b) Für die Feststellung der Verpflichtung zur Leistung von Schadensersatz genügt es, wenn der Eintritt des Schadens wahrscheinlich, d.h. mit einiger Sicherheit zu erwarten ist. Liegt jedoch ein kalkulierbarer Schaden aufgrund einer eher geringfügigen Irreführung fern, muß der Kläger Näheres zu dem behaupteten Schaden vortragen, indem er beispielsweise darlegt, in welchem Umfang die Parteien dieselben Kunden ansprechen und wie sich Werbeaktionen des in Rede stehenden Wettbewerbers üblicherweise auf seine Umsätze auswirken.

BGH, Urteil vom 24. Mai 2000 - I ZR 222/97 - OLG Hamm

LG Hagen

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 24. Mai 2000 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Dr. Bornkamm, Pokrant und Raebel

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 27. Mai 1997 unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als die Klage mit dem Unterlassungsantrag abgewiesen worden ist.

Im Umfang der Aufhebung wird die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Parteien betreiben Einzelhandelsmärkte für Elektroartikel, die Klägerin mit Sitz in Lüdenscheid, die Beklagte mit Sitz in Hagen-Hohenlimburg. Sie stehen miteinander im Wettbewerb. Beide betreiben – u.a. in großformatigen Zeitungsbeilagen – intensiv Werbung für die von ihnen angebotenen Produkte.

Am 12. Dezember 1995 warb die Beklagte in einer – nachstehend auszugsweise wiedergegebenen – Werbebeilage zu den Tageszeitungen "Lüdenscheider Nachrichten" und "Westfälische Rundschau" für eine Hifi-Anlage von Sony zum Preis von 444 DM mit dem hervorgehobenen Hinweis "Preisdifferenz 155.-". Am unteren Rand der Anzeige findet sich der weitere Hinweis: "unverbindliche Preisempfehlungen des Herstellers 699.-". Tatsächlich hatte der Hersteller damals einen Endverkaufspreis von 599 DM empfohlen.

Die Klägerin hat diese Werbung als irreführend beanstandet und die Beklagte auf Unterlassung, Feststellung der Verpflichtung zur Leistung von Schadensersatz und Auskunftserteilung in Anspruch genommen.

Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten. Sie hält das Vorgehen der Klägerin für rechtsmißbräuchlich. Die Klägerin und ihre ebenfalls zum Saturn/Media-Markt-Konzern gehörenden Schwesterunternehmen in Dortmund und Iserlohn gingen regelmäßig in konzertierten Aktionen gegen die Beklagte und ihre

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

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

Schwestergesellschaft in Arnsberg vor, die auf dieselbe Weise wie sie werbe. Wegen der hier beanstandeten Werbung seien gegen sie und ihre Schwestergesellschaft mindestens vier einstweilige Verfügungen beantragt und fünf Klagen erhoben worden.

Das Landgericht hat der Klage im wesentlichen stattgegeben; es hat lediglich die Feststellung der Schadensersatzverpflichtung und die Verurteilung zur Auskunftserteilung auf die konkrete Verletzungsform beschränkt. Auf die Berufung der Beklagten hat das Oberlandesgericht die Klage abgewiesen.

Hiergegen richtet sich die Revision der Klägerin, mit der sie ihre Klageanträge in dem vom Landgericht zugesprochenen Umfang weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat angenommen, daß die beanstandete Werbung unrichtig und damit im Sinne von § 3 UWG irreführend sei. Gleichwohl stehe der Klägerin kein Unterlassungsanspruch zu, weil die Werbung nicht geeignet sei, den Wettbewerb auf dem hier in Rede stehenden Markt wesentlich zu beeinflussen (§ 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG). Der Streitfall zeichne sich dadurch aus, daß sowohl die Preisangabe als auch die Angabe über die Preisersparnis im Verhältnis zur Herstellerpreisempfehlung zutreffend seien. Lediglich der empfohlene Preis sei falsch angegeben. Es könnten daher nur die Kunden irregeführt werden, die den empfohlenen Preis für richtig, die angegebene Preisdifferenz dagegen für zu

niedrig hielten. Die verbleibende Gefahr der Irreführung sei derart gering, daß sie keine nennenswerten Auswirkungen auf die Kaufentscheidung der Kunden habe.

Auch wenn der Klägerin aus diesen Gründen kein Unterlassungsanspruch zustehe, könne ihr doch grundsätzlich ein Schaden entstanden sein, den ihr die Beklagte zu ersetzen habe. Die Klägerin habe es jedoch versäumt, detailliert darzulegen, in welcher Hinsicht sie trotz des minimalen Irreführungspotentials der in Rede stehenden Werbung geschädigt sei. Daher seien auch ein Schadensersatzanspruch sowie ein der Geltendmachung eines solchen Anspruchs dienender Auskunftsanspruch zu verneinen.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben teilweise Erfolg. Sie führen hinsichtlich des Unterlassungsantrags zur Aufhebung und Zurückverweisung. Im übrigen ist die Revision nicht begründet.

