

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

VO über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom
13. Juli 1950, BAHz Nr. 135;
UWG § 1

- Stündlich neue Angebote -

Werbe- und Verkaufsveranstaltungen im Rahmen von
Schlußverkäufen, bei denen am Eröffnungstag zu jeder
vollen Stunde neue, nach Art, Menge und Preis im
einzelnen gekennzeichnete Waren angeboten werden,
sind weder nach den Bestimmungen der VO über Sommer-
und Winterschlußverkäufe noch nach § 1 UWG als
wettbewerbswidrig zu beanstanden.

BGH, Urt. v. 24. Februar 1983 - I ZR 16/81 - OLG Karlsruhe
LG Karlsruhe

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 16/81

URTEIL

Verkündet am

24. Februar 1983
Schwarz
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.,
vertreten durch das geschäftsführende Vorstandsmitglied
Dr. Marcel K[REDACTED], L[REDACTED]straße [REDACTED], Bad H[REDACTED]
v.d. Höhe,

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Firma Carl S[REDACTED] OHG, vertreten durch die persönlich
haftenden Gesellschafter Julius S[REDACTED] und Frau Dr. Maria
Melitta B[REDACTED]-S[REDACTED], Ka[REDACTED]straße [REDACTED], Kar[REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 24. Februar 1983
durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und
die Richter Dr. Merkel, Dr. Zülch, Dr. Piper und
Dr. Erdmann

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des
6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts
Karlsruhe vom 10. Dezember 1980 wird
auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin, ein Bekleidungshaus, warb im Januar
1980 zum Beginn des Winterschlußverkaufs für die von ihr
aus diesem Anlaß geplante und durchgeführte Verkaufs-
veranstaltung mit einer vierseitigen Zeitungsbeilage,
die neben anderen Werbehinweisen Ankündigungen über den
zusätzlichen Verkauf von nach Art, Menge und Preis im
einzelnen gekennzeichneten Damen-Oberbekleidungsstücke
für jede volle Stunde des Eröffnungstages zwischen 7.00 Uhr
und 18.00 Uhr enthielt ("ab 7.00 Uhr 150 sportliche Damen-
Blusen jetzt nur 5,-- DM", "ab 8.00 Uhr 60 Damen-Loden-
mäntel in zwei verschiedenen Formen jetzt nur 90,-- DM",
"ab 9.00 Uhr 200 schmal fallende Damen-Plissee-Röcke
jetzt nur 10,-- DM" usw.).



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Die Beklagte, eine Vereinigung zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, hat diese Werbe- und Verkaufsaktion als Verstoß gegen § 1 der Anordnung betr. Sonderveranstaltungen vom 4.7.1935 (AO) und als wettbewerbswidrig i.S. des § 1 UWG beanstandet. Der Verkehr, so hat sie geltend gemacht, gehe bei derartigen Veranstaltungen davon aus, daß die nach der Werbeankündigung mengenmäßig begrenzten Warenangebote nur für die Dauer einer Stunde bis zum nächsten Angebot Geltung hätten. Dadurch werde das Publikum in übertriebener Weise angelockt und vom Besuch der Geschäfte von Mitbewerbern abgehalten.

Die Klägerin hat gegenüber diesen Beanstandungen im Klagewege die Feststellung begehrt, daß sie berechtigt sei, im geschäftlichen Verkehr während des Saison-Schlußverkaufs in Zeitungsinseraten den Verkauf einer bestimmten Stückzahl von nach ihrem Preis gekennzeichneten schlußverkaufsfähiger Ware ab dem Beginn jeder vollen Stunde des Verkaufstages anzukündigen und den Verkauf entsprechend dieser Ankündigung durchzuführen.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Auf die Berufung der Klägerin hat das Oberlandesgericht dieses Urteil geändert und der Klage stattgegeben. Dagegen richtet sich die Revision der Beklagten, die ihren bisherigen Antrag, die Klage abzuweisen, weiterverfolgt. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat dem Feststellungsbegehren der Klägerin entsprochen und dazu ausgeführt: Gegen die

