

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

UWG § 1

Telefonwerbung II

Eine Telefonwerbung gegenüber Privatpersonen ist nur dann zulässig, wenn der Angerufene zuvor ausdrücklich oder stillschweigend sein Einverständnis erklärt hat, zu Werbezwecken angerufen zu werden.

BGH, Urt. v. 8. Juni 1989 - I ZR 178/87 - Kammergericht
LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 178/87

URTEIL

Verkündet am:
8. Juni 1989
Welte
Justizassistentin
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Reichsgraf von I [REDACTED] gen. E [REDACTED] von und zu M [REDACTED],
Weingut und Weinkellerei GmbH, vertreten durch den
Geschäftsführer Volkmar F [REDACTED], C [REDACTED]-Z [REDACTED]-Straße [REDACTED]
N [REDACTED]/Rhein,

Beklagte und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

Verbraucherschutzverein e.V., vertreten durch die Vorsitzen-
de des Vorstandes, Frau Dr. Thea B [REDACTED], Be [REDACTED], und deren
Stellvertreterin, Frau Dr. Gabriele E [REDACTED], Bo [REDACTED], I [REDACTED]-
platz [REDACTED], Be [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagter,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 8. Juni 1989 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky, Dr. Ullmann und Nobbe

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 5. Zivilsenats des Kammergerichts vom 10. Juli 1987 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
(mobile App)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Der Kläger ist ein Verbraucherschutzverband im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 3 UWG. Er nimmt die Beklagte, welche ein Weingut mit Weinkellerei betreibt, auf Unterlassung von telefonischer Werbung in Anspruch.

Die Beklagte rief am 30. September 1985 den Kunden P. an und vereinbarte mit ihm eine Weinprobe in dessen Wohnung. Anlässlich der Weinprobe bestellte der Kunde Wein. Er hatte bereits zwei Jahre zuvor bei der Beklagten nach einer Weinprobe in deren Haus zwölf Flaschen Wein und sechs Flaschen Sekt bestellt. Auf eine schriftliche Einladung zu einer Weinprobe im Herbst 1984 hatte der Kunde nicht reagiert, ebensowenig auf das dem Telefonanruf im September 1985 vorausgegangene Werbeschreiben der Beklagten, in welchem sie unter anderem angekündigt hatte, daß ihr Werbeberater in den nächsten Tagen anrufen werde.

Der klagende Verbraucherverband meint, die beanstandete Telefonwerbung belästige den Verbraucher in unzumutbarer Weise und verstoße gegen die guten Sitten im Wettbewerb.

Er hat zuletzt beantragt,

der Beklagten unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verbieten,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs zu Privatpersonen unaufgefordert und ohne deren Einverständnis telefonischen Kontakt aufzu-

nehmen bzw. aufnehmen zu lassen, um einen Vertreterbesuch zu vereinbaren, wenn der betreffende Kunde lediglich einmal zwei Jahre zuvor eine Weinbestellung aufgegeben hatte.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten ist erfolglos geblieben. Mit ihrer Revision verfolgt sie ihren Antrag weiter, die Klage abzuweisen. Der Kläger begehrt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat die Befugnis des Verbraucherverbandes zur klageweisen Geltendmachung des Anspruchs aus § 1 UWG bejaht, da durch die beanstandete Telefonwerbung wesentliche Belange der Verbraucher im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 3 UWG berührt seien. Es stelle eine nicht hinzunehmende Beeinträchtigung der Privatsphäre dar und führe zu einer Verwilderung der guten Sitten im Wettbewerb, wenn Gewerbetreibende über das Telefon an den Endverbraucher heranträten, zu welchem keine Beziehungen bestünden. Für die Begründetheit des Unterlassungsanspruchs aus § 1 UWG sei dabei unerheblich, ob das Unternehmen seinen Telefonanruf vorher schriftlich angekündigt habe. Von einem Bestehen geschäftlicher Beziehungen könne im Streitfall nicht ausgegangen werden. Der durch die Weinbestellung im Herbst 1983 begründete geschäftliche Kontakt der Beklagten zum Kunden P. habe nicht bis zum Zeitpunkt des Telefonanrufs im Herbst 1985 fortgedauert. Von einer bleibenden Geschäftsbeziehung könne im

Weinhandel grundsätzlich nur gesprochen werden, wenn der Kunde wenigstens von Jahr zu Jahr eine weitere Bestellung aufgabe. Eine andere Beurteilung könne ausnahmsweise bei der Bestellung einer größeren Menge Wein veranlaßt sein; so läge der Streitfall aber nicht.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision bleiben im Ergebnis ohne Erfolg.

