

35  
für das Nachschlagewerk!  
für die Amtliche Sammlung!

---

Gesetz: ZugabeVO §§ 1, 2 v. 9.3.1932 (RGBl I, S 121) i.d.F.d.Ges.  
über das Zugabewesen v. 12.5.1933 (RGBl I, 264) u. d. Ges.  
v. 20.8.1953 (BGBl I S 939).

Rechtssatz: Werden im geschäftlichen Verkehr neben einer Ware oder einer Leistung zum Sammeln bestimmte Reisemarken ausgegeben, die auf eine bestimmte Fahrtstrecke (1/10 km) oder den Geldbetrag des Fahrpreises für diese Strecke (0,69 Dpf) lauten und die an den Schaltern der Deutschen Bundesbahn beim Lösen einer Fahrkarte - in ein Sammelheft eingeklebt - in Zahlung genommen werden, so besteht die angekündigte und angebotene, bei Abnahme einer entsprechenden Warenmenge und bestimmungsmäßiger Verwertung der Marken auch tatsächlich gewährte Zugabe weder in der einzelnen Reisemarke noch in der durch sie verbrieften Beförderungsleistung, sondern in derjenigen wirtschaftlich beachtlichen Beförderungsleistung, die auf eine größere Anzahl angesammelter Reisemarken hin beansprucht werden kann. Der Wert dieser Beförderungsleistung liegt über der Geringwertigkeitsgrenze des § 1 Abs 2 a ZugabeVO.

Aktenzeichen: I ZR 167/53

Urteil des BGH vom 15. Dezember 1953

OLG Frankfurt a/M  
LG Frankfurt a/M

BfW 47, 274

Verkündet  
am 15. Dezember 1953  
in a u , Justiz-  
sekretär als Ur-  
teilsbeamter der Ge-  
schäftsstelle

I m N a m e n d e s V o l k e s

In dem Rechtsstreit

der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V., [REDACTED]  
[REDACTED]/M [REDACTED] (Börse),

Klägerin und Revisionsklägerin,

Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die Firma M [REDACTED] Margarine-Werke J. I [REDACTED], O [REDACTED]  
W [REDACTED]

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. [REDACTED] -

hat der Erste Zivilsenat des Bundesgerichtshofs auf die münd-  
liche Verhandlung vom 4. Dezember 1953 unter Mitwirkung der  
Bundesrichter Prof. Dr. Lindenmayer, Wilde, Dr. Bock, Dr. Krü-  
ger-Nieland und Dr. Nastelski

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil  
des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in  
Frankfurt/Main vom 11. Juni 1953 aufgehoben.

Die Beklagte wird bei Meidung einer für jeden  
Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Haft-  
strafe bis zu 6 Monaten oder Geldstrafe in un-  
beschränkter Höhe verurteilt, es zu unterlassen,  
bei dem Vertrieb von Margarine an die Käufer die  
von der O [REDACTED]-Gesellschaft für Reise- und Wer-  
bungsförderung mbH in M [REDACTED] herausgegebenen  
O [REDACTED]-Werbescheine mit Reisemarken ohne besonderes  
Entgelt auszugeben sowie deren Ausgabe anzukündi-  
gen oder anzubieten.

Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklag-  
ten auferlegt.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte stellt Margarine her und vertreibt sie durch den Groß- und Einzelhandel. Zusammen mit den Margarinepackungen gibt sie durch die von ihr belieferten Groß- und Einzelhändler an die Verbraucher zusätzlich und ohne besonderes Entgelt sogenannte O- Werbescheine ab, denen Reisemarken anhängen, die auf eine Eisenbahnfahrtstrecke von 1/10 km (gegebenenfalls bis zu 1 km) oder den Fahrpreis für eine solche Strecke (0,69 Dpf) lauten. Die Reisemarken sollen von dem Werbeschein abgetrennt und in O-Sammelhefte eingeklebt werden, die an den Fahrkartenschaltern der Bundesbahn für 0,25 DM erhältlich sind. Jedes Heft enthält Raum für 500 Reisemarken über eine Fahrtstrecke von insgesamt 50 km im Werte von 3,45 DM. Bei Abgabe von 250 g Margarine zum Preise von 0,52 DM wird eine Reisemarke über 1/10 km bzw. über 0,69 Dpf zugegeben, insgesamt werden bei einer Ware höchstens Reisemarken über 1 km bzw. 6,9 Dpf ausgehändigt. Die Ausgabe der Werbescheine mit den anhängenden Reisemarken erfolgt durch die "O" Gesellschaft für Reise- und Werbungsförderung mbH in M. Diese Gesellschaft hat, außer mit anderen Werbung treibenden Firmen, mit der Beklagten einen Vertrag über die Aufnahme der O-Werbung abgeschlossen. Nach diesem Vertrage zahlt die Beklagte an die "O" Gesellschaft den Preis der Fahrtkilometer, über die die ihr überlassenen Reisemarken lauten, nach Maßgabe des Normaltarifs der Deutschen Bundesbahn (z.Zt. 6,9 Pfg für den Kilometer) und ferner die Druckkosten der Werbescheine und Reisemarken. Dem Vertrage liegt - ebenso wie den mit anderen Firmen abgeschlossenen Verträgen - ein vom 4. Januar 1951 datierter Vertrag zwischen der "O" Gesellschaft und der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbahn in O/M zugrunde. Die Deutsche Bundesbahn nimmt nach diesem Vertrage bei der Lösung von Fahrkarten die Reisemarken in Zahlung. Aufzahlungen zum Erwerb von



Fahrkarten über eine höhere Kilometerzahl sind zulässig. Nicht eingeklebte Marken werden nicht angenommen. Nicht vollgeklebte Sammelhefte sollten anfangs nur nach besonderem Aufruf in Zahlung genommen werden.

