

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

14

UWG §§ 1, 3

Verkaufsfahrten

- a) Es ist eine Frage des Einzelfalles, ob Ausflugsfahrten, die zugleich dem Warenabsatz an die Fahrtteilnehmer im Rahmen einer unterwegs stattfindenden Verkaufsveranstaltung dienen (Verkaufsfahrten), bzw. die Werbung für solche Fahrten, wettbewerbswidrig sind.
- b) Bei der Werbung für Verkaufsfahrten sind strenge Anforderungen an die Art und Weise zu stellen, in der der Verkaufscharakter der Fahrt und ihre Einzelumstände (etwa Zeitpunkt und Dauer der Verkaufsveranstaltung sowie deren etwaiges Stattfinden außerhalb des herausgestellten Zielortes) verdeutlicht werden. Notwendig ist danach ein eindeutiger und unmißverständlicher und insbesondere auch für den flüchtigen Betrachter unübersehbarer Hinweis darauf, daß es sich um eine Verkaufsfahrt handelt und daß die Teilnahme an der stattfindenden Verkaufsveranstaltung freiwillig ist.
- c) Werden bei Verkaufsfahrten die Vorteile der beworbenen Fahrt blickfangmäßig herausgestellt, so muß auch regelmäßig deren Charakter als Verkaufsfahrt blickfangmäßig verdeutlicht werden.

BGH, Urt. v. 10. Oktober 1985 - I ZR 240/83 - OLG Braunschweig
LG Braunschweig

BUNDESGERICHTSHOF

114

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 240/83

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
10. Oktober 1985
Wolf
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

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

Klägers und Revisionsklägers,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

die Firma Reisedienst B[REDACTED], Inhaber Ferdinand B[REDACTED]-
[REDACTED], A[REDACTED] Straße [REDACTED], G[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 10. Oktober 1985 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Piper, Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky und Dr. Scholz-Hoppe

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Braunschweig vom 11. November 1983 einschließlich des Kostenauspruchs insoweit aufgehoben, als es zum Nachteil des Klägers erkannt hat.

Auf die Berufung des Klägers wird das Schlußurteil der 9. Zivilkammer des Landgerichts Braunschweig vom 11. Januar 1983 teilweise, nämlich soweit es zulasten des Klägers erkannt hat, abgeändert.

Die Beklagte wird unter Androhung eines vom Gericht für jeden Fall einer zukünftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM verurteilt, es zu unterlassen, zu Wettbewerbszwecken Omnibusfahrten wie in den nachfolgenden Werbeanzeigen gekennzeichnet anzukündigen und durchzuführen:



14



Die Kosten der Vorinstanzen, soweit sie nicht schon nach dem Berufungsurteil die Beklagte treffen, sowie die Kosten des Revisionsverfahrens werden der Beklagten auferlegt.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger ist eine eingetragene Vereinigung von Gewerbetreibenden und Verbänden von Gewerbetreibenden, die gemäß ihrer Satzung Wettbewerbsverstöße bekämpft. Die Beklagte betreibt ein Omnibusunternehmen mit Reisedienst. Sie führt u.a. in Zusammenarbeit mit verschiedenen Vertriebsfirmen Ausflugsfahrten aus, in deren Verlauf Warenverkaufsveranstaltungen dieser Firmen stattfinden.

Mehrere dieser Fahrten führte die Beklagte in Zusammenarbeit mit den Vertriebsfirmen Consumenta und Garant durch, nachdem sie dafür auf Veranlassung dieser Firmen in der Goslarschen Zeitung geworben hatte.

Der Kläger hat die Ankündigung und Durchführung dieser Fahrten als wettbewerbswidrig im Sinne der §§ 1 und 3 UWG angesehen und Klage auf Unterlassung erhoben.

Soweit der Streit Fahrten in Zusammenarbeit mit der Firma C [REDACTED] betraf, ist er nicht Gegenstand des Revisionsverfahrens.

