

Nachschlagewerk: ja

BGHZ : nein

Zeitwertgarantie

ZugabeVO § 1 Abs. 1

Eine Zeitwertgarantie beim Kauf eines Neufahrzeugs, durch die die Käufer die Möglichkeit erhalten, nach Ablauf von zwei Jahren beim Neukauf eines Fahrzeugs des gleichen Herstellers das zuvor gekaufte Fahrzeug zu einem bestimmt zugesagten Prozentsatz des gezahlten Kaufpreises wieder zurückverkaufen zu können, und für die in der Werbung der wirtschaftliche Vorteil besonders hervorgehoben wird, erweckt den Eindruck einer besonderen zusätzlichen Nebenleistung.

BGH, Urt. v. 8. Oktober 1987 - I ZR 44/86 - Kammergericht
LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 44/86

URTEIL

Verkündet am:
8. Oktober 1987
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

des V [REDACTED] S [REDACTED] W [REDACTED] e.V., vertreten durch den
ersten Vorsitzenden, den Kaufmann Ernst K [REDACTED], K [REDACTED]-
straße 100, B [REDACTED],

Klägers und Revisionsklägers,

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

g e g e n

F [REDACTED] A [REDACTED] AG, vertreten durch ihre Vorstandsmitglieder
Fausto G [REDACTED] und Franz H [REDACTED], S [REDACTED]straße 140, H [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

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

WII

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 8. Oktober 1987 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Teplitzky und Dr. Mees

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 5. Zivilsenats des Kammergerichts vom 21. Januar 1986 aufgehoben.

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der Zivilkammer 16 des Landgerichts Berlin vom 15. Oktober 1985 wird zurückgewiesen.

Die Beklagte trägt die Kosten der Rechtsmittel.

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 Beklagte, die von ihrer Muttergesellschaft in Italien hergestellte Fahrzeuge nach Deutschland importiert und über Vertragshändler vertreibt, bewarb einige Modelle mit einer "Zeitwertgarantie". Danach verpflichteten sich die Vertragshändler, Käufern eines Fahrzeug-Modells der Beklagten, die nach Ablauf von zwei Jahren ein anderes Fahrzeug der Beklagten kaufen wollten, 65 % des Kaufpreises bei Rückgabe des ursprünglich gekauften Fahrzeuges zu zahlen. Die den Kunden auf Anfrage im einzelnen mitgeteilten Bedingungen sahen Höchstfahrleistungen vor und stellten bestimmte Anforderungen an den Erhaltungszustand der Fahrzeuge bei Rücknahme. Insbesondere mußten sie ordnungsgemäß gewartet worden sein und durften keinen Unfall erlitten haben. Die Beklagte erklärte sich den Händlern gegenüber bereit, einen möglichen Unterschiedsbetrag zwischen dem dann zu erzielenden Verkaufspreis der Fahrzeuge und dem garantierten Zeitwert zu erstatten.

Der Kläger, der satzungsgemäß Wettbewerbsverstöße verfolgt, hat in dieser Werbung eine verbotene Zugabe und einen Verstoß gegen § 1 UWG gesehen. Die Beklagte gebe nämlich die Garantie nicht im Hinblick auf die technische Qualität der Fahrzeuge, sondern sie gewähre beim Kauf als Nebenleistung die Zusage, nach zwei Jahren 65 % des jeweiligen Kaufpreises zu erstatten. Der Kunde erhalte auf diese Weise unabhängig von der wirklichen Preisentwicklung die Sicherheit einer Werterhaltung, da der wirkliche Wert nach Ablauf von zwei Jahren für die beworbenen Modelle deutlich unter 65 % des

Kaufpreises liege. Das Verhalten der Beklagten verstoße auch gegen die guten kaufmännischen Sitten, weil die Beklagte auf diese Weise die Kunden in unzulässiger Weise an sich binde.