1. Entgegen der Meinung der Revision ist der klagende Verbraucherverband gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 3 UWG befugt, den auf § 1 UWG gestützten Anspruch auf Unterlassung wettbewerbswidriger Handlungen geltend zu machen. Die durch Gesetz vom 21. Juli 1965 (BGBl. I 625) als § 13 Abs. 1 a eingeführte Klagebefugnis der Verbraucherverbände erstreckt sich auch auf die Beanstandung sittenwidrigen Wettbewerbsverhaltens gemäß § 1 UWG, sofern hierdurch wesentliche Belange der Verbraucher berührt werden. Durch die Unterlassungsklage eines Verbraucherverbandes sollen Wettbewerbshandlungen unterbunden werden, die eine Beeinträchtigung der Interessen der Verbraucher befürchten lassen. Der Nachweis eines konkreten Verbraucherschadens ist nicht Voraussetzung für die Klagebefugnis (vgl. amtliche Begründung zum Änderungsgesetz vom 21.7.1965, BT-Drucks. IV/2217, S. 3 f.; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 15. Aufl., § 13 Rdn. 43). Entgegen der Meinung der Revision bedarf es hierzu auch nicht der Feststellung, daß durch das konkret beanstandete Wettbewerbsverhalten erhebliche Teile der Verbraucherschaft betroffen sind. Entscheidend ist, ob das beanstandete Wettbewerbsverhalten, bliebe es unbeanstandet, die Beeinträchtigung wesentlicher Belange der Verbraucher zur Folge hätte oder ob

es Verbraucherinteressen nur am Rande berührt. Es bleibt deshalb unerheblich, ob, wie die Revision meint, die beanstandete Werbung nur einen kleinen Personenkreis betrifft, nämlich nur die ehemaligen Kunden des Werbenden, die keine neue Bestellung aufgegeben hätten. Die Klagebefugnis ist im Streitfall vielmehr zu bejahen, weil durch die Telefonwerbung gegenüber dem privaten Endverbraucher in erheblichem Maße dessen persönliche Belange berührt werden.

2. Die Ansicht der Revision, die von der Beklagten betriebene Telefonwerbung sei wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden, weil, was im Weinhandel auch üblich sei, der Telefonanruf während einer bestehenden Geschäftsbeziehung erfolgt sei, ist nicht begründet.

Ein Verhalten im Wettbewerb verstößt nicht allein dann gegen die guten wettbewerblichen Sitten, wenn es dem Anstandsgefühl der redlichen und verständigen Mitbewerber des betreffenden Gewerbezweigs widerspricht, sondern auch dann, wenn die Werbemaßnahme von der Allgemeinheit, die Verbraucher eingeschlossen, mißbilligt und für untragbar angesehen wird; denn § 1 UWG soll nicht nur die Mitbewerber vor unlauterem Wettbewerb schützen, sondern auch die Allgemeinheit vor Auswüchsen des Wettbewerbs bewahren (BGHZ 19, 392, 396 - Anzeigenblatt; BGHZ 54, 188, 190 - Telefonwerbung; BGHZ 59, 317, 322 - Telex-Werbung; BGHZ 103, 203, 206 - BTX-Werbung). Zur Beurteilung des Maßstabes für das, was der Allgemeinheit nicht mehr zumutbar ist, ist der verfassungsmäßige Schutz des privaten Bereichs des einzelnen heranzuziehen. Dabei steht der Schutz der Individualsphäre im Vordergrund gegenüber dem wirtschaftlichen Gewinnstreben einzelner (BGH,

Urt. v. 4.12.1964 - Ib ZR 38/63, GRUR 1965, 315 - Werbewagen; BGHZ 54, aaO - Telefonwerbung). Die berechtigten Interessen der gewerblichen Wirtschaft, ihre Produkte werbemäßig anzupreisen, erfordern es angesichts der Vielfältigkeit der Werbemethoden nicht, mit der Werbung auch in den privaten Bereich des umworbenen Verbrauchers einzudringen. Bestehende geschäftliche Beziehungen zum privaten Endabnehmer rechtfertigen grundsätzlich keine andere Beurteilung (vgl. BGHZ 54, 188, 192 f. - Telefonwerbung).

