebrauchnahme noch umgetauscht werden können oder die Beklagte statt eines Umtauschs eine Rückgabe mit Rückzahlung des Kaufpreises

gewähren würde. Auch der nähere Warenbezug ist aus dem Blickfang "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" noch nicht vollständig zu erschließen. Die Erwartung der angesprochenen Verkehrskreise kann deshalb nur allgemeiner Art sein. Dahinter bleibt der von der Beklagten nach den kleingedruckten Erläuterungen gewährte Garantieumfang mit Bezug auf unbenutzte und nicht individuell für den Kunden bestellte Möbel und Artikel nicht zurück. Insbesondere der Umstand, daß die Beklagte im Zeitpunkt der Rückgabe benutzte Möbel vom Umtausch ausschließt, enttäuscht die aus dem Blickfang ableitbare Erwartung einer in die Sphäre der Kunden erstreckten Besichtigungsmöglichkeit als wirtschaftlichen Gehalt der "Garantie" nicht. Die Beweislage entwertet ein solches Umtauschrecht gleichfalls nicht; denn für den Kunden streitet der erste Anschein, daß Möbelstücke ohne entsprechende Abnutzungserscheinungen tatsächlich nicht benutzt worden sind.

2. Die Klägerin verteidigt das Berufungsurteil auch damit ohne Erfolg, daß im Untertext der blickfangartig herausgehobenen Bezeichnung "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" der Garantieumfang irreführend dargestellt sei, weil der gegenständliche Bezug "alle ... Möbel und Artikel" fettgesetzt sei, nicht aber der Ausschluß benutzter oder individuell bestellter Stücke. Die Behauptung, daß deshalb der einschränkende Textteil nicht auffalle und leicht überlesen werde, hat die Klägerin erst in der Revisionsinstanz erhoben, so daß dieses Vorbringen revisionsrechtlich außer Betracht bleiben muß. Im übrigen wäre es aber auch erfahrungswidrig, anzunehmen, daß trotz gleicher Größe der Lettern und größeren Abstandes zwischen den fettgedruckten Textinseln der durchschnittlich informierte und verständige Leser der Anzeige, auf dessen Verständnis es ankommt (BGH, Urt. v. 20.10.1999 - I ZR 167/97, WRP 2000, 517 - Orient-Teppichmuster), den normalgesetzten Zwischentext mit dem Auge

überspringt und durch die Gestaltung der Anzeige danach in der beanstandeten Weise irregeführt wird.

IV. Da die Klage mit dem Hauptantrag nicht durchdringt, ist über den Hilfsantrag zu entscheiden. Zu dem Hilfsantrag der Klägerin hat das Berufungsgericht - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - keine Feststellungen getroffen. Insoweit ist der Rechtsstreit daher an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

Der Hilfsantrag ist in seinem Zusammenhang dahin auszulegen, daß die beanstandete Werbung untersagt werden soll, wenn die Beklagte den Kunden nach einem Kauf das Umtauschrecht, mit dem sie geworben hat, nicht für sämtliche vorrätigen Möbel und Artikel auf Wunsch für eine Dauer von bis zu drei Monaten gewährt und mit dieser Maßgabe die Gegenstände den Kunden überläßt. Sonst stünde die Werbung der Beklagten mit der Überlassung von Gegenständen an ihre Kunden nicht in Zusammenhang.

Die Werbung mit der "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" wäre i.S. des § 3 UWG als irreführend zu beurteilen, wenn die Beklagte nicht bereit gewesen wäre, das Umtauschrecht rechtsverbindlich auf Wunsch eines Kunden zu vereinbaren. Ebenso läge eine Irreführung vor, wenn die Beklagte garantiegemäße Kundenwünsche, wenn berechtigt, nicht auch ohne Vereinbarung zumindest im Kulanzwege anstandslos erfüllte. Das Berufungsgericht wird infolgedessen dem anhand von Testfällen unter Beweis gestellten Vorbringen der Klägerin nachzugehen haben, daß die Beklagte ihre werblich herausgestellte "GEFÄLLT-NICHT-GARANTIE" nicht oder jedenfalls nicht vollen Umfangs einlöse.

Erdmann v. Ungern-Sternberg Pokrant

Büscher Raebel