Da die "O[REDACTED]" Reisemarken außer von der Beklagten in gleicher Form und Aufmachung auch von anderen mit dem (REDACTED)-System verbunden Firmen verwendet werden, können die in einem Sammelheft eingeklebten Marken von verschiedenen Firmen herrühren.

Die mit den Packungen der Beklagten ausgehändigten Werbescheine enthalten auf der Vorderseite neben der Aufforderung zum Sammeln der Reisemarken einen Hinweis auf die Sammelhefte, während die Rückseite einen Werbeaufdruck der Beklagten aufweist. Außerdem enthält die Rückseite folgende Ankündigung der Beklagten:

Werbescheine auch ohne Reisemarken gut aufheben.  
Bis 31. Mai oder 30. November einsenden.  
Für Bestsammler je 240 Preise.

Entsprechend dieser Ankündigung verteilt die Beklagte an die erfolgreichsten Sammler Preise über Eisenbahnfahrten 2. Klasse von 500 bis 2500 km. Die Aufwendungen hierfür werden aus dem Schwund, d.h. aus den Ersparnissen gedeckt, die dadurch erzielt werden, daß nicht alle Werbescheine bestimmungsgemäß benutzt werden.

Die Klägerin, die nach ihrer Satzung die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs bezweckt, sieht in dieser Werbung der Beklagten einen Verstoß gegen die Zugabeverordnung vom 9. März 1932 in der Fassung des Gesetzes vom 12. Mai 1933 sowie gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und die §§ 823, 826 BGB, 286 Abs 2 StGB. Sie hat

beantragt:

Der Beklagten bei Meidung von durch das Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Haftstrafen bis zu 6 Monaten und Geldstrafen unbeschränkter Höhe aufzugeben, es zu unterlassen, bei Ankündigung, Angebot oder Verkauf der von ihr vertriebenen Margarine die von der O. Gesellschaft für Reise- und Werbeförderung mbH in M. herausgegebenen Orbis Werbescheine mit Reisemarken anzukündigen, anzubieten oder zu gewähren.

Die Beklagte hat um Abweisung der Klage gebeten.

Sie hat die Ansicht vertreten, es handele sich bei den Reisemarken um geringwertige Kleinigkeiten im Sinne des § 1 Abs 2 a ZugabeVO, die als Zugabe angekündigt, angeboten und gewährt werden dürften. Auch die Aussetzung von Preisen für die Bestsammler sei zulässig, da die Zuteilung der Preise nicht vom Zufall, sondern von dem Fleiß und dem Geschick der Sammler abhängen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben.

Die Beklagte hat hiergegen Berufung eingelegt. In der Berufungsinanz hat sie ein Schreiben der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbahn vom 29. Mai 1953 vorgelegt, nach dem die Deutsche Bundesbahn die O. Reisemarken auch einzeln einlöst, sofern sie in ein Sammelheft eingeklebt worden sind, jedoch aus kassentechnischen Gründen bittet, nicht Reisemarken unter einem Gesamtwert von 0,05 Pfg zur Einlösung zu bringen.

Die Klägerin hat dem Klageantrag vor dem Worte "anzukündigen" die Worte "als Zugabe" hinzugefügt.

Das Oberlandesgericht hat das landgerichtliche Urteil abgeändert und die Klage abgewiesen.

Mit der Revision verfolgt die Klägerin in erster Linie ihren früheren Antrag weiter. Außerdem hat sie einen Hilfsantrag gestellt. Die Beklagte bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

I. Die Revision ist in vollem Umfange zulässig. Die von der Beklagten insoweit geäußerten Bedenken sind selbst dann nicht gerechtfertigt, wenn mit der Beklagten angenommen wird, daß für jeden einzelnen Beschwerdepunkt eine der Bestimmung des § 554 ZPO genügende Begründung der Revision erforderlich sei. Denn diesem Erfordernis ist genügt. Der Revisionsantrag betrifft das Berufungsurteil in seiner Gesamtheit, umfaßt also sämtliche Beschwerdepunkte, und als verletzt werden insbesondere die Bestimmungen der §§ 1 ZugabeVO, 1 und 3 UnlWG, 823, 826 BGB angeführt, die aber der Entscheidung des Berufungsgerichts über jeden einzelnen Beschwerdepunkt zugrunde liegen. Die Revisionsbegründung entspricht mithin für alle Beschwerdepunkte den gesetzlichen Anforderungen.

II. Das Berufungsgericht hat den Sachverhalt zutreffend zunächst unter dem Gesichtspunkt geprüft, ob sich die Beklagte eines Verstoßes gegen die Zugabeverordnung vom 9. März 1932 (RGBl I S 121) in der Fassung des Gesetzes über das Zugabewesen vom 12. Mai 1933 (RGBl I S 264) - jetzt auch des, hier nicht interessierenden, Gesetzes vom 20. August 1953 (BGBl I S 939) - schuldig gemacht habe. Die Beklagte ist zwar der Auffassung, es handele sich bei dem Orbis-Werbesystem um eine neuartige Werbeform, auf die die Zugabeverordnung keine Anwendung finden könne. Anlage und Aufbau des Systems liefen darauf hinaus, den Kunden in die Werbearbeit einzubeziehen. Der Kunde werde genötigt, sich mit dem Werbeschein, dem die Reisemarke anhänge, zu beschäftigen. Es werde damit zum Träger und Verbreiter der Werbung. Die Reisemarke sei in Wahr-

