

25
Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

RabattG § 1

Bonusring

Zur Frage der Rabattgewährung durch den Unternehmer bei Mitwirkung eines Dritten bei der Auszahlung eines prozentual vom Kaufpreis abhängigen "Bonus" an den Käufer.

BGH, Urt. v. 26. Oktober 1989 - I ZR 13/88 - Kammergericht
LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 13/88

URTEIL

Verkündet am:
26. Oktober 1989
Kalus
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

K[REDACTED] Industrieposten GmbH, vertreten durch den Geschäfts-
führer Hans-Joachim Ko[REDACTED], Kol[REDACTED]straße [REDACTED], B[REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

Firma Ad. Walther E[REDACTED], Inhaber Karl-Heinz R[REDACTED], Bu[REDACTED]-
[REDACTED]allee [REDACTED], B[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 26. Oktober 1989 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Piper, Dr. Erdmann, Dr. Mees und Dr. Ullmann

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 5. Zivilsenats des Kammergerichts vom 10. November 1987 aufgehoben.

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der Zivilkammer 16 des Landgerichts Berlin vom 24. Juni 1986 wird zurückgewiesen.

Die Beklagte hat die Kosten der Rechtsmittel zu tragen.

Von Rechts wegen

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



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Parteien sind Wettbewerber im Handel mit Bodenbelägen.

Die Beklagte hat sich dem von der F [REDACTED] Communication Concept GmbH, B [REDACTED] betriebenen sogenannten "Bonusring" angeschlossen. Kunden des Bonusrings sind private Endabnehmer. Sie erhalten gegen Zahlung einer Aufnahmegebühr und eines Jahresbeitrages einen Kundenausweis und gegen eine Schutzgebühr von 2,-- DM den "Einkaufsführer für clevere Kunden". In diesem werden die mit dem Bonusring verbundenen "Partnerunternehmen" genannt, so auch die Beklagte. Neben den Angaben zum Geschäftsbetrieb des Unternehmens findet sich darin auch der Hinweis, welcher Bonus dem Kunden bei einem Geschäftsabschluß mit dem Partnerunternehmen durch Bonusring ausbezahlt wird; bei der Beklagten ist ein "Bonus 10" genannt, was eine Vergütung von 10 % des Kaufpreises bedeutet. Der mit der Mitgliedskarte ausgewiesene Kunde läßt den gezahlten Preis vom Bonusring-Partnerunternehmen auf einem vorgedruckten "Bonusscheck" quittieren. Das Partnerunternehmen überweist den Bonusbetrag, im Falle der Beklagten 10 % des Kaufpreises, nebst einer Bearbeitungsgebühr von jeweils 2 % des Kaufpreises an Bonusring. Der quittierte Bonusscheck wird vom Kunden beim Bonusring eingereicht. In einem monatlichen Abrechnungsverfahren erhält er den im Einkaufsführer genannten Bonus, im Falle des Einkaufs bei der Beklagten 10 % des Kaufpreises, abzüglich einer 10 %igen Bearbeitungsgebühr hieraus, ausbezahlt. Zur Aufnahme in den Bonusring haben die Partnerunternehmen, so auch die Beklagte, 240,-- DM nebst Mehrwertsteuer zu zahlen.

Die Parteien streiten darüber, ob die Teilnahme der Beklagten am Bonusring-System einen Verstoß gegen das Rabattgesetz darstellt.

Das Landgericht hat dem Antrag der Klägerin stattgegeben und der Beklagten unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel untersagt,

im geschäftlichen Verkehr und zu Wettbewerbszwecken beim Verkauf von Teppichwaren Rabatte anzukündigen und/oder zu gewähren, die 3 % übersteigen,

insbesondere zu werben:

Ad. Walther E. Bonus 10, Farben, Tapeten, Bodenbeläge, "Warum denn in die Ferne loopen - das kann man auch bei E. koopen!" Bu. allee, B. und D. straße, E.

