

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 1

"Probe - Jahrbuch"

Werden für ein Jahrbuch dessen Geschenkcharakter bei der Probebestellung einer Zeitschrift betont, dessen Zugehörigkeit zum Abonnement und der Probezweck jedoch nicht hinreichend verdeutlicht, so hat dieser Probezweck für die Frage einer unsachlichen Beeinflussung des Interessenten durch dieses Geschenk außer Betracht zu bleiben.

BGH, Urt. v. 15. Mai 1986 - I ZR 25/84 - OLG Köln
LG Köln

BUNDESGERICHTSHOF

47

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 25/84

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
15. Mai 1986
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

m i Verlag GmbH, gesetzlich vertreten durch ihren
Geschäftsführer Hans B, G Allee , D -
,

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Prof. Dr. -

g e g e n

G-M Verlags GmbH, gesetzlich vertreten durch ihren
Geschäftsführer Dipl.-Kfm. Herbert L, K
Straße , Kö ,

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. und
-

WII

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 15. Mai 1986 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 16. Dezember 1983 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Parteien sind als Herausgeber von Wirtschaftszeitschriften Wettbewerber. Die Beklagte warb für die von ihr herausgegebene Zeitschrift "G-M" mit einem Inserat, in dem sie den Inhalt der Zeitschrift beschrieb und dazu auf-



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

forderte, diese kennenzulernen. Als "Unser Dankeschön dafür" bot sie die neueste Ausgabe des "Jahrbuchs der deutschen Anlageberatung 1982" ebenfalls kostenlos und unverbindlich an. Sie bildete in dem Inserat hintereinandergestellt verschiedene Hefte des "G-M" und das "Jahrbuch" ab, in dessen Kopfleiste ebenfalls das "G-M" erkennbar war. Sie forderte dazu auf, "G-M" und "Jahrbuch" mit einem Abruf-Coupon anzufordern, der Teil des Inserats war. Dieser war in der Überschrift "für 1 Probe-Exemplar und 1 Jahrbuch gratis" bestimmt. Unter dieser Überschrift hieß es in dem kleingedruckten Text unter anderem weiter, daß die Bestellung den regelmäßigen Bezug von 11 Heften und 1 Jahrbuch umfasse.

Die Klägerin hat behauptet, das in dem Inserat angebotene "Jahrbuch der deutschen Anlageberatung 1982" habe einen Verkaufswert von etwa 19,-- DM. Die Beklagte beeinflusse durch dieses Angebot die Interessenten ihrer Zeitschrift in unsachlicher Weise. Sie bewirke, daß diese sich zum Bestellen der Zeitschrift entschlossen, um das "Jahrbuch" zu erhalten, ohne dabei auf den Wert der Zeitschrift zu achten. Auch hätten Interessenten nach Erhalt des "Jahrbuchs" wegen dessen hohen Wertes Hemmungen, der Beklagten alsdann mitzuteilen, sie wollten die Zeitschrift nicht beziehen, während sie das "Jahrbuch" behielten.

Die Klägerin hat beantragt, der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln die Werbung für die Zeitschrift mit Hilfe des beschriebenen und im Berufungsurteil abgebildeten Abruf-Coupons zu untersagen.

Die Beklagte ist dem Begehren entgegengetreten. Sie hat vorgetragen, das "Jahrbuch" sei Teil des Zeitschriftenabonnements und allein auf dem Markt nicht erhältlich; es habe daher keinen Handelswert. Der Kreis von Lesern, den sie anspreche, wolle Geld anlegen und lasse sich deshalb nicht von ihrem Angebot in unsachlicher Weise beeinflussen.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die hiergegen eingelegte Berufung war erfolglos. Mit der Revision verfolgt die Klägerin das Unterlassungsbegehren weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Nach Auffassung des Berufungsgerichts ist das "Jahrbuch der deutschen Anlageberatung" Teil des Zeitschriftenabonnements. Das, so hat das Berufungsgericht ausgeführt, gehe mit hinreichender Deutlichkeit auch aus dem Abruf-Coupon hervor. Danach umfasse das Abonnement elf Hefte der Zeitschrift "G-M" und ein Jahrbuch. Auch wegen der mit der Zeitschrift identischen Bezeichnung des Jahrbuchs in der Kopfleiste und der inhaltlichen Verwandtschaft beider werde für den angesprochenen Verkehr der Eindruck einer Wareneinheit von Zeitschrift und Jahrbuch erweckt. Die Beklagte habe mit ihrem Abruf-Coupon für das Jahrbuch lediglich die kostenlose Überlassung eines weiteren Probeexemplars der Zeitschrift angekündigt. Deshalb würden Interessenten durch

