

4

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

RabattG § 1 Abs. 1

Miniaturgolf

- a) Der Kreis der Waren, die vom Verbot des § 1 Abs. 1 RabattG erfaßt werden, ist weit zu ziehen. Neben Luxusgegenständen sind nur solche, insbesondere langlebige Waren auszunehmen, deren Abnehmerkreis sehr klein ist und für die nur selten ein Bedarf auftritt.
- b) Bei Miniaturgolfbahnen ist nicht deren Benutzer, sondern der Käufer letzter Verbraucher i.S. des § 1 Abs. 1 RabattG, und zwar auch dann, wenn er die Bahnen gewerblich nutzt.

BGH, Urt. v. 7. Mai 1976 - I ZR 27/75 - OLG Hamburg
LG Hamburg

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 27/75

URTEIL

Verkündet am
7. Mai 1976

Schnurr

in dem Rechtsstreit

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

des Kaufmanns Herbert A [REDACTED], K [REDACTED], F [REDACTED]
Straße 181,

Beklagten und Revisionsklägers,

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

gegen

die Kommanditgesellschaft in Firma D [REDACTED] M [REDACTED]
[REDACTED] B [REDACTED]-Gesellschaft, A [REDACTED]-R [REDACTED] P [REDACTED] & Co.,
vertreten durch den Komplementär A [REDACTED]-R [REDACTED] P [REDACTED],
H [REDACTED], L [REDACTED] Chaussee 428,

Klägerin und Revisionsbeklagte,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 7. Mai 1976 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Krüger-Nieland und die Richter Alff, Dr. Sprenkman, Dr. Schönberg und Schwerdtfeger

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts zu Hamburg, 3. Zivilsenat, vom 30. Januar 1975 wird auf Kosten des Beklagten mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß die Strafandrohung folgende Fassung erhält: bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zum Betrag von 500.000,-- DM oder von Ordnungshaft bis zu 6 Monaten.

Tatbestand

Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Gebiet von Spiel- und Sportgeräten; sie stellen unter anderem Miniaturgolfbahnen her. Der Beklagte hat 1974 komplette, aus 18 Bahnen bestehende Miniaturgolfanlagen zum Preis von 19.537,-- DM angeboten und dabei einen "Sonderrabatt" von 4.125,-- DM angekündigt. Die Klägerin sieht darin einen Verstoß gegen das RabattG. Zur Begründung hat sie vorgetragen:



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Gegenstand der Angebote seien nicht nur die kompletten Anlagen, sondern auch die einzelnen Bahnen. Es gebe Kunden, die zunächst nur einige Bahnen kauften und die Anlagen später bis auf 24 Bahnen erweiterten. - Golfbahnen seien Waren des täglichen Bedarfs. In der Bundesrepublik Deutschland würden insgesamt jährlich etwa 5.000 Bahnen verkauft. Sie unterlägen zwar vom Material her nur geringem Verschleiß; Ersatzbedarf ergebe sich jedoch bei Beschädigung durch gewaltsame Einwirkung oder Korrosion bei schlechter Pflege. - Die Käufer seien letzte Verbraucher. Manche, so z. B. Sanatorien, Jugend- und Betriebsheime verwerteten die Bahnen zu eigenen Zwecken; aber auch wenn die Anlagen gewerblich vermietet würden, seien die Käufer die letzten Verbraucher und nicht die Spieler. Die vom Beklagten gewährten Rabatte seien nicht handelsüblich.

Die Klägerin hat beantragt, dem Beklagten zu verbieten im geschäftlichen Verkehr Miniaturgolfbahnen unter Gewährung eines Sonderrabattes von mehr als 3 % Endverbrauchern, und zwar insbesondere auch solchen Personen anzubieten, die die Miniaturgolfbahnen in ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit verwerten.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. In der Berufungsinstanz hat die Klägerin hilfsweise beantragt, dem Beklagten zu verbieten,

im geschäftlichen Verkehr jeweils einen kompletten Satz von 18 verschiedenen Miniaturgolfbahnen unter Gewährung eines Sonderrabattes von mehr als 3 % Endverbrauchern, und zwar insbesondere auch solchen Personen anzubieten, die die Miniaturgolfbahnen in