Anordnung betr. Sonderveranstaltungen habe die Klägerin nicht verstoßen. Wie sich aus § 1 Abs. 1 AO und deren Ermächtigungsgrundlage (§ 9 a UWG) ergebe, unterfielen Veranstaltungen im Rahmen von Schlußverkäufen nicht der AO, sondern der VO des Bundeswirtschaftsministers über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom 13.7.1950. Deren Bestimmungen habe die Klägerin nicht übertreten. Darüber hinaus sei ihr Verhalten auch nicht nach § 1 UWG zu beanstanden. Bei der Herausstellung stündlich neuer Angebote im Rahmen eines Winterschlußverkaufs handele es sich weder um ein übertriebenes Anlocken von Kunden noch um das Hervorrufen eines unzulässigen psychologischen Kaufzwangs. Auch die sonstigen Werbeaussagen der Zeitungsbeilage hielten sich im Rahmen des im Saison-Schlußverkauf üblichen und seien nicht geeignet, die Werbe- und Verkaufsaktion der Klägerin als wettbewerbswidrig erscheinen zu lassen.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

1. Zutreffend ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, daß die beanstandete Werbe- und Verkaufsveranstaltung der Klägerin - bei der es sich nach den getroffenen Feststellungen um eine Veranstaltung im Rahmen eines Winterschlußverkaufs gehandelt hat - als Räumungsverkauf nicht den Vorschriften der AO betr. Sonderveranstaltungen vom 4.7.1935 unterfällt (§ 9 a UWG, § 1 Abs. 1 AO).

2. Rechtsirrtumsfrei hat das Berufungsgericht ferner angenommen, daß das stündlich neue Anbieten von Waren am Eröffnungstag eines Saison-Schlußverkaufs und die darauf abstellende Werbung mit der Verordnung über Sommer- und Winterschlußverkäufe vom 13.7.1950 nicht in Widerspruch

stehen. Ein ausdrückliches Verbot solcher Veranstaltungen enthalten die Vorschriften dieser VO nicht. Im Hinblick darauf, daß bei Saison-Schlußverkäufen - anders als sonst bei Räumungsverkäufen - das Vor- und Nachschieben von Waren nach §§ 8 Abs. 1 Nr. 1 und 9 UWG erlaubt ist, kann ein Verbot stündlich neuer Angebote im Rahmen von Saison-Schlußverkäufen den Vorschriften der genannten VO auch nicht mittelbar entnommen werden. Es läßt daher keinen Rechtsfehler erkennen, wenn das Berufungsgericht das angegriffene Werbe- und Verkaufsverhalten der Klägerin nach den Vorschriften der VO über Sommer- und Winterschlußverkäufe nicht beanstandet hat.

3. Zutreffend hat das Berufungsgericht die Aktion der Klägerin auch nicht nach § 1 UWG als wettbewerbswidrig beurteilt. Nach den getroffenen Feststellungen kann weder von einem unlauteren psychologischen Kaufzwang noch von einer den Kaufentschluß in unzulässiger Weise beeinträchtigenden Belästigung des Käuferpublikums ausgegangen werden. Auch unter dem Gesichtspunkt übertriebenen Anlockens ist die Veranstaltung nach § 1 UWG nicht zu beanstanden. Mit Recht hat das Berufungsgericht insoweit die Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung des Verkehrs und einer Beeinträchtigung des Leistungswettbewerbs verneint. Es ist nicht ohne weiteres wettbewerbswidrig, wenn der Kaufmann durch die Art und Weise der Gestaltung seiner Werbe- und Verkaufstätigkeit, auch soweit sich diese nicht auf die Qualität und Preiswürdigkeit seiner Waren bezieht, den Kunden zu bestimmen sucht, ihm den Vorzug vor seinen Mitbewerbern zu geben. Als unlauter zu mißbilligen ist ein solches Verhalten erst dann, wenn die Aufmerksamkeit der Kunden mit Mitteln geweckt wird, die zu von sachlichen Erwägungen nicht oder nicht hinreichend getragenen Kaufentschlüssen führen und damit zu einer

