

19
Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

RabattG § 1 Abs. 2

- Goldene Karte II -

Einen Sonderpreis im Sinne des § 1 Abs. 2 RabattG kündigt an bzw. gewährt, wer gegen Zahlung von 20,-- DM sogenannte "Goldene Karten" ausgibt, die den Kunden berechtigen, sich sofort zwei Markenfarbfilme aushändigen zu lassen und innerhalb eines Jahres beliebig oft ein Gesamtgeschäft, bestehend aus dem Kauf eines weiteren Films und der Erteilung der Aufträge zur Entwicklung eines Films und zur Fertigung der Bildabzüge davon, zu einem Preis abzuschließen, der um 20 % niedriger liegt als der Preis, den andere Kunden beim Abschluß gleichartiger Gesamtgeschäfte bezahlen müssen.

BGH, Urt. v. 14. November 1980 - I ZR 181/78 - LG Düsseldorf

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 181/78

URTEIL

Verkündet am

14. November 1980

Köhler,

Justizsekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma P [REDACTED] P [REDACTED] GmbH & Co. KG, V [REDACTED]straße [REDACTED] N [REDACTED],
vertreten durch die P [REDACTED]-V [REDACTED]gesellschaft mbH, diese
vertreten durch ihren Geschäftsführer Hannsheinz P [REDACTED],
F [REDACTED]weg [REDACTED], S [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Verein zur Wahrung des lautereren Wettbewerbs e.V. D [REDACTED],
gesetzlich vertreten durch das geschäftsführende Vorstands-
mitglied W. S [REDACTED], K [REDACTED]allee [REDACTED], D [REDACTED] 1,

Kläger und Revisionsbeklagter,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 14. November 1980
durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm
und durch die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper,
Dr. Erdmann und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil der
6. Kammer für Handelssachen des
Landgerichts Düsseldorf vom 6. No-
vember 1978 wird auf Kosten der Be-
klagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist ein rechtsfähiger Verein, der satzungs-
gemäß Verstöße gegen Wettbewerbsvorschriften bekämpft. Die
Beklagte handelt mit Fotoartikeln, die sie im Bundesgebiet
durch über 1 000 Filialen und Agenturen verteilt.

Seit April 1978 warb die Beklagte für und mit einer von
ihr sogenannten "Goldenen Karte", die jeder Kunde gegen Un-
terzeichnung einer Vereinbarung mit folgendem Inhalt erhal-
ten konnte:



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

"Gegen Zahlung von 20,-- DM verpflichtet sich
P■■■■ P■■■■ zu folgenden Leistungen:

1. Sofortige Aushändigung von zwei goldenen
P■■■■ Farbnegativfilmen. Sie haben freie
Wahl zwischen Kleinbildfilm 24 x 36 mm mit
24 oder 36 Aufnahmen, Pak-Kassettenfilm
126 mit 20 Aufnahmen oder Pocket-Kassetten-
film 110 mit 20 Aufnahmen.
2. Während der Dauer eines Jahres (12 Monate,
unabhängig vom Kalenderjahr) haben Sie das
Recht beliebig oft, Filmentwicklung, alle
P■■■■ Königsbilder und jeweils einen neuen
goldenen Farbnegativfilm zusammen 20 % bil-
liger als einzeln zu beziehen.
3. Immer wenn Sie uns einen vollgeknipsten
goldenen Film (oder jeden anderen Farbne-
gativfilm, egal welche Marke) zum Entwickeln
und Bildermachen bringen, erhalten Sie sofort
wieder einen neuen. Erst dann, wenn Sie Ihre
P■■■■ Königsbilder abholen, bezahlen Sie den um
20 % günstigeren Komplettpreis für Entwicklung,
Bilder und den bereits erhaltenen Film.
4. Bei Inanspruchnahme dieser Leistung weisen Sie
sich mit Ihrer Goldenen Karte aus. Die Goldene
Karte wird Ihnen von der P■■■■ P■■■■ Zentrale
frei Haus zugesandt. Bis zum Erhalt der Goldenen
Karte gilt diese Vereinbarung als Ausweis."

