

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

Gewinnspiel

UWG § 1

- a) Zur Frage des Verstoßes gegen die guten Sitten, wenn bei Gewinnspielen im Versandhandel gegenüber der Ankündigung, Gewinne von nicht unerheblichem Wert auszuspielen, nicht deutlich gemacht wird, daß zu den Gewinnen auch Gutscheine über 5,-- DM zum Bezug von Waren aus dem Katalog des Veranstalters zu den zu erzielenden Gewinnen gehören sollen.
- b) Zur Frage der sittenwidrigen Kopplung der Gewinnausgabe mit dem Warenabsatz.

RabattG § 1 Abs. 2, 2. Altern.

Die Zusendung von Gutscheinen über einen bestimmten Geldbetrag zum Bezug von Waren aus einem Versandhandelskatalog an Personen, die bereits früher Waren gekauft haben, enthält die Ankündigung, Sonderpreise wegen der Zugehörigkeit zu einem bestimmten Verbraucherkreis einräumen zu wollen.

BGH, Urt. v. 16. März 1989 - I ZR 241/86 - Kammergericht
LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

29

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 241/86

URTEIL

Verkündet am:
16. März 1989
Kalus
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des Verbandes Sozialer Wettbewerb e.V., vertreten durch die
Zweiten Vorsitzenden, den Geschäftsführer Karl-Heinz N[REDACTED]
und die Bürovorsteherin Enna S[REDACTED], K[REDACTED]straße [REDACTED],
B[REDACTED] [REDACTED],

Klägers, Revisionsklägers und
Revisionsbeklagten,

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

gegen

die T[REDACTED]-Versand GmbH, vertreten durch ihren Geschäftsführer
Joachim L[REDACTED], V[REDACTED] Straße [REDACTED], D[REDACTED],

Beklagte, Revisionsbeklagte und
Revisionsklägerin,

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

WV

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 2. Februar 1989 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky, Dr. Mees und Dr. Ullmann

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird unter deren Zurückweisung im übrigen und unter Zurückweisung der Revision der Beklagten das Urteil des 5. Zivilsenats des Kammergerichts vom 11. November 1986 im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als es die Berufung des Klägers gegen das Urteil der Zivilkammer 15 des Landgerichts Berlin vom 11. Juni 1985 hinsichtlich der Abweisung des Klageantrags a) zurückgewiesen hat.

Auf die Berufung des Klägers wird unter deren Zurückweisung im übrigen das vorbezeichnete Urteil des Landgerichts Berlin weiter teilweise abgeändert und die Beklagte unter Androhung der in dem vorbezeichneten Urteil des Kammergerichts bezeichneten Ordnungsmittel auch verurteilt, es zu unterlassen im geschäftlichen Verkehr

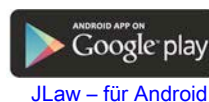
zu werben:

"Sie dürfen Ihren Augen trauen, das Glück hat Ihnen tatsächlich zugezwinkert! ...

Gewinner-Liste: Hier finden Sie die Namen einiger Personen, deren Glücksnummern bei diesem



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



Gewinnspiel bereits gewonnen haben! ...
Steht auch Ihr Name hier, so haben Sie auf
jeden Fall gewonnen und das Anrecht auf einen
Preis der 120.000,00 DM Gewinn-Summe!"

und/oder

"120.000,-- DM doppeltes Gewinnzertifikat.
Wenn mein Name auf der Liste derjenigen steht,
welchen das Glück zugezwinkert hat, und meine
Glücks-Nummer mit der in der Gewinner-Liste ab-
gedruckten Gewinn-Nummer übereinstimmt, habe
ich Anrecht auf einen der auf der Rückseite
dieses Zertifikates aufgeführten Preise",

sofern der Einsender lediglich einen Einkaufs-
gutschein im Werte von DM 5,-- erhält.

Von den Kosten des Rechtsstreits haben der Kläger
1/6 und die Beklagte 5/6 zu tragen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der Kläger ist eine Vereinigung von Gewerbetreibenden zur Verfolgung ihrer Interessen; zu seinen satzungsgemäßen Zielen gehört insbesondere auch die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs im geschäftlichen Verkehr.