heit nur ein Honorar für die Werbearbeit des Kunden. Diese Betrachtungsweise mag vom werbewirtschaftlichen Standpunkt aus eine gewisse Berechtigung für sich haben, obwohl zu befürchten steht, daß der Kunde bei der von ihm erhofften Werbearbeit weniger die Qualität und Preiswürdigkeit der Ware als den Umstand hervorheben wird, daß dieser Ware Reisemarken beigegeben werden. Für die rechtliche Beurteilung ist jedoch die Auffassung des Verkehrs und dabei insbesondere die des Kunden entscheidend. Dieser sieht aber in den Reisemarken nicht die Belohnung für eine von ihm erwartete Werbearbeit, von der er in der Regel keine Vorstellung haben wird, sondern faßt sie als eine Zuwendung auf, die ihm neben der Ware gewährt wird. Damit rechtfertigt sich die Anwendung der Zugabeverordnung. Im Sinne dieser Verordnung ist als Zugabe zwar nur eine Ware oder eine Leistung anzusehen. Der Zugabebegriff ist aber nach allgemein herrschender Ansicht auch dann erfüllt, wenn dem Kunden, wie im vorliegenden Falle, zunächst ein Gutschein ausgehändigt wird, der lediglich einen Anspruch oder eine Anwartschaft auf eine Leistung verbrieft. Zweifelhafte ist in diesen Fällen nur, worin die Zugabe besteht (Hefermehl, WuW 1953, 264; Tetzner, Recht und Unrecht der Zugabe, S 26).

III. Die Zugabeverordnung spricht in § 1 Abs 1 ein grundsätzliches Verbot der Zugabe aus, läßt aber von diesem Verbot in Abs 2 die dort unter a - g aufgeführten Ausnahmen zu. Das Berufungsgericht ist der Auffassung, die Beklagte könne sich auf die Bestimmung des § 1 Abs 2 a berufen, wonach das Verbot des Abs 1 dann nicht gilt, wenn lediglich geringwertige Kleinigkeiten als Zugabe angekündigt, angeboten oder gewährt werden. Es nimmt an, als Zugabe müsse die Leistung angesehen werden, die in der einzelnen dem Kunden ausgehändigten Reisemarke zugesichert werde, im Höchstfalle also eine Beförderungsleistung über 1 km. Diese Leistung sei aber als geringwertige Kleinigkeit zu bezeichnen, da sich ihr

Wert auf höchstens 6,9 DPfg belaufe. Die Meinung der Klägerin, es komme auf den Wert an, den ein mit 500 Reisemarken beklebtes Sammelheft darstelle, treffe nicht zu, da es sich bei der Zusammenfassung von Reisemarken über insgesamt 500 km in einem Sammelheft lediglich um einen aus kasser- und abfertigungstechnischen Gründen gewählten Rahmen handle, der ebenso gut auch kleiner, etwa auf 10 km oder weniger hätte bemessen werden können, ohne daß sich dadurch an dem Wert der Zugabe etwas geändert hätte. Zudem sei das Hindernis, das bisher der alsbaldigen Verwertung auch einer geringeren Menge von Reisemarken entgegengestanden habe, nämlich ein besonderer Aufruf durch die Bundesbahn, inzwischen weggefallen, da die Reisemarken nach der Erklärung der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbahn vom 29. Mai 1953 nunmehr auch einzeln eingelöst würden, sofern sie nur in ein Sammelheft eingeklebt worden seien.

IV. Soweit das Berufungsgericht in tatsächlicher Hinsicht auf Grund der Erklärung der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbahn vom 29. Mai 1953 davon ausgeht, daß die Reisemarken auch einzeln eingelöst werden könnten, erhebt die Revision mehrere Verfahrensrügen. Diese Rügen sind nicht begründet.

Die Revision meint zunächst, das Berufungsgericht habe aus jener Erklärung nicht den Schluß ziehen dürfen, daß schon im Zeitpunkt der mündlichen Verhandlung an den Fahrkartenschaltern der Deutschen Bundesbahn einzelne Reisemarken hätten eingelöst werden können. Die erst zwölf Tage vorher ergangene Erklärung habe nicht ersehen lassen, daß bis zur mündlichen Verhandlung alle Bahnhöfe über die Neuregelung unterrichtet oder welche sonstigen Maßnahmen getroffen worden seien, um die Einlösung einzelner Reisemarken sicherzustellen. Es widerspreche jeder Lebenserfahrung, daß ein Schalterbeamter sich auf

die Einlösung oder Verrechnung einzelner Reisemarken ohne ausdrückliche Weisung eingelassen hätte.

Diese Rüge kann nicht durchgreifen. Die Erklärung der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbahn lautet eindeutig dahin, daß die ~~Ordnungs~~-Reisemarken auch einzeln bei den Fahrkartenausgaben der Deutschen Bundesbahn eingelöst würden, vorausgesetzt, daß sie in ein Sammelheft eingeklebt worden seien. Wenn das Berufungsgericht hieraus für den Zeitpunkt der mündlichen Verhandlung entnommen hat, daß die Reisemarken unter der angegebenen Voraussetzung tatsächlich einzeln einlösbar seien, so kann dem aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Zwar trifft es zu, daß ein Schalterbeamter sich auf die Einlösung oder Verrechnung einzelner Reisemarken nicht einlassen wird, solange er dazu keine besonderen Anweisungen erhalten hat. Das Berufungsgericht hatte aber nach dem Inhalt der Erklärung der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbahn keinen Anlaß zu der Annahme, daß solche Anweisungen noch nicht ergangen seien.