Auf der Vorderseite der "Vereinbarung" befand sich unten der fettgedruckte Hinweis:

"Auf der Rückseite steht, wieviel Geld Sie ab sofort bei jedem Auftrag sparen."

Auf der Rückseite des Formulars wurden die "20 % Preisvorteile" der "Goldenen Karte" den Einzelpreisen ohne "Goldene Karte" für vier verschiedene Filmmarken gegenübergestellt und die ersparten Beträge jeweils ausgewiesen.

In der Werbung für ihre "Goldene Karte" verwendete die Beklagte u.a. folgenden Text:

"Wir haben das Bildermachen billiger gemacht. Um 20 %. Einzige Voraussetzung: die neue Goldene Karte von P. P.
Sie kostet nur 20 Mark. Sie erhalten dafür sofort zwei goldene P. Farbnegativfilme Ihrer Wahl und ein Jahr lang das Recht, Entwicklung, P. Königsbilder und einen neuen goldenen Film - alles zusammen also - jedesmal 20 % billiger als bisher einzeln zu beziehen.

So sparen Sie bereits bei Ihrem ersten Film mit 36 Aufnahmen (Entwicklung + Bilder + neuen Film) zusammen 9 Mark 40.

Und das jedesmal - sooft Sie wollen. Auch wenn Sie 10, 20, 30 oder mehr Filme in einem Jahr verknipsen. Holen Sie sich Ihre Goldene Karte. Von P. P. Die 20 % Karte."

Der Kläger hat die Auffassung vertreten, in der Werbung für die Goldene Karte, in deren Ausgabe und in der Gewährung eines ermäßigten Preises seien Verstöße gegen das Rabattgesetz und gegen die §§ 3 und 6 b UWG zu sehen.

Er hat beantragt,

- I. Die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall einer zukünftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu DM 500.000,-- zu unterlassen,

zu Wettbewerbszwecken

1. an Letztverbraucher als "Goldene Karte" bezeichnete Bescheinigungen abzugeben und/oder die Abgabe solcher Bescheinigungen anzukündigen,

für die der Letztverbraucher gegen Zahlung von DM 20,-- zwei goldene P[REDACTED] Farbnegativfilme seiner Wahl und ein Jahr lang das Recht, Entwicklung, P[REDACTED] Königsbilder und einen neuen goldenen Film - alles zusammen also - jedesmal 20 % billiger als bisher einzeln zu beziehen, erhält;

2. an Letztverbraucher gegen Vorlage solcher Bescheinigungen wie vorstehend unter Ziff. I. 1. beschriebene Filme abzugeben.

3. a) Inhabern von Bescheinigungen wie unter Ziff. I. 1. beschrieben bei einem Gesamtauftrag für die Entwicklung eines Filmes und der Herstellung von Bildern sowie dem Erwerb eines "goldenen" Filmes einen günstigeren Preis einzuräumen als sonstigen Letztverbrauchern.
- b) Inhabern von Bescheinigungen wie unter Ziff. I. 1. beschrieben während der Dauer eines Jahres für einen Gesamtauftrag für die Entwicklung eines Filmes, die Herstellung von Bildern sowie den Erwerb eines "goldenen" Filmes unabhängig von der Anzahl der bereits aufgrund der Bescheinigung erteilten vorherigen Gesamtaufträge jeweils einen 20 % günstigeren Preis einzuräumen als die Summe der Einzelpreise für diese Leistungen und Waren;.

4. anzukündigen:

"Die neue Goldene Karte von P■■■■ P■■■■. Sie kostet nur 20 Mark. Sie erhalten dafür sofort zwei goldene P■■■■ Farbnegativfilme Ihrer Wahl und ein Jahr lang das Recht, Entwicklung, P■■■■ Königsbilder und einen neuen goldenen Film - alles zusammen also - jedesmal 20 % billiger als bisher einzeln zu beziehen.

So sparen Sie bereits bei Ihrem ersten Film mit 36 Aufnahmen (Entwicklung + Bilder + neuen Film) zusammen 9 Mark 40.

Und das jedesmal - sooft Sie wollen. Auch wenn Sie 10, 20, 30 oder mehr Filme in einem Jahr verknipsen. Holen Sie sich Ihre Goldene Karte. Von P[REDACTED] P[REDACTED]. Die 20 % Karte".