Die Beklagte betreibt einen Versandhandel. Sie veranstaltet dabei häufig Gewinnspiele. Im September 1984 übersandte sie ihren Katalog unter anderem an Marcel Lambinon. Dem Katalog war ein mehrfarbig gestaltetes Werbeblatt beige-fügt. In ihm waren unter der Überschrift

"Mitmachen und Mitgewinnen
Preise im Gesamtwert von 120.000,00 DM"

blickfangmäßig folgende Aussagen enthalten:

"Sie dürfen Ihren Augen trauen, das Glück hat Ihnen tatsächlich zugezwinkert!
Gewinner-Liste: Hier finden Sie die Namen einiger Personen, deren Glücksnummern bei diesem Gewinnspiel bereits gewonnen haben. ...
Steht auch Ihr Name hier, so haben Sie auf jeden Fall gewonnen und das Anrecht auf einen Preis von der 120.000,00 DM Gewinn-Summe!"

Der Name des Empfängers Marcel Lambinon war in der "Gewinner-Liste" mit einer Zahlenkombination enthalten. Unter der Überschrift "Haben Sie gewonnen"? war folgender Text geschrieben:

"Lieber Herr Marcel Lambinon

Ja, es mag Ihnen vielleicht unglaublich erscheinen, aber Sie wurden von unserem Computer für dieses große Gewinnspiel ausgewählt und wenn Ihr Name und Ihre Glücksnummer auf der Gewinner-Liste steht, haben Sie bereits gewonnen. Ihre Gewinn-Nummer sichert Ihnen einen Hauptpreis oder einen der vielen anderen Preise zu. Um zu wissen, welcher Preis Sie erwartet, brauchen Sie nur sofort Ihr Zertifikat einzusenden. Das Glück hat tatsächlich ein Auge auf Sie geworfen. Antworten Sie ihm schnell."

Diesem Text folgte eine "offizielle Bestätigung", nach der der Empfänger berechtigt sein sollte, an der Verteilung der Preise im Gesamtwert von 120.000,-- DM teilzunehmen, wenn das "Doppelte Gewinnzertifikat" bis 5. Oktober 1984 eingesandt werde.

Auf der Rückseite des Werbeblatts waren sieben Personen abgebildet, die nach den Angaben der Beklagten bereits bei ihren Spielen gewonnen hatten. Daneben befanden sich Abbildungen von Geldscheinen über 100,--, 500,-- und 1.000,-- DM, ferner eines Personenkraftwagens und von Landschaften in Urlaubsgebieten.

Auf dem an die Beklagte zu sendenden "Doppelten Gewinnzertifikat" hieß es, daß die auf der Gewinner-Liste vermerkten Personen das Anrecht auf einen auf der Rückseite dieses Zertifikats aufgeführten Preise hätten und daß die Gewinner, unabhängig davon, ob sie etwas gewonnen hätten, zusätzlich an einer zweiten Ziehung, der großen Hauptziehung 1984, teilnehmen könnten. Zu den auf der Rückseite genannten Preisen gehörten auch "viele Einkaufsgutscheine".

Nach Einsendung des Gewinnzertifikats an die Beklagte erhielt Lambinon zusammen mit einem neuen Warenkatalog der Beklagten einen Warengutschein über 5,-- DM als "Gewinnauszahlung aus dem letzten großen T■■■■-Gewinnspiel". Der Warengutschein sollte nur zur Verwendung für Bestellungen aus dem beigegeführten Katalog dienen und 30 Tage gültig sein. Ferner war auf dem Warengutschein vermerkt, für den Fall, daß die Bestellung nicht höher als 5,-- DM sein sollte, möge der Empfänger Briefmarken in Höhe von 2,-- DM für Porto beifügen. Wenn er selbst kein Porto aufwenden wolle, könne er einen Artikel im Preis bis 3,-- DM bestellen, da die Beklagte dann die restlichen 2,-- DM für Porto und Verpackung aufwenden müsse. Bei einem höheren Bestellwert werde der Betrag von 5,-- DM von dem Warenwert abgezogen, der Mindestbetrag mache 25,-- DM aus.