dieses Angebot nicht übermäßig zu einer Bestellung verlockt. Auch könnten die angesprochenen Interessenten, ohne von der Beklagten beeinflusst zu werden, den Wert der Zeitschrift für sich beurteilen und sich dann für einen Bezug der Zeitschrift entscheiden. Daß sie das "Jahrbuch" behalten könnten, sei für sie nicht von Bedeutung.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision hat Erfolg.

1. Vergeblich wendet sich die Revision allerdings dagegen, daß das Berufungsgericht einen Verstoß gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO verneint hat. Das Berufungsgericht ist rechtsfehlerfrei davon ausgegangen, daß auch bei vorangehender unentgeltlicher Zuwendung der Tatbestand dieser Vorschrift nur erfüllt ist, wenn ein entgeltliches Geschäft über die Hauptware zustande kommt und die Gewährung der Nebenware von dem Abschluß des Geschäfts über die Hauptware abhängig ist (BGH, Urt. v. 7.2.1968 - Ib ZR 6/66 - GRUR 1968, 649, 651 = WRP 1968, 196 - Rocroni-Ascher). Daß diese Voraussetzungen im Streitfall nicht erfüllt sind, hat das Berufungsgericht zutreffend angenommen. Die Interessenten sollten das Jahrbuch auch dann behalten dürfen, wenn sie die Zeitschrift nicht bestellten.

2. Die Beurteilung der Werbeaussage in dem Abruf-Coupon der Beklagten für Interessenten der Zeitschrift durch das Berufungsgericht ist dagegen nicht frei von durchgreifenden, rechtlichen Bedenken. Das Berufungsgericht hat angenommen, da das Jahrbuch Teil des Jahresabonnements sei, habe die

Beklagte mit dem Jahrbuch neben einer Nummer der Zeitschrift lediglich die Gratis-Überlassung eines weiteren Probeexemplars des Gesamtabonnements angekündigt. Dabei hat das Berufungsgericht aber übersehen (§ 286 ZPO), daß die Beklagte schon in der blickfangmäßig herausgehobenen Überschrift zu dem Coupon dazu aufforderte, "G■■■■-M■■■■" und "Jahrbuch" gleich anzufordern, und daß der Coupon "für 1 Probe-Exemplar und 1 Jahrbuch gratis" bestimmt war. Ferner war dem Inhalt der von dem Interessenten zu unterzeichnenden Bestellung zu entnehmen, daß dieser ein Exemplar "G■■■■-M■■■■" kostenlos zum Kennenlernen erhalten solle; zusammen mit diesem Exemplar sollte er das "Jahrbuch der deutschen Anlageberatung 1982" erhalten; beide Gratis-Ausgaben könne er auf jeden Fall behalten. Diese Angaben zeigen, daß die Beklagte das "Jahrbuch" nicht als Teil des Zeitschriftenabonnements bewarb, sondern im Gegenteil als eine danebenstehende besondere unentgeltliche Leistung herausstellte. Diese werbliche Ankündigung der Beklagten wurde noch weiter dadurch verstärkt, daß die Beklagte in der Anzeige unter der blickfangmäßig herausgestellten Bezeichnung "Die sichere Geldanlage" auch zunächst die Zeitschrift beschrieb. Sie stellte dem dann ihr "Danke-schön" gegenüber und beschrieb unter dieser Überschrift den Inhalt des "Jahrbuchs". Zeitschrift und Jahrbuch wurden auch nicht, wie das Berufungsgericht weiter gemeint hat, dadurch als Einheit beworben, daß in der Kopfleiste des "Jahrbuchs" die Bezeichnung "G■■■■-M■■■■" enthalten war und daß in beiden Veröffentlichungen verwandte Themen behandelt werden. Das Berufungsgericht hat dabei übersehen, daß Herausgeber von