Das Berufungsgericht hat einen Rabattverstoß verneint, die landgerichtliche Entscheidung abgeändert und die Klage abgewiesen. Mit der (zugelassenen) Revision erstrebt die Klägerin die Wiederherstellung des Urteils erster Instanz. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Da nicht die Beklagte dem Kunden den Bonus vergüte, sondern dieser durch den Bonusring ausbezahlt werde, könne, so die Ansicht des Berufungsgerichts, ein Verstoß der Be-

25

klagten gegen das Rabattgesetz nicht angenommen werden. Die Tätigkeit von Bonusring sei der Verkäuferseite nicht zuzurechnen. Bonusring stehe der Marktseite der Verbraucher viel näher als seinen Partnerunternehmen. Verfehlt sei die Betrachtung des Landgerichts, Bonusring sei deren "juristisch verselbständigte Kasse". Bonusring verfolge die Interessen der Verbraucher, da sie die von den Partnerunternehmen empfangenen Beträge ganz überwiegend an die Bonusringkunden abführe. Es handele sich hierbei um eine von Bonusring für die erfolgreiche Vermittlung von Kunden an die Partnerunternehmen verdiente Provision. Wegen der Vielfältigkeit des Leistungsangebotes müsse dem Kunden im Berliner Raum ein besonderer Vorteil in Aussicht gestellt werden, um ihn erfolgreich an ein bestimmtes Unternehmen vermitteln zu können. Dieser Vorteil liege im Anreiz der Bonuszahlung. Diese sei rabattrechtlich unbedenklich. Eine andere Beurteilung ließe sich nur dann rechtfertigen, wenn Bonusring gegenüber seinen Partnerunternehmen vertraglich verpflichtet wäre, deren Zahlungen in bestimmter Höhe an die Kunden weiterzureichen. Das sei nicht der Fall. Bonusring unterliege keiner rechtlichen Verpflichtung, welchen Betrag der Provision er an den Kunden auskehre.

II. Gegen diese Beurteilung wendet sich die Revision mit Erfolg. Die aus § 551 Nr. 7 ZPO erhobene Verfahrensrüge ist allerdings nicht begründet. Die vom Berufungsgericht gegebene Begründung bezieht sich auf die Abweisung der Klage in vollem Umfange. Einer gesonderten Begründung der zulässigerweise (vgl. BGH, Urt. v. 10.6.1960 - I ZR 86/58, GRUR 1960, 495, 497 - WIR-Rabatt) als einzelne Zuwiderhandlungen verfolgten Tatbestände des "Ankündigens" und des "Gewährens"

von unzulässigen Preisnachlässen bedurfte es sonach nicht. Erfolgreich aber sind die Rügen der Revision zur materiellrechtlichen Beurteilung des Streitfalls.

1. Der Anwendung des Rabattgesetzes steht nicht entgegen, daß der Letztverbraucher den unzulässigen Nachlaß auf den Preis nicht unmittelbar von seinem Vertragspartner und nicht bei Vertragsabschluß sofort erhält. Die nach § 1 Rabattgesetz vorausgesetzte Identität des Unternehmers, der seine Waren (oder gewerbliche Leistungen) des täglichen Bedarfs zu einem bestimmten Preis anbietet, mit dem Rabattgewährenden wird nicht schon dadurch aufgehoben, daß ein Dritter den unzulässigen Preisnachlaß an den Vertragspartner ausbezahlt. Erweist es sich vielmehr, daß die Vergütung nur formal aus dem Vermögen des Dritten stammt und wirtschaftlich dem Verkäufer der Ware zuzurechnen ist, ist ein Preisnachlaß im Sinne des Rabattgesetzes gegeben (vgl. BGH, Urt. v. 10.6.1960 - I ZR 86/58, GRUR 1960, 495, 498 - WIR-Rabatt; Urt. v. 20.12.1967 - Ib ZR 75/65, GRUR 1968, 266, 267 - BSW II; v. Gamm, Wettbewerbsrecht, 5. Aufl., Kap. 60 Rdn. 41). Für die Beurteilung ist eine wirtschaftliche Betrachtungsweise geboten. Danach ist eine Vorteilsgewährung des Dritten dem Verkäufer als eine unzulässige Rabattgewährung zuzurechnen, wenn der organisatorische Aufbau des Vergütungssystems dazu dient, auf diese Weise wirtschaftlich aus den vom Verkaufsunternehmen zur Verfügung gestellten Mitteln dem Letztverbraucher einen durch § 2 RabattG ausgeschlossenen Preisnachlaß von über 3 vom Hundert des Preises der Ware zu gewähren.