Der Kläger hat diese Werbung der Beklagten in mehrfacher Weise beanstandet: Die Empfänger würden durch die Ankündigung der Beklagten irregeführt, da sie erwarteten, einen echten Gewinn zu erzielen und nicht nur einen Warengutschein über 5,-- DM zu erhalten. Durch die Zusendung des Warengutscheins nutze die Beklagte zudem in wettbewerblich unzulässiger Weise das Gewinnspiel zur Steigerung ihres Umsatzes aus. Durch die Verwendung der Warengutscheine verstoße die Beklagte zudem gegen das Rabattgesetz, da sie auf Waren, die mehr als 5,-- und weniger als 167,-- DM kosteten, einen 3 % übersteigenden Rabatt gewähre. Die Beklagte versende ferner an Kunden, die gelegentlich bei ihr bestellt hätten, Warengutscheine als "Gewinn", ohne daß diese Kunden an einem Gewinnspiel teilgenommen hätten.

Der Kläger hat zuletzt beantragt,

der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln
für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu untersagen,
im geschäftlichen Verkehr

a) zu werben:

"Sie dürfen Ihren Augen trauen, das Glück hat
Ihnen tatsächlich zugezwinkert! ...

Gewinner-Liste: Hier finden Sie die Namen eini-
ger Personen, deren Glücksnummern bei diesem
Gewinnspiel bereits gewonnen haben! ...

M. Lambinon, Berlin 41 Gewinn-Nummer 4026894 ...

Steht auch Ihr Name hier, so haben Sie auf
jeden Fall gewonnen und das Anrecht auf einen
Preis der 120.000,00 Gewinn-Summe!"

und/oder

"120.000,-- DM doppeltes Gewinnzertifikat.

Wenn mein Name auf der Liste derjenigen steht,
welchen das Glück zugezwinkert hat, und meine
Glücksnummer mit der in der Gewinner-Liste ab-
gedruckten Gewinn-Nummer übereinstimmt, habe ich
Anrecht auf einen der auf der Rückseite dieses
Zertifikates aufgeführten Preise",
sofern der Einsender lediglich einen Einkaufs-
gutschein im Werte von DM 5,-- erhält;

- b) den Teilnehmern eines Gewinnspiels Warengutscheine im Wert von DM 5,-- als Preis zuzusenden, insbesondere mit dem Aufdruck auf dem Gutschein "Gewinn-Auszahlung aus dem letzten großen Tina-Gewinnspiel nur zur Verwendung für Bestellungen aus dem beiliegenden Katalog ...";
- c) Warengutscheine im Werte von DM 5,-- zu versenden, sofern die Gutscheine im Zusammenhang mit der Bestellung von Waren im Werte von mehr als DM 5,-- und weniger als DM 166,-- bei Barzahlung und/oder beim nichtbaren Kauf bei Bestellung von Waren im Werte von mehr als DM 5,-- zur Verrechnung gelangen.

Die Beklagte hat eine Irreführung der Kunden in Abrede gestellt, da sie unter den zu gewinnenden Preisen auch Warengutscheine aufgeführt habe, die eine unentgeltliche Zuwendung darstellten. Die Gewinner der Warengutscheine seien nicht gezwungen gewesen, bei ihr Waren zu bestellen, sie hätten diese auch verfallen lassen können. Die Gewinner hätten nicht nur teure Waren billiger, sondern Waren mit niedrigen Preisen auch unentgeltlich erwerben können.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen.

Auf die Berufung des Klägers hat das Berufungsgericht das Urteil teilweise abgeändert und dem Antrag zu b) ganz, dem Antrag zu c) nur für den Fall stattgegeben, daß die be-
anstandete Handlung außerhalb von Gewinnspielen vorgenommen werde.

Der Kläger verfolgt mit der Revision die Klageanträge weiter, soweit die Klage abgewiesen worden ist. Die Beklagte erstrebt mit der von ihr eingelegten Revision Abweisung der Klage insgesamt. Die Parteien beantragen jeweils, die Revision der Gegenseite zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

Die Revision des Klägers führt zur Verurteilung des Beklagten auch nach dem Antrag zu a); im übrigen bleibt sie, ebenso wie das Rechtsmittel der Beklagten, ohne Erfolg.