Der Kläger hat beantragt, der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr für Kraftfahrzeuge zu werben:

"Unser Tip: Sprechen Sie Ihren Händler unbedingt auf die Zeitwertgarantie für alle Regata-Modelle an. Eine finanziell hochinteressante Sache",

sofern dem Käufer eines Regata-Modells eine Garantie dahin eingeräumt wird, daß er nach 2 Jahren das Fahrzeug gegen Erstattung von 65 % des jeweiligen Kaufpreises zurückgeben kann.

Die Beklagte hat demgegenüber vorgetragen, sie biete nur eine unselbständige Garantie, da sie bestimmte Anforderungen an den Erhaltungszustand der Fahrzeuge stelle und da die Fahrzeuge in diesem Zustand auch noch einen Zeitwert von etwa 65 % hätten. Sie nehme damit den Käufern weder das Risiko der Abnutzung noch der Schädigung durch ein von außen kommendes Ereignis ab. Die Kunden sähen in der von ihr gegebenen Garantie wegen der Verknüpfung mit dem gekauften Fahrzeug nicht eine besondere Leistung neben der vertraglichen Hauptleistung, sondern sähen sie nur als einen Teil derselben an.

Das Landgericht hat dem Klageantrag entsprochen.

Auf die Berufung der Beklagten hat das Kammergericht (Urteil veröffentlicht in WRP 1986, 387) die Klage abgewiesen.

Mit der Revision, deren Zurückweisung die Beklagte beantragt, verfolgt der Kläger den Klageantrag weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat in der Werbung der Beklagten für die "Zeitwertgarantie" nicht die Ankündigung einer unerlaubten Zugabe gesehen, da die angesprochenen Interessenten diese Garantie nicht als zusätzliche Nebenleistung, sondern als einen Bestandteil der Hauptleistung betrachteten. Aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise sage die Beklagte lediglich eine Aufhebung der Kaufverträge unter bestimmten Bedingungen zu; dies sei ein neues Element der Hauptleistung, das nicht als Zugabe verstanden werde. Es sei auch schwerlich anzunehmen, daß die Käufer eines Personenkraftwagens wegen der wirtschaftlichen Bedeutung des Vertragsschlusses sich ohne konkrete Prüfung für das beworbene Modell entscheiden würden. Daher würden die Käufer der Marke der Beklagten auch nicht in unzulässiger Weise an diese gebunden, zumal sie sich nach zwei Jahren frei entscheiden könnten, in welcher Weise sie das Fahrzeug verwerten wollten. Mit Störungen auf dem Automobilmarkt durch die neue Art des Angebots der Beklagten sei auch nicht zu rechnen.

II. Diese Beurteilung wird von der Revision mit Erfolg angegriffen. Sie führt zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Wiederherstellung des Urteils des Landgerichts.

1. Das Berufungsgericht hat, ohne daß dies aus Rechtsgründen zu beanstanden wäre, die Werbung der Beklagten mit der "Zeitwertgarantie" in ihrem wirtschaftlichen Gehalt dahin ausgelegt, daß die Beklagte für den Fall des Kaufs bestimmter Personenkraftwagen-Modelle aus ihrem Angebot eine bedingt wirksame Rückkaufsverpflichtung der jeweiligen Vertragshändler gegenüber den Käufern ankündige, wobei die Beklagte den Händlern im Falle eines wirtschaftlichen Verlustes einen Ausgleich verspreche. Es hänge von der Entscheidung der Käufer ab, ob sie von den ihnen durch die Rückkaufsverpflichtung der Händler eingeräumten Rechten Gebrauch machen wollten, falls die Fahrzeuge die Bedingungen für den Rückkauf zum Preis von 65 % des ursprünglichen Kaufpreises erfüllten.

