

2
Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

AO betr. Sonderveranstaltungen § 1

Geburtstagswerbung

Zur Frage der Abgrenzung von Sonderangebot
und Sonderveranstaltung bei der Werbung mit
einem Firmenjubiläum.

BGH, Urt. v. 6. Juli 1977 - I ZR 174/75 - OLG Hamm
LG Bochum

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 174/75

URTEIL

Verkündet am

6. Juli 1977

Zug,

Justizhauptsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des Einzelhandelsverbandes Nord-Westfalen Kreisvereinigung
R [REDACTED] e.V., Am L [REDACTED], R [REDACTED], ge-
setzlich vertreten durch den zur Alleinvertretung berech-
tigten Geschäftsführer Theodor F [REDACTED],

Klägers und Revisionsklägers,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Firma D [REDACTED] & Co., B [REDACTED] GmbH in B [REDACTED] C [REDACTED]
H [REDACTED], gesetzlich vertreten durch die Geschäftsführer
Werner und Hubert D [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. Juli 1977 durch die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Schönberg, Dr. Frhr. v. Gamm und Schwerdtfeger

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 9. Oktober 1975 aufgehoben.

Auf die Berufung des Klägers wird das Urteil der 13. Zivilkammer - Kammer für Handels- sachen - des Landgerichts Bochum vom 23. April 1975 abgeändert.

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zum Betrag von 500.000,-- DM oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen, anlässlich von Geburtstagen ihres Unternehmens Geburtstagsangebote in der nachfolgenden Form anzukündigen oder zu gewähren:

"Wir feiern Geburtstag.

Feiern Sie mit.

Es gibt einen Grund zum Feiern. Sechs Jahre D[REDACTED] SB Warenhaus. Das erste SB-Warenhaus in B[REDACTED]. Tausende Käufer besuchen allwöchentlich diese leistungsfähige Einkaufsstätte. Aber nicht nur diese ... - D[REDACTED] - Märkte gibt's in vielen Städten. D[REDACTED] - Kunden: anspruchsvolle und scharf rechnende



- 3 -

Käufer. Die große Familie wächst von Woche zu Woche. Ist das alles nicht ein triftiger Grund zum Feiern ... zum Mitfeiern. Wir haben uns deshalb ein paar ungewöhnliche Angebote ausgedacht, Geburtstagsangebote ... auch eins um zu Haus mitfeiern zu können. Kribbelnd, spritzig ... prosit."

Die Kosten des Rechtsstreits fallen der Beklagten zur Last.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte betreibt in mehreren Städten größere Lebensmittel-SB-Geschäfte, darunter eine Niederlassung in D■■■■■, die im Bezirk des klagenden Einzelhandelsverbandes liegt. Sie wirbt regelmäßig in meist halbseitigen Zeitungsanzeigen unter der Überschrift "Deschauer informiert ... mit wechselnden Preisbeispielen" aus dem D■■■■■ Tiefpreis-Dauerpreisprogramm." In der Anzeige vom 5. September 1974 heißt es unter anderem: "Kluge Käufer jagen nicht blind irgendwelchen Sonderangeboten nach. Sie informieren sich vorab. Zum Beispiel durch diese Anzeige ... Deschauer bietet Niedrigpreise, Dauerpreise und natürlich jede Woche aktuelle Fleisch- und Wurstangebote ...".

Am 15. Oktober 1974 ließ die Beklagte in der Ausgabe der Recklinghauser Zeitung eine halbseitige Werbeanzeige erscheinen, die im oberen Bereich unter anderem wie folgt lautet:

"Wir feiern Geburtstag.
Feiern Sie mit.

Es gibt einen Grund zum Feiern. 6 Jahre Deschauer SB-Warenhaus. Das erste SB-Warenhaus in B[REDACTED], Tausende Käufer besuchen allwöchentlich diese leistungsfähige Einkaufsstätte. Aber nicht nur diese ... - D[REDACTED]-Märkte gibt's in vielen Städten. D[REDACTED]-Kunden: anspruchsvolle und scharf rechnende Käufer. Die große Familie wächst von Woche zu Woche. Ist das alles nicht ein triftiger Grund zum Feiern ... zum Mitfeiern. Wir haben uns deshalb ein paar ungewöhnliche Angebote ausgedacht, Geburtstagsangebote ... auch eins, um Zuhause mitfeiern zu können. Kribbelnd, spritzig ... prosit."

Darunter folgen auf der linken Seite unter den Abschnittsüberschriften "Schlachtfest bei D[REDACTED]" und "gutes Fleisch und gute Wurst zum Geburtstagspreis" 25 Fleisch- und Wurstangebote; die Mitte der Anzeige nimmt ein drucktechnisch stark herausgehobenes und umrahmtes Sektangebot "zum Geburtstagspreis" ein. Ferner finden sich unter der Überschrift "Textil-Sonderposten" drei Angebote und auf der rechten Anzeigenseite werden unter der Überschrift "Auch bei Obst und Gemüse das breite, volle Sortiment. Und die Preise? Hier 15 Beispiele" weitere Angebote gebracht. Alle Angebote sind nach Art, Preis und Menge bezeichnet.

