

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG §§ 1, 3

Unterschiedliche Preisankündigung

Eine wettbewerbswidrige Preisschaukelei - mit einer Verunsicherung der Kunden über den tatsächlich maßgebenden Preis - liegt noch nicht vor, wenn der Preis allgemein herabgesetzt wird, in der Werbung aber aus technischen Gründen kurzfristig teilweise noch der höhere alte Preis erscheint.

BGH, Urt. v. 14. November 1985 - I ZR 168/83 - LG Hamburg

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 168/83

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
14. November 1985
Wolf
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

der V[REDACTED] D[REDACTED] Computer GmbH, gesetzlich vertreten durch ihren
Geschäftsführer, Herrn Theo L[REDACTED], Vi[REDACTED]straße [REDACTED], A[REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

General-Importeur J. Sch[REDACTED], Internationale Industrievertre-
tungen GmbH, gesetzlich vertreten durch ihren Geschäftsführer,
Herrn J. Sch[REDACTED], O[REDACTED]straße [REDACTED], Ot[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof. Dr. [REDACTED]
und Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 14. November 1985 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky, Dr. Scholz-Hoppe und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 15, vom 22. Juni 1983 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin, die als Fachhändlerin für wissenschaftliche Elektronenrechner und Mikro-Computer ihre Waren im Versandhandel und in Filialen in verschiedenen Orten der Bundesrepublik Deutschland vertreibt, bot im Februar 1983 den Mikro-Computer Sinclair ZX 81 zum Preis von 198,-- DM an. Die Beklagte ist Generalimporteurin für dieses Gerät in der Bundesrepublik Deutschland. Sie hatte es zum Preis von 249,-- DM angeboten. Ab 21. Februar 1983 verkaufte sie es im Hinblick auf das Angebot der Klägerin ebenfalls für 198,-- DM.



In einer Anzeige der Märzausgabe der Zeitschrift "Chip" warb die Beklagte noch mit dem alten Preis von 249,-- DM für das Gerät, während sie es in der Märzausgabe der Zeitschrift "E■" bereits für 198,-- DM anbot.

Die Klägerin hat das beanstandet, weil die angesprochenen Verbraucher durch die von der Beklagten betriebene "simultane Preisschaukelei" verunsichert würden. Es bestehe zudem die Gefahr, daß insbesondere die Verbraucher, die beide Anzeigen sähen, den unzutreffenden Eindruck erhielten, sie könnten unter Ausnutzen der Anzeige in der Zeitschrift "E■" jetzt besonders günstig einkaufen.

Die Klägerin hat beantragt,
der Beklagten unter Androhung gesetzlicher
Ordnungsmittel zu untersagen, für die von
ihr angebotenen Produkte zu gleicher Zeit
mit unterschiedlichen Preisen zu werben.

Die Beklagte hat sich demgegenüber darauf berufen, es sei ihr nach der beschlossenen Preisherabsetzung nicht mehr gelungen, auch die Anzeige in der Zeitschrift "Chip" noch ändern zu lassen, da diese bereits ausgedruckt gewesen sei; nur bei der Zeitschrift "E■" sei das noch möglich gewesen. Sie hat weiter vorgetragen, die Verbraucher würden durch die unterschiedlichen Anzeigen nicht in erheblicher Weise irregeführt.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Mit der - im Einverständnis mit der Beklagten eingelegten - Sprungrevision verfolgt die Klägerin den geltend gemachten Unterlassungsanspruch weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Landgericht hat zur Begründung des die Klage abweisenden Urteils ausgeführt, zwar sei die willkürliche Preisschaukelei grundsätzlich nach § 1 UWG sittenwidrig; dieser Tatbestand sei aber im Streitfall nicht gegeben, weil eine gewisse Verunsicherung der Verbraucher hierzu nicht ausreiche, zumal die Beklagte sich um eine Änderung der Anzeige bemüht habe, ohne daß es ihr allerdings gelungen sei. Da die Beklagte das Gerät einheitlich zum Preis von 198,-- DM verkauft habe, habe sie auch keine für einen Kaufentschluß erhebliche Irreführung im Sinne des § 3 UWG bewirkt.