2. Die Ansicht des Berufungsgerichts, die Auszahlung der Vergütung von 10 % des Kaufpreises der Beklagten (abzüglich einer Buchungsgebühr von 10 % hieraus) an den Käufer sei deshalb nicht als Gewährung eines Rabatts durch die Beklagte anzusehen, weil Bonusring seinem Partnerunternehmen rechtlich nicht verpflichtet sei, einen Bonus in bestimmter Höhe an den Kunden auszuschütten, und weil er bei der Vergütung vorrangig Verbraucherinteressen wahrnehme, wird der gegebenen Beurteilung der wirtschaftlichen Zusammenhänge und dem Zweck des Rabattgesetzes nicht gerecht.

a) Das Rabattgesetz will verhindern, daß Unternehmer die Rabattgewährung dazu mißbrauchen, durch übermäßige Nachlässe Käufer anzulocken, eine hierdurch bedingte überhöhte Preisgestaltung zu verschleiern und auf diese Weise zum Nachteil der Mitbewerber und letztlich der Verbraucher den Preiswettbewerb zu verzerren (vgl. BGH, Urt. v. 2.12.1966 - Ib ZR 147/64, GRUR 1967, 371, 372 - BSW I; Urt. v. 20.12.1967 - Ib ZR 75/65, GRUR 1968, 266, 267 - BSW II; Urt. v. 12.11.1974 - I ZR 111/73, GRUR 1975, 203, 204 - Buchbeteiligungszertifikate; Urt. v. 7.5.1976 - I ZR 27/75, GRUR 1977, 264, 265 - Miniaturgolf). Wird durch die Einschaltung eines Dritten in die wirtschaftliche Abwicklung und Abrechnung dem Letztverbraucher eine (Rück-)Vergütung zugeführt, so kommt es für die rabattrechtliche Beurteilung darauf an, ob nach dem übereinstimmenden, nach wirtschaftlicher Betrachtungsweise objektivierten Verständnis der Beteiligten, die dem Letztverbraucher zugeflossene Vergütung vom Verkäufer als Nachlaß auf den Vertragspreis angekündigt und/oder gewährt wird. Ist das der Fall, so ist es unerheblich, ob der Dritte und das Verkaufsunternehmen ihre geschäftlichen

Beziehungen zueinander in rechtlich bindender Weise festgelegt haben. Der Dritte kann auch dann in rabattrechtlich maßgeblicher Weise mit dem Unternehmer zusammenwirken, wenn kein Auftragsverhältnis in einem rechtlichen Sinne besteht (BGH, Urt. v. 10.6.1960 - I ZR 86/58, GRUR 1960, 495, 498 - WIR-Rabatt; Prölks, DB 1967, 1355, 1357, 1358).

Hier ist die Konzeption der Zusammenarbeit von Bonusring mit den Partnerverkaufsunternehmen darauf ausgerichtet, den im "Einkaufsführer für clevere Kunden" beworbenen Bonusatz des jeweiligen Partnerunternehmens aus dem Kaufpreis (abzüglich einer 10 %-igen Bearbeitungsgebühr hieraus) dem Kunden als Preisnachlaß zuzuführen. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts wirken die Beteiligten wissentlich zusammen. Das Partnerunternehmen erwartet mit seiner - gegen Zahlung von 240,-- DM zuzüglich Mehrwertsteuer erfolgten - Aufnahme in den Bonusring, daß entsprechend verfahren wird. Der Letztverbraucher wird durch dahingehende Versprechungen im Werbeprospekt zum entgeltlichen Erwerb der Mitgliedschaft im Bonusring veranlaßt. Die Angabe des jeweiligen Bonus des einzelnen Partnerunternehmens in dem von Bonusring herausgegebenen "Einkaufsführer" erweckt bei ihm die Erwartung, bei einem Einkauf im Geschäft des beworbenen Unternehmens den als Bonus bezeichneten Prozentsatz als Nachlaß auf den Kaufpreis erstattet zu erhalten. Das Partnerunternehmen führt den Bonus-Geldbetrag an Bonusring, damit dieser ihn an den Käufer ausbezahlt. Diese Zweckbestimmung entspricht den übereinstimmenden Vorstellungen der Beteiligten. Dementsprechend wird nach den getroffenen Feststellungen (BU 11 Mitte) von Bonusring auch verfahren. Von den Feststellungen nicht gedeckt erweist sich deshalb die Erwägung des Berufungsge-

richts (BU 9 Abs. 3 unten), es sei Bonusring überlassen, ob und in welchem Umfang er den zugeflossenen Betrag dem Kunden überlasse.