Der Kläger erblickt in dieser Anzeige, die die Beklagte in gleicher Aufmachung auch in der Ausgabe der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung vom 17. Oktober 1974 erscheinen ließ, die Ankündigung eines unzulässigen Jubiläumsverkaufs im Sinne des § 3 Abs. 1 der Anordnung betreffend Sonderveranstaltungen vom 4. Juli 1935 und zugleich einen Verstoß gegen die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs. Durch die in der Anzeige blickfangartig hervorgehobenen Worte "Wir feiern Geburtstag; feiern Sie mit; Geburtstagspreis; Geburtstagsangebote" werde bei dem flüchtig und/oder unbefangenen lesenden Publikum, insbesondere bei den hauptsächlich angesprochenen Hausfrauen, die Vorstellung einer zeitlich begrenzten günstigen Kaufmöglichkeit und dadurch ein erhöhter Kaufreiz hervorgerufen, womit der Eindruck einer Sonderveranstaltung erweckt werde, zumal die Beklagte nicht einzelne Waren, sondern ganze Warensorten, wie Fleisch und Wurst sowie bei Obst und Gemüse sogar mit dem "breiten, vollen Sortiment" angeboten habe. Die angekündigte Sonderveranstaltung liege auch außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs der Beklagten.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes oder einer Ordnungshaft zu unterlassen, anlässlich von Geburtstagen ihres Unternehmens Geburtstagsangebote oder sonstige außergewöhnliche Leistungen anzukündigen oder zu gewähren, sofern es sich nicht um ein Jubiläum von jeweils 25 Jahren nach der Gründung des Unternehmens handelt.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie hält ihre Werbung als Ankündigung eines Sonderangebotes im Sinne des § 1 Abs. 2 AO für rechtlich bedenkenfrei.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die dagegen gerichtete Berufung des Klägers hat das Oberlandesgericht zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt der Kläger seinen Klageantrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht verneint das Vorliegen einer gem. § 1 Abs. 1, § 2 der AO verbotenen Sonderveranstaltung mit der Begründung, es handele sich um dem § 1 Abs. 2 der AO entsprechende, mithin zulässige Sonderangebote. Dazu legt es des näheren dar, daß die Beklagte nach dem Inhalt der Anzeige darin einzelne, nach Güte oder Preis gekennzeichnete Waren angeboten habe. Diese Angebote seien auch zeitlich nicht begrenzt. Denn der Verkehr entnehme den Formulierungen "Wir feiern Geburtstag. Feiern Sie mit.", "Geburtstagsangebote", "Geburtstagspreise" nicht, daß die Angebote zeitlich eng beschränkt seien, weil für den "Geburtstag" der Beklagten ein bestimmter Tag in der Anzeige nicht angegeben sei. Deshalb werde nur die Vorstellung hervorgerufen, die Beklagte mache anlässlich des 6-jährigen Bestehens ihres ersten Warenhauses ein gegenüber ihrem Normalangebot günstigeres Angebot, das ab Erscheinen der Anzeige solange in Anspruch genommen werden könne, wie der

Vorrat reiche. Die Geburtstagshinweise hätten auch nach ihrer Aufmachung für den Verkehr keine andere Bedeutung als etwa Hinweise auf "Weihnachts-Sonderangebote", "Weihnachts-Verkauf" oder "Osterangebote", die ebenfalls nicht als zeitliche Beschränkung verstanden würden.

Das beanstandete Angebot füge sich auch, wie für die Annahme eines Sonderangebotes gem. § 1 Abs. 2 der AO erforderlich, in den Rahmen des regelmäßigen Geschäftsbetriebes des Unternehmens der Beklagten ein, wie sich aus dem Vergleich mit den vorgelegten weiteren 15 Annoncen der Beklagten ergebe. Es erwecke diesen gegenüber nicht den Eindruck einer aus dem Rahmen fallenden besonderen Einkaufsgelegenheit. Da die Voraussetzungen des § 1 Abs. 2 der AO vorlägen, so führt das Berufungsgericht weiter aus, handele es sich nicht um eine unzulässige Sonderveranstaltung, mithin auch nicht um einen nach § 3 der AO unzulässigen Jubiläumsverkauf, da dieser nur ein Unterfall der Sonderveranstaltung sei.

II. Die dagegen gerichtete Revision hat Erfolg. Zu Unrecht beurteilt das Berufungsgericht die umstrittene Werbung als Sonderangebot im Sinne des § 1 Abs. 2 der genannten AO. Es fehlt dem Angebot das Merkmal "ohne zeitliche Begrenzung" und es fügt sich auch, wie die vorgelegten sonstigen Werbeanzeigen ergeben, nicht in den Rahmen des regelmäßigen Geschäftsbetriebes der Beklagten ein. Das Argument des Berufungsgerichts, der Verkehr fasse trotz der Bezeichnung als "Geburtstagsangebot", "Geburtstagspreise" usw. das Angebot deshalb als zeitlich unbegrenzt auf, weil für den "Geburtstag" kein bestimmter Tag angegeben sei, kann seine Feststellung nicht zureichend begründen. Vielmehr entspricht es