- 4 -

ihrer gewerblichen oder beruflichen Tätigkeit
verwerten.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung des Beklagten zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt der Beklagte seinen Klagabweisungsantrag weiter. Die Klägerin beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Nach Auffassung des Berufungsgerichts ist das Klagebegehren aus §§ 1, 2, 12 RabattG gerechtfertigt. Das Berufungsgericht führt aus:

1. Selbst wenn der Beklagte bisher Sonderrabatte nur beim Verkauf von gesamten Miniaturgolfanlagen angeboten habe, erfasse das landgerichtliche Verbot gleichwohl die konkrete Verletzungsform, weil eine Miniaturgolfanlage aus 12, 18 bzw. 24 Bahnen bestehe und damit auch gleichzeitig die einzelnen Bahnen angeboten worden seien. Jedenfalls bestehe hinsichtlich der beanstandeten Rabattgewährung beim Verkauf einzelner Bahnen Begehungsgefahr. Der Beklagte habe selbst vorgetragen, daß 20 % seines Umsatzes auf den Verkauf einzelner Bahnen entfielen; er nehme für sich das Recht in Anspruch, beim Verkauf von Golfbahnen die beanstandeten Rabatte zu gewähren.

2. Die Vorschrift des § 1 Abs. 1 RabattG finde beim Verkauf von Miniaturgolfanlagen und -bahnen Anwendung. Es handle sich dabei um Waren des täglichen Bedarfs im Sinne dieser Vorschrift. Zu solchen seien alle - auch langlebige - Waren zu rechnen, die nach den

jeweiligen Zeitverhältnissen dem durchschnittlichen, normalen und angemessenen Lebensstandard dienten. Nur solche Waren, an denen lediglich vereinzelt Bedarf bestehe, wie z. B. Luxusgegenstände oder Spezialanlagen, fielen nicht darunter. An Golfbahnen bestehe ein ständiger Bedarf. Nach dem eigenen Vorbringen des Beklagten würden in der Bundesrepublik Deutschland jährlich insgesamt etwa 180 Anlagen verkauft, davon von ihm selbst etwa 50. Berücksichtige man ferner, daß als Abnehmer die verschiedensten Interessenten in Betracht kämen, nämlich Gastwirte, Sanatorien, Jugendheime, Verkehrsvereine, Betriebsheime und Bundeswehreinrichtungen, so seien solche Anlagen als Gegenstände des täglichen Bedarfs anzusehen. - Das Recht des Unternehmers auf freie Preisgestaltung werde durch diese weitgefaßte Auslegung des RabattG nicht eingeschränkt. Dem Gewerbetreibenden sei nicht verwehrt, eine allgemeine Preisherabsetzung vorzunehmen; er dürfe eine solche Preisherabsetzung aber nicht in den Mantel eines Preisnachlasses auf die allgemeinen angekündigten Preise hüllen.

3. Das beanstandete Angebot richte sich an letzte Verbraucher, selbst wenn diese die Golfanlagen an Spieler vermieteten. Die Spieler seien lediglich Nutznießer einer gewerblichen Leistung des Platzbesitzers, nicht aber letzte Verbraucher. Das Rechtsverhältnis zwischen ihnen und den Platzbesitzern sei kein Umsatzgeschäft in Bezug auf die Golfanlage.

4. Der Beklagte könne sich auch nicht mit Erfolg darauf berufen, daß der von ihm angebotene Sondernachlaß seiner Art und Höhe nach orts- oder handelsüblich sei (§ 9 Nr. 1 RabattG). Diese Voraussetzung sei schon nach seinem eigenen Vortrag nicht erfüllt. Danach habe der

von ihm seit Jahren seinen Interessenten angebotene Rabatt zwischen 10 bis 25 % geschwankt; die Höhe des Rabattes habe sich danach gerichtet, ob es sich um Angebote in der Ferienzeit oder um solche in der Nachsaison gehandelt habe. Schon dieses Verhalten des Beklagten zeige, daß er selbst keinen bestimmten Prozentsatz als handelsüblich angesehen habe. Auch die von ihm vorgelegten Konkurrenz-Angebote zeigten, daß die Rabatte anderer Unternehmer zwischen 15 und 35 % schwankten. Im übrigen habe der Beklagte vorgetragen, daß er die Rabatte nur in einzelnen Fällen gewährt und keineswegs allen Interessenten angeboten habe.

II. Die Revision hat keinen Erfolg. Die Vorschrift des § 1 RabattG, die Preisnachlässe nur nach Maßgabe der Vorschriften dieses Gesetzes zuläßt, bezieht sich auf Einzelverkäufe von Waren des täglichen Bedarfs an den letzten Verbraucher.

1. Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsverstoß die hier infrage stehenden Golfbahnen und -anlagen als Waren des täglichen Bedarfs im Sinne dieser Vorschrift angesehen. Eine gesetzliche Definition dieses Begriffes, der auf verschiedene Kriegsverordnungen zurückgeht, gibt es nicht. Auch die Amtliche Begründung (RAnz Nr. 284 v. 5. Dezember 1933) enthält weder eine Begriffsbestimmung, noch gibt sie Aufschluß darüber, weshalb der Gesetzgeber das Verbot auf den Verkauf von "Waren des täglichen Bedarfs" beschränkt hat. Die Veräußerung welcher Waren von dem Verbot betroffen ist, läßt sich daher nur aus dem Gesetzeszweck entnehmen; dieser gebietet, den Kreis der Waren weit zu ziehen. Das RabattG hat nicht nur gewerbepolizeilichen Charakter, sondern verfolgt auch in starkem Maße wirtschaftliche

Zwecke. Es will den Preisnachlaß als Mittel des Wettbewerbs unter Ausschaltung von Mißbräuchen auf ein angemessenes Maß beschränken, und zwar nicht nur im Interesse der Verbraucher, sondern auch der Mitbewerber (BGH GRUR 59, 329, 331 - Teilzahlungskauf). Es soll namentlich verhindern, daß Verkaufsunternehmen die Einrichtung des Rabatts da zu mißbrauchen, eine überhöhte Preisgestaltung zu verschleiern, durch übermäßige, wirtschaftlich nicht **vertretbare** Nachlässe Käufer anzulocken und auf diese Weise zum Nachteil auch der Mitbewerber den Preiswettbewerb zu verzerren. Zu diesem Zweck beschränkt das Gesetz die Unternehmer dahin, den Preisnachlaß als Mittel des Wettbewerbs einzusetzen, indem es sie beim Verkauf an den Letztverbraucher grundsätzlich an die von ihnen angekündigten und allgemein geforderten Preise bindet (BGH GRUR 1967, 371, 373 - BSW). Die Gefahr, der nach dem so verstandenen Gesetzeszweck begegnet werden soll, besteht überall, wo der Markt miteinander konkurrierende, vergleichbare Waren von objektiv feststellbarem Wert anbietet. Die Frage, auf welche Waren dieses weitreichenden Angebots sich das auf "Waren des täglichen Bedarfs" bezogene Verbot beschränkt, wird vom Schrifttum unterschiedlich beantwortet (vgl. die zusammenfassenden Darstellungen bei Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 11. Aufl. § 1 RabattG, Anm. 3-6; Hoth-Gloy, Zugabe und Rabatt, 1973, § 1 RabattG, Anm. 6-9). Nach der überwiegenden Auffassung sollen von dem Verbot jedenfalls Waren nicht schon wegen ihres hohen Kaufpreises oder etwa deshalb ausgenommen sein, weil sie nur einmal, selten oder nur von bestimmten Bevölkerungskreisen gekauft zu werden pflegen. Diese Auffassung steht im Einklang mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 1960, 558, 561, 562: Kraftfahrzeuge; GRUR 1961, 367: landwirtschaftliche Schlepper; GRUR

1967, 433: Möbel; GRUR 1971, 516, 517: Brockhaus-Enzyklopädie). Die Anregung Ulmers (Festschrift für Hefermehl, 1971, S. 218, 219), unter das Merkmal der "Waren des täglichen Bedarfs" nur diejenigen Erzeugnisse fallen zu lassen, für die aus der Sicht der jeweiligen Verbraucher ein laufender Kaufbedarf besteht, also "dem laufenden Verbrauch dienende und ohne langfristige Kaufüberlegungen erworbene Güter", trägt dem Geist des RabattG nicht hinreichend Rechnung. Wollte man diesem Vorschlag folgen, würden gerade die dem Käufer oft attraktiv erscheinenden überhöhten Preisnachlässe für langlebige und teure Gebrauchsgüter von dem Verbot ausgenommen. Solche Auswüchse - wie Ulmer vorschlägt - über die Vorschrift des § 3 UWG zu erfassen, ist gegenüber der klaren rabattrechtlichen Regelung nur eine wenig praktikable und unzulängliche Alternative.