Ebenso geht die Rüge fehl, das Berufungsgericht habe gegen § 139 ZPO verstoßen, indem es nicht zu erkennen gegeben habe, daß es auf die Behauptung der Beklagten über die Einlösbarkeit einzelner Reisemarken Wert lege. Daß diese Behauptung in Verbindung mit der Erklärung der Deutschen Bundesbahn vom 29. Mai 1953 für die Entscheidung Bedeutung gewinnen könne, lag nach dem Verlauf, den der Rechtsstreit genommen hatte, insbesondere auch nach den von der Klägerin selbst vorgetragenen rechtlichen Gesichtspunkten so klar zutage, daß für das Berufungsgericht nach § 139 ZPO keine Verpflichtung bestand, hierauf besonders hinzuweisen. Das Berufungsgericht durfte damit rechnen, daß die Klägerin die Bedeutung dieser Behauptung erkannt habe und der Behauptung von sich aus entgegengetreten wäre, wenn sie sie nicht für zutreffend gehalten hätte.

Soweit die Revision schließlich noch unter Hinweis auf § 286 ZPO rügt, daß das Berufungsgericht überhaupt die Erklärung vom 29. Mai 1953 herangezogen habe, obwohl keine Änderung der Ankündigungen über die Zugabe erfolgt sei, wird dem Berufungsgericht in Wahrheit kein Verfahrensverstoß vorgeworfen, sondern eine materiellrechtliche Rüge dahin erhoben, daß das Berufungsgericht einen für die Beurteilung wesentlichen rechtlichen Gesichtspunkt übersehen, nämlich außer acht gelassen habe, daß auch die Ankündigung einer unzulässigen Zugabe nach § 1 ZugabeVO verboten sei. Auch diese Rüge kann daher nicht dahin führen, für die Revisionsinstanz von den tatsächlichen Feststellungen des Berufungsgerichts über die Einlösbarkeit einzelner Reisemarken abzusehen.

V. Dagegen mußten die materiellrechtlichen Rügen der Revision Erfolg haben.

1) Für die Frage, ob die Beklagte sich mit Erfolg auf die Ausnahmebestimmung des § 1 Abs 2 a ZugabeVO berufen kann, ist von ausschlaggebender Bedeutung, worin die Zugabe besteht, die sie mit den Reisemarken gewährt. Denn erst nach Klärung dieser Frage läßt sich der Wert der Zugabe bestimmen und entscheiden, ob sie als geringwertige Kleinigkeit im Sinne jener Bestimmung angesehen werden kann.

Das Berufungsgericht hat es abgelehnt, die einzelne Reisemarke als solche als Zugabe anzusehen. Dem ist beizutreten. Das Wesen der durch die Zugabeverordnung erfaßten sogenannten Wertreklame besteht darin, neben einer Ware oder einer Leistung zusätzlich und ohne besonderes Entgelt eine andersartige Ware oder Leistung anzukündigen, anzubieten oder zu gewähren und dadurch einen Anreiz auf den Kunden zum Vertragsabschluß auszuüben. Demzufolge bezeichnet die Zugabeverordnung in § 1 als Zugabe eine Ware oder

Leistung, die im geschäftlichen Verkehr neben einer Ware oder Leistung angekündigt, angeboten oder gewährt wird. Werden an den Kunden Gutscheine ausgehändigt, die eine Anwartschaft oder einen Anspruch auf eine Ware oder Leistung verbriefen, so sind daher im Sinne der Zugabeverordnung nicht die Gutscheine als solche, sondern die in ihnen verbriefte Ware oder Leistung als Zugabe anzusehen (Klauer, Zugabewesen, Anm 6 Abs 6 zu § 1 ZugabeVO; Gottschick, Das Zugabewesen, 2. Aufl, S 47; Hefermehl, WuW 1953 S 266; abw Gottschick aaO 1. Aufl S 44; KG MuW 1933, 205). Die O--Reisemarken sind solchen Gutscheinen gleichzuachten. Sie stellen weder selbst eine Leistung dar noch handelt es sich bei ihnen um eine Ware. Sie sind rechtlich Inhaberpapiere im Sinne des § 807 BGB, in denen ein Anspruch auf eine Leistung verbrieft wird. Die Zugabe besteht daher nicht in den Reisemarken als solchen, sondern in der darin verbrieften Leistung. Bei dieser Leistung handelt es sich um eine Beförderungsleistung. Das gilt auch dann, wenn die Marken, wie in neuerer Zeit, nicht mehr auf eine bestimmte Fahrtstrecke (1/10 km), sondern auf den dem Fahrpreis für eine solche Fahrtstrecke entsprechenden Geldbetrag (0,69 DPfg) lauten. Denn auch in diesem Falle hat der Inhaber der Marken nicht etwa Anspruch auf Auszahlung dieses Geldbetrages. Er kann vielmehr nur beanspruchen, daß die auf einen Geldbetrag lautenden Marken beim Lösen einer Fahrkarte mit ihrem Geldwert in Zahlung genommen werden. Der in diesen Marken verbriefte Anspruch geht daher in Wahrheit ebenfalls auf eine Beförderungsleistung.

Dagegen kann der Auffassung des Berufungsgerichts, die Zugabe sei jeweils schon in der durch die einzelne Reisemarke (oder durch die bei ein und demselben Einkauf im Höchsthalle ausgehändigten Marken) zugesicherten Beförderungsleistung zu erblicken, nicht zugestimmt werden.