Den weiteren Antrag zu I. 4 b, der Beklagten die Ankündigung zu untersagen,

"Wir haben das Bildermachen billiger gemacht.
Um 20 %. Einzige Voraussetzung: die neue Goldene Karte von P[REDACTED] P[REDACTED]",

haben die Parteien übereinstimmend mit wechselseitigen Kostenanträgen für erledigt erklärt, nachdem die Beklagte sich insoweit strafbewehrt zur Unterlassung verpflichtet hatte.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Das Landgericht hat sie entsprechend dem Antrag der Klägerin verurteilt.

Die Beklagte hat mit Zustimmung des Klägers Sprungrevision eingelegt, mit der sie ihren Klageabweisungsantrag weiterverfolgt.

Der Kläger beantragt Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe

I. 1. Das Landgericht hat angenommen, daß es sich bei der Preisgestaltung im Rahmen der "Goldene-Karte"-Aktion um einen Sonderpreis im Sinne des § 1 Abs. 2, 2. Alternative, RabattG handelt, der den an der Aktion beteiligten Kunden wegen ihrer Zugehörigkeit zu einem bestimmten Verbraucher-kreis gewährt wird. Es ist dabei von seiner in anderem rechtlichen Zusammenhang (LGU S. 15) getroffenen Feststel-lung ausgegangen, daß es neben dem im Rahmen der "Goldene-Karte"-Aktion verlangten Preis auch einen von anderen Kunden verlangten Normalpreis gebe, da die im Rahmen der Aktion von der Beklagten zu erbringenden Leistungen identisch mit den-jenigen seien, die anderen Kunden ohne Preisvorteil angebo-ten würden. Die Verbindung der drei Einzelleistungen des Filmverkaufs, der Entwicklung und der Fertigung von Abzügen stelle nach der Verkehrsanschauung keine selbständige und neue Leistungseinheit dar, die von den Kunden als etwas an-deres angesehen würde als die Summe der auch zu einem anderen Preise - dem Normalpreis für Kunden ohne "Goldene Karte" - angebotenen Einzelleistungen. Diese Vorstellung des Verkehrs sei von der Beklagten durch den Text der Formularvereinbarung und durch ihre Werbung noch unterstützt worden, weil der dar-in ausgedruckte "Preisvorteil" nur denkbar sei, wenn er auf identische Leistungen bezogen werde: Eine Werbung mit "20 % Vorteil" wäre ohne Sinn, wenn der niedrige Preis für eine andere Leistung verlangt würde als der normale Preis; die Identität der Leistungen werde bei dieser Art der Werbung als selbstverständlich vorausgesetzt.

Diese Beurteilung läßt keine Rechtsfehler erkennen. Insbesondere ist es auch nicht zu beanstanden, daß das Landgericht sich nicht der Auffassung des OLG Nürnberg in dessen bei den Akten befindlichen Urteil 3 U 86/78 angeschlossen hat, nach der der Verkehr in der Ermäßigung für "Goldene-Karte"-Inhaber deshalb ein besonderes, vom normalen verschiedenes Leistungsangebot sehe, weil dafür eine Vorleistung in Form einer Zahlung von 20,-- DM zu erbringen sei und weil außerdem die Ermäßigung von der Verbindung der Einzelleistungen abhängt. Das OLG Nürnberg hat bei seiner Beurteilung nämlich nicht erkannt, daß durch die einmalige - nach Abzug des Wertes zweier sofort dafür ausgehändigter Filme auch geringfügige - Vorleistung der "Goldene-Karte"-Kunden das Wesen der von der Beklagten ein Jahr lang zu erbringenden Leistungen selbst - auch in der Vorstellung des Verkehrs - nicht verändert wird. Die Vorleistung stellt sich vielmehr als ein Eintrittspreis für die Zugehörigkeit zu einem privilegierten Kreis von Kunden dar, dem - so die Werbung der Beklagten nach der Feststellung des Landgerichts - ein Nachlaß auf den sonst üblichen Preis gewährt wird. Auch die Voraussetzung der Leistungsbündelung ändert nichts am Charakter des Sonderpreises für "Goldene-Karte"-Kunden, da - was unstreitig ist - andere Kunden auch bei gleicher Verbindung ihrer Leistungsaufträge den ermäßigten Preis nicht erhalten.