II. 1. Die Revision meint demgegenüber, die Beklagte betreibe eine sachlich nicht gerechtfertigte und damit sittenwidrige Preisschaukelei. Die Beklagte habe den Preis für die beworbenen Geräte nicht herabsetzen dürfen, bevor nicht sichergestellt gewesen sei, daß sie alle Anzeigenaufträge entsprechend abändern könne. Die Beklagte habe in sittenwidriger Weise den Vorsprung auf dem Markt, den die

Klägerin durch die Herabsetzung des Preises erzielt habe, für sich ausnutzen wollen; sie habe dabei die Verbraucher in besonderem Maße verunsichert, die die beiden Anzeigen mit den unterschiedlichen Preisen wahrgenommen hätten.

2. Diese Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

Anhaltspunkte für eine wettbewerbswidrige Preisschaukelei hat das Landgericht nicht festgestellt. Von Preisschaukelei wird gesprochen bei willkürlichem Herauf- und Herabsetzen der Preise unter Verunsicherung über die tatsächlich verlangten Preise (vgl. dazu BGH, Urt. v. 14.12.1973 - I ZR 36/72, GRUR 1974, 341, 343 = WRP 1974, 149 - Campagne) oder aber auch bei Ankündigung von zwei unterschiedlichen Preisen in Zeitungs- und Schaufensterwerbung, die - wie das in dem vom Kammergericht (GRUR 1979, 725, 726) entschiedenen Fall geschehen ist - benutzt werden, die Käufer anzulocken, ihnen aber dann gleichwohl die höheren Preise, die auch Inhalt der Werbung waren, abzuverlangen. Eine solche Fallgestaltung lag nach den Feststellungen des Landgerichts hier nicht vor; vielmehr wurde nur der niedrigere Preis tatsächlich verlangt. Darin aber liegt weder ein wettbewerbswidriges Anlocken noch ein wettbewerbswidriges Verunsichern. Die vom Landgericht festgestellte Verunsicherung ist wettbewerbsrechtlich nicht relevant. Nicht jede Verunsicherung über die Preise ist wettbewerbswidrig, sondern nur soweit sie Auswirkungen auf die Wettbewerbslage hat und den Kaufentschluß beeinflußt. Das aber ist nicht der Fall, wenn Leser, die überdies die

Anzeigenteile beider Zeitschriften verfolgen müssen, kurzfristig nur aus einer der beiden verschiedenen Anzeigen eine tatsächlich erfolgte Preisherabsetzung entnehmen können.

Entgegen der Meinung der Revision brauchte die Beklagte nicht mit einer Herabsetzung der Preise so lange zu warten, bis sichergestellt war, daß sie alle erteilten Druckaufträge auch ändern könne. Ebenso wenig war der Beklagten eine werbliche Ankündigung ihrer Preisherabsetzung verwehrt, solange nicht sichergestellt war, daß nur noch der neue - niedrigere - Preis in den Anzeigen erscheine. Selbst eine Gegenüberstellung eigener früher höherer Preise mit den herabgesetzten neuen Preisen ist zulässig, solange dadurch die Grundsätze der Wahrheit und Rechtsklarheit nicht verletzt werden (BGH, Urt. v. 24.1.1985 - I ZR 16/83, GRUR 1985, 929 - Späterer Preis). Letzteres aber geschieht nicht in einem Fall, wie er hier zu entscheiden war; der abweichenden Meinung des OLG Hamm (Urt. v. 25.1.1983 - 4 U 200/82, GRUR 1983, 453, 454, Leitsatz auch veröffentl. in WRP 1983, 522) kann nicht beigetreten werden; damit würde übersehen, daß eine Verunsicherung nur dann rechtlich relevant sein könnte, wenn die angesprochenen Verbraucher dem Inhalt der Anzeigen hätten entnehmen können, die Beklagte wolle alsbald nur noch den höheren Preis verlangen, so daß sie sich jetzt zum Kauf entschließen müßten. Hierzu reicht nicht, daß die Anzeigen, wie im Streitfall, nur unterschiedliche Preisangaben enthalten und ihrem Inhalt nicht zu entnehmen ist, daß das werbende Unternehmen eine Preisänderung beabsichtige.

Damit enthalten die Feststellungen des Landgerichts auch keine Grundlage für eine gegen § 3 UWG verstoßende Irreführung. Auch sie wäre wettbewerbsrechtlich nur relevant, wenn sie geeignet wäre, den Kaufentschluß zu beeinflussen.

III. Danach war die Revision mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

v. Gamm

Erdmann

Teplitzky

Scholz-Hoppe

Mees