Bei den O-~~Reisemarken~~ handelt es sich ihrem Wesen nach um Sammelgutscheine. Sinn und Zweck der Aushändigung der Marken an den Kunden erschöpfen sich nicht darin, diesem die in der einzelnen Marke zugesicherte geringfügige Leistung zukommen zu lassen. Der Kunde soll vielmehr veranlaßt werden, die Marken zu sammeln. Darüber lassen die Ankündigungen, mit denen der Kunde auf die Orbis-Reisemarken hingewiesen wird, insbesondere die Aufschriften auf den Sammelheften: "Durch O-~~in die Ferien~~", und auf dem Werbeschein: "Der Baustein für die Ferienreise", keinen Zweifel. Auch der Kunde wird ohne weiteres die Aushändigung der Reisemarken in diesem Sinne auffassen.

Die Frage nach dem Gegenstand der Zugabe bei Aushändigung von Sammelgutscheinen ist umstritten. Wird die Auffassung abgelehnt, daß schon der Gutschein als solcher eine Zugabe darstellen könne, so kommt, wie überwiegend angenommen wird, jedenfalls in den Fällen, in denen eine Ware oder Leistung erst auf eine gewisse Anzahl von Gutscheinen hin gewährt wird, als Zugabe nur diese Ware oder Leistung, also das Sammelergebnis in Betracht (Baumbach-Hefermehl Anm 2 B zu § 1 ZugabeVO; Droste, MA 1952 S 247; Krieger, GRUR 1953 S 110). Der Verkäufer verspricht hier, die Ware oder Leistung nach Abnahme einer bestimmten Warenmenge, und zwar als Zugabe zu dieser, zu gewähren. Die Gutscheine dienen lediglich dem Nachweis, daß diese Warenmenge abgenommen worden ist (Hefermehl, WuW 1953 S 266). Zulässig ist die Zugabe daher in diesen Fällen nach § 1 Abs 2 a ZugabeVO nur dann, wenn das Sammelergebnis als geringwertige Kleinigkeit bezeichnet werden kann.

Die Bedenken, die das Berufungsgericht gegen diese Auffassung äußert, sind nicht gerechtfertigt. Die Zugabeverordnung zielt, wie die amtlichen Erläuterungen (RANZ vom 12.3.1932 Nr 61) ergeben, darauf ab, der sogenannten

Wertreklame entgegenzutreten (RGZ 149, 242 /247/). Maßgebend war dabei neben der Erwägung, daß diese Werbeform die Gefahr von Übersteigerungen und Preisverschleierungen in sich birgt und zur Schädigung anderer Geschäftszweige führen könne, insbesondere der Gesichtspunkt, daß die Aufmerksamkeit des Käufers durch die Zugabe von der Ware abgelenkt und der Käufer vielfach zu seinem Kaufentschluß weniger durch die Güte und Preiswürdigkeit der Ware als durch den Wunsch veranlaßt werde, in den Genuß der Zugabe zu gelangen. Wenn das Berufungsgericht meint, daß bei der Werbung durch Sammelgutscheine den Gründen, die für das Zugabeverbot bestimmend waren, mit Rücksicht auf die Geringwertigkeit der einzelnen Beigabe - also des fiktiven Wertes des in dem einzelnen Gutschein verkörperten Anwartschaftsrechtes - keine Bedeutung zukomme, so verkennt es das Wesen dieser Werbeform. Werbemittel ist hier die Ware oder Leistung, die als Sammelergebnis in Aussicht gestellt wird. Der Beurteilung muß daher diese Ware oder Leistung zugrunde gelegt werden, auf den fiktiven Wert des einzelnen Gutscheins kann es nicht ankommen. Die amtlichen Erläuterungen gehen im übrigen sogar davon aus, daß die von der Zugabeverordnung bekämpfte Wertreklame regelmäßig durch Sammelgutscheine betrieben werde, und lassen deshalb keinen Zweifel darüber, daß auch diese Werbeform durch das Zugabeverbot getroffen werden sollte. Diesem Gesetzeszweck wird aber nur die Auffassung gerecht, die in den hier in Rede stehenden Fällen lediglich das Sammelergebnis als Zugabe ansieht.

2) Geht man von dieser Auffassung aus, so konnte bei der Werbung mit ~~Reisemarken~~ Reisemarken jedenfalls zu der Zeit, zu der die Marken einzeln noch nicht eingelöst wurden, die Zugabe nicht in der durch die einzelne Marke verbrieften Beförderungsleistung erblickt werden. Denn bis dahin war die einzelne Marke nicht verwertbar. Eine Beförderungsleistung konnte erst nach Ansammlung von Marken über 50 km

Fahrtstrecke gewährt werden. Der Umstand, daß die Bundesbahn Marken bestimmter Druckdaten zur Einlösung aufrufen und dadurch die Verwertung auch einer geringeren Anzahl von Marken möglich werden konnte, muß dabei außer Betracht bleiben, da diese vorzeitige Verwertungsmöglichkeit einen Ausnahmetatbestand bildete. Ebenso muß die Möglichkeit außer acht gelassen werden, Einzelmarken durch Verkauf zu verwerten. Denn eine solche Verwertung entspricht nicht dem bestimmungsmäßigen Verwendungszweck der Marken; der Verkäufer der Marken gelangt durch den Verkauf nicht in den Genuß der Beförderungsleistung. Als Zugabe konnte bei dieser Sachlage nicht die durch die einzelne Marke verbriefte, sondern nur diejenige Beförderungsleistung angesehen werden, die durch Ansammlung von Reisemarken über mindestens 50 km erlangt werden konnte. Dem kann entgegen der Meinung der Beklagten und des Berufungsgerichts nicht entgegengehalten werden, es habe sich bei der Anordnung, daß nur ein mit 500 Marken beklebtes Sammelheft eingelöst werde, um eine kassen- und abfertigungstechnische Maßnahme gehandelt. Entscheidend ist, daß infolge dieser Maßnahme eine Verwertung erst nach Ansammlung von 500 Marken erfolgen und daher eine Beförderungsleistung über weniger als 50 km Fahrtstrecke nicht gewährt werden konnte. Unerheblich ist es auch, daß G-REISE-Reisemarken nicht nur von der Beklagten, sondern von einer Vielzahl von Unternehmen ausgegeben werden. Die Annahme, daß die Beklagte ebenso wie jedes andere der beteiligten Unternehmen eine Beförderungsleistung über mindestens 50 km Fahrtstrecke als Zugabe gegen Abnahme einer entsprechenden Warenmenge ankündigte, anbot und auch gewährte, sofern der Käufer die Bedingung dafür - die Abnahme der erforderlichen Warenmenge - erfüllte, wird dadurch nicht berührt.

