

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 43/73

URTEIL

Verkündet am

12. November 1974
Spengler,
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma N [REDACTED] Kommanditgesellschaft auf Aktien, gesetzlich vertreten durch die persönlich haftenden Gesellschafter Josef und Peter N [REDACTED], F [REDACTED] (M [REDACTED]), H [REDACTED] Landstraße [REDACTED] - [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

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

gegen

Verein zur Wahrung des lautereren Wettbewerbs e. V., D [REDACTED] - [REDACTED], gesetzlich vertreten durch das geschäftsführende Vorstandsmitglied H. T [REDACTED], D [REDACTED], K [REDACTED]sallee [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagter,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 12. November 1974 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Krüger-Nieland und die Richter Dr. Sprenkmann, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Schwerdtfeger

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 23. Februar 1973 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte, ein Versandkaufhaus, bringt jeweils am 1. März und am 1. September Warenkataloge heraus, wobei dem Hauptkatalog ein Sonderkatalog für Fotoartikel beigelegt ist. In dem am 1. März 1972 herausgegebenen Fotokatalog warb sie wie folgt:

"Und hier die Sensation 72: Kodak-Negativ-Farbfilme jetzt zum Vorsaison-Preis bis zum 15.4.!"

Weiter heißt es:

"Die fotografierarme Jahreszeit wird Ihnen zum Riesenvorteil durch unsere sensationellen Vorsaison-Preise. Nutzen Sie diesen Vorteil und bestellen Sie sofort, denn diese Preise gelten nur bis 15.4.1972!"

- 3 -

In der darunter befindlichen Warentabelle für Negativ-Colorfilme werden bei den Kodak-Filmen die "Vorsaison"-Preise den ab 16. April 1972 gültigen Preisen gegenübergestellt. Es ergeben sich dabei Preisersparnisse von 0,30 bis 0,45 DM pro Film.

Der Kläger sieht in der Werbung die Ankündigung einer unzulässigen Sonderveranstaltung im Sinne der Anordnung des RWM vom 4. Juli 1935. Er hat beim Landgericht beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung von Strafen zu unterlassen,

1. zu Wettbewerbszwecken im jeweiligen Frühjahrs- und Sommerkatalog Farbfilme zu einem Vorsaisonpreis bis zum 15. April des betreffenden Jahres anzukündigen,
2. die in Ziffer 1 beschriebene Verkaufsveranstaltung durchzuführen.

Die Beklagte ist dem mit der Begründung entgegengetreten, die Filme herstellende Industrie biete ihr in der Vorsaisonzeit solche Filme zu herabgesetzten Preisen an, zum sog. Frühorderbonus. Sie gebe in der fotografierarmen Zeit ihren Kunden lediglich diese Preisnachlässe weiter. Das sei wünschenswert und liege im Rahmen vernünftiger kaufmännischer Gepflogenheiten. Bei der Beurteilung der Frage, ob es sich dabei um eine Veranstaltung außerhalb des regelmäßigen Geschäftsbetriebes handele, müssten die Eigenheiten des Versandgeschäftes berücksichtigt werden. Während der Fotoeinzelhändler den ihm vom Filmhersteller gewährten Preisvorteil leicht durch Senkung der Preise weitergeben könne, ohne dabei genötigt zu sein, das Aus-



laufdatum des Preisvorteils in der Werbung herauszustellen, sei dazu der Versandhändler, der alle sechs Monate einen neuen Katalog herausgebe, nur in der Lage, wenn er eine wahrheitsgetreue, zeitliche Limitierung angebe. Die angesprochenen Verkehrskreise wüßten, daß Werbemaßnahmen und Verkaufsveranstaltungen von Versandhäusern anders angelegt würden als diejenigen von Ladeninhabern, und seien über die besonderen Verkaufsmethoden der Versandhäuser unterrichtet. Man habe sich daran gewöhnt, daß das gesamte Angebot immer nur befristet angeboten werde. Ein Anreiz für das Publikum zu unüberlegten und schnellen Kaufabschlüssen könne im vorliegenden Fall nicht angenommen werden, weil der Zeitraum für den Verkauf zu ermäßigten Preisen immerhin sechs Wochen betragen habe.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben.