I. Antrag zu a)

1. Das Berufungsgericht hat die Abweisung des Antrags zu a), der darauf gerichtet ist, in der angegriffenen Form Gewinnspiele anzukündigen, bestätigt, weil die Beklagte bei der beanstandeten Ankündigung des Gewinnspiels weder irreführende Angaben mache noch ein krasses und damit wettbewerbswidriges Mißverhältnis zwischen den Gewinnerwartungen des Publikums und den tatsächlich bestehenden Gewinnchancen gegeben sei. Es hat hierzu im einzelnen ausgeführt: Dem Empfänger des Katalogs Marcel Lambinon sei augenfällig ein Gewinn versprochen worden, jedoch nicht ein Hauptgewinn in Geldform; vielmehr habe er einen der vielen Preise erhalten, deren Ausspielung die Beklagte daneben auch angekündigt habe. Selbst wenn man zugunsten des Klägers als wahr unterstelle, es gebe wegen der Namensnennung in dem Schreiben eine nicht ganz unwesentliche Gruppe von Empfängern, die für

sich einen Hauptpreis erwarteten, so beruhe das nicht auf einer Täuschung durch die Beklagte, sondern wegen der erkennbar massenhaften Versendung auf einer Illusion der Empfänger. Über die Frage der dafür maßgeblichen Ursachen könne die von dem Kläger beantragte Meinungsumfrage keinen Anhaltspunkt liefern. Die Empfänger des Schreibens hätten trotz des zweimaligen Eindrucks ihres Namens wegen der massenhaften Verteilung solcher Werbeschriften keinen Anlaß gehabt, an eine individuelle Mitteilung zu glauben, die besage, daß sie Hauptgewinner seien. Der Kläger habe ferner seine Behauptung, die Beklagte unterdrücke die Auszahlung der Hauptgewinne und lose sie nicht erneut aus, nicht ordnungsgemäß unter Beweis gestellt.

2. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision des Klägers hat Erfolg und führt unter Aufhebung des angefochtenen Urteils und unter Abänderung des Urteils des Landgerichts zur Verurteilung der Beklagten nach dem Antrag zu a) des Klägers.

a) Allerdings ist das Berufungsgericht rechtlich zutreffend davon ausgegangen, daß zu Zwecken des Wettbewerbs veranstaltete Gewinnspiele trotz gewisser Bedenken, denen sie im Hinblick auf den Leistungswettbewerb begegnen können, nach § 1 UWG nicht schlechthin unlauter sind. Sie sind jedoch zu verbieten, wenn besondere Umstände vorliegen, die den Vorwurf der Wettbewerbswidrigkeit begründen können (vgl. dazu zuletzt BGH, Urt. v. 4.12.1986 - I ZR 170/84, GRUR 1987, 243, 244 = WRP 1987, 320 - Alles frisch m.w.N. aus der Rechtsprechung). Solche Umstände können, wie das Berufungs-

gericht weiter zutreffend ausgeführt hat, auch darin liegen, daß die Teilnehmer des Gewinnspiels in übertriebener Weise unter Irreführung über ihre Gewinnchancen angelockt werden (vgl. BGH, Urt. v. 16.3.1973 - I ZR 20/72, GRUR 1973, 591, 593 = WRP 1973, 333 - Schatzjagd).

