

11

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 3

Nachhilfeunterricht

Zur Frage der Irreführung des Verkehrs bei der
Werbung für Nachhilfeunterricht mit der Zusage
"Bei Mißerfolg Geld zurück".

BGH, Urt. v. 2. Februar 1983 - I ZR 191/80 - OLG Hamm
LG Essen

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 191/80

URTEIL

Verkündet am

2. Februar 1983
Mehrhof
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

S [REDACTED], Gesellschaft für Nachhilfeunterricht mbH,
vertreten durch die Geschäftsführer Jürgen B [REDACTED] und
Jürgen C [REDACTED], E [REDACTED]straße [REDACTED], Ge [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Firma I [REDACTED], Institut Peter St [REDACTED], Inhaber Kaufmann
Peter St [REDACTED], K [REDACTED]allee [REDACTED], Es [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 2. Februar 1983
durch die Richter Alff, Dr. Zülch, Dr. Piper,
Dr. Erdmann und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 4. Zivil-
senats des Oberlandesgerichts Hamm vom
7. Oktober 1980 wird auf Kosten der Beklagten
zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte betreibt ein Institut für Nachhilfe-
unterricht. In der W [REDACTED] Allgemeinen Zeitung vom
14.6.1979 warb sie für Kurse zur Vorbereitung auf die
Nachprüfung nicht versetzter Schüler mit folgender Anzeige:

"Bewährte Nachprüfungskurse
bietet die S [REDACTED].
Bei Mißerfolg Geld zurück!"

Die Klägerin, die gleiche Kurse anbietet, hat die
Werbung der Beklagten als wettbewerbswidrig beanstandet:
Mit der Erklärung "Bei Mißerfolg Geld zurück" verspreche
die Beklagte nicht nur Rückerstattung der Kosten für den
Fall des Nichtbestehens des Lehrgangs, sondern erwecke



auch den Eindruck, daß eine Teilnahme am Unterricht mit Sicherheit Erfolg haben werde. Das sei irreführend. Eine nachträgliche Versetzung könne nicht garantiert werden.

Die Klägerin hat beantragt,

der Beklagten zu untersagen, für Nachprüfungskurse mit dem Text

"Bei Mißerfolg Geld zurück!"

zu werben.

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt und dazu vorgetragen: Ihrer Werbung könne nicht entnommen werden, daß bei einem Besuch ihres Kurses der Erfolg garantiert werde. Im Gegenteil habe sie den Fall des Mißerfolgs in ihrer Werbeaussage ausdrücklich erwähnt. Wenn sie daran die Zusage geknüpft habe, bei Nichtbestehen das Entgelt zurückzuzahlen, habe sie damit schwachen Schülern und deren Eltern lediglich das finanzielle Risiko einer Teilnahme am Unterricht abgenommen, aber nicht in Aussicht gestellt, daß die Versetzung auch erreicht werden würde.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß zur Unterlassung verurteilt: Die beanstandete Ankündigung bringe nicht nur eine Rückzahlungszusage zum Ausdruck, sondern auch die irreführende Erklärung einer Erfolgsgarantie. Vom Publikum werde die uneingeschränkt erklärte Bereitschaft der Beklagten zur Rückvergütung im Falle des Mißerfolgs dahin verstanden, daß der Erfolg des Nachhilfeunterrichts gesichert sei und die Rückzahlungszusage deshalb ohne Bedenken abgegeben werden könne. Tatsächlich sei aber die Mißerfolgsquote so hoch, daß eine Garantie für das Bestehen der Nachprüfung nicht übernommen werden könne.

Die Berufung gegen dieses Urteil hat das Oberlandesgericht zurückgewiesen. Dagegen richtet sich die Revision, mit der die Beklagte ihren Antrag auf Klageabweisung weiterverfolgt. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt: Die angegriffene Werbeanzeige sei irreführend (§ 3 UWG). Für einen nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise enthalte die beanstandete Werbung die Ankündigung einer Erfolgsgarantie. Schon vom Wortlaut her suggeriere die Anzeige die Übernahme einer Gewähr. Die Zusage "Bei Mißerfolg Geld zurück" sei das typische Merkmal eines Garantieverprechens und vermittle den Eindruck, daß für den Erfolg eingestanden werde. Dementsprechend sei im Publikum bei Werbetexten dieser Art die Vorstellung weit verbreitet, daß der Werbende einen Mißerfolg der angebotenen Leistung praktisch ausschließe, weil er sich sonst zu einem Rückzahlungsversprechen nicht bereit finden würde. Zwar beziehe sich die angegriffene Werbung auf die Unterrichtung von Schülern, also auf ein Dienstleistungsangebot, für das eine Erfolgsgarantie bekanntlich nicht übernommen werden könne. Gleichwohl sei der Eindruck, der durch das Versprechen zur Rückzahlung des Entgelts im Falle des Mißerfolgs erzielt werde, so nachhaltig, daß zumindest ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Schüler und Eltern das Bestehen der Wiederholungsprüfung für den Fall der Teilnahme an dem angebotenen Kursus als sicher annehmen werde.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

