

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

22

UWG § 1

McHappy-Tag

Zur Frage der Unlauterkeit der Werbung eines kommerziellen Unternehmens mit der Durchführung einer Spendenaktion.

BGH, Urt. v. 12. März 1987 - I ZR 40/85 - OLG Köln

LG Köln

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 40/85

in dem Rechtsstreit

Verkündet am:
12. März 1987
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

der A. + D. Sch[REDACTED] GmbH, gesetzlich vertreten durch ihre
Geschäftsführer Adolf Sch[REDACTED] und Dietmar Sch[REDACTED],
H[REDACTED] S., A[REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

den Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe e.V.,
vertreten durch seinen Vorstand, Bl[REDACTED]straße [REDACTED],
K[REDACTED] S.,

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

WII

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 12. März 1987 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Erdmann, Dr. Teplitzky, Dr. Scholz-Hoppe und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 19. Dezember 1984 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte betreibt in A [REDACTED] ein Schnell-imbiß-Restaurant als Vertragspartner der McDonald's-Gruppe. Am 9. September 1983 warb sie in der A [REDACTED] Volkszeitung für eine "Spendenaktion zugunsten des Deutschen Kinderhilfswerks e.V." mit der folgenden Anzeige:



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

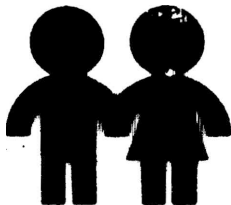
McHappy Tag ist Spendentag: Jeder Big Mac® nur 2 Mark!

Spendenaktion zugunsten des Deutschen Kinderhilfswerks e. V.



Für Kinder ...

Samstag, den ... ist McHappy Tag bei McDonald's, und das heißt Spendentag. Bringen Sie viel Appetit mit! Denn der Erlös von jedem verkauften Big Mac® an diesem Tag wird voll als Spende an das Deutsche Kinderhilfswerk e. V. weitergegeben. Damit unterstützt McDonald's den Kauf eines wirklich schönen Spielmobils für die Kinder in unserer Stadt.



Deutsches Kinderhilfswerk e. V.

... mit Kindern.

Sonntag, den ..., von 11 bis 13 Uhr, gibt's auf dem Kinderspielplatz im Kennedypark an der Elsaßstraße zur Einweihung und Spendenübergabe ein großes, buntes Kinderfest. McDonald's lädt herzlich dazu ein!

Natürlich mit dabei: Ronald McDonald, der Clown und Freund aller Kinder. Er bringt viele lustige Überraschungen und schöne Geschenke mit. Ob groß oder klein, jeder ist hier willkommen!

Also Mitmachen und mithelfen! 2 Mark-Gutscheine für 1 Big Mac® am McHappy Tag gibt es schon jetzt an unserer Kasse.



Das etwas andere
Restaurant

Der Kläger hält diese Werbung für unlauter, da sie die Spendenfreundlichkeit und Hilfsbereitschaft der Verbraucher ausnutze und diese damit entgegen den Grundsätzen des Leistungswettbewerbs unsachlich beeinflusse.

Das Landgericht hat der Klage auf Unterlassung dieser Werbung stattgegeben. Die Berufung der Beklagten hatte keinen Erfolg. Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Antrag auf Abweisung der Klage weiter. Der Kläger beantragt die Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt: Eine das soziale Engagement und das Mitgefühl ansprechende Werbung eines auf Gewinn ausgerichteten Wirtschaftsunternehmens, die nicht im unmittelbaren Zusammenhang mit Eigenschaften der beworbenen Ware stehe, verstoße gegen § 1 UWG, wenn eine verkaufsfördernde Wirkung nicht ganz ausgeschlossen sei; denn sie lenke von dem Leistungswettbewerb ab und beeinflusse das Käuferverhalten in unsachgemäßer, nicht durch die angebotene Leistung bestimmter Weise. Danach sei die beanstandete Werbeaktion der Beklagten unlauter, da sie in keinem Zusammenhang mit den Eigenschaften der beworbenen Waren stehe und nicht auszuschließen sei, daß durch den Anreiz, zum Zwecke der Wohltätigkeit die "Hamburger" der Beklagten zu kaufen, auch deren übriger Umsatz ansteige.

II. Die hiergegen gerichtete Revision hat keinen Erfolg.

Bei der beanstandeten Anzeige handelt es sich unstreitig um eine Werbemaßnahme, die das soziale Empfinden und insbesondere die Hilfsbereitschaft der Umworbenen anspricht. Eine derartige Werbung ist zwar nicht in jedem Fall unlauter im Sinne von § 1 UWG. Wie der Bundesgerichtshof wiederholt ausgesprochen hat, widerspricht es jedoch den guten Sitten im Wettbewerb, wenn ein im Eigeninteresse handelndes, gewerbliches Unternehmen mit seiner Werbung zielbewußt und planmäßig an die Hilfsbereitschaft der Kunden appelliert, ohne daß die gebotene Leistung hierfür einen sachlichen Anlaß gibt; denn hierbei tritt die Ausnutzung der Hilfsbereitschaft des Verbrauchers an die Stelle des Leistungswettbewerbs, ohne daß es für diese unsachliche Beeinflussung eine Rechtfertigung gibt (vgl. BGH, Urt. v. 19.5.1976 - I ZR 35/75 = GRUR 1976, 699, 700 = WRP 1976, 606 - Die 10 Gebote heute - m.w.N.).

Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsfehler angenommen, daß die beanstandete Werbemaßnahme der Beklagten danach als unlauter im Sinne von § 1 UWG anzusehen ist.

Die Beklagte ist ein kommerzielles Unternehmen, das auf Gewinnstreben ausgerichtet ist. Wie das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei festgestellt hat, verfolgt sie diesen Zweck auch mit der streitigen Spendenaktion. Es handelt sich um eine Werbemaßnahme, die dem allgemeinen Unternehmensziel

der Umsatzsteigerung und Gewinnerzielung dient. Diese Werbung soll auf das Restaurant aufmerksam machen und ihm ein positives Image verleihen. Sie soll zu einem Besuch an dem betreffenden Tag verleiten, wodurch - wie festgestellt - nicht nur der Umsatz der von der Spendenaktion betroffenen "Hamburger", sondern des gesamten Angebots gefördert wird. Im übrigen sollen die derart herbeigeführten Restaurantbesuche und das durch die Werbung hervorgerufene positive Image eine fortdauernde Werbewirkung haben und damit auf längere Sicht zur Umsatzsteigerung beitragen.

Diese Verfolgung wirtschaftlicher Eigeninteressen wird nicht dadurch in Frage gestellt oder auch nur in ihrer wirtschaftlichen und wettbewerbsrechtlichen Bedeutung abgeschwächt, daß die Beklagte - wie sie vorgetragen hat - entsprechend der Werbeankündigung den Erlös aus dem Verkauf der "Hamburger" an dem betreffenden Tag als Spende an das Deutsche Kinderhilfswerk e. V. weitergeben wollte und daß sie für diesen Tag mit einem Verlustgeschäft rechnete, so wie bisher alle von der McDonald's-Gruppe in einzelnen McDonald's-Restaurants veranstalteten "McHappy Tage" Verlustgeschäfte gewesen sein sollen. Es kann unterstellt werden, daß die Beklagte die angekündigte Spende tatsächlich gewähren wollte. Dadurch verliert aber die Aktion nicht ihren Charakter als Werbemittel für die Beklagte. Vielmehr sind gerade wohltätige Aktionen besonders geeignet, die Aufmerksamkeit auf das betreffende Unternehmen zu lenken und ihm ein positives Image zu geben; dadurch verwirklichen sich

in besonderem Maße Sinn und Zweck der Werbung, auch auf längere Sicht umsatzfördernd zu wirken und damit den eigenen wirtschaftlichen Interessen zu dienen. Daß der Aktionstag selbst möglicherweise ein Verlustgeschäft werden konnte, läßt ebenfalls nicht den Zweck der Gewinnerzielung entfallen; denn Werbemaßnahmen sind vielfach Aufwendungen, die sich erst später auszahlen sollen.

Wie das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei festgestellt hat, steht diese Werbung in keinem Zusammenhang mit dem umworbenen Angebot. Die Kunden werden vielmehr aus sachfremden Erwägungen, nämlich zum Zwecke der Wohltätigkeit, zu dem Restaurantbesuch veranlaßt. Die Auswahl unter den konkurrierenden Restaurants wird somit nicht mehr nach sachlichen Gesichtspunkten des Leistungswettbewerbs, wie Bedarf, Preis und Qualität, getroffen, sondern nach unsachlichen Erwägungen.

Die Bewertung dieser Werbung als wettbewerbswidrig ist schließlich deshalb rechtlich nicht zu beanstanden, weil sie keine Einzelmaßnahme, sondern Teil einer weiterreichenden, auf Dauer angelegten Aktion ist. Wie die Beklagte vorgebracht hat, ist der "McHappy Tag" eine seit 1981 gemeinsam von der McDonald's-Gruppe, dem Deutschen Kinderhilfswerk e. V. und der "Bild"-Zeitung wiederholt in verschiedenen McDonald's-Restaurants durchgeführte Aktion, um vom Deutschen Kinderhilfswerk ausgerichtete Projekte zu realisieren. Die beanstandete Werbung der Beklagten ist somit Teil eines zielgerichteten, planmäßigen Werbeverhaltens der

McDonald's-Gruppe, wonach jeweils die soziale Hilfsbereitschaft der Verbraucher ausgenutzt und den McDonald's-Restaurants das Image von in der Kinderhilfe tätigen Unternehmen verschafft werden soll.

Im Ergebnis ist danach ohne Rechtsfehler die beanstandete Werbung der Beklagten als unlauter im Sinne von § 1 UWG angesehen und dem Unterlassungsbegehren des Klägers stattgegeben worden.

III. Die Revision der Beklagten war demnach mit der Kostenfolge des § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

v. Gamm

Erdmann

Teplitzky

Scholz-Hoppe

Mees