

Nachschlagewerk: ja

BGHZ : ja

UWG § 1; HWiG § 2 Abs. 1

Kauf im Ausland

Das deutsche Wettbewerbsrecht ist nicht anwendbar, wenn im Ausland bei dem Abschluß von Kaufverträgen mit Personen, die ihren gewöhnlichen Aufenthalt im Inland haben, Vertragsformulare verwendet werden, die keine Widerrufsbelehrung nach dem Gesetz über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften (HWiG) enthalten.

BGH, Urt. v. 15. November 1990 - I ZR 22/89 - OLG Hamm

LG Hagen

BUNDESGERICHTSHOF

35

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 22/89

URTEIL

Verkündet am:
15. November 1990
Florek
Justizsekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Verbraucherschutzverein e.V., vertreten durch die Vorsitzende des Vorstandes Dr. Thea Brünner, B[REDACTED], und deren Stellvertreterin Dr. Gabriele Erkelenz, Bonn, L[REDACTED]platz [REDACTED], B[REDACTED]

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

g e g e n

Wolfgang W[REDACTED] GmbH & Co. KG, vertreten durch die persönlich haftende Gesellschafterin, die Wolfgang W[REDACTED] Beteiligungsgesellschaft mbH, diese wiederum vertreten durch den Geschäftsführer Wolfgang W[REDACTED], W[REDACTED]straße [REDACTED], S[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte
II. Instanz:

Rechtsanwälte [REDACTED] und
Kollegen, [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 15. November 1990 durch die Richter Dr. Piper, Dr. Erdmann, Dr. Mees, Dr. v. Ungern-Sternberg und Dr. Ullmann

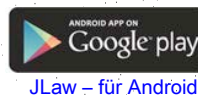
für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 1. Dezember 1988 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die BR [REDACTED] S.L., ein Unternehmen mit Sitz in Spanien, führte im Jahre 1987 auf Gr [REDACTED] Freizeitveranstaltungen für Touristen durch. Mit deutschsprachigen Einladungen bewarb sie auch eine Freizeitveranstaltung, die am 5. Februar 1987 stattfand und eine kostenlose Busfahrt von der Hotelanlage zu einem Vogelpark und dessen kostenlose Besichtigung einschloß. Der Ausflug wurde für eine Werbeveranstaltung unterbrochen, auf der Produkte aus der Merino-Wollfabrikation der Beklagten, die ihren Sitz in der Bundesrepublik Deutschland hat, angeboten wurden.

Für den Vertragsschluß benutzte die BR [REDACTED] deutschsprachige Vertragsformulare, die keine Belehrung über ein Recht zum Widerruf des Kaufvertrages enthielten.

Die Abwicklung der Verträge hatten die BR [REDACTED] und die Beklagte im Verhältnis untereinander vertraglich geregelt.

Bei der Veranstaltung am 5. Februar 1987 kaufte eine Teilnehmerin ein Oberbett und ein Kopfkissen zum Preise von 998,-- DM. In Deutschland widerrief sie später ihre auf den Vertragsschluß gerichtete Erklärung gegenüber der Beklagten und der BR [REDACTED]. Die Beklagte widersprach dem Widerruf und verlangte die Erfüllung des Kaufvertrages.

Der klagende Verbraucherschutzverband erhebt gegen die Beklagte den Vorwurf einer wettbewerbswidrigen Ausnutzung der Rechtsunkenntnis der Verbraucher. Auf den bei der Freizeitveranstaltung in Gr [REDACTED] abgeschlossenen Kaufver-

trag sei deutsches Recht anzuwenden. Die Beklagte sei demgemäß verpflichtet gewesen, die Käufer bei Vertragsschluß nach § 1 Abs. 1 Nr. 2, § 2 des Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften (HWiG) über das Recht zum Widerruf der auf den Vertragsabschluß gerichteten Erklärung zu belehren. Diese Verpflichtung ergebe sich im übrigen auch aus spanischem Recht, weil die EG-Richtlinie vom 20. Dezember 1985 betreffend den Verbraucherschutz im Falle von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen (85/577/EWG - ABl. Nr. L 372/31 v. 31.12.1985) in Spanien unmittelbar geltendes Recht sei. Die Beklagte habe jedoch, ebenso wie die BR [REDACTED], für deren Verhalten sie wettbewerbsrechtlich verantwortlich sei, die Belehrung bewußt unterlassen und sich dadurch bezüglich deutscher Kunden einen Vorsprung gegenüber ihren Wettbewerbern, insbesondere deutschen Unternehmen in Deutschland und Spanien, verschafft.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs beim Abschluß von Kaufverträgen mit Personen, die ihren gewöhnlichen Aufenthalt im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland haben, in deutscher Sprache abgefaßte Vertragsformulare, die die Beklagte als Inhaberin der Kaufpreisforderung und Lieferantin der gekauften Ware sowie zuständig für alle Garantie- und Gewährleistungsansprüche ausweisen, zu verwenden bzw. verwenden zu lassen, die keine dem Gesetz über den Widerruf von Haustürgeschäften entsprechende Widerrufsbelehrung enthalten, wenn die Kaufverträge anlässlich einer von

einer ausländischen Verkaufsfirma, insbesondere einer spanischen Verkaufsfirma, im Ausland, insbesondere in Spanien, in deutscher Sprache durchgeführten Freizeitveranstaltung, bei der kostenlose Vergünstigungen gewährt werden, insbesondere eine kostenlose Busfahrt, der kostenlose Besuch eines Vogel-parks sowie ein kostenloses Getränk, abgeschlossen werden.