Die Beklagte hat dagegen Berufung eingelegt. Der Kläger hat in der Berufungsinstanz beantragt,

die gegnerische Berufung zurückzuweisen, jedoch in Ziffer 1 mit der Maßgabe, daß die Beklagte verurteilt wird, es bei Vermeidung einer vom Gericht für jeden Fall einer zukünftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Geldstrafe bis zu unbegrenzter Höhe oder Haftstrafe bis zu sechs Monaten zu unterlassen, zu Wettbewerbszwecken im jeweiligen Frühjahrs- und Sommerkatalog Farbfilme zu einem Vorsaisonpreis bis zu einem Datum, insbesondere bis zum 15. April des betreffenden Jahres, anzukündigen, das vor dem Datum liegt, bis zu dem die sonstigen Preise des Kataloges gelten;

hilfsweise mit dem einschränkenden Zusatz, daß die

Beklagte die Verkaufsveranstaltung als Sensation des betreffenden Jahres ankündigt oder, hilfsweise und darauf hinweist, daß die fotografierarme Jahreszeit dem Interessenten zum Riesen-Vorteil durch ihre sensationellen Vorsaison-Preise wird und dazu auffordert, diesen Vorteil zu nutzen und sofort zu bestellen, da die Preise nur bis zu einem bestimmten Datum gelten, das vor dem Zeitpunkt liegt, zu dem die sonstigen Preise ungültig werden, insbesondere bis zum 15. April des betreffenden Jahres.

Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Beklagten nach Maßgabe des vom Kläger in der Berufungsinstanz gestellten Hauptantrages zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klagabweisungsantrag weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Gegenstand des Hauptantrages ist nicht die Frage, ob in den Katalogen des Versandhandels ohne zusätzliche Werbehinweise für denselben Artikel unterschiedliche Preise in der Art gefordert werden dürfen, daß der angegebene Preis sich von einem bestimmten späteren Zeitpunkt an erhöht. Vielmehr will der Kläger mit diesem Antrag lediglich verbieten lassen, daß die Beklagte bei einer solchen Preisangabe für Farbfilme den ersten auf 6 Wochen befristeten - niedrigeren - Preis in der Werbung als "Vorsaison-Preis" ankündigt. Es kann deshalb dahingestellt bleiben, ob zeitlich gestaffelte Preise in Katalogen des Versandhandels ganz allgemein wettbewerbsrechtlichen Bedenken unterliegen.

II. Das Berufungsgericht hat dem Hauptantrag stattgegeben und ausgeführt, der Hinweis auf einen "Vorsaison-Preis" erwecke beim Verbraucher den Eindruck einer Verkaufsveranstaltung, die außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfinde. Dem Verkehr sei bekannt, daß Katalogpreise bei halbjährlich erscheinenden Katalogen durchweg für diese Zeitdauer gelten. Zwischenzeitliche Preisherabsetzungen würden überlicherweise durch Sonderprospekte angekündigt. Ein auf 6 Wochen befristeter und als solcher angekündigter "Vorsaison-Preis" für Farbfilme werde dagegen als im Versandgeschäft nicht üblicher vorübergehender Ausnahmepreis angesehen, zumal es auch in der Fotobranche unüblich sei, den Preis für Filme vorübergehend herabzusetzen, und die Zeit vom 1. März, dem Tag der Herausgabe der Kataloge, bis zum 15. April nicht als Vorsaison für die Fotografie angesehen werde. Entsprechend habe die Beklagte auch nur den Preis eines bestimmten Herstellers herabgesetzt, während für alle anderen Fotoartikel kein "Vorsaison-Preis" gewährt werde. Der Hinweis der Beklagten, sie wolle nur die im Rahmen eines Frühorderbonus vom Hersteller eingeräumten Preisvorteile an den Letztverbraucher weitergeben, greife nicht durch, weil das jedenfalls nicht mit solchen Werbehinweisen geschehen dürfe, die den Eindruck einer Sonderveranstaltung erweckten und in unzulässiger Weise zum Kauf anreizten.