Die von der Firma Garant veranlaßten Werbeanzeigen der Beklagten waren wie folgt gestaltet:

die Beklagte unter Androhung eines vom Gericht für jeden Fall einer zukünftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes zu verurteilen, es zu unterlassen,

zu Wettbewerbszwecken blickfangmäßig herausgestellt eine Omnibusfahrt nach Bad Hersfeld zum Preise von 21,90 DM und Omnibusfahrten nach Wille/Badessen sowie nach Bad Salzuflen zum Preise von 21,-- DM anzukündigen und durchzuführen, wenn bei den Fahrten nach Bad Hersfeld und Wille/Badessen in diesen Preisen außer der Busfahrt ein Mittagessen und ein Lebensmittelpaket im Werte von 6,90 DM und bei der Fahrt nach Bad Salzuflen ein Lebensmittelpaket im Werte von 7,50 DM, ein Frotteehandtuch im Werte von 4,20 DM und ein Mittagessen enthalten sind und lediglich im laufenden Text der Hinweis erfolgt: "Unterwegs Teilnahmeöglichkeit an einer Verkaufsveranstaltung der Firma GARANT GmbH, Bremen".

Die Beklagte ist dem mit den Behauptungen entgegengetreten, der Charakter der Fahrten als Busfahrten mit Verkaufsveranstaltungen sei aus den Anzeigen mit hinreichender Deutlichkeit zu entnehmen und die verlangten Preise seien kostendeckend kalkuliert.

Das Landgericht hat die Klage, soweit Gegenstand des Revisionsverfahrens, abgewiesen; das Berufungsgericht hat die Berufung des Klägers zurückgewiesen (und zugleich über den

nicht in die Revision gelangten Streitteil abschließend zum Nachteil der Beklagten entschieden).

Mit der zugelassenen Revision verfolgt der Kläger den abgewiesenen Teil seiner Klage weiter. Die Beklagte beantragt die Zurückweisung des Rechtsmittels.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt:

Ein Unterlassungsanspruch des Klägers ergebe sich unter keinem der in Betracht kommenden rechtlichen Gesichtspunkte (§§ 1, 3 UWG: übertriebenes Anlocken, psychologischer Kaufzwang, Irreführung/unzulässige Blickfangwerbung).

1. Das den an Bus-Tagesausflügen interessierten Personen von der Firma Garant angebotene "Vorteilsbündel" (Tagesfahrt, Mittagessen/Lebensmittelpaket oder Frotteehandtuch/Lebensmittelpaket) habe unter Berücksichtigung des verlangten Preises sowie der auf der Fahrt gegebenen Kontaktmöglichkeit zwischen Fahrtteilnehmern und der Firma Garant das bei übertriebenem Anlocken maßgebliche "Übermaßverbot" noch nicht verletzt und erscheine dementsprechend wettbewerbsrechtlich noch hinnehmbar. Würden von den verlangten Fahrpreisen die in den Anzeigen aufgeführten und für das Publikum maßgeblichen Beträge für die Sachleistungen abgesetzt, so verblieben reine Bus-Fahrtkosten von 8,-- bis 10,-- DM. Dies erscheine zwar im Verhältnis zu den "normalen" Ausflugsfahrten sicherlich als günstig, könne aber im Hinblick auf die aus der Sicht

touristisch interessierter Fahrtteilnehmer wertmindernd wirkende Fahrtunterbrechung durch die Verkaufsveranstaltung nicht als übertriebenes Anlocken beurteilt werden.

Durch die Gestaltung des Fahrtablaufs, wie sie sich aus der Beweisaufnahme ergeben habe, trete zwar eine verhältnismäßig starke Verstrickung der Fahrtteilnehmer in die Verkaufssituation ein. Auch sei zu berücksichtigen, daß sich das Gros der Fahrtteilnehmer unstreitig überwiegend aus solchen Personen zusammensetze (ältere Leute, Hausfrauen), bei denen Unsicherheit, was man denn sonst wohl anfangen könne und ob man auch rechtzeitig wieder zurück sein werde, im Vergleich zu anderen Bevölkerungskreisen in der Regel überdurchschnittlich vorhanden sei. Gleichwohl erscheine aber die vom Kläger beanstandete Werbung als noch hinnehmbar.