1. Zum Unterlassungsantrag:

a) Die Revision rügt mit Erfolg, daß das Berufungsgericht einen Anspruch der Klägerin aus § 3 UWG als unmittelbar betroffene Wettbewerberin nicht geprüft hat, sondern offenbar davon ausgegangen ist, die Sachbefugnis der Klägerin könne sich nur aus § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG ergeben. Den getroffenen Feststellungen sowie dem unstreitigen Parteivorbringen läßt sich indessen entnehmen, daß die Parteien auf dem relevanten räumlichen und sachlichen Markt im Wettbewerb zueinander stehen. Was den sachlichen Markt angeht, ergibt sich dies bereits daraus, daß die Parteien Waren gleicher Art anbieten. Hinsichtlich des räumlichen Marktes entspricht es der Lebenserfahrung, daß der Einzugsbereich von am Stadtrand angesiedelten Verbrauchermärkten der hier in Rede stehenden Art deutlich über die jeweiligen Stadtgrenzen hinausreicht. Im Hinblick auf die räumli-

che Nähe der beiden Standorte ist daher davon auszugehen, daß sich die Einzugsbereiche der beiden Märkte in Hagen-Hohenlimburg und Lüdenscheid jedenfalls teilweise überdecken. Diese Annahme wird dadurch bekräftigt, daß die im Streitfall beanstandete Anzeige, mit der die Beklagte und ihre Schwestergesellschaft für ihre Verkaufsstätten in Hagen-Hohenlimburg und Arnsberg werben, u.a. auch in den "Lüdenscheider Nachrichten" erschienen ist.

Ist die Klägerin somit eine konkrete Wettbewerberin der Beklagten, ergibt sich ihre Sachbefugnis unmittelbar aus der verletzten Norm, ohne daß es eines Rückgriffs auf § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG bedürfte. Als unmittelbar betroffener Mitbewerber ist grundsätzlich derjenige anzusehen, der zu dem Verletzer (oder dem von diesem Geförderten) in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis steht. Mit diesem im Gesetz nicht ausdrücklich genannten Erfordernis wird das u.a. in den §§ 1 und 3 UWG vorausgesetzte Tatbestandsmerkmal des Handelns zu Zwecken des Wettbewerbs im Blick auf die Klagebefugnis umschrieben. An diesem schon bisher in der Rechtsprechung vertretenen Verständnis hat sich durch die UWG-Novelle 1994 – wie der Senat in mehreren nach dem Erlaß des Berufungsurteils ergangenen Entscheidungen klargestellt hat – nichts geändert (vgl. BGH, Urt. v. 5.3.1998 – I ZR 229/95, GRUR 1998, 1039, 1040 = WRP 1998, 973 – Fotovergrößerungen; Urt. v. 23.4.1998 – I ZR 2/96, GRUR 1999, 69, 70 = WRP 1998, 1065
– Preisvergleichsliste II; Urt. v. 22.4.1999 – I ZR 159/96, GRUR 1999, 1007 = WRP 1999, 915 – Vitalkost).

b) Die Abweisung der Klage mit dem Unterlassungsantrag erweist sich nicht aus anderen Gründen als zutreffend (§ 563 ZPO). Mit Recht sind Landgericht und Berufungsgericht davon ausgegangen, daß die beanstandete Werbung nach § 3 UWG irreführend ist.