der Lebenserfahrung, daß Angebote, die im Hinblick auf einen "Geburtstag" als besonders günstig herausgestellt werden, vom Publikum dahin verstanden werden, daß solche Angebote jedenfalls nur für kurze Zeit unterbreitet werden, eben für den Zeitraum, der mit einem Geburtstag unmittelbar zusammenhängt (vgl. für einen ähnlichen Fall OLG Düsseldorf, GRUR 1973, 324). Daß dieser Tag hier nicht kalendermäßig genannt worden ist, steht dem nicht entgegen. Vielmehr folgern die angesprochenen Verkehrskreise gerade aus dem "Geburtstagsangebot", daß dieser Tag jedenfalls in dem Zeitraum liegt, für den die Geburtstagswerbung bestimmt ist. Anhaltspunkte für eine unbegrenzte, nur von der Menge des Vorrats abhängige Dauer des Angebots, lassen sich auch dem sonstigen Inhalt der Anzeige nicht entnehmen. Auch läßt sich das Geburtstagsangebot jedenfalls in der hier vorliegenden Aufmachung nicht mit dem Fall der Ankündigung "Für den Osterkauf ..." vergleichen, der Gegenstand des Senatsurteils vom 12. Januar 1973 (GRUR 1973, 477) war. Denn diese Wendung war vom Verkehr lediglich als Aufforderung verstanden worden, für den Ostereinkauf von den günstigen Preisen Gebrauch zu machen. Wird dagegen ein "Geburtstagsangebot" mit "Geburtstagspreisen" zum Inhalt der Werbung gemacht, so liegt es deshalb anders, weil ein Unternehmensjubiläum nicht, wie das Osterfest, von Hause aus ein Anlaß zu besonderen Einkäufen ist, sondern es erst durch besondere Angebote werden kann. Daß diese besonderen Angebote sich auf den Geburtstag und allenfalls einige Tage davor und danach beschränken und nicht unbegrenzt gelten, entspricht der durch solche Angebote überlicherweise erweckten Erwartung.

Das umstrittene Angebot fügt sich entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts auch nicht in den Rahmen des regelmäßigen Geschäftsbetriebes der Beklagten ein. Das Berufungsgericht hat dazu lediglich darauf abgestellt, daß die umstrittene Anzeige in ihrer drucktechnischen Aufmachung nicht erheblich von der vorangegangenen Anzeigenwerbung abweicht und daß dort ständig mit "Tiefpreisen", "Niedrigpreisen" und ähnlichen Wendungen geworben worden sei. Die vorgelegten 15 Anzeigen lassen aber unbeschadet ihrer äußeren Form erkennen, daß die Beklagte gerade nicht ständig mit Sonderangeboten wirbt. Sie wendet sich vielmehr, wie in der Anzeige vom 5. September 1974 ausdrücklich erklärt, gerade gegen eine solche Werbe- und Vertriebsmethode und hält dem in ihrer Werbung als eigene Methode das "D[RECKT] Tiefpreis-Dauerpreis-Programm" entgegen, wodurch die hier umstrittene Geburtstags-Aktion als eine besondere Veranstaltung hervortritt.

Handelt es sich danach nicht um ein Sonderangebot im Sinne des § 1 Abs. 2 der genannten AO, so zwingt dies zwar für sich allein nicht zu der Folgerung, es handele sich um eine unzulässige Sonderveranstaltung im Sinne des Abs. 1 dieser Vorschrift. Es bedarf insoweit jedoch keiner Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht, weil der Senat die dazu erforderlichen Feststellungen nach der Sachlage selbst treffen kann. Maßgeblich ist, ob dem angesprochenen Publikum, hier vornehmlich Hausfrauen, der Eindruck nahe gelegt wird, es handele sich um eine Verkaufsveranstaltung, die außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfindet. Dies ist bei der Werbung mit besonderen Angeboten anlässlich von Firmenjubiläen regelmäßig der Fall. Auf dieser Lebenserfahrung beruht auch die Regelung des § 2 Abs. 2 der genannten AO. Denn dort wird das

Verbot von Sonderveranstaltungen dahin gelockert, daß Jubiläumsverkäufe, die den Vorschriften des § 3 entsprechen, vom Verbot ausgenommen werden. Solche Jubiläen werden daher von Hause aus als typische Sonderveranstaltungen angesehen. Dies schließt es zwar nicht aus, daß auf derartige Jubiläen in einer Form hingewiesen wird, die den Eindruck einer Sonderveranstaltung nicht aufkommen läßt. Im Streitfall entsteht dieser Eindruck jedoch, weil der "Geburtstag" mehrfach und deutlich herausgestellt worden ist.

Das angefochtene Urteil war danach aufzuheben und auf die Berufung des Klägers die Beklagte zu verurteilen. Dabei war der Tenor der Verurteilung der konkreten Verletzungsform anzupassen, ohne daß dies kostenrechtliche Folgen nach sich zu ziehen hätte.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

Alff

Merkel

Schönberg

v. Gamm

Schwerdtfeger