

27

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 1

B e s i c h t i g u n g s r e i s e n

Zur Frage, unter welchen Voraussetzungen das Angebot der kostenfreien Mitnahme einer Begleitperson bei Besichtigungsreisen, die der Verkäufer im Ausland gelegener Grundstücke gegen eine erheblich unter seinen Selbstkosten liegende Schutzgebühr veranstaltet, wegen übertriebenen Anlockens von Kunden wettbewerbswidrig ist.

BGH, Urt. v. 3. Dezember 1971 - I ZR 46/69 - OLG Stuttgart
LG Stuttgart

2 f

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 46/69

URTEIL

Verkündet am

3. Dezember 1971
Spengler,
Justizangestellte

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

pro v [REDACTED], Vereinigung gegen unlauteren
Wettbewerb e. V., [REDACTED], Hauptstraße 11, vertreten durch
den Vorstand, Apotheker Eckart [REDACTED], K [REDACTED], W [REDACTED]
[REDACTED]straße 28,

Klägers und Revisionsklägers,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Firma C [REDACTED] - Gesellschaft für Auslandsbesitz
& Co. KG, S [REDACTED]straße 1, gesetzlich vertreten
durch den Geschäftsführer Rudolf R [REDACTED], ebenda,

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

17

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 12. November 1971 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Alff, Dr. Sprenkmann, Dr. Merkel und Dr. Schönberg

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Stuttgart vom 14. März 1969 aufgehoben.

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

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der Kläger ist ein Verein, der sich in seiner Satzung den Kampf gegen unlauteren Wettbewerb und gegen das Zugabewesen zum Ziel gesetzt hat.

Die Beklagte verkauft bebaute und unbebaute Grundstücke sowie Appartements in mehreren Ländern Europas. Sie führt zu ihren Verkaufsobjekten Besichtigungsreisen durch, die teils mit der Eisenbahn, teils mit Flugzeug veranstaltet werden und die Interessenten zumeist an mehrere Orte mit Bauvorhaben oder einzugsbereiten Bauten



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

der Beklagten bringen. In ihrer Werbung in Zeitungsanzeigen und Prospekten weist sie auf diese Fahrten hin, die sie mit Reiseroute und Zeitpunkt ankündigt. Diesen Angaben folgen Zusätze wie: "Für ernsthafte Kaufinteressenten beträgt die Schutzgebühr DM ... Ihre Ehefrau reist kostenfrei", oder "Schutzgebühr DM ... (Vergütung bei Kauf) Full Service. Ihre Ehefrau reist kostenfrei." In einigen Prospekten (Anl. 4 und 5) ist neben dem Betrag der Schutzgebühr ein Sternchen; die darauf bezügliche Fußnote lautet: "Die Schutzgebühr deckt nur knapp 20 % der effektiven Reisekosten - sie wird Ihnen bei Kauf selbstverständlich voll rückvergütet!" In den Zeitungsanzeigen wird ferner darauf hingewiesen, daß für einen Ankauf der angebotenen Objekte DM 10 000,-- Anzahlung genügen und langfristige Finanzierung möglich ist. In einer von der Klägerin überreichten Zeitungsanzeige aus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung vom 8. Dezember 1967 heißt es:

"Sylvesternacht auf Teneriffa. Großer Sylvester-Sternflug. Erleben Sie den Höhepunkt der C-
Demonstration zum Ausklang dieses Jahres.
... Sylvesterball unter Palmen im Grand-Hotel Mencey, Teneriffa. Schutzgebühr 750,-- DM (Vergütung bei Kauf). Ihre Ehefrau reist kostenfrei."

Nach Ansicht des Klägers verstößt die Ankündigung und Gewährung der kostenfreien Beförderung einer Begleitperson gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO und § 1 UWG. Die Besichtigungsreise des Interessenten sei die Hauptleistung, zu der die Beförderung des Begleiters Zugabe sei. Sehe man aber die Besichtigungsreise im Zusammenhang mit dem

Kauf eines Grundstücks, dann übe die Beklagte mit der Reise einen psychologischen Kaufzwang aus.

Der Kläger begehrt Unterlassung der Ankündigung und Gewährung der kostenlosen Beförderung der Begleitung, hilfsweise Unterlassung der Bezeichnung der Beförderung der Begleitperson als kostenfrei.

Die Beklagte bezweifelt die Klagebefugnis des Klägers nach § 13 Abs. 1 UWG.

In der Sache trägt die Beklagte vor, sie verwende seit Sommer 1967 nicht mehr die Wendung "Begleitung reist kostenfrei", sondern nur noch "Ehefrau reist kostenfrei". Sie wolle nämlich nicht den Eindruck erwecken, sie leiste nicht legalisierten Verhältnissen Vorschub. Die Reise des Interessenten sei im Verhältnis zur Reise der Begleitperson nicht Hauptleistung. Es fehle auch an einem psychologischen Kaufzwang.

Beide Vorinstanzen haben die Klage abgewiesen.