1. Das angefochtene Urteil geht von der Feststellung aus, daß die Werbung der Beklagten bei den angesprochenen Verkehrskreisen den - irreführenden - Eindruck eines sicheren Erfolges erwecke. Vergeblich beruft sich die Revision dieser tatrichterlichen Feststellung gegenüber darauf, daß die beanstandete Werbeanzeige entsprechend ihrem Wortlaut allein das Versprechen der Rückzahlung des Kursgeldes für den Fall des Mißerfolgs enthalte. Maßgebend für die Frage, wie eine Werbeanzeige auf das Publikum wirkt, ist nicht der Wortlaut der Ankündigung, sondern der dadurch hervorgerufene Eindruck, der nach den rechtsfehlerfreien Feststellungen des Berufungsgerichts dahin geht, es werde neben dem Versprechen der Kostenrückerstattung bei negativem Ausgang auch die Gewähr für eine erfolgreiche Nachprüfung geboten. Werbeaussagen, die wie hier für den Fall des Mißerfolgs oder bei Nichtgefallen den Kunden von Kosten freistellen, sind - wie das Berufungsgericht zu Recht ausgeführt hat - für den Werbenden ein typisches Mittel, Nutzen und Erfolg der angebotenen Leistung den Werbeadressaten als sicher hinzustellen. Erfahrungsgemäß wird das Publikum bei einer solchen Werbung der Annahme sein, daß es sich bei der angekündigten Leistung um ein besonders gutes und im Hinblick auf den zu erreichenden Erfolg sicheres Angebot handle, weil es keinem Kaufmann und Institutsinhaber möglich sei, das Risiko der Rückerstattung des Leistungsentgelts, abgesehen von nicht ins Gewicht fallenden Einzelfällen, gegenüber einer Vielzahl von Kunden zu tragen. Bei Werbeaussagen, die für den Fall des Mißerfolgs die Rückzahlung des Entgelts versprechen, wird daher das Publikum bereit sein zu glauben, daß sich der Werbende seines Erfolgs völlig sicher sei und nicht mit einem nennenswerten Mißerfolg rechne. Darüber hinaus ist im Streitfall zu berücksichtigen, daß sich eine Werbung für Nachprüfungskurse an einen Personenkreis - Schüler und Eltern - richtet,

dem es allein darum geht, die Nachprüfung zu bestehen und daß deshalb dieser Personenkreis eine auf das Erreichen dieses Ziels abstellende Werbung unter diesem Gesichtspunkt und nicht unter Kostengesichtspunkten betrachtet.

Dem kann die Revision nicht mit Erfolg entgegenhalten, daß es sich bei den angebotenen Diensten um Unterrichtsleistungen handele, bei denen, wie den angesprochenen Verkehrskreisen bekannt sei, eine Erfolgsgarantie naturgemäß nicht übernommen werden könne. Das Berufungsgericht hat insoweit nicht verkannt, daß ein Teil der Leser die Anzeige im Sinne des Vorbringens der Beklagten versteht. Indessen schließt das nicht aus, daß - wie das Berufungsgericht ferner angenommen hat - ein nicht unerheblicher Teil von Lesern davon ausgeht, der Erfolg des angebotenen Unterrichts sei sicher, weil es Schulungsinstitute mit dafür garantierenden Unterrichtsmethoden gebe. Es ist daher aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht angenommen hat, daß die angegriffene Werbeanzeige zumindest bei einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Interessenten den Eindruck erwecke, daß die Teilnahme am Nachprüfungskurs der Beklagten den Erfolg mit Sicherheit erwarten lasse.

2. Mit Recht hat das Berufungsgericht festgestellt, daß eine Werbung für Nachprüfungskurse, die wie hier den Eindruck eines sicheren Erfolgs erweckt, unrichtig und irreführend ist (§ 3 UWG). Daß für den Erfolg von Dienstleistungen der angebotenen Art eine Garantie nicht übernommen werden kann, stellt auch die Revision nicht in Abrede. Darüber hinaus ist nicht zu bezweifeln, daß die beanstandete Werbung geeignet ist, die angesprochenen Verkehrskreise - Schüler und Eltern - in ihren wirtschaftlichen Entschlüssen zu beeinflussen. Wie erwähnt geht es

diesem Personenkreis allein um das Bestehen der Wiederholungsprüfung. Ein solcher Personenkreis wird sich aber vorwiegend Instituten zuwenden, die - wie hier die Beklagte - den Lehrgangserfolg als sicher hinstellen.

III. Die Revision der Beklagten war danach als unbegründet zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

Alff

Zülch

Piper

Erdmann

Teplitzky