Erfolglos rügt die Revision schließlich auch, daß das Landgericht bei seiner Beurteilung sowohl die unterschiedliche Farbe der Filmverpackungen - je nachdem, ob sie im Rahmen der "Goldene-Karte"-Aktion oder außerhalb derselben verwendet wurden - als auch die Möglichkeit der Annahme eines Dauerschuldverhältnisses zwischen der Beklagten und Teilneh-

mern der Aktion unberücksichtigt gelassen hat. Es ist nämlich weder rechtsfehlerhaft, einen Unterschied der Farbe von Filmverpackungen als für den Verkehr bedeutungslos anzusehen und dementsprechend außer Betracht zu lassen, noch wird die hier allein in Frage stehende Gleichartigkeit bestimmter Leistungen selbst davon berührt, ob sie (bei gleicher Leistungsform) im Rahmen eines Dauerschuldverhältnisses oder aufgrund anderer schuldrechtlicher Beziehungen erbracht werden.

2. Rechtsirrtumsfrei hat das Landgericht schließlich auch angenommen, daß der Sonderpreis den Teilnehmern an der "Goldene-Karte"-Aktion wegen ihrer Zugehörigkeit zu einem bestimmten Verbraucherkreis gewährt wird. Es hat dabei nicht verkannt, daß die Preisvorteile rechtlich nicht auf dem Besitz der "Goldenen Karte" beruhen, sondern aufgrund der vorher mit dem Kunden geschlossenen Vereinbarung gewährt werden. Daß es diesem Umstand keine rechtliche Bedeutung beigemessen, sondern als entscheidend nur angesehen hat, daß den Kunden, die sich der Aktion "Goldene Karte" angeschlossen haben, ein vom Normalpreis abweichender günstiger Preis angeboten wird, ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Die Vereinbarung eröffnet allen Kunden, die sie abschließen, auf die Dauer eines Jahres bestimmte, gleichartige Vorteile bei der Inanspruchnahme von Leistungen der Beklagten. Die Kunden werden dadurch einheitlich gegen Gewährung eines - wie dargelegt - "Eintrittsgeldes" in einer bestimmten Weise gegenüber dem restlichen Kundenkreis abgehoben und damit zu einer Gemeinschaft, die auf der gleichen Kundenstellung des umgrenzten Kreises beruht. Dies entspricht den Voraussetzungen, die für die Annahme eines "bestimmten Verbraucherkreises" im Sinne des § 1 Abs. 1, 2. Alternative, RabattG erfüllt sein

müssen. Der erkennende Senat hat in seinem Urteil vom 23. Januar 1959 (GRUR 1959, 326, 328 - Kaffeeversandhandel -) nicht nur klargestellt, daß der Begriff des "bestimmten Verbraucherkreises" weit auszulegen ist, sondern auch beispielhaft hervorgehoben, daß dafür "eine durch Inhaberschaft von Gutscheinen oder durch die gleiche Kundenstellung hergestellte Gemeinschaft" genüge (vgl. auch BGH GRUR 1971, 516, 517 - Brockhaus-Enzyklopädie). Entgegen der Meinung der Revision erlauben es Wortlaut und Zweck des § 1 Abs. 2, 2. Alternative, RabattG nicht, der Art und Weise der Bildung eines solchen Kreises entscheidende Bedeutung beizumessen (vgl. BGH GRUR 1973, 272 - Fahrschul-Rabatt). Die Vorschrift, deren Ziel es ist, Sonderpreise für bestimmte Gruppen von Verbrauchern grundsätzlich zu beseitigen (vgl. die Amtliche Begründung zum Rabattgesetz RAnz. Nr. 284 vom 5.12.1933 sowie Senatsurteil vom 23.1.1959, GRUR 1959, 326, 328 - Kaffeeversandhandel -), könnte leicht unterlaufen werden, wenn Verbrauchergruppen nur deshalb vom Verbot der Sonderpreisgewährung ausgenommen würden, weil sie durch serienweise Abschlüsse von Einzelvereinbarungen mit jeweils gleichem Inhalt gebildet worden sind. Auch in diesem Falle ist der vom Gesetzgeber mißbilligte Sachverhalt, der durch § 1 Abs. 2, 2. Alternative, RabattG unterbunden werden soll, nämlich die Aufspaltung des Preises für gleiche Leistungen nach Kundengruppen, gegeben; dem kann sich der Einzelhändler nicht durch den Hinweis entziehen, daß er den Sonderpreis dem Inhaber des Gutscheines nicht wegen seiner Zugehörigkeit zur Gruppe der Gutscheininhaber, sondern allein aufgrund der ausgelobten und in dem Gutschein verbrieften Verpflichtung gewähre. Da Preisspaltungen für verschiedene Gruppen schlechthin ausgeschlossen werden sollen und Ausnahmen in § 9 RabattG erschöpfend aufgezählt sind (Senatsurteile aaO - Kaffeeversandhandel und Fahrschul-Rabatt -), macht es auch keinen Unterschied, ob bei der Bildung einer begünstigten Verbrauchergruppe