Die Beklagte hat eingeräumt, daß die in der beanstandeten Werbung angegebene Herstellerpreisempfehlung unrichtig, d.h. um 100 DM zu hoch, war. Die Revisionserwiderung stellt jedoch darauf ab, daß gerade der flüchtige Verbraucher den – gegenüber den anderen Angaben zurücktretenden – Vermerk über die Herstellerpreisempfehlung gar nicht bemerke und sich allein an dem zutreffend wiedergegebenen Preis von 444 DM und an der ebenfalls richtigen Preisdifferenz von 155 DM orientiere. Hierauf kommt es indessen nicht entscheidend an. Die Beklagte hat den fraglichen Hinweis in die Anzeige aufgenommen, um den von ihr geforderten Preis als besonders günstig darzustellen und dem Interessenten den Eindruck zu vermitteln, daß ihm mit dem angebotenen Gerät ein besonders günstiges Angebot unterbreitet wird. Sie hat sich von dieser Angabe einen Vorteil versprochen; hieran muß sie sich festhalten lassen. Für eine falsche Angabe zu einer solchen leicht nachprüfbaren, objektiven Tatsache gibt es keinen vernünftigen Grund. Sie mag auf einem Versehen beruhen und in Ausnahmefällen sogar vom Werbenden nicht verschuldet sein. Zu rechtfertigen ist sie dagegen nicht. Hierbei kommt es nicht maßgeblich darauf an, daß einerseits der flüchtige Verkehr – wie die Revisionserwiderung einwendet – diese Angabe überhaupt nicht wahrnimmt und daß andererseits besonders aufmerksame Leser die Widersprüchlichkeit der Preisangaben erkennen mögen. Denn es verbleibt ein nicht zu vernachlässigender Teil des Verkehrs, der die fragliche Angabe zur Kenntnis nimmt und – ohne die Unstimmigkeit zur angegebenen Preisdifferenz zu bemerken – davon ausgeht, daß das angebotene Gerät üblicherweise fast 700 DM kostet. Im Streitfall deutet zwar nichts darauf hin, daß die Beklagte absichtlich eine falsche Preisangabe in ihre Anzeige aufgenommen hat. Das Irreführungsverbot muß aber in der Lage sein, auch die durch nichts zu rechtfertigende, dreiste Lüge zu erfassen, selbst wenn sie sich im äußeren Erscheinungsbild von der irrtümlichen Falschangabe nicht unterscheidet.

Die Fehlvorstellung, der ein maßgeblicher Teil der Verbraucher unterliegt, ist für die Kaufentscheidung relevant. Dies bedarf im Hinblick auf die Bedeutung des Preises als Wettbewerbsparameter im Streitfall, in dem die Herstellerpreisempfehlung in Wirklichkeit um 100 DM niedriger ist als in der Anzeige angegeben, keiner weiteren Erörterung.

c) Der Senat ist nicht in der Lage, der Klage mit dem Unterlassungsantrag stattzugeben; denn die Sache ist noch nicht zur Entscheidung reif (§ 565 Abs. 3 Nr. 1 ZPO).

Mit Recht weist die Revisionserwiderung darauf hin, daß sowohl das Landgericht als auch das Berufungsgericht sich bislang nicht mit dem von der Beklagten erhobenen Einwand des Rechtsmißbrauchs auseinandergesetzt haben. Der Senat hat am 6. April 2000 in mehreren Verfahren, in denen andere Gesellschaften aus dem Saturn/Media-Markt-Konzern als Kläger aufgetreten waren, entschieden, daß die Klagebefugnis, die im Interesse einer effizienten Verfolgung von Wettbewerbsverstößen einer Vielzahl von Anspruchsberechtigten zusteht, nicht zur Verfolgung sachfremder Ziele, insbesondere nicht dazu mißbraucht werden darf, den Gegner durch möglichst hohe Prozeßkosten zu belasten. Anhaltspunkte für eine mißbräuchliche Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs können sich danach aus verschiedenen prozessualen Situationen ergeben: So stellt es einen Hinweis auf ein mißbräuchliches Vorgehen dar, wenn ein Anspruchsberechtigter ohne Not neben dem Verfahren der einstweiligen Verfügung gleichzeitig ein Hauptsacheverfahren anstrengt, ohne abzuwarten, ob die beantragte Verfügung erlassen wird und der Gegner diese als endgültige Regelung akzeptiert. Ein Mißbrauch kann ferner naheliegen, wenn konzernmäßig verbundene Unternehmen, die von demselben Rechtsanwalt vertreten werden, nicht gemeinsam klagen, sondern ohne vernünftigen Grund getrennte Verfahren anstren-

gen oder wenn mehrere für einen Verstoß verantwortliche Personen oder Gesellschaften jeweils gesondert in Anspruch genommen werden mit der Folge, daß sich die von der unterliegenden Partei zu tragenden Kosten nahezu verdoppeln (BGH, Urt. v. 6.4.2000 – I ZR 76/98, Umdruck S. 9 f. – Mißbräuchliche Mehrfachverfolgung, zur Veröffentlichung in BGHZ vorgesehen; Urt. v. 6.4.2000 – I ZR 67/98, Umdruck S. 7 f. – Neu in Bielefeld I; Urt. v. 6.4.2000 – I ZR 114/98, Umdruck S. 8 f. – Neu in Bielefeld II).