Die Beklagte hat auf das Klagevorbringen entgegnet, der Vorwurf wettbewerbswidrigen Verhaltens sei unbegründet. Auf die abgeschlossenen Kaufverträge sei spanisches Recht anzuwenden. Da der Käufer danach kein Recht zum Widerruf seiner auf den Vertragsabschluß gerichteten Erklärung habe, bestehe auch keine entsprechende Belehrungspflicht. Die Beklagte könne für das Verhalten der BR [REDACTED] auch nicht verantwortlich gemacht werden, weil sie auf dieses rechtlich und tatsächlich selbständige Unternehmen keinen Einfluß habe. Die verwendeten Kaufvertragsformulare habe die Beklagte weder entworfen noch der BR [REDACTED] zur Verfügung gestellt. Im übrigen sei das deutsche Wettbewerbsrecht auf im Ausland begangene Wettbewerbshandlungen nicht anzuwenden.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. In der Berufungsinstanz hat der Kläger hilfsweise zu seinem bereits in erster Instanz gestellten Klageantrag beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, sich in Vertragsformularen in Verbindung mit der Angabe des Firmennamens als Inhaberin der Kaufpreisforderung und Lieferantin der gekauften Ware sowie zuständig für alle Garantie- und Gewährlei-

stungsansprüche auszuweisen, wenn diese in deutscher Sprache abgefaßten Vertragsformulare beim Abschluß von Kaufverträgen mit Personen, die an [richtig: ihren] gewöhnlichen Aufenthalt im Gebiet der Bundesrepublik Deutschland haben, verwendet werden, ohne daß eine dem Gesetz über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften entsprechende Widerrufsbelehrung schriftlich erteilt wird, soweit die Kaufverträge anläßlich einer von einer ausländischen Verkaufsfirma, insbesondere einer spanischen Verkaufsfirma im Ausland, insbesondere in Spanien, in deutscher Sprache durchgeführten Freizeitveranstaltung, bei der kostenlose Vergünstigungen gewährt werden, insbesondere eine kostenlose Busfahrt, der kostenlose Besuch eines Vogelparks sowie ein kostenloses Getränk, abgeschlossen werden.

Das Berufungsgericht hat die Berufung des Klägers zurückgewiesen (OLG Hamm NJW-RR 1989, 496). Mit der Revision verfolgt der Kläger seine in der Berufungsinstanz gestellten Klageanträge weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat offengelassen, ob die beanstandeten Handlungen der Beklagten nach deutschem Wettbewerbsrecht zu beurteilen sind und ob die Beklagte für das wettbewerbliche Verhalten der BR [REDACTED] bei Anwendung deutschen Wettbewerbsrechts verantwortlich zu machen wäre. Die geltend

gemachten Unterlassungsansprüche stünden dem Kläger schon deshalb nicht zu, weil die Vertragspartner der BR [REDACTED] kein Recht zum Widerruf der geschlossenen Kaufverträge nach § 2 Abs. 1 HWiG gehabt hätten und daher auch nicht über ein solches Recht hätten belehrt werden müssen. Ein derartiges Widerrufsrecht und eine entsprechende Pflicht zur Belehrung folge weder aus dem hier anzuwendenden spanischen Recht noch aus der EG-Richtlinie vom 20. Dezember 1985 betreffend den Verbraucherschutz im Falle von außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen. Die Regelungen des HWiG gehörten auch nicht zu den wesentlichen Grundsätzen des deutschen Rechts, denen nach Art. 6 EGBGB (ordre public) Geltung zu verschaffen sei.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision des Klägers hat keinen Erfolg. Das mit dem Hauptantrag angegriffene Verhalten der Beklagten unterliegt nicht dem deutschen Wettbewerbsrecht. Dieses ist nicht anwendbar, wenn im Ausland bei dem Abschluß von Kaufverträgen mit Personen, die ihren gewöhnlichen Aufenthalt im Inland haben, Vertragsformulare verwendet werden, die keine Widerrufsbelehrung nach dem Gesetz über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften (HWiG) enthalten.

1. Sittenwidrige Wettbewerbshandlungen gehören zu den unerlaubten Handlungen; das anzuwendende Recht ergibt sich bei ihnen grundsätzlich aus dem Begehungsort (BGHZ 35, 329, 333 - Kindersaugflaschen). Als solcher kann im Hinblick auf die Besonderheiten des Wettbewerbsrechts, wie der Bundesgerichtshof in der genannten Entscheidung ausgeführt hat, in der Regel nur der Ort angesehen werden, an dem wettbewerbli-

che Interessen der Mitbewerber aufeinandertreffen (BGH, aaO S. 333 f.; BGH, Urt. v. 4.6.1987 - I ZR 109/85, GRUR 1988, 453, 454 - Ein Champagner unter den Mineralwässern).

