

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

18

UWG § 1

### Handzettelwerbung

Zur Frage der Zulässigkeit einer gezielten Ansprache der Kunden eines Mitbewerbers durch Handzettelwerbung in der Nähe seines Unternehmens.

BGH, Urt. v. 27. Februar 1986 - I ZR 210/83 - OLG Bremen  
LG Bremen

# BUNDESGERICHTSHOF

18

## IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 210/83

### URTEIL

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:  
27. Februar 1986  
Wolf  
Justizangestellte  
als Urkundsbeamter  
der Geschäftsstelle

Firma A [REDACTED] P [REDACTED], Pr [REDACTED] A [REDACTED] GmbH, gesetzlich vertreten  
durch den Geschäftsführer W. J [REDACTED] und K. Sch [REDACTED], L [REDACTED]-  
straße [REDACTED], M [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

Otmar D [REDACTED], K [REDACTED]weg [REDACTED], B [REDACTED],

Beklagten und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Dr. [REDACTED] -

W

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 27. Februar 1986 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Teplitzky und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des  
Hanseatischen Oberlandesgerichts  
in Bremen - 2. Zivilsenat - vom  
8. September 1983 wird auf Kosten  
der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

### Tatbestand

Die Klägerin betreibt jeden Sonntag von 9.00 Uhr bis 13.00 Uhr auf dem Parkplatz des R█████-Centers in B█████-H█████ einen Automarkt, auf dem sie an Interessenten, die ihr Kraftfahrzeug zu verkaufen wünschen, Stellplätze für 25,-- DM vermietet und Kaufinteressenten und Zuschauern den Zutritt gegen eine Eintrittsgebühr von 3,-- DM gestattet.



Der Beklagte betreibt ein Konkurrenzunternehmen, und zwar samstags von 14.00 Uhr bis 18.00 Uhr auf dem mehrere Kilometer vom Gelände der Klägerin entfernten Parkplatz der Firma Ra[REDACTED] in Br[REDACTED]. Seit einiger Zeit verteilt der Beklagte unregelmäßig an Sonntagen zur Zeit des Automarktes der Klägerin an einer etwa 15 m von der Zufahrt zum R[REDACTED]-Center entfernten Verkehrsinsel Werbezettel für seinen Automarkt.

Die Klägerin sieht darin einen Verstoß gegen § 1 UWG, weil es sich um ein gezieltes Abfangen ihrer Kunden in der unmittelbaren Nähe ihres Unternehmens handle. Darüber hinaus schmarotze nach ihrer Meinung der Beklagte an ihrer bundesweit mit erheblichem Aufwand betriebenen Werbung, weil er bei der Verteilung der Werbezettel zumindest zu 50 %, wahrscheinlich aber zu ca. 90 % auf Kunden treffe, die zum Automarkt der Klägerin wollten.

Die Klägerin hat beantragt,

dem Beklagten unter Androhung eines vom Gericht festzusetzenden Zwangsgeldes für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu untersagen, an Sonntagen zwischen 8.30 Uhr und 13.30 Uhr in einer Entfernung von weniger als 200 m Luftlinie vor der Zufahrt oder Abfahrt zum R[REDACTED]-Center in B[REDACTED]-H[REDACTED] Werbematerial für seinen Automarkt zu verteilen.

Der Beklagte ist dem entgegengetreten. Er hat behauptet, nur ca. 60 oder 70 % der Angesprochenen seien Kunden der Klägerin. Er lasse gleiche Werbezetteln auch an anderen Verkehrsbrennpunkten verteilen und betreibe darüber hinaus auch Werbung in erheblichem Umfang unter anderem durch Hinweisplakate an Tankstellen und durch Inserate in den Tageszeitungen. Demgegenüber sei die Werbung der Klägerin für ihr Unternehmen eher dürftig.

Das Landgericht hat nach Vornahme einer Ortsbesichtigung die Klage abgewiesen. Die Berufung der Klägerin ist ohne Erfolg geblieben.

Mit ihrer zugelassenen Revision verfolgt die Klägerin ihren Klageantrag weiter. Der Beklagte beantragt die Zurückweisung der Revision.

#### Entscheidungsgründe

Die Revision bleibt ohne Erfolg.

Das Berufungsgericht hat eine wettbewerbswidrige Behinderung der Klägerin durch die Handzettelverteilung in der Nähe ihres Verkaufsgeländes verneint. Dies begegnet unter den gegebenen Umständen des Falles keinen durchgreifenden rechtlichen Bedenken.