2. Das Berufungsgericht hat daraus, daß der Rückkauf sich auf den Kaufgegenstand selbst bezieht und daß er die Hauptleistung aus dem ursprünglichen Kaufvertrag durch eine neue umgekehrte Hauptleistung ersetzen soll, gefolgert, sie sei als weiterer Bestandteil der Hauptleistung anzusehen. Aus der hierfür maßgeblichen Sicht der Käufer biete die Beklagte keine Zusatzleistungen neben dem verkauften Fahrzeug als solchem an, sondern sie sage eine Aufhebung des Kaufvertrages über das Fahrzeug als Hauptleistung unter bestimmten Bedingungen zu; das sei ein neues Element der Hauptleistung, es werde nicht als Zugabe verstanden.

Das Berufungsgericht ist damit für die Frage, ob neben der Hauptleistung eine Nebenleistung zusätzlich und unbe-rechnet gewährt wird, zutreffend von der Maßgeblichkeit der Auffassung der im konkreten Fall angesprochenen Verkehrs-kreise ausgegangen. Dabei macht sich der Verkehr regelmäßig über die rechtliche Ausgestaltung der Leistungsbeziehungen keine konkreten Vorstellungen (vgl. dazu BGH, Urt. v. 7.3.1979 - I ZR 89/77, GRUR 1979, 482, 484 = WRP 1979, 456 - Briefmarken-Auktion, m.w.N.). Alleine aus dem Umstand, daß der Kauf und die Möglichkeit des Rückkaufs dasselbe Fahrzeug betreffen, konnte das Berufungsgericht daher noch nicht ohne weiteres entnehmen, daß der Verkehr hier die besonders her-ausgestellte Zeitwertgarantie mit dem Rückkaufangebot nicht als besondere zusätzliche Nebenleistung zu dem an sich nur gewollten Kraftfahrzeugverkauf ansehen würde. Dies zumal die Verkehrsauffassung sich im allgemeinen an der Art und dem erkennbaren wirtschaftlichen Sinn des Angebots orientiert (vgl. dazu BGH, Urt. v. 21.4.1978 - I ZR 165/76, GRUR 1978, 547, 549 = WRP 1978, 537 - Automatentruhe). Danach konnten allein rechtliche Erwägungen über die Vertragsgestaltung keine tragfähige Grundlage für die Entscheidung des Beru-fungsgerichts sein. Maßgebend ist vielmehr, daß die Beklagte in ihrer Werbung die Zeitwertgarantie als eine besondere zu-sätzliche Leistung herausgestellt hat, die einen wirtschaft-lichen Vorteil für die Käufer des beworbenen Kraftfahrzeug-modells enthalte. In dem an ihre Händler gerichteten Rund-schreiben stellte sie die Zeitwertgarantie als ein bisher in Deutschland einmaliges "Verkaufsinstrument" vor, "über das keine andere Organisation verfügt". Der Verkaufsförderungs-effekt wurde in dem Rundschreiben unter anderem ferner damit begründet, "die Furcht vor angeblich höherem Wertverlust

lasse manche Interessenten für größere F-Modelle beim Kauf zögern". Weiter zeigte die Beklagte dadurch die besondere Bedeutung ihres Angebots auf, daß sie zur Voraussetzung für das Zustandekommen einer Zeitwertgarantie machte, daß der Käufer einen Händler finde, "der mitmacht und einen entsprechenden Vertrag abschließt". Die Beklagte hat diese besondere, durch das Zusammenwirken mit ihren Händlern angebotene, zusätzliche Leistung auch in der angegriffenen Anzeige für die angesprochenen Verkehrskreise deutlich herausgehoben. Sie hat in der von ihr zentral geschalteten Zeitungswerbung den Interessenten den "Tip" erteilt, sie mögen ihren Händler "unbedingt auf die Zeitwertgarantie für alle Regatta-Modelle" ansprechen, dies sei eine "finanziell hoch interessante Sache".