3) Zu prüfen bleibt, ob und inwieweit die nach der Er-

klärung der Hauptverwaltung der Deutschen Bundesbahn vom 29. Mai 1953 inzwischen eingetretene und vom Berufungsgericht bindend festgestellte Änderung des Sachverhalts dahin, daß O-REISE-Reisemarken jetzt auch einzeln eingelöst werden, eine abweichende Beurteilung rechtfertigt. Der Sammler verfügt nunmehr, sobald er im Besitz von Marken über 2/10 km ist, über einen Vermögenswert, den er realisieren kann, wenn er die Marken in ein Sammelheft einklebt und sie unter Inkaufnahme des durch die notwendige Abrundung der Pfennigbeträge bedingten Verlustes beim Lösen einer Fahrkarte in Zahlung gibt. Er braucht also, um in den wenigstens teilweisen Genuß der in den Reisemarken verbrieften Beförderungsleistung zu gelangen, nicht mehr zu warten, bis er Marken über eine Fahrtstrecke von 50 km angesammelt hat. Mit der Einschränkung, daß mindestens Marken über 2/10 km Fahrtstrecke vorhanden sein und Verluste durch notwendige Abrundungen in Kauf genommen werden müssen, läßt sich daher sagen, daß die Reisemarken nunmehr einzeln verwertbar sind. Dies rechtfertigt es aber nicht, als Zugabe im Sinne der Zugabeverordnung die in der einzelnen Reisemarke verbriefte Beförderungsleistung anzusehen. Die O-REISE-Reisemarken sind trotz der jetzt möglichen Einzelverwertung ihrer Natur nach Sammelgutscheine geblieben. Das System der Werbung mit diesen Marken ist in seinem Wesen nicht verändert worden. Es zielt nach wie vor darauf ab, den Kunden zu veranlassen, die Marken zu sammeln, und ihn auf diese Weise zu bewegen, fortlaufend die Waren zu kaufen, denen die Marken beigegeben werden. Das Mittel, dessen es sich zu diesem Zwecke bedient, besteht auch jetzt noch darin, daß dem Kunden die Möglichkeit gegeben wird, durch Ansammeln der Reisemarken eine wirtschaftlich beachtliche Beförderungsleistung - eine größere Reise - zu erlangen. Die Einzelverwertung bedeutet nach dem Sinn und Zweck des Systems keine bestimmungsmäßige Verwendung der Marke. Sie ist dem System wesensfremd und wird demzufolge,

wenn überhaupt, nur in den Fällen praktisch werden, in denen das System versagt. Zugaberechtlich erscheint es deshalb verfehlt, sie für die Bestimmung des Gegenstandes der Zugabe ausschlaggebend sein zu lassen. Wenn nicht die Möglichkeit bestünde, die Marken zu sammeln und dadurch ohne besonderes Entgelt eine wirtschaftlich beachtliche Beförderungsleistung zu erlangen, so böte die einzelne Reisemarke für den Kunden kein Interesse. Sie wäre für ihn, wirtschaftlich betrachtet, ohne Wert. Das gilt nicht nur, wenn der Kunde, um einzelne Marken verwerten zu können, zunächst ein Sammelheft mit einem Kostenaufwand von 0,25 DM zu erwerben genötigt ist, sondern trifft auch dann zu, wenn entsprechend dem Vortrage der Beklagten unterstellt wird, daß neuerdings Sammelblätter unentgeltlich ausgegeben werden, auf die die Reisemarken aufgeklebt werden können. Denn angesichts des geringfügigen absoluten Wertes der einzelnen Marken ist ernstlich nicht zu erwarten, daß der Kunde hiervon zum Zwecke der Einzelverwertung von Marken Gebrauch machen wird. Wenn das Werbesystem wirtschaftlich überhaupt einen Sinn haben soll, kann daher die Zugabe nur in einer wirtschaftlich beachtlichen und damit ihrem absoluten Werte nach über der Geringwertigkeitsgrenze des § 1 Abs 2 a ZugabeVO liegenden Beförderungsleistung erblickt werden. Eine solche, wenn auch ihrem Umfange nach zunächst unbestimmte Leistung wird dem Kunden unter der Bedingung der Abnahme einer entsprechenden Warenmenge mit der Aushändigung der Marken angekündigt und angeboten und in den Fällen, in denen er die Bedingung erfüllt und die Marken bestimmungsgemäß verwendet, auch tatsächlich gewährt. Auf das Verhältnis des Wertes dieser Beförderungsleistung zu dem Wert der abgenommenen Waren kann es nicht ankommen, da, wie der Senat in seinem zum Abdruck bestimmten Urteil vom 15. Dezember 1953 - I ZR 168/53 - ausgeführt hat, bei der Beurteilung der Frage, ob eine Zugabe als geringwertige Kleinigkeit im Sinne des § 1 Abs 2 a ZugabeVO angesehen werden kann, allein auf den absoluten Wert der Zugabe abzustel-

len ist.