III. 1. Die dagegen gerichtete Revision ist nicht begründet. Zutreffend geht das Berufungsgericht davon aus, daß die angegriffene Maßnahme im Sinne des § 1 Abs. 1 der Anordnung betreffend Sonderveranstaltungen vom 4. Juli 1935 (RAnz Nr. 158) eine Verkaufsveranstaltung im Einzelhandel ist, die der Beschleunigung des Warenabsatzes dient und deren Ankündigung den Eindruck hervorruft, daß

besondere Kaufvorteile geboten werden. Die Entscheidung hängt deshalb davon ab, ob die Veranstaltung außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfindet. Insoweit steht es im Einklang mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, wenn das Berufungsgericht darauf abstellt, ob das bis 15. April begrenzte und als "Vorsaison-Preis" bezeichnete Angebot auf die angesprochenen Verkehrskreise als eine Unterbrechung des regelmäßigen Geschäftsverkehrs wirkt. Dabei kommt es im Regelfall im Rahmen einer Gesamtwürdigung aller in Betracht kommenden Umstände auf das Branchenübliche an (vgl. BGH GRUR 1958, 395 - Hähnchen), denn die Verkehrsauffassung bildet und orientiert sich regelmäßig an dem, was ihr in der Branche begegnet. Die Beklagte behauptet insoweit selbst nicht, daß die Ankündigung befristeter "Vorsaison-Preise" in Versandkatalogen oder in der Fotobranche üblich sei, und sie widerspricht nicht der Feststellung des Berufungsgerichts, daß das Publikum herkömmlich über Preisänderungen lediglich durch Sonderkataloge oder Prospekte unterrichtet zu werden pflegt, ohne daß dabei auf eine Vorsaison hingewiesen wird. Demnach kann die Feststellung des Berufungsgerichts nicht beanstandet werden, daß es sich um eine Veranstaltung außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs handelt.

2. In der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist allerdings anerkannt, daß im Einzelfall auch unübliche Maßnahmen mit § 1 Abs. 1 der genannten Anordnung vereinbar sein können, wenn sie als eine wirtschaftlich vernünftige Fortentwicklung anzuerkennen sind und sich im Rahmen der von der Rechtsordnung gebilligten Ziele halten (BGH GRUR 1973, 658 - Probierpreis; vgl. auch BGH GRUR 1968, 53 - Probetube; GRUR 1969, 299 - Probierpaket),

denn die AO soll der Bekämpfung von Mißbräuchen dienen, nicht aber einer vernünftigen Entwicklung im Wege stehen. Unter diesem Gesichtspunkt beruft sich die Beklagte darauf, ihr Vorgehen habe lediglich den Zweck, ihr beim Einkauf befristet eingeräumte Preisermäßigungen an den Verbraucher weiterzugeben, was sie als Versandhändlerin, anders als der stationäre Einzelhandel, sinnvoll nur durch befristete Preisangaben in ihrem Katalog verwirklichen könne. Es könne nicht Sinn der Vorschrift sein, eine solche Preispolitik zu unterbinden. Das Berufungsgericht hat dem aber mit Recht entgegengehalten, daß die Weitergabe von Einkaufsvorteilen zwar billigenwert sei, jedoch - unbeschadet der Frage der Befristung - jedenfalls nicht mit solchen Werbehinweisen verbunden werden dürfe, die den Eindruck einer außerhalb des üblichen geschäftlichen Rahmens liegenden und die Kauflust in besonderer Weise anstachelnden Sonderveranstaltung hervorrufen müßten, wie dies durch die Verbindung der - recht kurzen - Befristung mit der Ankündigung als "Vorsaison-Preis" geschehen sei.

Unter diesen Umständen kann dahingestellt bleiben, ob die eher beiläufige Bemerkung des Berufungsgerichts zutrifft, die Beklagte sei, um den Preisbonus des Herstellers weiterzugeben, nicht gehalten, die Gültigkeit des niedrigeren Preises zu begrenzen, dies verbiete sich sogar, weil die Beklagte nicht wisse, wie lange sie die wegen der Frühbestellung preisgünstig erworbenen Filme vorrätig habe und es gehe der Beklagten nur darum, den Eindruck vorübergehender Kaufvorteile zu erwecken. Denn auch wenn der Beklagten, wie sie vorträgt, für alle bis zum 15. April gesammelten und weitergegebenen Aufträge der Frühorderbonus gewährt wird und sie die Ermäßigung korrekt weitergibt, wird dadurch nicht ausgeräumt, daß

die Befristung durch die Verbindung mit der Ankündigung als "Vorsaison-Preis" für Farbfilme von den angesprochenen Verkehrskreisen als eine außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfindende Sonderveranstaltung aufgefaßt wird und im Zusammenhang mit der Ankündigung nicht als sinnvolle Fortentwicklung anerkannt werden kann.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Krüger-Nieland

Sprenkman

Merkel

Schönberg

Schwerdtfeger