Im Streitfall geht es um die wettbewerbsrechtliche Beurteilung eines Verhaltens bei der Gewinnung von Kunden. In einem solchen Fall ist als Ort der wettbewerblichen Interessenkollision grundsätzlich der Markttort anzusehen, an dem durch dieses Verhalten im Wettbewerb mit anderen Unternehmen auf die EntschlieÙung des Kunden eingewirkt werden soll. Dort soll das Wettbewerbsrecht unlauteres Konkurrenzverhalten verhindern; auf diesen Ort bezieht sich auch das durch das Wettbewerbsrecht ebenfalls geschützte - und deshalb bei der Rechtsanknüpfung mit zu beachtende - Interesse der Allgemeinheit an einem lauterem Wettbewerb bei der Gewinnung von Kunden und das Interesse der möglichen Kunden, als Marktteilnehmer vor unlauterem Verhalten bei der Werbung und dem Abschluß von Verträgen geschützt zu werden (vgl. dazu auch BGHZ 35, 329, 336 - Kindersaugflaschen; vgl. weiter Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 16. Aufl., UWG Einl. Rdn. 188; MünchKomm/Kreuzer, BGB, 2. Aufl., Art. 38 EGBGB Rdn. 241 ff.; Sack GRUR Int. 1988, 320, 322 ff.; Schricker GRUR 1977, 646, 648; Möllering WRP 1990, 1, 3). Auf die Staatsangehörigkeit, den Wohnsitz oder den gewöhnlichen Aufenthalt der angesprochenen möglichen Kunden kommt es daher grundsätzlich ebensowenig an wie darauf, wo Vorbereitungshandlungen stattfinden oder ein etwaiger Schaden eintritt. Wenn es um die Beurteilung von Maßnahmen bei der Gewinnung von Kunden geht, ist der Markttort, an dem diese Maßnahmen auf den Kunden einwirken sollen, auch dann der für die Bestimmung des anwendbaren Rechts maßgebliche Ort der

wettbewerblichen Interessenkollision, wenn der spätere Absatz auf einem anderen Markt stattfinden soll. In einem solchen Fall ist zwar auch das Absatzinteresse anderer Wettbewerber auf diesem Markt berührt, es handelt sich aber insoweit nur um Auswirkungen des zu beurteilenden Wettbewerbsverhaltens, die nicht zur Anwendbarkeit des Rechts des Absatzmarktes führen (vgl. Sack GRUR Int. 1988, 320, 323 f. m.w.N.).

2. Nach diesen Grundsätzen ist das deutsche Wettbewerbsrecht im Streitfall auf das beanstandete wettbewerbliche Verhalten bei dem Abschluß der Kaufverträge in Gran Canaria nicht anzuwenden. Maßgeblich ist vielmehr spanisches Wettbewerbsrecht als das Recht des Ortes, an dem sich die BRITCA im Wettbewerb mit anderen Unternehmen - nach eigener Darstellung des Klägers insbesondere deutschen Unternehmen in Spanien und der Bundesrepublik Deutschland - bemühte, Touristen als Kunden zu gewinnen; dort wurden auch die Kaufverträge abgeschlossen. In Gr [REDACTED] fand somit das Marktgeschehen statt, das durch das Verhalten, das der Kläger als unlauter beanstandet, beeinflußt werden sollte. Die Frage, ob das deutsche Wettbewerbsrecht ausnahmsweise auch dann Anwendung findet, wenn eine Werbeveranstaltung, die sich gezielt nur an Inländer wendet, lediglich als in das Ausland verlegt erscheint (z.B. bei sogenannten Kaffeefahrten in das Ausland), kann hier offenbleiben, weil sich die Verbraucher, an die sich die Werbeveranstaltung richtete, ohnehin als Urlauber in Gran Canaria befanden.

Auf die Anwendung spanischen Wettbewerbsrechts hat sich der Kläger nicht berufen; es muß daher nicht entschieden werden, ob der Kläger als Verbraucherschutzverband nach § 13

Abs. 2 Nr. 3 UWG auch einen etwaigen Verstoß gegen spanisches Wettbewerbsrecht geltend machen könnte.

Der Hauptantrag der Klage kann danach keinen Erfolg haben.

3. Der Hilfsantrag bezieht sich - wie der Kläger in der mündlichen Verhandlung vor dem Revisionsgericht klargestellt hat - ebenso wie der Hauptantrag nur darauf, daß bei dem Abschluß von Kaufverträgen im Ausland Vertragsformulare in der beanstandeten Form verwendet werden. Da insoweit - wie dargelegt - das deutsche Wettbewerbsrecht nicht anzuwenden ist, kann auch dem Hilfsantrag nicht stattgegeben werden.

III. Die Revision des Klägers ist daher mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Piper

Erdmann

Mees

v. Ungern-Sternberg

Ullmann