

✓

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1

Mitmacher-Tour

Eine unentgeltliche Kundenbeförderung von einem Innenstadt-Ladengeschäft zu einem 20 km entfernt liegenden Möbelkaufhaus außerhalb der Stadt und zurück - mit der Möglichkeit zur kostenlosen Mitnahme kleinerer Möbelstücke - durch fahrplanmäßig verkehrende Autobusse des Inhabers beider Geschäfte geht über den angemessenen Ausgleich standortbedingter Nachteile des Möbelkaufhauses hinaus und ist als unsachliche Kundenbeeinflussung wettbewerbswidrig.

BGH, Urt. v. 2. Februar 1984 - I ZR 190/81 - OLG Bremen
LG Bremen

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 190/81

URTEIL

Verkündet am

2. Februar 1984

Roth

Justizangestellte

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des Vereins zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.,
C [REDACTED] 17, B [REDACTED], dieser vertreten durch seinen
Vorstand, den Kaufmann Otto R [REDACTED], G [REDACTED] H [REDACTED]
straße 199, B [REDACTED],

Klägers und Revisionsklägers,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die I [REDACTED]-Einrichtungs-GmbH, S [REDACTED]straße, S [REDACTED]-G [REDACTED]-
M [REDACTED], diese vertreten durch ihre Geschäftsführer
W. S [REDACTED], Rune M [REDACTED], Klaus K [REDACTED] S [REDACTED]-G [REDACTED]-
M [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

9

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 2. Februar 1984 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Teplitzky und Dr. Scholz-Hoppe

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers werden das Urteil des 2. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts in Bremen vom 10. September 1981 aufgehoben und auf die Berufung des Klägers das Urteil der 2. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bremen vom 5. März 1981 abgeändert.

Die Beklagte wird, unter Androhung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM oder einer Ordnungshaft, die gegen ihre Geschäftsführer zu verhängen ist, verurteilt, es zu unterlassen,

von B[REDACTED], M[REDACTED]straße 57, zu ihrem Möbelhaus in S[REDACTED]-G[REDACTED]-M[REDACTED] und zurück Interessenten an Sonntagen kostenlos zu befördern und dafür zu werben.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand

Die Beklagte betreibt in S- -G- -M- , etwa 20 km vom Stadtzentrum B- s entfernt, ein Möbel-einzelhandelsgeschäft mit großen, ebenerdigen Verkaufs-flächen und einem großen Kundenparkplatz. Nach dem Ver-triebssystem und der Werbung der Beklagten soll sich der Kunde die Ware selbst aussuchen, sie entweder selbst mitnehmen oder sie sich gegen Selbstkosten bringen lassen und sie anschließend zu Hause selbst aufbauen. Die Beklagte steht in Wettbewerb sowohl mit den Möbelfachgeschäften in den Städten der Umgebung, insbesondere in B- , aber auch in D- , R- und N- , als auch mit ähnlichen großen Möbelfachgeschäften im ländlichen Bereich. Das Stadtgebiet von B- ist der Mittelpunkt ihres Kundeneinzugsbereiches. Aufgrund der Lage ihres Möbelhauses hat sie kaum Laufkundschaft, sondern im wesentlichen Kunden, die sie mit dem Pkw oder einem Lieferwagen aufsuchen. Die Beklagte unterhält gleich-zeitig in der B- Innenstadt in der M- -straße ein kleines weiteres Möbeleinzelhandelsgeschäft, von dem aus sie seit einiger Zeit an Sonnabenden nach festgelegtem Fahrplan mit Bussen kostenlose Hin- und Rückfahrten direkt zu ihrem Möbelkaufhaus in S- -G- -M- durch-führt. Während der Beförderung der Kunden findet ihnen gegenüber keine Kontaktaufnahme oder sonstige Beeinflussung statt. Es wird auch nicht in G- -M- überprüft, ob der Fahrgast das Möbelkaufhaus der Beklagten betritt und dort Einkäufe tätigt. Nach dem Einkauf kann der Kunde kleinere Gegenstände auch mit dem Bus der Beklagten bis zu deren Ladengeschäft in der Innenstadt mitnehmen. Für ihren kostenlosen Zubringerverkehr wirbt die Beklagte in Bremer Tageszeitungen und Anzeigenblättern innerhalb des Anzeigentextes.