Zeitschriften häufig auch selbständige Werke in Form von Büchern erscheinen lassen und dabei darauf verweisen, daß die Bücher im gleichen Verlag unter der Bezeichnung der Zeitschrift erscheinen, ohne daß sie deshalb im Zeitschriftenabonnement enthalten sind. Bei diesem Sachverhalt durfte das Berufungsgericht allein dem Hinweis, der regelmäßige Bezug umfasse elf Hefte und ein Jahrbuch, nicht eine hinreichende Klarstellung dahin entnehmen, daß das Jahrbuch nicht, wie blickfangmäßig angekündigt, ein besonderes Geschenk, sondern ein Probe-Jahrbuch aus dem Abonnement sei. Der bloße Hinweis auf den Umfang des Abonnements mit elf Heften und einem Jahrbuch reichte für die Leser der Anzeige nicht aus, um daraus allein - entgegen allen anderen blickfangmäßig herausgehobenen Aussagen - entnehmen zu können, Zeitschrift und Jahrbuch seien eine wirtschaftliche Einheit. Vielmehr hat die Beklagte durch Gestaltung und Aussagen ihrer Werbung für einen nicht unerheblichen Teil des angesprochenen Publikums den gegenteiligen Eindruck erweckt.

3. Ist danach davon auszugehen, daß den angesprochenen Lesern in der Anzeige das Buch als Geschenk angeboten wird, hängt die rechtliche Beurteilung der Werbung der Beklagten davon ab, ob Interessenten für die Zeitschrift in unsachlicher Weise veranlaßt werden, diese zu bestellen. Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs sind Geschenke an Kunden zu Werbezwecken zwar nicht ohne weiteres wettbewerbswidrig, sie können es aber durch Hinzutreten besonderer Umstände werden. Hierfür kommt es insbesondere darauf an, ob sich ein Werbegeschenk nach Zweck und Wirkung noch im Rahmen einer Aufmerksamkeitswerbung entsprechend der

Wort- und Bildreklame hält. Das ist jedenfalls dann zu verneinen, wenn die angesprochenen Verkehrskreise durch die besondere Art und Ausgestaltung des Werbegeschenks in ihrer wirtschaftlichen Entschlußsfreiheit in unsachlicher Weise beeinflußt werden können, insbesondere dazu veranlaßt werden, ihre Wahl nicht in erster Linie nach ihren Vorstellungen über die Preiswürdigkeit und Qualität der konkurrierenden Waren zu treffen, sondern vornehmlich danach, wie sie in den Genuß des Werbegeschenks kommen können (BGH, Urt. v. 13.6.1973 - I ZR 65/72 - GRUR 1974, 345, 346 = WRP 1974, 23 - Geballtes Bunt; Urt. v. 2.2.1984 - I ZR 190/81 - GRUR 1984, 463, 464 = WRP 1984, 386 - Mitmacher-Tour). Dabei kommt es auf den Anlaß, auf die Person des Gebers und Empfängers, auf den Wert und den Zweck sowie auf die Art und Weise ihrer Gewährung an. Hierzu wird das Berufungsgericht im einzelnen noch Feststellungen zu treffen haben. Bei seiner weiteren Beurteilung wird das Berufungsgericht nicht ohne weiteres davon ausgehen können, daß eine unsachliche Beeinflussung im Streitfall bereits dann vorliege, wenn die Behauptung der Klägerin zutreffen sollte, das Buch habe einen Wert von 19,-- DM gehabt. Ein solcher Wert ist der Anzeige, durch die die Interessenten angesprochen werden und durch die die Beklagte sie zum Bestellen veranlassen will, nicht zu entnehmen. Für die weitere Frage, ob das Buch für die Interessenten, die es erhalten und seinen Inhalt zur Kenntnis genommen haben, einen solchen Wert darstellt, daß er den Rahmen einer Aufmerksamkeitswerbung übersteigt und Veranlassung gibt, die in der Übersendung des Abruf-Coupons liegende Bestellung des "G-M" (durch Stillschweigen) nicht zu widerrufen, wird das Berufungsgericht nicht nur unter Würdigung des Inhalts des Jahrbuchs

zu beurteilen haben, sondern auch nach dem Kreis der an der Zeitschrift möglicherweise interessierten Leser. Bereits das Landgericht hat hierzu bemerkt, daß es sich bei den in Betracht kommenden Interessenten um solche handeln dürfte, die den Nutzen des regelmäßigen Bezugs einer Fachzeitschrift für Kapitalanlagen für ihre Bedürfnisse abzuschätzen wissen und sachfremden Erwägungen weniger zugänglich sind.

III. Danach war auf die Revision der Klägerin das Berufungsurteil aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

Merkel

Erdmann

Teplitzky

Mees