b) Die Erwägungen, mit denen das Berufungsgericht das Vorliegen dieser Voraussetzungen im Streitfall verneint hat, begegnen durchgreifenden rechtlichen Bedenken. Das Berufungsgericht hat hierzu ausgeführt, die Beklagte habe in der Ankündigung des Gewinnspiels bereits darauf verwiesen, daß neben dem Hauptpreis auch einer der vielen anderen Preise zu gewinnen sei, dazu gehörten auch, wie auf der Rückseite des "Gewinnzertifikats" vermerkt sei, die Warengutscheine. Dadurch sei eine Irreführung über die Gewinnchancen ausgeschlossen. Dem kann nicht beigetreten werden. Durch diesen Hinweis der Beklagten wurde die Irreführung und die damit verbundene Verlockung, an dem Gewinnspiel teilzunehmen, nicht ausgeräumt. Das Berufungsgericht hat bei seiner Beurteilung nicht hinreichend die Gesamtanlage des beworbenen Gewinnspiels beachtet. Wie es selbst erkannt hat, enthält die Ankündigung in blickfangmäßig herausgestellter Weise Aussagen wie die folgende "Der Empfänger dürfe seinen Augen trauen", "Das Glück habe ihm tatsächlich zugezwinkert"; der Name des Empfängers ist in einer "Gewinner-Liste" aufgeführt. Die Gewinnsumme wird mit 120.000,-- DM angegeben; auf diese Summe bezieht sich auch das Gewinnzertifikat. Die Ankündigung zeigt ferner Einzelpersonen, die in früheren, von der Beklagten veranstalteten, Spielen gewonnen haben sollen. Als Gewinn ist ein Personenkraftwagen der gehobenen Preisklasse abgebildet. Durch die Abbildung von Landschaften mit

Personen, die dort einen Urlaub erleben, verweist die Beklagte erkennbar darauf, daß Gewinne auch dazu verwandt werden könnten, sich ebenfalls Urlaubsfreuden zu bereiten. Die Ankündigungen sind damit insgesamt durch Hinweise auf Gewinne von nicht unerheblichem Wert, unabhängig von dem Warenangebot der Beklagten, geprägt. Diese Ankündigungen ließen nicht erwarten, wie es tatsächlich der Fall war, daß ein Gewinn auch in einem Gutschein im Wert von 5,-- DM zum Kauf von Waren aus dem Angebot der Beklagten bestehen solle. Die Beklagte hat darauf, daß sie auch diese Gutscheine zu den versprochenen Gewinnen zähle, die die Teilnehmer des Spiels erhalten könnten, nicht deutlich hingewiesen, sondern im Gegenteil diese Tatsache auf dem Faltblatt nur versteckt, nämlich auf der Rückseite des an die Beklagte zurückzusendenden Zertifikats und ohne Angabe des Werts der Gutscheine mitgeteilt. Bei seiner gegenteiligen Annahme hat das Berufungsgericht die von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätze zur Blickfangwerbung nicht hinreichend beachtet. Danach 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. 2.11.1973 - I ZR 111/72, GRUR 1974, 729, 731 = WRP 1974, 200 - SWEEPSTAKE; BGH, Urt. v. 24.4.1986 - I ZR 56/84, GRUR 1987, 45, 47 = WRP 1986, 603 - Sommerpreiswerbung m.w.N. aus der Rechtsprechung). Auf dieser Grundlage läßt sich die Auffassung nicht halten, die Beklagte hätte die Teilnehmer des Gewinnspiels durch die Ankündigungen nicht in

übertriebener, und damit wettbewerbswidriger, Weise angelockt, denn den Empfängern des Faltblatts wurde der unzutreffende Eindruck vermittelt, daß einzelne Personen ausschließlich hohe Gewinne erzielen würden, während die Beklagte tatsächlich eine Vielzahl von Warengutscheinen geringeren Wertes ausspielte.

c) Der Senat konnte die Verurteilung der Beklagten aussprechen, ohne die Sache insoweit an das Berufungsgericht zurückverweisen zu müssen (§ 565 Abs. 3 ZPO). Die Verurteilung beruht auf den Angaben der Beklagten in der Werbeankündigung, deren Inhalt das Berufungsgericht zum Gegenstand des angefochtenen Urteils gemacht und damit festgestellt hatte.

II. Antrag zu b)

1. Dem unter b) gestellten Antrag, die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, den Teilnehmern an Gewinnspielen Warengutscheine zuzusenden, die nur zu Bestellungen in dem Katalog verwandt werden dürfen, hat das Berufungsgericht stattgegeben, weil die Beklagte durch die Versendung der Gutscheine ihren Warenabsatz in versteckter Form mit dem Gewinnspiel koppele. Bei Anlegung des gebotenen strengen Maßstabs an die Wertreklame verstoße das Vorgehen der Beklagten gegen die guten kaufmännischen Sitten, weil ein nicht ganz unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise dazu gedrängt werde, Geld aufzuwenden, um in den Besitz der Geschenke zu kommen. Nach der von der Beklagten vorgesehenen Verwendung der Gutscheine verliere, wer nichts bestelle und nur den Gewinn geltend machen wolle, 40 % des zuerkannten Gewinns; wer keine weiteren Aufwendungen erbringe, könne nur