2. Auch unter dem Gesichtspunkt des psychologischen Kaufzwangs seien die Fahrten der Beklagten jedenfalls im Ergebnis nicht zu beanstanden. Ein grobes, zu Dankbarkeitsgefühlen der Fahrtteilnehmer Anlaß gebendes Mißverhältnis zwischen Fahrpreis und Gebotem bestehe nicht. Zwar sei zu berücksichtigen, daß eine nicht unerhebliche Zahl von Fahrtteilnehmern einem Personenkreis angehörten, der eher als der Durchschnitt geneigt sei, in Kaufentscheidungen Dankbarkeitsgefühle einfließen zu lassen. Solche Personen, die mit jeder Mark rechnen müßten, würden aber nicht jeden, sondern nur einen gewichtigen Vorteil zum Anlaß nehmen, teure Gegenstände oder auch nur sogenannte Kleinartikel für ca. 20,-- DM zu erwerben. Außerdem biete auch der Fahrtverlauf bis zu der bereits am Vormittag stattfindenden Verkaufsveranstaltung noch wenig Anlaß für Dankbarkeitsgefühle.

3. Auch eine Irreführung oder unzulässige Blickfangwerbung müsse - jedenfalls im Ergebnis - verneint werden.

Zwar sei zu verlangen, daß der angesprochene Kunde der Werbung bereits unmißverständlich und unübersehbar entnehmen könne, daß mit der Fahrt eine Werbeveranstaltung verbunden sei. In druckgraphischer Hinsicht und von der äußeren Aufmachung her genügten die Anzeigen im vorliegenden Fall im Grunde - was schon das Landgericht näher ausgeführt habe - den Deutlichkeitsanforderungen. Zweifelhaft erscheine allerdings, ob die von der Firma GA [REDACTED] gegebenen Hinweise ("Unterwegs Teilnahmemöglichkeit an einer Verkaufsveranstaltung der Firma GA [REDACTED] GmbH, [REDACTED] B [REDACTED], Postfach [REDACTED] [REDACTED]") inhaltlich hinlänglich aussagekräftig seien. Wer keine Erfahrungen mit solchen Fahrten habe, werde durch diesen Text nicht umfassend aufgeklärt.

Bei Abwägung aller Gesichtspunkte schöpften die Anzeigen der Beklagten den Bereich des noch Zulässigen zwar voll aus; im Hinblick darauf, daß die Verkaufsveranstaltung nach Gewicht und Zeitdauer insgesamt doch hinter dem touristischen Gehalt der Ausflugsfahrten zurückstehe, werde diese Grenze hier aber noch nicht überschritten.

Aus demselben Grunde entfalle auch eine irreführende Blickfangwerbung: Der Fahrtteilnehmer werde durch die herausgestellten Fahrtzielangaben und Sachleistungsangebote nicht irregeführt, weil diese Angaben letztlich zutreffend seien.

II. Die hiergegen gerichtete Revision des Klägers hat Erfolg.

1. Das Berufungsgericht ist davon ausgegangen, daß Ausflugsfahrten, die zugleich dem Warenabsatz an die Fahrtteilnehmer im Rahmen einer unterwegs stattfindenden Verkaufsveranstaltung dienen - im folgenden vereinfachend "Verkaufsfahrten" genannt - nicht generell und grundsätzlich gegen § 1 UWG verstoßen, vielmehr die Frage, ob sie - bzw. die Werbung für sie - unzulässig sind, allein von den Umständen des Einzelfalles abhängt. Dies läßt keinen Rechtsfehler erkennen und entspricht auch der in der OLG-Rechtsprechung und Literatur herrschenden Meinung (vgl. OLG Hamburg WRP 1981, 533; Celle GRUR 1982, 687; Stuttgart WRP 1983, 582 und 1984, 298; Bamberg WRP 1985, 344; ferner Baumbach-Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 14. Aufl., § 1 UWG RZ 90 m.w.N. sowie die Übersicht bei Beckers, WRP 1981, 182, der selbst allerdings eine abweichende Meinung vertritt).