Der Kläger, ein eingetragener Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs, hält den Zubringerverkehr und die Anzeigenwerbung der Beklagten für wettbewerbswidrig, weil es ein übertriebenes Anlocken darstelle und zu einer Verwilderung der Wettbewerbssitten führe.

Mit der Klage begehrt der Kläger die Verurteilung der Beklagten, die kostenlose Beförderung von Interessenten von der B. Innenstadt zu ihrem Möbelhaus in S.-G.-M. an Samstagen und die Werbung dafür zu unterlassen. Hilfsweise begehrt er, der Beklagten die Werbung für diese Kundentransporte, zumindest mit den genannten Formulierungen, zu untersagen. Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die hiergegen gerichtete Berufung war erfolglos. Mit der Revision verfolgt der Kläger seinen Klageantrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt: Die Ankündigung und Gewährung der unentgeltlichen Fahrmöglichkeit an Samstagen zu dem außerhalb des Stadtgebiets B.s gelegenen Möbelkaufhaus der Beklagten seien zum Ausgleich des Standortnachteils dieser Verkaufsstätte sachlich gerechtfertigt. Sie wären nur dann wettbewerbsrechtlich unzulässig, wenn die Beförderung mit einem psychologischen Kaufzwang, einem übertriebenes Anlocken oder einem Zugabe-verstoß verbunden wäre. Dies sei jedoch bei dem hier gegebenen fahrplanmäßigen, anonymen und zeitaufwendigen Kundentransport, der nur an Samstagen durchgeführt werde und bei dem keine Beeinflussung der Teilnehmer stattfände, nicht der Fall.

Die hiergegen gerichtete Revision hat Erfolg.

II. 1. Nach Auffassung des Berufungsgerichts scheidet ein Zugabeverstoß aus, weil die kostenlose Beförderung in dem fahrplanmäßig verkehrenden Autobus der Beklagten nicht vom Abschluß eines Kaufes in dem Möbelkaufhaus der Beklagten in S████-G████-M████ abhängig sei. Die Revision erhebt insoweit keine Rüge; ein Rechtsverstoß ist nicht erkennbar.

2. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts erfolgt die kostenlose Beförderung der Fahrtteilnehmer in den fahrplanmäßig verkehrenden Autobussen der Beklagten anonym; Fahrtteilnehmer, die nichts gekauft haben, fallen auch bei der Rückfahrt im Autobus nicht dadurch auf, daß sie ohne Waren zurückkehren, da oft die gekaufte Ware nicht im Autobus mitgenommen werden kann. Bei diesem Sachverhalt konnte das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß das Vorliegen eines psychologischen Kaufzwangs durch die Gewährung der kostenlosen Fahrtmöglichkeit und die Art der Fahrtdurchführung verneinen; die Revision erhebt auch insoweit keine Rügen.

III. 1. Nach Auffassung des Berufungsgerichts liegt auch kein übermäßiges Anlocken von Kunden vor. Der Vorteil der kostenlosen Beförderung, der - so hat das Berufungsgericht ausgeführt - praktisch nur zur Besichtigung bzw. zum Einkauf von Waren bei der Beklagten sinnvoll genutzt werden könne, sei vielmehr erforderlich, um den Standortnachteil des Möbelkaufhauses der Beklagten auszugleichen; die vorhandene Autobusverbindung der D████-H████-████-Eisenbahn-Gesellschaft mit einer Haltestelle in etwa 150 m Entfernung vom Eingang des Möbelkaufhauses der Beklagten genüge nicht zum Ausgleich des Standortnachteils;

der Autobus der Beklagten sei demgegenüber kostenlos, fahre (an Sonnabenden) öfter und halte unmittelbar am Eingang ihres Möbelkaufhauses und ermögliche die kostenlose Mitnahme kleinerer Möbelstücke nach dem Einkauf. Gleichwohl werde auch dadurch der Standortnachteil der Beklagten noch nicht voll ausgeglichen, so daß auch die Kunden nicht übermäßig angelockt würden, weil sie wegen des erheblichen Zeitaufwands den Weg zum Möbelkaufhaus der Beklagten immer noch eher als einen Nachteil im Vergleich zu dem Weg zu einem im Stadtinneren gelegenen Möbelgeschäft empfänden.