Durch diese Art der Werbung für die Zeitwertgarantie wird auch ein besonderer Kaufanreiz ausgeübt, wie bereits das Landgericht zutreffend angenommen hat. Da die Zeitwertgarantie nur den Käufern eines Fiatfahrzeuges zugute kommt, die sich entschließen, weiterhin ein F-Modell zu erwerben, wird der Eindruck erweckt, daß es sich bei dem 65 %-igen Wiederverkaufswert nicht um eine ohne weiteres und selbstverständlich innewohnende Eigenschaft des früher gekauften Kraftfahrzeugs handelt. Wäre nämlich ein derartiger Wert nach zwei Jahren als normale Gegebenheit des beworbenen Modells anzusehen, so wäre für die angesprochenen Verkehrskreise nicht verständlich, weshalb die Rückkaufszusage auf diesen Personenkreis beschränkt ist. Die Beklagte, die mit der Zusage der Zeitwertgarantie eine Verkaufsförderung vornehmen will, führt gerade durch die Einengung des Kreises der berechtigten Personen deutlich vor Augen, daß es ihr

nicht um die Gewährleistung einer ihren Kraftfahrzeugen innewohnenden Eigenschaft geht, sondern um den durch die Ankündigung und Gewährung einer Zugabe ausgelösten Kaufanreiz. Soweit das Berufungsgericht noch gemeint hat, es sei angesichts der wirtschaftlichen Bedeutung eines Autokaufs und der üblichen Abwägung zahlreicher Umstände vor dem Kaufentschluß schwerlich anzunehmen, daß sich ein Interessent nur wegen der Zeitwertgarantie ohne kritische Prüfung für das beworbene Modell entscheide, spricht das nicht gegen das Vorliegen eines besonderen Kaufanreizes. Die von der Beklagten mit der Zeitwertgarantie angebotene Rückkaufsmöglichkeit trägt danach vielmehr gerade auch dazu bei, ein Fahrzeug nicht wegen seiner besonderen technischen Güte, sondern wegen der zusätzlich gegebenen Möglichkeit, es nur mit einem begrenzten Wertverlust nutzen zu können, zu kaufen.

3. Dabei ist nicht erheblich, daß die Beklagte in der zentral geschalteten Zeitungswerbung die Zeitwertgarantie als eine von ihr zu erbringende besondere zusätzliche Leistung herausstellt, während die Händler die Kraftfahrzeuge verkaufen. Die Beklagte beabsichtigt nämlich, wie die angesprochenen Verkehrskreise der Werbung ohne weiteres entnehmen können, aufgrund der Gemeinsamkeit der beiderseitigen wirtschaftlichen Interessen in Zusammenarbeit mit den Händlern deren Absatz an Kraftfahrzeugen zu steigern. Für die angesprochenen Verkehrskreise ist es ohne Bedeutung, ob dieser durch die zusätzliche Leistung gebotene Anreiz von der Beklagten als Herstellerin oder den Händlern als den jeweiligen Verkäufern ausgeht (vgl. dazu BGH, Urt. v. 7.12.1962 - I ZR 68/61, GRUR 1963, 322, 324 = WRP 1963, 140 - Mal- und Zeichenschule).

4. Auch wenn in dem Angebot der Zeitwertgarantie ein Anreiz für die Beklagte läge, wie das Berufungsgericht weiter erörtert hat, besonders hochwertige Fahrzeuge herzustellen, schließt das allein einen Zugabeverstoß noch nicht aus (vgl. dazu BGH, Urt. v. 31.1.1958 - I ZR 182/56, GRUR 1958, 455, 456 = WRP 1958, 151 - Federkernmatratzen). Überdies ist nicht festgestellt, ob eine Qualitätsverbesserung der Fahrzeuge überhaupt damit erreicht wird, da der Zeitwert von Fahrzeugen, wie das Berufungsgericht in anderem Zusammenhang ausgeführt hat, gerade auch durch von der technischen Qualität der Fahrzeuge unabhängige Gegebenheiten des Marktes oder der allgemeinen wirtschaftlichen Wertschätzung beeinflusst werden kann.

III. Danach war das angefochtene Urteil aufzuheben und die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landgerichts zurückzuweisen.

Die Beklagte hat als unterlegene Partei die Kosten zu tragen, § 91 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Merkel

Piper

Teplitzky

Mees