Verfälschung des Leistungswettbewerbs zwischen dem Anbietenden und dessen Mitbewerbern (BGH GRUR 1974, 156, 157 = WRP 1974, 21, 22, 23 - Geld-Gewinnspiel; GRUR 1976, 250, 252 = WRP 1976, 104, 106 - Preisgegenüberstellung II). So liegt es im Streitfall aber nicht. Bei einer Werbe- und Verkaufsaktion wie hier werden die Entschließungsfreiheit der Kunden und die Absatzmöglichkeiten der Mitbewerber nicht stärker beeinträchtigt als bei einem - auch nach Auffassung der Revision wettbewerbsrechtlich unbedenklichen - Angebot sämtlicher in den Schlußverkauf einbezogener Waren vom Beginn der Veranstaltung an. Dem kann die Revision nicht mit Erfolg entgegenhalten, daß in der stündlichen Staffelnung der Angebote eine willkürliche Manipulation der Art und Weise des Verkaufs liege, weil sie dazu führe, daß die Kaufinteressenten während des ganzen ersten Tages des Schlußverkaufs in den Geschäftsräumen festgehalten würden. Die Revision berücksichtigt dabei nicht hinreichend, daß Werbean- kündigungen, wie die hier zu beurteilenden, den Verkehr über die stündlich neu zum Verkauf gelangenden Artikel in wesentlichen Punkten nicht im unklaren lassen, sondern daß sie diese Artikel nach Warenart, Stückzahl und Preis im einzelnen kennzeichnen und dem interessierten Publikum über den jeweiligen Zeitpunkt des Beginns des Verkaufs Aufschluß und damit Gelegenheit geben, sein Kaufverhalten entsprechend einzurichten. Im Hinblick darauf wäre es erfahrungswidrig anzunehmen, daß ins Gewicht fallende Teile des interessierten Käuferpublikums den ganzen Eröffnungstag über in den Geschäftsräumen des Veranstalters ausharrten, um jedes einzelne, stündlich neue - nach Art, Zahl, Preis und Verkaufszeitpunkt bereits bekannte - Warenangebot abzuwarten. Dabei ist auch in Rechnung zu stellen, daß der Kunde - anders als beim Angebot sämt-

licher Waren vom Beginn des Schlußverkaufs an - hinsichtlich der ab 8.00 Uhr zum Verkauf gelangenden Artikel die Möglichkeit hat, zuvor die Angebote gleichartiger Waren von Mitbewerbern zu prüfen, und zwar auch dann, wenn er an mehreren Angeboten interessiert ist. Eine von derartigen Gegebenheiten und Erwägungen bestimmte Verkaufsaktion im Rahmen eines Schlußverkaufs, die den Leistungsvergleich zwischen den verschiedenen Anbietern jedenfalls nicht stärker beeinträchtigt als bei einem wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstandenden Angebot sämtlicher Waren vom Beginn des Schlußverkaufs an, hat das Berufungsgericht mit Recht auch nach § 1 UWG nicht als unlauter angesehen.

Schließlich kann auch im Hinblick auf den Gesamteindruck der beanstandeten Werbung diese nicht als wettbewerbswidrig bezeichnet werden. An Werbeaussagen, wie sie die Klägerin nach den Feststellungen des Berufungsgerichts vorliegend weiter verwendet hat - "Bei S. in Karlsruhe können Sie was erleben", "Super-Extra-Angebot", "Super-S.-WSV-Preise", "und zusätzlich gibts jede volle Stunde einen neuen Super-Knüller", "Stündlich neu hinzukommende Super-Sonder-Angebote mit ungeheuer günstigen WSV-Preisen", "Jede Stunde fahren wir zusätzlich einen großen Verkaufs-Schlitten, angefüllt mit einem Super-Extra-Angebot, ein" - ist der Verkehr gewöhnt. Werbeaussagen dieser Art sind, wie das Berufungsgericht mit Recht erkannt hat, nicht geeignet, die Kaufentscheidungen der Kunden im Rahmen von Saison-Schlußverkäufen sachwidrig zu beeinflussen oder das Publikum in wettbewerbswidriger Weise dem Werbenden zuzuführen.

III. Die Revision der Beklagten war danach als unbegründet zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Merkel

Zülch

Piper

Erdmann