Sind aber die Höhe des Kaufpreises, ein laufender Kaufbedarf, die Einordnung als Gebrauchs- oder Verbrauchsgut und auch ein für sämtliche Bevölkerungskreise bestehender Kaufbedarf für sich allein keine Kriterien für eine Eingrenzung des von § 1 Abs. 1 RabattG erfaßten Warenkreises, stellt das Berufungsgericht in enger Anlehnung an den Wortlaut des Begriffes "Waren des täglichen Bedarfs" mit Recht darauf ab, ob es sich um Waren handelt, an denen in der Bevölkerung jederzeit ein Bedarf eintreten kann (so auch Hefermehl aaO. Anm. 4; ähnlich Hoth-Gloy aaO. Anm. 8). Wenn es für Miniaturgolfbahnen diese Voraussetzungen als gegeben ansieht, läßt dies keinen Rechtsfehler erkennen. Es hat dabei die eigenen Angaben des Beklagten über den Bedarf an solchen Bahnen zugrunde gelegt. Danach werden in der Bundesrepublik

jährlich etwa 180 Gesamtanlagen verkauft, wobei auf die Firma des Beklagten etwa 50 Anlagen entfallen. Es hat ferner berücksichtigt, daß der Beklagte nach seinen Angaben monatlich etwa 40 Anfragen erhält und als Abnehmer - das ist unstreitig - die verschiedensten Interessenten in Betracht kommen, nämlich Gastwirte, Sanatorien, Jugendheime, Verkehrsvereine, Betriebsheime und Bundeswehreinrichtungen. Das Berufungsgericht hätte noch darauf hinweisen können, dass nach dem vom Beklagten nicht bestrittenen Vortrag der Klägerin Golfbahnen in Serie produziert werden, was ebenfalls als Anzeichen dafür zu werten ist, daß für diese Erzeugnisse ein ständig erneut hervortretender Bedarf von nicht unerheblichem Umfang vorhanden ist (so auch Hefermehl und Hoth-Gloy aaO.). Tatsächlich besteht unstreitig nicht nur ein Bedarf an vollständigen Anlagen, sondern auch an Einzelbahnen, sei es als Ersatz-, sei es als Ergänzungsbedarf.

Die Rüge der Revision, das Berufungsgericht habe verkannt, daß "Waren des täglichen Bedarfs" im Sinne des § 1 Abs. 1 RabattG nur solche seien, an denen bei **w e i t e n K r e i s e n** der Bevölkerung jederzeit ein Bedarf eintreten könne, dies aber auf Golfbahnen nicht zutreffe, greift nicht durch. Aus dem Gesetz läßt sich eine solche **Beschränkung des Warenkreises** nicht entnehmen. Hoth-Gloy (aaO. Anm. 8), auf die sich die Revision beruft, scheinen eine solche Begrenzung zu befürworten, ohne indes ihre Auffassung näher zu begründen. Der erkennende Senat hat zwar in seiner Brockhaus-Enzyklopädie-Entscheidung (aaO.) ein mehrbändiges Lexikon mit der Begründung als "Ware des täglichen Bedarfs" angesehen, weil für den Besitz eines solchen Werkes in **weiten Kreisen** der Bevölkerung jederzeit

ein Bedürfnis auftreten könne und daß größere Lexika heute auch schon weitverbreitet seien. Daraus läßt sich jedoch nicht entnehmen, daß der Senat den Verkauf n u r solcher Waren vom Verbot des § 1 Abs. 1 RabattG erfaßt wissen wollte, für die in weiten Kreisen der Bevölkerung ein Bedarf auftreten kann. Er hat dort lediglich zum Ausdruck gebracht, daß sich jedenfalls unter jenen Voraussetzungen -auch bei einem Kaufpreis von 1.500,-- DM, den das Berufungsgericht zum Anlaß genommen hatte, das RabattG nicht anzuwenden - nicht ausschließen lasse, daß es sich um eine Ware des täglichen Bedarfs handle. Der Zielsetzung des RabattG wird ausreichend nur Rechnung getragen, wenn - mit Hefermehl (aaO. Anm. 4) - von dem Verbot - neben Luxusgegenständen - nur solche, insbesondere langlebige Waren ausgenommen werden, deren Abnehmerkreis sehr klein ist und für die nur selten ein Bedarf auftritt. Ein solcher Ausnahmetatbestand liegt aber angesichts der dargelegten Marktverhältnisse, insbesondere der Vielzahl der in Betracht kommenden Abnehmer, für die sich jederzeit ein Bedarf an Golfanlagen und -bahnen ergeben kann, aber auch der nach den eigenen Angaben des Beklagten bei ihm eingehenden nicht unbeträchtlichen Interessentenanfragen im Streitfall nicht vor.

2. Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsverstoß die Abnehmer des Beklagten als letzte Verbraucher im Sinne des § 1 Abs. 1 RabattG angesehen. Es hat die in seinem Urteil vom 4. Januar 1962 (WRP 1962, 203 f) vertretene abweichende Auffassung ausdrücklich aufgegeben; dort hatte es bei Geldspielautomaten nicht den Automatenaufsteller, sondern den Spieler als letzten Verbraucher bezeichnet. Nach der herrschenden Auf-

fassung ist bei Kaufgeschäften letzter Verbraucher, wer die Ware nicht mehr weiter veräußert, sondern sie ihrer natürlichen Bestimmung gemäß verwendet. Das gilt auch dann, wenn er die Ware der gewerblichen Verwendung in seinem Unternehmen zuführt (vgl. BGH GRUR 1975, 320, 321 - Werbegeschenke m.w.N.). Diese Voraussetzungen liegen hier vor. Die erworbenen Golfbahnen verbleiben beim Käufer; sie werden von ihm Dritten gegen Entgelt oder auch unentgeltlich zur Nutzung zur Verfügung gestellt. Damit werden Letztere aber ebensowenig letzte Verbraucher im Sinne des § 1 Abs. 1 RabattG wie der Gast eines Hotels oder einer Gaststätte letzter Verbraucher des ihm zur Verfügung gestellten Mobiliars oder der Mieter eines Kraftwagens letzter Verbraucher des Mietwagens wird. Wie der erkennende Senat in der Werbegeschenke-Entscheidung (aaO.) dargelegt hat, bleibt der Käufer rabattrechtlich immer dann letzter Verbraucher, wenn die Reihe der Umsatzgeschäfte mit der Veräußerung an ihn beendet ist. Das trifft hier - anders als im Werbegeschenke-Fall - zu; dort hatte der Käufer die erworbene Ware, wenn auch unentgeltlich, weiterveräußert. Die Revision vermag daher für die von ihr vertretene Auffassung, nicht die Käufer der Golfbahnen, sondern deren Benutzer seien letzte Verbraucher, aus jener Entscheidung nichts herzuleiten.

3. Die Revision rügt auch ohne Erfolg, das angefochtene Urteil lasse eine Begründung vermissen, weshalb im Streitfall das Merkmal "im Einzelverkauf" erfüllt sei (§ 551 Nr. 7 ZPO). Sie meint - unter Hinweis auf Hoth-Gloy (aaO. Anm. 19) - nicht jeder Verkauf an den letzten Verbraucher sei ein Einzelverkauf, sondern nur der, der dem Umsatzgeschäft des Einzel-

handels entspreche. Warenverkäufe die nach Art, Umfang oder Gegenstand nicht zum Geschäftskreis des Einzelhandels gehörten, vielmehr nur vom Großhandel oder vom Hersteller ausgeführt würden, erfasse das RabattG nicht. Der Beklagte handle aber nicht wie ein Einzelhändler, weil es einen Einzelhandel mit Golfanlagen und -bahnen nicht gebe.

Dem kann nicht gefolgt werden. Im Gesetz kommt eine solche Einschränkung nicht zum Ausdruck. Sie läßt sich auch nicht aus der Amtlichen Begründung (aaO.) entnehmen. Dort heißt es hierzu lediglich, es sei gleichgültig, ob der Gewerbetreibende, der die Waren verkaufe, ein Einzelhandels-, Herstellungs- oder Einfuhrunternehmen betreibe; es genüge, daß gewerbemäßig an den letzten Verbraucher Waren verkauft würden. Diese Erläuterung läßt darauf schließen, daß mit "Einzelverkauf" lediglich klargestellt werden sollte, daß das Gesetz nicht nur Verkäufe des Einzelhändlers, sondern jeden gewerbsmäßigen Verkauf an den letzten Verbraucher erfaßt (so unter anderem auch Hefermehl aaO. Anm. 8). Da im Streitfall außer Frage steht, daß es um die Ankündigung solcher Verkäufe geht, bedurfte es keiner näheren Begründung, daß es sich hier um Einzelverkäufe im Sinne des § 1 Abs. 1 RabattG handelt.