Damit wird das Berufungsgericht den vom erkennenden Senat entwickelten Grundsätzen zur wettbewerbsrechtlichen Beurteilung einer unentgeltlichen Kundenbeförderung nicht voll gerecht.

2. Wie das Berufungsgericht nicht verkannt hat, können Gewährung und Ankündigung kostenloser Fahrmöglichkeiten für Kunden unter dem Gesichtspunkt eines übertriebenen Anlockens durch eine unentgeltliche Leistung und einer unsachlichen Beeinflussung, ohne daß dadurch bereits ein psychologischer Kaufzwang gegeben wäre, wettbewerbswidrig sein (vgl. BGH GRUR 1971, 322, 323 - Lichdi-Center; 1972, 364, 365 - Mehrwert-Fahrten). Eine Wertreklame mit unentgeltlichen Leistungen verstößt zwar nicht grundsätzlich gegen § 1 UWG; an ihre Zulässigkeit sind jedoch im allgemeinen strenge Anforderungen zu stellen (BGHZ 65, 68, 72 - Vorspannangebote; mit weiteren Nachweisen), weil sie, wenn sie den Rahmen reiner Aufmerksamkeitswerbung oder, was hier im Vordergrund steht, den Rahmen eines gerechtfertigten Wettbewerbsbedürfnisses überschreitet, die Gefahr mit sich bringt, daß die angesprochenen Verkehrskreise in ihren

wirtschaftlichen Entschlüssen unsachlich beeinflußt werden. Zur Abgrenzung hat es dabei die Rechtsprechung in erster Linie auf den Anlaß, auf die Person des Gebers und Empfängers, auf den Wert und Zweck der unentgeltlichen Zuwendung sowie auf die Art und Weise ihrer Gewährung abgestellt (vgl. BGH GRUR 1971, 322 - Lichdi-Center; mit weit.Nachw.) und eine unentgeltliche Kundenbeförderung nicht generell, sondern nur nach Maßgabe der Einzelumstände zugelassen, insbesondere wenn danach ein psychologischer Kaufzwang wie auch ein übertriebenes Anlocken durch die unentgeltliche Beförderungsleistung ausschieden (vgl. BGH a.a.O.; ferner BGH GRUR 1972, 364, 365 - Mehrwert-Fahrten). Hierzu bedarf es im Einzelfall einer Abwägung der Interessen der Beteiligten, also einerseits des Interesses des Werben- den an einem Ausgleich seiner Standortnachteile gegenüber den im Stadtzentrum und in erreichbarer Nähe gelegenen Mitbewerbern, andererseits deren berechtigten Interessen, nicht durch das Angebot unentgeltlicher Beförderungs- leistungen von einem eigenständigen Wert ihrer Kunden zu verlieren, und schließlich auch der Interessen der Allge- meinheit, einen ausreichenden Zugang zu allen Warenangeboten zu erhalten, ohne daß dadurch eine allgemeine Wettbewerbs- übersteigerung eintritt (BGH GRUR 1972, 364, 366 - Mehr- wert-Fahrten).

3. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts hat der Zubringerdienst der Beklagten seinen Grund in den Standortnachteilen des Möbelkaufhauses der Beklagten in S-G-M, das etwa 20 km vom Stadtzentrum Bremens entfernt liegt, während andererseits die Beklagte ihren Betrieb ohne das Stadtgebiet von B als Kunden- einzugsbereich nicht wirtschaftlich führen kann. Einen standortbedingten Wettbewerbsnachteil der Beklagten hat das Berufungsgericht darin gesehen, daß die Beklagte von der Laufkundschaft der Innenstadt abgeschnitten sei und ihr

Warenangebot ohne den Zubringerdienst nicht auch die Interessenten erreichen könne, die nicht Selbstfahrer seien oder sein wollten. Hiergegen wendet sich die Revision ohne Erfolg.