Diese Betrachtungsweise ist entgegen der Meinung der Beklagten auch nach dem Sinn und Zweck der Zugabeverordnung geboten. Der Beklagten ist zwar zuzugeben, daß bei der Werbung mit ~~Orbis~~-Reisemarken nicht alle Gefahrenmomente in Erscheinung treten, denen die Zugabeverordnung mit dem grundsätzlichen Verbot der Zugabe begegnen wollte. So kommt hier dem Moment der Preisverschleierung jedenfalls keine ins Gewicht fallende Bedeutung zu und ebenso tritt, mindestens einstweilen noch, der Gesichtspunkt der Schädigung anderer Beförderungsbetriebe zurück. Aber das Orbis-Werbesystem birgt, wie jede Wertreklame, nicht nur die Gefahr von Übersteigerungen in sich, sondern hat vor allem zur Folge, daß die Aufmerksamkeit des Kunden von der Ware abgelenkt und sein Entschluß zum Kauf durch Einflüsse bestimmt wird, die mit der Qualität und Preiswürdigkeit der Ware nichts zu tun haben. Der Kunde, der sich zum Sammeln der Reisemarken entschlossen hat, wird und soll (vgl. die dahingehende Aufforderung in den Sammelheften) nach Waren suchen, denen die Reisemarken beigegeben werden; er wird geneigt sein, diesen Waren lediglich deshalb den Vorzug zu geben, weil er mit ihnen zugleich die von ihm gewünschten Reisemarken erhält. Bei Erlass der Zugabeverordnung mögen infolge zeitbedingter Umstände die Gesichtspunkte der Preisverschleierung und der Schädigung fremder Geschäftszweige im Vordergrund gestanden und den unmittelbaren Anlaß zum Einschreiten des Gesetzgebers abgegeben haben. Die Gefahr unsachgemäßer Beeinflussung des Kunden ist aber für die Wertreklame auch heute noch charakteristisch und in besonderem Maße dazu angetan, diese Werbeform in aller Regel als wirtschaftlich bedenklich erscheinen zu lassen. Die amtlichen Erläuterungen zur Zugabeverordnung lassen keinen Zweifel darüber, daß der Gesetzgeber auch dieser Gefahr begegnen wollte, indem er sich zu dem grundsätzlichen Zugabeverbot entschloß und davon in § 1 Abs 2 a der Zugabeverordnung

neben Reklamegegenständen von geringem Wert nur geringwertige Kleinigkeiten, also Waren oder Leistungen ausnahm, die von niemandem, auch nicht von Käufern, die nur über geringe Mittel verfügen, wirtschaftlich sonderlich geachtet werden (Urt des erkennenden Senats vom 15. Dezember 1952 - I ZR 168/53) und von denen daher nicht zu befürchten war, daß sie den Käufer in beachtlichem Maße beeinflussen würden. Die Gefahr unsachlicher Beeinflussung des Kunden geht bei dem Orbis-Werbesystem nicht von der einzelnen, für sich betrachtet wirtschaftlich wertlosen Reisemarke, sondern von der wirtschaftlich beachtlichen Beförderungsleistung aus, die dem sammelwilligen Kunden als Sammelergebnis in Aussicht gestellt und letzten Endes auch gewährt wird. Dem Sinn und Zweck der Zugabeverordnung entspricht es daher durchaus, wenn der Gegenstand der Zugabe in dieser Beförderungsleistung erblickt wird.

Ebensowenig kann der Beklagten beigetreten werden, wenn sie meint, bei dieser Betrachtungsweise werde die werbemäßige Erweckung eines Wunschbildes mit dem Begriff der Ankündigung einer Zugabe im Sinne der Zugabeverordnung verwechselt. Auf die Erweckung eines blossen Wunschbildes mag allenfalls der Werbespruch: "Durch O in die Ferien" hinzielen. Aber die in der Aushändigung der Reisemarken und der damit notwendig verknüpften Aufforderung zum Sammeln dieser Marken liegende Erklärung, dem Kunden eine der Zahl der von ihm gesammelten Reisemarken entsprechende Beförderungsleistung zu gewähren, geht rechtlich darüber hinaus und ist als Ankündigung und Anbieten einer Zugabe im Sinne der Zugabeverordnung zu bezeichnen.

Zu einer anderen Beurteilung kann auch nicht die Erwägung führen, daß die hier als Gegenstand der Zugabe bestimmte Beförderungsleistung sich lediglich als Summe der in den angesammelten einzelnen Reisemarken verbrieften Leistungen darstelle. Allerdings schließt es die - regelmäßig gegebene -