einen Artikel im Wert von 3,-- DM bestellen; wer 2,-- DM in Briefmarken aufwende, könne einen Artikel im Wert von 5,-- DM erhalten, und wer für 25,-- DM Waren bestelle, erhalte den Wert des Gutscheins voll ausgezahlt.

2. Die Revision der Beklagten, die sich gegen diese Verurteilung richtet, hat keinen Erfolg.

a) Entgegen der Auffassung der Revision der Beklagten durfte das Berufungsgericht den Antrag des Klägers dahin verstehen, daß nicht zwei unterschiedliche Handlungselemente verboten werden sollten, sondern daß der Antrag als eine Einheit zu behandeln sei, weil durch diese beiden Handlungen die Beklagte den Absatz ihrer Waren mit dem Gewinnspiel verbunden hat.

b) Das Berufungsgericht hat auch rechtsfehlerfrei die Versendung der hier in Rede stehenden Warengutscheine, die laut aufgedrucktem Hinweis nur für - bis zu einem Warenwert von 25,-- DM mit 2,-- DM portopflichtige - Bestellungen aus dem gleichzeitig zugegangenen Katalog verwandt werden dürfen, als mit den guten kaufmännischen Sitten unvereinbar angesehen.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs darf die Teilnahme an einem Gewinnspiel nicht mit dem Warenabsatz verkoppelt werden, wenn durch diese Koppelung die angesprochenen Personen dazu verleitet werden können, ihre wirtschaftlichen Entschlüsse nicht im Hinblick auf die Eigenschaften und Preise der Waren, sondern im Hinblick auf sachfremde Motive zu treffen (BGH, Urt. v. 19.12.1975

- I ZR 120/74, WRP 1976, 172, 173 - Versandhandelspreisausschreiben). Das ist in der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs bei Preisausschreiben im Versandhandel für den Fall angenommen worden, daß die Möglichkeit der Teilnahme an einem Gewinnspiel mit einer Bestellung gekoppelt worden war, weil dann die Gefahr bestehe, daß die Bestellung in der Hoffnung auf einen ausgesetzten Gewinn erfolge. Auch die Gewinnausgabe und -realisierung darf nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nicht mit dem Warenabsatz verkoppelt werden, da der Gewinner in einem solchen Fall ebenfalls regelmäßig aus sachfremden Gründen (etwa Dankbarkeit oder auch nur, um den zugesagten Gewinn realisieren zu können) zu einer Bestellung verleitet wird (vgl. BGH, Urt. v. 7.2.1975 - I ZR 42/73, WM 1975, 702, 703 - Bauhaus-Verlosung; v. Gamm, Wettbewerbsrecht, 5. Aufl., Kap. 27 Rdn. 13). Auch im Streitfall koppelt die Beklagte die Gewinnausgabe mit ihren Warengutscheinen über 5,-- DM und einer Portoforderung von 2,-- DM bei Bestellungen unter 25,-- DM mit ihrem Warenabsatz. Wollen die Gewinner nicht einen Verlust in Höhe von 2,-- DM, - das sind 40 % des versprochenen Gewinns - durch eigene Aufwendungen für Portokosten erfahren oder den Gewinn dadurch gemindert sehen, daß sie nur Waren im Wert von 3,-- DM bestellen, sind sie gezwungen, Gegenstände im Wert von mindestens 25,-- DM bei der Beklagten zu kaufen; erst ab diesem Betrag berechnet die Beklagte nach ihren Ankündigungen keinen Portoanteil mehr. Bei dieser Gewinnausgabegestaltung besteht die - vom Berufungsgericht zu Recht - gesehene Gefahr, daß die als Gewinner angesprochenen Empfänger der Gutscheine ihre wirtschaftlichen Entschlüsse nicht im Blick auf die Eigenschaften und den Preis der in dem Katalog angebotenen Waren treffen, sondern wegen des sachfremden