Das Berufungsgericht hat nicht verkannt, daß die Errichtung des Möbelkaufhauses auf grüner Wiese mit günstigeren Bodenpreisen als in der Innenstadt, ferner mit hinreichenden Ausdehnungsmöglichkeiten und Parkplätzen, insbesondere im Blick auf das besondere Vertriebssystem der Beklagten, das unter der Werbung "selbst aussuchen, selbst transportieren, selbst aufbauen" steht, auch erhebliche Vorteile bietet. Wenn es gleichwohl in dem Standort etwa 20 km außerhalb des Stadtzentrums von B. Wettbewerbsnachteile gesehen hat, so kann das aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden; auch für ein auf Selbstabholung der angebotenen Möbel ausgerichtetes Unternehmen ist ein ohne längere Anfahrt zu erreichender Standort in der Innenstadt von erheblichem Wettbewerbsvorteil. Das Berufungsgericht konnte auch ohne Rechtsverstoß davon ausgehen, daß das Unternehmen der Beklagten ohne das Stadtgebiet von Bremen als Einzugsbereich nicht wirtschaftlich zu führen sei. Hierfür ist es ohne Bedeutung, ob die Beklagte durch ihren Zubringerdienst noch zusätzliche Kundenkreise aus Bremen - nämlich insbesondere auch nicht-motorisierte Kunden - erfassen will.

4. Das berechnete Interesse der Beklagten, ihre standortbedingten Wettbewerbsnachteile gegenüber ihren Mitbewerbern in der Innenstadt auszugleichen, rechtfertigt jedoch bei dem vorliegenden Sachverhalt nicht die beanstandete unentgeltliche Kundenbeförderung. Wie ausgeführt, sind bei der notwendigen Gesamtwürdigung aller Umstände

auch die Belange der Mitbewerber in der Innenstadt mitzuberechnen. Diese Mitbewerber haben aber ein erhebliches Interesse daran, daß ihnen die Kunden nicht in einem gegenüber jeder Konkurrenzsituation verstärktem Ausmaß abgezogen werden. Das ist aber weitgehend der Fall, wenn gezielt Kunden in der Innenstadt abgeholt und unentgeltlich unmittelbar zu einem Konkurrenzunternehmen befördert werden, zumal dort erfahrungsgemäß dann auch meist von der gebotenen Einkaufsmöglichkeit Gebrauch gemacht wird, ohne erneut einen Warenvergleich mit der Konkurrenz vorzunehmen. Aus diesem Grund ist, um einen übermäßigen Anreiz zur Wahrnehmung solcher Beförderungs- und Einkaufsmöglichkeiten und daraus folgende Beeinträchtigung der Mitbewerber auszuschließen, in der Rechtsprechung verlangt worden, daß der unentgeltlichen Beförderung kein selbständiger, als solcher attraktiver Eigenwert zukommen darf (vgl. BGH GRUR 1971, 322, 323 - Lichdi-Center; 1972, 364, 366 - Mehrwert-Fahrten). Ein solcher wirtschaftlicher Eigenwert der gebotenen unentgeltlichen Fahrmöglichkeit liegt aber nicht nur vor, wenn damit auch andere Zwecke, etwa eine Ausflugsmöglichkeit, verbunden werden können, sondern - was das Berufungsgericht nicht beachtet hat - auch bei einer nicht unerheblichen Kosteneinsparung für die Benutzung eines eigenen Kraftfahrzeugs oder öffentlicher Verkehrsmittel. Das ist - abweichend von den den angeführten Entscheidungen zugrundeliegenden Fällen - hier bei einer Fahrstrecke von insgesamt (Hin- und Rückfahrt) etwa 40 km der Fall. Dementsprechend betont auch die Beklagte in ihrer Werbung die Kostenlosigkeit ihrer neuen Mitmacher-Tour. Damit gehen aber die gebotenen Vorteile über einen angemessenen Ausgleich des Standortnachteils hinaus, wobei weiter zu berücksichtigen ist, daß zwar die Eröffnung von Zugangsmöglichkeiten zu weiteren Angeboten und zu Konkurrenz-

unternehmen im Allgemeininteresse liegt, andererseits aber auch dadurch diesen außerhalb der Innenstadt liegenden Unternehmen nicht ohne weiteres Wettbewerbsmöglichkeiten eröffnet werden können, die der Konkurrenz in der Innenstadt mit meist begrenzten Parkmöglichkeiten nicht zur Verfügung stehen.