Das Wettbewerbsverhalten der Beklagten ist deshalb unzulässig, weil sie die beanstandete Telefonwerbung betreibt, ohne das Einverständnis des umworbenen Anschlußinhabers eingeholt zu haben.

Wie der Senat schon in seinem Urteil vom 19. Juni 1970 (BGHZ 54, aaO - Telefonwerbung) ausgeführt hat, gibt der Telefoninhaber mit der Bekanntgabe seiner Anschlußnummer in den Telefonverzeichnissen nicht seine Bereitschaft kund, mit jedermann Kontakt aufnehmen zu wollen. Die Ansicht der Revision, bestehende geschäftliche Beziehungen rechtfertigten eine andere Beurteilung, ist nicht zutreffend. Es widerspricht dem verfassungsrechtlich gebotenen Schutz der Privatsphäre, allein schon in der Aufnahme eines geschäftlichen Kontaktes des privaten Endabnehmers auch dessen Einverständnis zu sehen, über Telefon beworben zu werden. Dies mag bei geschäftlichen Beziehungen unter Gewerbetreibenden anders zu beurteilen sein.

Wer im geschäftlichen Verkehr zu Werbezwecken mit dem privaten Endabnehmer telefonischen Kontakt aufnehmen möchte, hat sich vorweg dessen Einverständnisses zu versichern, auf

diese Art beworben zu werden. Solches Einverständnis kann ausdrücklich erklärt sein, beispielsweise wenn der Werbeadressat selbst um die fernmündliche Information nachgesucht oder bei Aufnahme des Geschäftskontakts erklärt hat, mit einer telefonischen "Betreuung" einverstanden zu sein. Das Einverständnis kann auch konkludent gegeben sein, insbesondere in solchen Fällen, in welchen der Kunde neben seiner Adresse auch seine Telefonnummer in der Erkenntnis mitteilt, diese werde von dem werbenden Unternehmen zur Fortführung des geschäftlichen Kontaktes genutzt. Ein dahingehender Sachverhalt liegt dem Streitfall nicht zugrunde.

Im Streitfall hat der von der Beklagten angesprochene Kunde unstreitig sein Einverständnis mit einer telefonischen Werbung nicht erklärt. Ist aber die telefonische Werbung mangels Einverständnisses des Betroffenen wettbewerbswidrig, so kann sie nicht dadurch zulässig werden, daß sie vorher brieflich angekündigt worden war (v. Gamm, Wettbewerbsrecht, 5. Aufl., Kap. 25 Rdn. 35). Das Schweigen des Werbeadressaten ersetzt nicht dessen Einverständnis. Die Rechtsordnung stellt es dem Teilnehmer am rechtsgeschäftlichen Verkehr grundsätzlich ohne Rechtsfolgen frei, ob er auf unverlangt zugegangene Angebote geschäftlicher Art reagiert. Es ist deshalb bei objektiver Würdigung grundsätzlich wie auch im Streitfall verwehrt, aus der unterbliebenen Reaktion des angeschriebenen Verbrauchers auf dessen Einverständnis mit dem angekündigten telefonischen Kontakt zu schließen.

III. Da nach alledem die Revision keinen Erfolg hat, sind die Kosten gemäß § 97 Abs. 1 ZPO der Beklagten aufzuerlegen. Die Ansicht der Revision, der Kläger habe in der Be-

rufungsinstanz durch Einschränkung seines Antrages die Klage teilweise zurückgenommen, was auch in der Kostenentscheidung des angefochtenen Urteils zum Ausdruck kommen müßte, ist nicht zu billigen. Das Berufungsgericht hat zutreffend in der Neufassung des Antrags eine Konkretisierung des Klagebehrens ohne eine sachliche Einschränkung gesehen.

v. Gamm

Erdmann

Teplitzky

Ullmann

Nobbe