b) Der vom Berufungsgericht unter Bezug auf die Senatsentscheidung "BSW-I" (Urt. v. 2.12.1966 - Ib ZR 147/64, GRUR 1967, 371, 372 f.) vertretenen Ansicht, die Auzahlung des Bonus-Geldbetrages sei deshalb rabattrechtlich unbedenklich, weil der auszahlende Bonusring der Käuferseite näherstehe als dem Verkaufsunternehmen, kann nicht beigetreten werden. Für die rabattrechtliche Beurteilung des Zusammenwirkens eines Dritten mit dem Verkaufsunternehmer ist eine Unterscheidung danach, ob der Dritte der "Verkäuferseite" oder der "Käuferseite" zuzurechnen ist, grundsätzlich ohne Belang (vgl. BGH, Urt. v. 20.12.1967 - Ib ZR 75/65, GRUR 1968, 266, 267 - BSW II; Seydel in Anm. zu BGH BSW I, GRUR 1967, 374, 375; Prölles DB 1967, 1355, 1356 f.); denn auch in letzterem Fall kann ein gemeinsames Zusammenwirken der zwischengeschalteten Organisation mit dem Verkaufsunternehmen gegeben sein, das darauf ausgerichtet ist, dem Kunden einen Teil des Kaufpreises unmittelbar gut zu bringen (v. Gamm, Wettbewerbsrecht, 5. Aufl., Kap. 60 Rdn. 41 [S. 1211]; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 15. Aufl., § 1 RabattG Rdn. 57, 58; Prölles aaO). So liegt es im Streitfall, in welchem die Beklagte den für einen Einkauf bei ihr in Aussicht gestellten Bonus von 10 % (abzüglich einer Bearbeitungsgebühr) als Teil des gezahlten Kaufpreises dem Käufer über Bonusring rückvergütet.

Auf die von den Beteiligten für den Preisnachlaß getroffene Wortwahl kommt es für die rabattrechtliche Beurteilung nicht an (BGH, Urt. v. 27.11.1963 - Ib ZR 60/62, GRUR

1964, 274, 275 - Möbelrabatt). Als rechtlich unerheblich erweist es sich deshalb, daß in der "Teilnahmeanweisung für BONUSRING-Partnergeschäfte" die Auszahlung des Bonus als Abrechnung der "vereinbarten Vermittlungsprovision" bezeichnet wird.

Unabhängig davon, daß auch die wirtschaftliche Zurechnung der Leistung eines am Zustandekommen des Kaufvertrags beteiligten Dritten zugunsten einer bestimmten Käufergruppe einen unzulässigen Preisnachlaß im Sinne des § 1 Abs. 2 RabattG darstellen kann (vgl. BGH, Urt. v. 20.12.1967 - Ib ZR 75/65, GRUR 1968, 266, 268 - BSW II; Urt. v. 30.6.1983 - I ZR 164/80, GRUR 1983, 682, 684 - Fach-Tonband-Kassetten), verwehren es die Feststellungen im Streitfall, den bestimmungsgemäß an den Käufer auszahlenden Bonus-Geldbetrag als eine Provision des Bonusrings zu verstehen. Als Provision verdient kann nur der Betrag angesehen werden, welcher dem Vermögen des Vermittlers als Entgelt für seine Vermittlungstätigkeit zufließen soll. Das ist nach den Feststellungen des Berufungsgerichts aber nur der Betrag in Höhe von 2 % des Kaufpreises, den die Beklagte wie auch jedes andere Partnerunternehmen zuzüglich zum Bonusbetrag an Bonusring abzuführen hat. Der Bonusbetrag selbst steht Bonusring nicht als Vermittlungsprovision zu; denn als Provision kann nicht die Kaufpreisrückvergütung verdient sein, die der vermittelnde Bonusring als den besonderen Vorteil eines Einkaufs bei einem Bonusring-Partnerunternehmen anpreist. Es ist deshalb aus Rechtsgründen verwehrt, den Bonusbetrag als verdiente Provision dem Vermögen von Bonusring zuzuordnen und die Auszahlung des Bonusgeldbetrages als freiwillige Be-

teilung an einer von Bonusring erbrachten Leistung einzu-
stufen (vgl. auch BGH, Urt. v. 12.3.1965 - KZR 4/64, GRUR
1965, 616, 619 - Esslinger Wolle).

III. Da das Handeln der Beklagten sich als ein Verstoß
gegen das Rabattgesetz erweist, ist das angefochtene Urteil
aufzuheben; die landgerichtliche Entscheidung ist wiederher-
zustellen, wonach die Beklagte gemäß §§ 1, 12 RabattG zur
Unterlassung der Ankündigung und/oder des Gewährens von
Preisnachlässen, die 3 % übersteigen, verurteilt worden ist.
Die Beklagte hat gemäß §§ 91, 97 Abs. 1 ZPO die Kosten der
Rechtsmittelverfahren zu tragen.

v. Gamm

Piper

Erdmann

Mees

Ullmann