

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

VERSÄUMNIS-

I ZR 159/81

URTEIL

Verkündet am

13. Oktober 1983

Schwarz

Justizangestellte

als Urkundsbeamter

der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma Heinz D[REDACTED], Inh. Heinz D[REDACTED],
C[REDACTED]straße, N[REDACTED] [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Firma "Ihr Teppichspezialist", Inh. Günter Sch[REDACTED],
L[REDACTED]straße 92, K[REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte

II. Instanz:

Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und

[REDACTED], R[REDACTED]straße 24, K[REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 13. Oktober 1983 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky, Dr. Scholz-Hoppe und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Auf die Rechtsmittel der Klägerin werden das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Koblenz vom 30. Juli 1981 aufgehoben und das Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Koblenz vom 27. Februar 1980 abgeändert. Die Klage wird abgewiesen.

Die Klägerin hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte, die mit Teppichböden und verwandten Artikeln handelt, ließ im Rahmen des Sommerschlußverkaufs 1979 Inserate erscheinen, in denen es u.a. hieß:

" ... 50 % = Sommerschlußverkaufsware
bei uns im Preis gesenkt ... ".

Die Klägerin als Wettbewerberin der Beklagten hat hierin eine Werbung mit verbotenen Preisgegenüberstellungen und damit einen Verstoß gegen die VO über Sommer- und

- 3 -

Winterschlußverkäufe vom 13. Juli 1950, § 3 Abs. 3
(BANz. Nr. 135) gesehen.

Die Klägerin hat beantragt,

der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu untersagen, im Zusammenhang mit Abschnitts-Schlußverkäufen die während der Abschnitts-Schlußverkäufe gültigen Preise den vor Beginn der Schlußverkäufe gültigen Preisen gegenüberzustellen, und zwar auch nicht in der Weise, daß bestimmte Prozentsätze der Preisermäßigung angegeben werden.

Die Beklagte hat Klagabweisung beantragt und das Vorliegen eines Verstoßes gegen die Anordnung bei nur auf Prozentsätzen bezogenen Angaben verneint.

Dem Unterlassungsbegehren der Klägerin haben das Landgericht und das Berufungsgericht entsprochen.

Mit der zugelassenen Revision verfolgt die Beklagte ihren Klagabweisungsantrag weiter. Die Klägerin ist in der Revisionsinstanz nicht vertreten.

Entscheidungsgründe

I. Nachdem die Klägerin im Revisionsverfahren nicht vertreten war, war durch das Versäumnisurteil über die von der Beklagten eingelegte Revision zu entscheiden (BGHZ 37, 79 = NJW 1962, 1149).



II. Das Berufungsgericht hat ausgeführt, nach dem Wortlaut des § 3 Abs. 3 der genannten Verordnung, insbesondere aber nach deren Entstehungsgeschichte sowie deren Sinn und Zweck, sei das Verbot der Gegenüberstellung nicht etwa auf konkret für die einzelnen Schlußverkaufswaren errechenbare Preise beschränkt. Der Grund für die Verordnung sei gewesen, die oft marktschreierische Werbung mit Preisnachlässen im Rahmen der Abschnitts-Schlußverkäufe überhaupt zu unterbinden. Das könne wirksam nur geschehen, wenn auch prozentuale Gegenüberstellungen untersagt würden.

III. Der gegen dieses Urteil gerichteten Revision war der Erfolg nicht zu versagen. Die werbliche Ankündigung der Beklagten enthält keine Zuwiderhandlung gegen § 3 Abs. 3 der VO vom 13. Juli 1950. Das Berufungsgericht hat in Übereinstimmung mit dem Landgericht die Anzeigen der Beklagten dahin ausgelegt, daß in ihnen damit geworben werde, die Preise sämtlicher Schlußverkaufswaren seien während der Zeit des Schlußverkaufs um 50 % herabgesetzt. Auch die Revision greift diese Auslegung nicht an. Damit ist Gegenstand des Rechtsstreits hier allein die Frage, ob in der Ankündigung prozentualer Preisherabsetzungen ein Verstoß gegen die Vorschrift liege. Diese Frage hat der Senat in der nach Erlaß des Berufungsurteils veröffentlichten Entscheidung vom 10. Juli 1981 - I ZR 77/79 = GRUR 1981, 833 = WRP 1981, 643 - alles 20 % billiger - dahin entschieden, daß in diesen Fällen ein Verstoß gegen die Vorschrift nicht gegeben sei.