Motivs, die ihnen gebotene Gewinnchance wirtschaftlich auswerten zu wollen. Der als Gewinn bezeichnete Geldbetrag ist - entgegen der Auffassung der Revision - auch nicht so geringwertig, daß er Kunden der Beklagten, die den Katalog mit der Mitteilung erhielten, sie hätten in dem zuvor veranstalteten Gewinnspiel gewonnen, nicht zu Bestellungen veranlassen könnte. Das Berufungsgericht hat hierzu, ohne daß dies aus Rechtsgründen zu beanstanden wäre, aus dem Kreis der angesprochenen Käufer und aus der Art der im Katalog angebotenen Waren gefolgert, daß sich eine nicht unerhebliche Zahl von Empfängern der Gutscheine wegen des versprochenen Geldbetrages zu einer Bestellung bei der Beklagten entschließen werde, um so das versprochene Geschenk tatsächlich auch zu erhalten.

3. Soweit das Berufungsgericht in den Gründen des angefochtenen Urteils ausgeführt hat, der Klageantrag sei teilweise zurückzuweisen gewesen, wird das in der Sache von der Revision des Klägers zu Recht nicht angegriffen; denn das Berufungsgericht hat in der Urteilsformel dem vom Kläger gestellten Antrag in vollem Umfang stattgegeben.

III. Antrag zu c)

1. Das Berufungsgericht hat die Beklagte weiter - in Abänderung des Urteils des Landgerichts - verurteilt, es zu unterlassen, außerhalb von Gewinnspielen Warengutscheine im Wert von 5,-- DM zu versenden, sofern die Gutscheine im Zusammenhang mit der Bestellung von Waren aus dem Katalog der Beklagten im Wert von mehr als 5,-- und weniger als 166,-- DM bei Barzahlung oder beim bargeldlosen Kauf von Waren im Wert von mehr als 5,-- DM verrechnet werden. Die Be-

klage habe, so hat das Berufungsgericht ausgeführt, wie dem unbestritten gebliebenen Vorbringen des Klägers zu entnehmen gewesen sei, auch Gewinn Gutscheine an Kunden versandt, die nicht an Gewinnspielen teilgenommen hätten, die aber zuvor bereits bei der Beklagten mehrfach Waren bestellt gehabt hätten. Die Beklagte habe, durch dieses Verhalten gegen § 1 Abs. 2, 2. Altern. RabattG verstoßen, weil sie den Empfängern der Gutscheine beim Einkauf von Waren innerhalb der bezeichneten Wertgruppen einen Sonderpreis wegen deren Zugehörigkeit zu einem bestimmten Verbraucherkreis gewähre.

2. Diese Beurteilung läßt einen Rechtsfehler nicht erkennen.

a) Nach den beanstandungsfrei getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts behandelt die Beklagte die Käufer, denen sie einen Gutschein als "Gewinn" zusendet, ohne daß diese an einem Gewinnspiel teilgenommen haben, und die sie danach bestimmt, daß sie früher bereits Waren gekauft hatten, gegenüber den übrigen Kunden bei der Gestaltung der Preise unterschiedlich, nämlich bevorzugt im Sinne des Rabattgesetzes. Die Empfänger der als Gewinn bezeichneten Gutscheine brauchen für die in dem Katalog angebotenen Waren nur einen um 5,-- DM geringeren Preis zu zahlen. Bewegt sich der Einkauf innerhalb der in dem Antrag bezeichneten Wertgrenzen, erhalten diese Käufer damit einen 3 % übersteigenden Rabatt. Es ist insbesondere nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht in den verbilligten Einkaufsmöglichkeiten unter Verwendung der Gutscheine die Einräumung eines Sonderpreises im Sinn des Rabattgesetzes gesehen hat und nicht deshalb zu einer abweichenden Beurteilung gelangt ist