2. Mit seiner Einzelfallwürdigung ist das Berufungsgericht jedoch nicht den strengen Anforderungen gerecht geworden, die an die Werbung für Verkaufsfahrten - die Art und Weise ihrer Durchführung ist nicht Gegenstand des Klageantrags - zu stellen sind.

a) Bei Verkaufsfahrten sind die Teilnehmer in besonderem Maße den Werbeeinflüssen des Veranstalters ausgesetzt; die praktisch kaum abzubrechende Fahrt in Bussen, die Fahrgemeinschaft und die gewissermaßen dominierende Rolle des Reiseleiters machen die Teilnehmer beeinflußbar. Dies gewinnt besondere Bedeutung im Hinblick auf den mit Fahrten der hier in Frage stehenden Art vorwiegend angesprochenen Verkehrskreis. Das Gros der Fahrtteilnehmer sind - wie das Berufungsgericht im Einklang mit der Lebenserfahrung festgestellt hat

- Hausfrauen und ältere Menschen, denen es im allgemeinen eher möglich sein wird, an ganztägigen Ausflugsfahrten auch werktags teilzunehmen. Solche Personen sind - wie das Berufungsgericht gleichfalls ohne Rechtsverstoß festgestellt hat - nur schwer in der Lage, sich der eigentlichen Verkaufsveranstaltung zu entziehen; sie sind im allgemeinen auch - bedingt durch Alter und/oder geschäftliche Unerfahrenheit - Irreführungsgefahren in stärkerem Maße ausgesetzt als der Durchschnitt der erwachsenen Gesamtbevölkerung.

Diese Besonderheiten lassen es geboten erscheinen, strenge Anforderungen an die Art und Weise zu stellen, in der in der Werbung der Charakter der Verkaufsfahrt und ihre Einzelumstände zur Vermeidung einer Irreführung verdeutlicht werden müssen (vgl. BGH, Urt. v. 23. März 1962 - I ZR 138/60, GRUR 1962, 461, 464 ff. = WRP 1962, 233 - Film-Werbeveranstaltung). Notwendig ist danach ein eindeutiger, unmißverständlicher und insbesondere auch für den flüchtigen Betrachter unübersehbarer Hinweis darauf, daß es sich um eine Verkaufsfahrt handelt.

b) Diesen Anforderungen genügt die Werbung der Beklagten im vorliegenden Fall nicht.

aa) Dazu bedarf es allerdings keines Eingehens auf die vom Berufungsgericht erörterte Frage, ob der Hinweis in den Anzeigen auf die "unterwegs" gegebene "Teilnahmemöglichkeit" an einer Verkaufsveranstaltung inhaltlich hinlänglich aussagekräftig über den Ablauf der hier angebotenen Fahrt ist, insbesondere über die vom Zielort abweichenden Orte der Verkaufsveranstaltungen und über die Art der Beeinflussungen der Teilnehmer während der Fahrt; denn die konkreten Fahrt-

verläufe sowie die Orte und Durchführungsweisen der Verkaufsveranstaltungen sind nicht Gegenstand des Klageantrags.

bb) Das Berufungsgericht hat jedoch bei seiner Beurteilung der Frage, ob der Hinweis der Beklagten auf den Charakter der Verkaufsfahrt hinreichend deutlich angebracht ist, zu großzügige - den Besonderheiten des konkreten Falles nicht hinreichend Rechnung tragende - Maßstäbe angelegt und die in der Rechtsprechung entwickelten Grundsätze zur Irreführung durch Blickfangwerbung nicht hinreichend beachtet. Nach letzteren ist von dem Erfahrungssatz auszugehen, daß Werbeankündigungen nur selten aufmerksam gelesen, vielmehr vom Durchschnittspublikum in der Regel nur oberflächlich nach ihrem Gesamteindruck, insbesondere nach dem sogenannten Blickfang beurteilt werden, und daß unauffällig angebrachte Hinweise daher in der Regel ungeeignet sind, einen durch den Blickfang vermittelten unrichtigen Eindruck zu korrigieren (BGH, Urt. v. 10.3.1971 - I ZR 73/69, GRUR 1971, 516 = WRP 1971, 264 - Brockhaus-Enzyklopädie; Urt. v. 2.11.1973 - I ZR 111/72, GRUR 1974, 729, 731 = WRP 1974, 200 - Sweepstake).