4. Es ist aus Rechtsgründen auch nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht die Handelsüblichkeit der vom Beklagten angekündigten Rabatte verneint hat (§ 9 Nr. 1 RabattG). Dem Antrag des Beklagten, ein Sachverständigengutachten darüber einzuholen, daß beim Verkauf von 18-bahnigen Golfanlagen etwa 20 % Rabatt handelsüblich seien, brauchte das Berufungsgericht nicht nachzugehen. Die Behauptung, ein solcher Rabatt

sei handelsüblich, läßt sich mit dem übrigen eigenen Vortrag des Beklagten zu den von ihm und seinen Konkurrenten gewährten Rabatten - wie das Berufungsgericht mit Recht ausführt - nicht vereinbaren. Dabei ist insbesondere zu berücksichtigen, daß beide Parteien zusammen unstreitig weit mehr als 50 % des einschlägigen Marktes beherrschen. Der Beklagte hat nicht behauptet, daß die Klägerin der von ihm behaupteten Übung entsprechend verfare. Er hat ihr lediglich vorgehalten, im Februar 1974 einem Kunden einen Rabatt von 15 % angeboten zu haben. Dem hat die Klägerin entgegengehalten, dabei habe es sich um ein Abwehrangebot gegenüber einem bei diesem Kunden bereits vorliegenden Angebot des Beklagten gehandelt. Der Beklagte selbst hat - wie er behauptet - über 3 % hinausgehende Rabatte stets lediglich in Einzelfällen angeboten. Verfahren aber die den überwiegenden Marktanteil für sich beanspruchenden Parteien nicht nach der von dem Beklagten behaupteten Übung, hat das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß das Bestehen einer solchen Übung verneint; der Einholung eines Gutachtens bedurfte es dazu nicht.

5. Die Revision wendet sich im Ergebnis auch ohne Erfolg dagegen, daß das Berufungsgericht den erstinstanzlichen Urteilsspruch in der vom Landgericht formulierten Fassung bestätigt hat. Sie rügt, das Verbot erfasse entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts nicht die konkrete Verletzungsform; tatsächlich habe der Beklagte nur 18- bahnige Anlagen, nie aber einzelne Golfbahnen mit Rabatten von mehr als 3 % angeboten, und es bestehe auch kein Anhalt dafür, daß er dies bis zur rechtskräftigen Entscheidung des Rechtsstreits tun werde.

Es begegnet allerdings Bedenken, wenn das Berufungsgericht die beiden schriftlichen Angebote, die Anlaß zur vorliegenden Klage gegeben und eine komplette 18-bahnige Golfanlage zum Gegenstand haben, dahin wertet, daß damit der Beklagte gleichzeitig auch die einzelnen Bahnen unter Gewährung des unzulässigen Nachlasses angeboten habe. Das konkrete Angebot bezieht sich ausschließlich auf eine komplette Anlage und kann auch nur so verstanden werden. - Das Berufungsgericht hat das auf Einzelbahnen abgestellte Verbot jedoch zusätzlich damit begründet, daß insoweit Begehungsgefahr gegeben sei. Es stellt fest, der Beklagte habe in diesem Rechtsstreit das Recht für sich in Anspruch genommen, beim Verkauf von Miniaturgolfbahnen die beanstandeten Rabatte zu gewähren. Diese Feststellung wird von der Revision nicht angegriffen. Dann hat das Berufungsgericht das erstinstanzliche Verbot aber ohne Rechtsverstoß bestätigt. Da komplette Miniaturgolfanlagen eine Kombination aus mehreren Golfbahnen darstellen, umfaßt das Verbot auch die unzulässige Gewährung von Rabatten auf solche Anlagen.

Gegen die Verwendung des Wortes "Endverbraucher" in der bestätigten Urteilsformel bestehen ebenfalls keine Bedenken. Es ist hinreichend bestimmt. Daß sich aus dieser Wortwahl bei der Vollstreckung des Urteilspruchs, der unter Hinzuziehung der Urteilsgründe auszulegen ist, Schwierigkeiten ergeben könnten, ist entgegen der Auffassung der Revision nicht zu befürchten.

III. Die Revision war daher mit der Kostenfolge
aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Krüger-Nieland

Alff

Sprenkmann

Schönberg

Schwerdtfeger