ein Entgelt verlangt wird oder nicht. Die Höhe des Entgelts schließt das Vorliegen eines vom Normalpreis nach unten abweichenden Sonderpreises nicht aus; nach Ziff. 2 und 3 der Vereinbarung sowie nach der Werbung der Beklagten ist der Sonderpreis 20 % billiger als der Normalpreis.

Am Charakter eines unerlaubten Sonderpreises ändert sich auch nichts dadurch, daß jeder Kunde jederzeit die Möglichkeit haben soll, sich durch Abschluß einer entsprechenden Vereinbarung dem Kreis der Berechtigten anzuschließen; denn der Preisvorteil soll jedenfalls immer erst nach Abschluß und damit nach dem Eintritt des Kunden in den privilegierten Kreis, somit also wiederum nur einem Angehörigen dieses Kreises gewährt werden.

II. Die Verurteilung gemäß Nr. I. 1 und 4 des Antrags hat das Landgericht darauf gestützt, daß der Verkehr die Abgabe der als "Goldene Karte" bezeichneten Bescheinigung, die Ankündigung dieser Abgabe und die konkrete Werbung für die Aktion als Gewährung bzw. Ankündigung eines durch § 1 Abs. 1 RabattG verbotenen Preisnachlasses ansehe.

Ob dem beizutreten ist, bedarf keiner Entscheidung, da es für die Rechtsfrage, ob der den Inhabern der "Goldenen Karte" angebotene Preis als Sonderpreis im Sinn des § 1 Abs. 2, 2. Alternative, RabattG anzusehen ist, nicht auf die Auffassung des Verkehrs ankommt (BGH GRUR 1973, 272 - Fahrschul-Rabatt). Ein vom Normalpreis nach unten abweichender Sonderpreis liegt aber hier, wie zu Ziff. I ausgeführt, vor.

In der Abgabe der "Goldenen Karte" und in der Eingehung von Verpflichtungen der im Urteilsausspruch unter I. 1 um-

schriebenen Art ist ebenso wie in der unter I. 4 verbotenen Werbung eine unmißverständliche Ankündigung des Sonderpreises und damit des Preisnachlasses zu sehen, die ohne Rücksicht auf die Verkehrsanschauung ebenso unter das Verbot des § 1 Abs. 1 RabattG fällt wie die Gewährung des Sonderpreises.

Schließlich läßt auch die Verurteilung unter I. 2 der landgerichtlichen Urteilsformel, die sich auf die Aushändigung der angebotenen ersten beiden Filme an "Goldene Karte"-Inhaber bezieht, keinen Rechtsfehler erkennen. Sie ist schon deshalb begründet, weil die Aushändigung der Filme als wesentlicher Teil der insgesamt rabattgesetzwidrigen Aktion unzulässig ist.

Auf die Frage, ob die "Goldene Karte" als Kaufschein im Sinne des § 6 b UWG anzusehen ist, kommt es deshalb nicht an.

Die Kostenentscheidung ergeht gemäß § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Merkel

Piper

Erdmann

Teplitzky