Im vorliegenden Fall werden - was das Revisionsgericht den vorgelegten Anzeigentexten selbst entnehmen kann - jeweils in erster Linie die Fahrtziele blickfangmäßig herausgestellt, und zwar in Verbindung mit gleichfalls hervorgehobenen Fahrtcharakterisierungen wie "Omnibus-Bäderfahrt", "Omnibusfahrt ins Fuldataler Bergland" und "Frühlings-Omnibusfahrt". Ebenfalls blickfangmäßig - durch stärkeren Druck und vor die Zeilenanfänge gesetzte verstärkende Punkte - werden die jeweiligen Leistungen der Veranstalter und - dies

auch durch räumliche Anordnung - der im Verhältnis dazu niedrige Gesamtpreis hervorgehoben. Außerdem wird der so blickfangmäßig herausgestellte vorteilhafte Charakter der Fahrten durch lockende Abbildungen weiter betont.

Bei dieser Art der blickfangmäßigen Herausstellung der für den Teilnehmer vorteilhaften Seiten der "Ausflugsfahrt" wäre dem Erfordernis der Unübersehbarkeit eines klarstellenden Hinweises nur genügt, wenn auch dieser in ähnlicher Weise blickfangmäßig - insbesondere durch Größe der Buchstaben, Fettdruck, Gestaltung und/oder durch räumliche Anordnung und zusätzliche Hinweise - hervorgehoben wäre. Tatsächlich tritt im vorliegenden Fall jedoch der Hinweis "unterwegs Teilnahme-möglichkeit an einer Verkaufsveranstaltung der Firma GA■■■■ GmbH" gegenüber dem in den Vordergrund gestellten Hinweis auf die Ausflugsfahrt weit zurück. Er ist nicht nur nach Buchstabengröße und Art des Drucks erheblich unauffälliger, sondern außerdem jeweils an einer Stelle angebracht, wo er der Aufmerksamkeit besonders leicht entgeht; denn über ihm befindet sich jeweils das mit der Fahrt gekoppelte (im Gesamtpreis enthaltene) Warenangebot, das naturgemäß die Aufmerksamkeit des Lesers besonders und ablenkend vom nachfolgenden Text in Anspruch nimmt.

Eine so sehr untergeordnete, leicht übersehbare Anbringung des zur Klarstellung erforderlichen Hinweises auf den Verkaufscharakter der Fahrt verstößt jedoch sowohl gegen das Verbot unlauteren Wettbewerbs (§ 1 UWG) als auch gegen das Irreführungsverbot des § 3 UWG.

III. Das Berufungsurteil war somit aufzuheben und die Beklagte entsprechend dem Antrag des Klägers zur Unterlassung zu verurteilen, wobei im Hinblick auf die vorgenommene Würdigung der konkreten Einzelumstände für den erkennenden Teil des Urteils der Form der Wiedergabe der drei konkreten Anzeigen (konkrete Verletzungsform) gegenüber der vom Kläger gewählten Form der inhaltlichen Beschreibung dieser Form der Vorzug zu geben ist. Sachlich liegt darin keine Einschränkung des Klageantrags.

Auf die Frage, ob die konkreten Verkaufsfahrten im Einklang mit den Vorschriften des Personenbeförderungsgesetzes stehen, kommt es für die Entscheidung somit nicht mehr an.

Die Kostenentscheidung ergeht gemäß § 91 ZPO.

v. Gamm

Piper

Erdmann

Teplitzky

Scholz-Hoppe