Er hat zur Begründung ausgeführt, wenn eine Preisherabsetzung nur in prozentualer Form ohne sonstige Preisangaben angekündigt werde, sei dies lediglich die Ankündigung einer allein ihrem Umfang nach näher gekennzeichneten Preisherabsetzung, nicht aber eine unmittelbare oder mittel-

bare Gegenüberstellung von Preisen. Auf Ankündigungen dieser Art treffe § 3 Abs. 3 der Verordnung vom 13. Juli 1950 schon seinem Wortlaut nach nicht zu. Aber auch nach dem Sinn und Zweck dieser Vorschrift sei eine Gleichbehandlung der Ankündigung von prozentualen Preisherabsetzungen und Preisgegenüberstellungen nicht geboten. Den gegenteiligen Auffassungen in Rechtsprechung und Schrifttum sei nicht zu folgen, da der Grund für das Verbot, die vor Beginn und die während der Schlußverkäufe gültigen Preise in öffentlichen Ankündigungen einander gegenüberzustellen, darin liege, den mit Schlußverkäufen stets verbundenen Anlockeffekt nicht noch zusätzlich durch Preisgegenüberstellungen in der Außenwerbung zu erhöhen und dadurch das Publikum verstärkt zu veranlassen, die Verkaufsräume zu betreten. Mit dieser Zielsetzung stehe eine Werbung, die sich auf die Ankündigung von Preisherabsetzungen in prozentualer Form beschränke, nicht in Widerspruch, da der Verbraucher erst nach Betreten des Geschäfts tatsächlich erfahre, wie teuer die Ware und wie hoch die Ersparnis effektiv sei. Auch komme es für die Beurteilung der Zulässigkeit von Werbemaßnahmen, die auf prozentuale Preisherabsetzungen hinwiesen, nicht darauf an, daß auch derartige Ankündigungen nicht weniger werbewirksam seien als eine Werbung unter Gegenüberstellung von Preisen. Aus § 1 Abs. 2 und § 3 Abs. 1, 2 und 3 der Verordnung vom 13. Juli 1950 ergebe sich vielmehr, daß es dem Kaufmann nicht untersagt sei, für die von ihm veranstalteten Schlußverkäufe werbend an die Öffentlichkeit zu treten. Da der Verkehr bei Verkaufsveranstaltungen dieser Art allgemein mit Preisherabsetzungen rechne und es irreführend wäre, für Schlußverkäufe zu werben, ohne die Preise dafür herabzusetzen, könne es nicht beanstandet werden, wenn mit der öffentlichen Ankündigung von Schlußverkäufen in werbewirksamer Weise Hinweise auf das Ausmaß der vom Publikum ohnehin erwarteten Preisherabsetzungen verbunden würden. Es mache rechtlich keinen Unterschied, ob das Verhältnis der vor

Beginn und der während der Schlußverkäufe gültigen Preise nur allgemein umschrieben oder durch die Angabe von Prozentzahlen konkret bezeichnet werde.

An dieser Beurteilung hält der Senat fest. Die Ausführungen des Berufungsgerichts bringen hierzu keine neuen Gesichtspunkte, die eine andere Beurteilung rechtfertigen könnten.

IV. Auf die Revision war daher das angefochtene Urteil aufzuheben und die Klage abzuweisen. Die Klägerin hat als unterlegene Partei die Kosten des Rechtsstreits zu tragen, § 91 ZPO.

v. Gamm

Erdmann

Teplitzky

Scholz-Hoppe

Mees