Entgegen der Meinung des Berufungsgerichts läßt sich ein übersteigter Wettbewerb durch die unentgeltliche Kundenherbeischaffung auch nicht deshalb verneinen, weil die Stadt B. ohnehin zum Einzugsbereich der Beklagten gehöre und ihr Zubringerdienst, solange sie ihn nur von der Haltestelle vor ihrem in der B. Innenstadt Ladengeschäft aus betreibe, lediglich auf eine Übertragung dieses innerstädtischen Lagevorteils - wie ihn auch die Mehrzahl ihrer Konkurrenten hätten - auf ihr Möbelkaufhaus in S.-G.-M. gerichtet sei. Damit wird das Berufungsgericht dem Umstand nicht hinreichend gerecht, daß die Rechtsprechung gegenüber der Zulässigkeit einer unentgeltlichen Kundenbeförderung vom eigenen Geschäftslokal zu anderen eigenen Ausstellungslagern zurückhaltend ist (vgl. BGH GRUR 1972, 603, 605 - Kunden-Einzelbeförderung) und der Beginn eines Zubringerdienstes am eigenen Geschäftslokal im Stadtzentrum jedenfalls keine Rechtfertigung für den Ausgleich von Wettbewerbsnachteilen des außerhalb der Stadt gelegenen eigenen Kaufhauses dienen kann, vielmehr wettbewerbsrechtliche Bedenken in der Richtung erwecken muß, daß dem innerstädtischen Ladengeschäft dadurch gegenüber der Konkurrenz Wettbewerbsvorteile verschafft werden (vgl. BGH a.a.O.).

Die unentgeltliche Kundenbeförderung durch die Beklagte kann danach nicht mehr als bloßer angemessener Ausgleich standortbedingter Wettbewerbsnachteile angesehen werden,

sie geht vielmehr in ihrer konkreten Gesamtgestaltung - mit einer in der Werbung betonten unentgeltlichen Hin- und Rückbeförderung von Kunden von dem Innenstadtladengeschäft der Beklagten zu ihrem etwa 20 km entfernt liegenden Möbelkaufhaus mit einer kostenlosen Mitnahmemöglichkeit für kleinere Möbelstücke - über das zum Ausgleich der Standortnachteile ihres in S-G-M-gelegenen Möbelkaufhauses hinaus. Zwar bleibt durch den Einsatz fahrplanmäßig verkehrender Autobusse ohne Kontrolle der Fahrgäste deren Anonymität gewahrt, so daß ein psychologischer Kaufzwang ausscheidet. Doch werden die Kunden gleichwohl durch die nach den Gesamtumständen übertriebenen Vorteile dieser unentgeltlichen Kundenbeförderung unsachlich beeinflußt und angelockt, auch wenn dadurch keine Zwangslage hinsichtlich des Kaufentschlusses herbeigeführt wird. Ein solches Vorgehen, durch das sich die Beklagte einen nicht gerechtfertigten Vorteil vor ihren Mitbewerbern verschafft, ist wettbewerbswidrig (§ 1 UWG). Überdies läßt sich die Gefahr einer allgemeinen Nachahmung durch die Konkurrenz und damit einer dem Allgemeininteresse zuwiderlaufenden Wettbewerbsübersteigerung mit der Einrichtung von kostenlosen Zubringerdiensten zu - großen Ausstellungsraum benötigenden und daher außerhalb der Stadtzentren ausgelagerten - Möbelausstellungen und -lagern nicht von der Hand weisen.

IV. Das angefochtene Urteil konnte danach keinen Bestand haben. Da die zur Beurteilung maßgebenden Tatsachen unstreitig bzw. vom Berufungsgericht rechtsfehlerfrei festgestellt worden sind, konnte das Revisionsgericht abschließend entscheiden und unter Abänderung des landgerichtlichen Urteils das beantragte Verbot aussprechen.

Die Beklagte hat gem. § 91 ZPO die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

v. Gamm

Merkel

Piper

Teplitzky

Scholz-Hoppe