Möglichkeit, gleichartige Zugabegenstände zu sammeln, nicht aus, diese als Zugabe zu gewähren, sofern der Wert des einzelnen Zugabegenstandes die Geringwertigkeitsgrenze nicht überschreitet. So können naturgemäß etwa beim Einkauf von Schulheften zugegebene Stahlfedern gesammelt werden, ohne daß es deshalb unzulässig wäre, eine Stahlfeder als Zugabe zu gewähren. Diese Fälle unterscheiden sich aber von dem vorliegend gegebenen Sachverhalt dadurch, daß dort die Möglichkeit des Ansammelns der Zugabegenstände für die Verwendbarkeit und den Wert des einzelnen Zugabestückes völlig irrelevant ist, während im vorliegenden Falle, wirtschaftlich betrachtet, die in den einzelnen Reisemarken verbrieften Beförderungsleistungen für den Kunden nur im Hinblick auf die Möglichkeit, die Marken zu sammeln, von Wert und Interesse sind. Damit ist zugleich die Abgrenzung gegenüber den Zugabefällen gegeben, in denen der einzelne Zugabegenstand zwar für sich allein bestimmungsgemäß verwendet werden kann, in denen er aber darüber hinaus geeignet ist, Bestandteil einer Sammlung zu werden, die als solche gegenüber ihren Bestandteilen einen selbständigen Wert besitzt. Der erkennende Senat hat hierzu in seinem Urteil vom 15. Dezember 1953 - I ZR 168/53 - grundsätzlich Stellung genommen und ausgeführt, im Sinne der Zugabeverordnung sei als Zugabe in diesen Fällen der einzelne Zugabegenstand anzusehen; das Sammelergebnis übe lediglich einen zusätzlichen Anreiz aus, der sich zwar gegebenenfalls auf den einzelnen Zugabegenstand werterhöhend auswirken könne, es aber nicht rechtfertige, das Sammelergebnis selbst als Gegenstand der Zugabe anzusprechen. Der Unterschied des zur Entscheidung stehenden Sachverhalts gegenüber diesen Fällen der sogenannten unechten Sammlung äußert sich vor allem darin, daß im vorliegenden Falle das Sammelergebnis - also eine durch Ansammlung einer größeren Zahl von Reisemarken zu erlangende wirtschaftlich beachtliche Beförderungsleistung - auf den Kunden nicht einen bloß zusätzlichen Anreiz ausübt,

sich für die Reisemarken und damit für die Ware zu interessieren, der sie beigegeben werden, sondern daß nur das Sammelergebnis und nicht die einzelne Reisemarke einen solchen Anreiz auszuüben imstande ist. Der vorliegende Fall gleicht insofern den in dem vorerwähnten Urteil des erkennenden Senats ebenfalls behandelten Fällen der echten Sammlung, in denen der einzelne Bestandteil der Sammlung keiner selbständigen bestimmungsmäßigen Verwendung zugänglich ist, sondern nur als Bestandteil der Sammlung wirtschaftlichen Wert besitzt und in denen daher allein das Sammelergebnis als Gegenstand der Zugabe angesehen werden kann.

Auf die Ausnahmebestimmung des § 1 Abs 2 a ZugabeVO kann sich die Beklagte nach alledem nicht berufen.

VI. Auch die Ausnahmebestimmung des § 1 Abs 2 b ZugabeVO kann die Beklagte nicht für sich in Anspruch nehmen. Nach dieser Bestimmung ist eine Zugabe zulässig, die in einem bestimmten oder auf bestimmte Art zu berechnenden Geldbetrag besteht. Der dort vorausgesetzte Tatbestand ist im vorliegenden Falle jedoch nicht gegeben, da die von der Beklagten angekündigte, angebotene oder gewährte Zugabe nicht in einem Geldbetrag, sondern in einer Leistung besteht. Für die von der Beklagten gewünschte entsprechende Anwendung der Bestimmung ist mit Rücksicht auf deren Ausnahmecharakter kein Raum. Sie würde im übrigen eine Durchbrechung des Zugabeverbotes bedeuten, deren wirtschaftspolitische Folgen nicht zu übersehen wären.

VII. Nach alledem ist der mit dem Hauptantrage der Klage verfolgte Unterlassungsanspruch, den geltend zu machen die Klägerin nach § 2 Abs 1 ZugabeVO befugt ist, begründet. Das die Klage abweisende Urteil des Berufungsgerichts war daher aufzuheben; dem Hauptantrage der Klage war stattzugeben. Mit Rücksicht darauf, daß die Zugabe im Rechtssinne

nicht in den einzelnen Reisemarken besteht, war dem Urteils-  
ausspruch in Abweichung von dem Hauptantrage der Klage je-  
doch eine konkretere Fassung dahin zu geben, daß der Beklag-  
ten untersagt wird, bei dem Vertrieb von Margarine an die  
Käufer die von der O. - Gesellschaft ausgegebenen Werbe-  
scheine mit Reisemarken ohne besonderes Entgelt auszugeben  
sowie deren Ausgabe anzukündigen oder anzubieten. Bei die-  
ser Fassung wird die mit der Klage angegriffene und zu  
untersagende Werbung der Beklagten hinreichend gekennzeich-  
net. Soweit die Beklagte geltend macht, die Ausgabe der  
Werbescheine (ohne Reisemarken) könne nicht verboten wer-  
den, ist ihr entgegenzuhalten, daß sich der Urteilsaus-  
spruch lediglich auf Werbescheine mit Reisemarken bezieht.  
Auf die weiter von der Klägerin zur Begründung der Klage  
angeführten rechtlichen Gesichtspunkte brauchte nicht  
eingegangen zu werden. Insbesondere bedurfte die Frage  
keiner Prüfung mehr, ob die Verteilung von Prämien an  
die erfolgreichsten Sammler der Werbescheine für unzu-  
lässig zu erachten ist. Die Klägerin hat zwar im Rahmen  
ihres in der Revisionsinstanz gestellten Hilfsantrages  
gebeten, der Beklagten auch diese Prämienverteilung zu  
verbieten. Da sich jedoch schon der Hauptantrag der Kla-  
ge als begründet erwiesen hat, konnte auf den Hilfsantrag

nicht zurückgegriffen werden.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

Wilde      Bock      Krüger-Nieland      Nastelski

Bundesrichter Prof. Dr. Lindenmaier ist  
seit dem Ablauf des 31. Dezember 1953 in  
den Ruhestand getreten und daher an der  
Unterschriftleistung verhindert.

Wilde