Im Streitfall hat die Beklagte im einzelnen vorgetragen, daß sie und ihre mit ihr gemeinsam werbende Schwestergesellschaft in Arnsberg wegen der hier in Rede stehenden Werbung mehrfach in Anspruch genommen worden seien, und zwar nach von drei verschiedenen Konzernunternehmen ausgesprochenen zeitgleichen Abmahnungen durch mehrere Verfügungs- und mehrere Hauptsacheverfahren. Ob im Streitfall ein rechtsmißbräuchliches Verhalten i.S. von § 13 Abs. 5 UWG anzunehmen ist, kann aufgrund der bislang getroffenen Feststellungen nicht beantwortet werden. So ist offen, ob die Klägerin des vorliegenden Verfahrens parallel zur Hauptsacheklage eine einstweilige Verfügung beantragt und ob sie gegebenenfalls – wie sie geltend macht – mit der Hauptsacheklage gewartet hat, bis deutlich war, daß die Beklagte die einstweilige Verfügung nicht als endgültige Regelung akzeptieren würde. Auch im übrigen wird die Klägerin im wiedereröffneten Berufungsverfahren Gelegenheit haben, Gründe dafür anzuführen, weshalb sie und ihre Schwestergesellschaften in der von der Beklagten beschriebenen Weise vorgegangen sind.

Da der Rechtsmißbrauch nach § 13 Abs. 5 UWG zur Unzulässigkeit der Klage führt (vgl. BGH, Urt. v. 10.12.1998 – I ZR 141/96, GRUR 1999, 509, 510 = WRP 1999, 421 – Vorratslücken, m.w.N.), sind seine Voraussetzungen auch in der Revisionsinstanz von Amts wegen zu prüfen. Die noch offenen tatsächlichen

Fragen werden jedoch zweckmäßigerweise (vgl. BGH, Urt. v. 19.5.1988 – I ZR 52/86, GRUR 1988, 918, 919 = WRP 1988, 662 – Wettbewerbsverein III; Urt. v. 30.4.1997 – I ZR 30/95, GRUR 1997, 934 = WRP 1997, 1179 – 50 % Sonder-AfA, m.w.N.) vom Berufungsgericht geklärt, an das die Sache insoweit zurückzuverweisen ist.

2. Zu den Schadensersatz- und Auskunftsanträgen:

Ohne Erfolg wendet sich die Revision dagegen, daß das Berufungsgericht Schadensersatz- und Auskunftsansprüche der Klägerin verneint hat.

Für die Feststellung einer Schadensersatzpflicht fehlt es vorliegend an der erforderlichen Wahrscheinlichkeit eines Schadens. Grundsätzlich werden zwar in der Rechtsprechung insoweit keine hohen Anforderungen gestellt; es genügt, daß nach der Lebenserfahrung der Eintritt des Schadens in der Zukunft mit einiger Sicherheit zu erwarten ist (BGH, Urt. v. 19.11.1971 – I ZR 72/70, GRUR 1972, 180, 183 = WRP 1972, 309 – Chéri), ohne daß es hierfür einer hohen Wahrscheinlichkeit bedarf (vgl. BGH, Urt. v. 5.7.1984 – I ZR 88/82, GRUR 1984, 741, 742 – PATENTED; Urt. v. 20.6.1991 – I ZR 277/89, GRUR 1992, 61, 63 = WRP 1991, 654 – Preisvergleichsliste I; BGHZ 130, 205, 220 f. – Feuer, Eis & Dynamit I). Das entbindet die Klägerin jedoch nicht von jeglicher Darlegung. Der Hinweis auf das Weihnachtsgeschäft, in dem ein Drittel der Jahresumsätze erzielt werde, genügt nicht. Vielmehr hätte es des Vortrags dazu bedurft, in welchem Umfang die Parteien dieselben Kunden ansprechen und in welcher Weise sich Werbeaktionen der Beklagten üblicherweise auf ihre Umsätze auswirken. Unabhängig davon, daß jede irreführende Angabe eines Wettbewerbers die Konkurrenten benachteiligt, ist bei dem hier in Rede stehenden Wettbewerbsverstoß ein kalkulierbarer Schaden von vornherein so fernliegend, daß es der näheren Darlegung der Umstände

bedurft hätte, die gleichwohl einen Schadenseintritt als wahrscheinlich erscheinen lassen (vgl. BGH, Urt. v. 6.4.2000 – I ZR 114/98, Umdruck S. 13 – Neu in Bielefeld II; Urt. v. 29.6.2000 – I ZR 29/98, Umdruck S. 20 f. – Filialleiterfehler).

Steht der Klägerin ein Schadensersatzanspruch nicht zu, entfällt auch der Anspruch auf Auskunftserteilung.

III. Danach ist die Revision zurückzuweisen, soweit sie sich gegen die Abweisung der Klage mit den auf Feststellung der Schadensersatzpflicht und auf Auskunftserteilung gerichteten Anträgen wendet. Hinsichtlich des Unterlassungsantrags ist die Sache an das Berufungsgericht zurückzuverweisen, dem auch die Entscheidung über die Kosten der Revision zu übertragen ist.

Erdmann v. Ungern-Sternberg Bornkamm

Pokrant

RiBGH Raebel ist infolge Urlaubs an der Unterschriftsleistung verhindert.
Erdmann