- wie die Revision dies für richtig hält -, weil die Empfänger der Wertgutscheine aus einer Vielzahl von Waren beliebig auswählen können und dem Warengutschein damit kein bestimmter Normalpreis zugeordnet werden kann. Dem Wortlaut des Rabattgesetzes ist nicht zu entnehmen, daß es nur dann angewandt werden könnte, wenn für einzelne Waren oder eine bestimmte Warengruppe eine vergünstigte Einkaufsmöglichkeit gewährt wird, denn er enthält keine Einschränkung des grundsätzlichen Rabattverbotes hinsichtlich der Waren, für die die Vergünstigung gewährt wird. Auch mit dem Zweck des Rabattgesetzes, die Einräumung von Preisnachlässen ohne Gegenleistung zu verhindern (vgl. die Amtliche Begründung zum Rabattgesetz RAnz NR. 284 v. 5.12.1933), wäre es nicht zu vereinbaren, seine Anwendung davon abhängig zu machen, welche Breite das Sortiment des jeweiligen anbietenden Einzelhändlers umfaßt.

b) Das Berufungsgericht hat auch ohne Rechtsverstoß angenommen, daß die Empfänger der Warengutscheine, die die Beklagte danach aussucht, ob sie bei ihr schon Bestellungen aufgegeben haben, einen bestimmten Verbraucherkreis im Sinn des § 1 Abs. 2, 2. Altern. RabattG bilden. Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist dieser Begriff weit auszulegen; es genügt - wie hier - eine durch Inhaberschaft von Gutscheinen oder durch die gleiche Kundenstellung hergestellte Gemeinschaft (vgl. BGH, Urt. v. 23.1.1959 - I ZR 158/57, GRUR 1959, 326, 327 = WRP 1959, 185 - Kaffeeversandhandel; Urt. v. 14.11.1980 - I ZR 181/78, GRUR 1981, 290, 291 = WRP 1981, 267 - Goldene Karte II; vgl. auch Urt. v. 1.10.1986 - I ZR 80/84, GRUR 1987, 185, 187 = WRP 1987, 239 - Rabattkarte). Soweit die Revision davon abweichen

will, weil anders als im Fall "Kaffeeversandhandel" nicht eine Ware, sondern eine Vielzahl von Waren zu einem vergünstigten Preis angeboten werden, kann dem nicht beigetreten werden. Der Bundesgerichtshof hat nicht nur in dem Fall "Kaffeeversandhandel", in dem nur ein Preisnachlaß für eine Ware gewährt wurde, das Rabattgesetz angewendet, sondern er hat insbesondere auch in dem Fall "Rabattkarte" die Anwendung des Rabattgesetzes nicht etwa daran scheitern lassen, daß ein Nachlaß für eine Vielzahl von Waren gewährt wurde. Maßgeblich hierfür ist, daß die Zuordnung zu einer Gruppe von gleichgestellten Kunden, die gegenüber anderen Kunden begünstigt behandelt werden, nicht von dem Umfang und der Breite des Sortiments des anbietenden Einzelhändlers abhängig gemacht werden kann.

3. Soweit die Revision des Klägers das Urteil angreift, weil das Berufungsgericht eine Verurteilung nur für die Fälle ausgesprochen hat, in denen Warengutscheine außerhalb von Gewinnspielen verwendet werden, war ihr der Erfolg zu versagen. Wie bereits ausgeführt (oben II., 2.) enthält die Versendung von Warengutscheinen innerhalb eines Gewinnspiels in der hier vorliegenden Form eine verdeckte Kopplung des Warenabsatzes mit dem Gewinnspiel; deshalb hat das Berufungsgericht die Beklagte insoweit auch zur Unterlassung verurteilt, so daß eine nochmalige Verurteilung auf der Grundlage des Antrags zu c) nicht mehr geboten war.

IV. Danach war auf die Revision des Klägers das angefochtene Urteil aufzuheben, soweit das Berufungsgericht die Berufung des Klägers hinsichtlich des Antrags zu a) zurückgewiesen hat; die weitergehende Revision des Klägers bezüg-

lich der Teilabweisung des Antrags c) und die Revision der
Beklagten, mit der sie sich gegen die Verurteilung nach den
Anträgen zu b) und c) gewandt hat, waren zurückzuweisen. Die
Kostenentscheidung folgt aus §§ 92 Abs. 1, 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Erdmann

Teplitzky

Mees

Ullmann