Die Rechtsprechung hat allerdings mehrfach die Verteilung von Handzetteln mit einer Werbung für das eigene Geschäft unmittelbar vor der Verkaufsstelle des Konkurrenten oder in deren engstem räumlichen Bereich als nicht zulässig erachtet, da das gezielte "Abfangen" von Kunden in der Absicht, sie an Stelle des beabsichtigten Kaufes zum Kauf im eigenen Geschäft zu verleiten, als unmittelbare Behinderung des Mitbewerbers mit guten kaufmännischen Sitten nicht vereinbar sei (vgl. BGH, Urt. v. 30.10.1962 - I ZR 128/61, GRUR 1963, 197, 200 re. Sp. = WRP 1963, 50 - Zahnprothesepflegemittel; OLG Koblenz WRP 1974, 283, 285). Den Grund hierfür hat der Bundesgerichtshof darin gesehen, daß bei einer solchen Handzettelwerbung der Werbende sich gewissermaßen zwischen den Kaufinteressenten und den Mitbewerber schiebt, um ersteren noch vor dem Betreten der Verkaufsstätte, also vor dem beabsichtigten Geschäftsabschluß, abzufangen, um ihm eine Änderung seines Kaufentschlusses aufzudrängen (BGH aaO., GRUR S. 201, li.Sp.; vgl. auch BGH, Urt. v. 8.4.1960 - I ZR 24/59, GRUR 1960, 431, 433 li. Sp. = WRP 1960, 155 - Kraftfahrzeugnummernschilder).

Eine solche Fallgestaltung hat das Berufungsgericht hier nicht als gegeben angesehen. Es hat festgestellt, daß die an der Verkaufsveranstaltung der Klägerin interessierten Kunden durch die Handzettel des Beklagten nicht bewogen werden, vom Besuch der Verkaufsveranstaltung der Klägerin Abstand zu nehmen, sondern daß die Handzettelverteilung nur dazu führen kann, diejenigen Kunden, die bei der Klägerin am Tage der Veranstaltung noch nicht zum Zuge kommen, bei dem später zu

wiederholenden Kauf- bzw. Verkaufsversuch für die Beklagte als Kunden zu gewinnen.

Diese Feststellung entspricht dem Sachvortrag auch der Klägerin (GA Bl. 30 f.) und wird demgemäß von der Revision nicht angegriffen. Aus ihr folgt, daß eine Verhinderung des Besuchs der Verkaufsveranstaltung der Klägerin hier nicht erreicht wird. Damit entfällt das entscheidende Merkmal des "Abfangens" (vgl. BGH aaO.). Maßgeblich ist hierfür auch, daß nach den Feststellungen des Berufungsgerichts die Werbung für eine Veranstaltung des Beklagten erfolgt, die unstreitig erst sechs Tage nach der der Klägerin stattfinden soll. Dies beläßt dem Kunden - anders als im Fall Kraftfahrzeugnummernschilder aaO. und insoweit ähnlich wie im Fall Zahnprothesen-Pflegemittel aaO. - die Möglichkeit einer ruhigen, von jeder Übereilung freien vergleichenden Prüfung der beiden Leistungsangebote, so daß auch unter dem Gesichtspunkt einer Verleitung des Kunden zu übereilten, nicht unter wettbewerblichen Leistungsgesichtspunkten gefaßten Entschlüssen (vgl. BGH aaO. Kraftfahrzeugnummernschilder) keine wettbewerbsrechtlichen Bedenken bestehen.

Das Berufungsgericht hat weiter geprüft, ob das Handeln des Beklagten deswegen als sittenwidrig anzusehen sei, weil er mit seiner nur sonntags stattfindenden Handzettelaktion vor dem R-~~Center~~-Center die Anziehungskraft seines Mitbewerbers ausnutze, die ihm erst die kostengünstige konzentrierte Ansprache der gewünschten Zielgruppe ermögliche. Es hat auch diese Frage ohne Rechtsverstoß verneint.

Der Bundesgerichtshof hat bereits ausgeführt, daß die Werbung durch Handzettel vor dem Geschäftslokal des Konkurrenten nicht deshalb mißbilligt wird, weil sie auf das Eindringen in den Kundenkreis eines bestimmten Mitbewerbers abzielt, sondern lediglich wegen der Art und Weise, in der diese Werbung vor sich geht (BGH aaO. - Zahnprothesen-Pflegemittel, GRUR S. 201, li. Sp.). Das Eindringen in den Kundenkreis eines Mitbewerbers ist grundsätzlich nicht unerlaubt; es besteht kein Recht des Mitbewerbers auf Erhaltung seiner Kundschaft, und das Ausspannen von Kunden, auch wenn es zielbewußt und systematisch geschieht, liegt im Wesen des Wettbewerbs (BGH aaO., GRUR S. 200, re. Sp.). Daß die Beklagte sich dabei durch die Wahl des Orts der Werbung Werbeaufwendungen der Klägerin zunutze macht, ist bei dem hier vorliegenden Sachverhalt, bei dem es nicht um ein Abfangen der fremden Kunden vor Betreten des Konkurrenzunternehmens geht, ebenfalls nicht zu beanstanden. Allein der Umstand, daß die Klägerin Mühe und Kosten aufgewandt hat, um Interessenten für ihren privaten Automarkt anzuziehen, macht eine gezielte Werbung bei diesen Interessentenkreisen für eine mehrere Tage später stattfindenden Konkurrenzveranstaltung noch nicht wettbewerbswidrig. Die Aufwendung von Mühe und Kosten gibt für sich genommen keinen Anspruch auf Rechtsschutz gegenüber an und für sich zulässigen Werbemaßnahmen (BGH aaO., GRUR S. 201, re. Sp.).

III. Das Berufungsurteil erweist sich somit als gerechtfertigt. Die Revision ist daher mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzweisen.

v. Gamm

Merkel

Piper

Teplitzky

Mees