Mit der Revision verfolgt der Kläger seine Anträge aus der Berufungsinstanz weiter. Die Beklagte bittet, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Zur Klagebefugnis nach § 13 Abs. 1 UWG hat der erkennende Senat in seinem Beschluß vom 10. März 1971 (WRP 1971, 264) festgestellt, daß der Kläger 33 Mit-

glieder hat, die ganz Überwiegend Gewerbetreibende sind. Zieht man ferner die Änderung der Satzung vom 3. Februar 1970 in Betracht, dann erscheint es im Hinblick auf die gerichtsbekannte Tätigkeit des Klägers unbedenklich, die Voraussetzungen des § 13 Abs. 1 UWG als gegeben anzusehen.

II. 1. Das Berufungsgericht verneint einen Verstoß gegen die ZugabeVO. Dazu führt das Berufungsgericht aus, die angebotene Besichtigungsreise stelle jedenfalls keine Zugabe zu den Objekten dar, deren Verkauf die Beklagte durch die Reise anstrebe; denn sie werde unabhängig davon angeboten, ob es zu einem Abschluß komme oder nicht.

Soweit der Kläger vortrage, die unentgeltliche Beförderung einer Begleitperson sei eine verbotene Zugabe zu der auch als Hauptleistung anzusehenden Reise des Interessenten, sei dem entgegenzuhalten, daß es sich hier nicht um verschiedene Leistungen handele. Die Beklagte müsse die Besichtigungsreise so anbieten, daß sie den aus der Natur des betriebenen Geschäfts entstehenden Wünschen der Kaufinteressenten entspreche - Mitprüfung durch Ehefrau oder Fachmann, Begleitung aus physischen oder psychischen Gründen. Es handele sich daher, sofern der Interessent in Begleitung reise, um eine einheitliche, also keine andere Leistung der Beklagten, als wenn er ohne Begleitung reise.

2. Diese Ausführungen sind aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Ob die kostenfreie Beförderung einer Begleitperson als Zugabe zu werten ist, hängt davon ab, wie dieses An-

17

gebot vom angesprochenen Verkehr aufgefaßt wird. Der Verkehr weiß aber, daß die angebotenen Besichtigungsfahrten vom Standpunkt der Beklagten aus nur den Zweck haben, den Absatz ihrer Kaufobjekte zu fördern, und daß die dafür geforderte sog. Schutzgebühr die Aufwendungen der Beklagten für diese Reisen bei weitem nicht deckt, sondern nur dazu dienen soll, solche Personen von einer Teilnahme an diesen Reisen abzuhalten, die als Kaufinteressenten nicht in Betracht kommen. Der Verkehr wertet deshalb diese Besichtigungsreisen zutreffend als Werbeleistungen der Beklagten, die einen Anreiz bilden sollen, Zeit und Mühe aufzuwenden, sich näher mit den Kaufobjekten der Beklagten zu befassen, nicht dagegen als eine Hauptleistung, an deren Absatz die Beklagte - unabhängig von der Werbung für Kaufabschlüsse - ein eigenständiges Interesse hat. Bei dieser Sachlage ist es rechtlich bedenkenfrei, wenn das Berufungsgericht davon ausgeht, der Verkehr erblicke in dem Angebot, gegen eine bestimmte Schutzgebühr einen Kaufinteressenten nach seiner Wahl allein oder mit einer Begleitperson zu ihren Kaufobjekten zu befördern, eine einheitliche Werbeleistung der Beklagten, um dem Kunden die von ihm erwartete Informationsmöglichkeit zu geben. Da diese einheitliche Nebenleistung nicht von der Hauptleistung (Kauf eines Grundstücks) abhängig ist, fehlt es an der maßgeblichen Voraussetzung für die Annahme einer Zugabe im Sinne der ZugabeVO.

III. Das Berufungsgericht verneint weiterhin, daß die Beklagte durch die kostenlose Beförderung einer Begleitperson einen unzulässigen sog. moralischen Kaufzwang ausübe. Hierzu führt das Berufungsgericht aus, der

Wert der Reisen sei, absolut gesehen, zwar erheblich. Da die Schutzgebühr nach den eigenen Angaben der Beklagten nur etwa 20 % der Kosten decke, bedeute das bei einer Reise mit einer Schutzgebühr von DM 750,-- für den allein reisenden Interessenten ein Werbegeschenk von DM 3000,--, für den in Begleitung Reisenden ein solches von DM 6 750,--. Setze man diesen Wert jedoch in Beziehung zum Zweck des Geschenks, so verliere es sein absolutes Gewicht. Eine aussichtsreiche Geschäftstätigkeit der Beklagten erfordere die Veranstaltung von Besichtigungsreisen, die, da es sich um Objekte handle, die nur für zahlungskräftige Kunden in Betracht kämen, entsprechend komfortabel gestaltet werden müßten. Daß die Beklagte die ihr dadurch entstehenden Unkosten durch höhere Verkaufspreise auffange, sei für jedermann, also auch für die Kunden, selbstverständlich. Der großzügige Kundendienst werde von den überwiegend finanzkräftigen Kunden erwartet, ohne diese in ihrer Kaufentscheidung zu beeinflussen. Möge es sein, daß die Aufwendungen, am Preis der billigsten Grundstücke gemessen, gelegentlich 15 % von deren Wert erreichten, so dürfe dieser Wert nicht absolut gesehen werden, denn der einzelne Kunde bemesse den Wert der ihm von der Beklagten geschenkten Aufwendungen zu allerletzt am Wert des billigsten Kaufobjekts. Der Kunde werde deshalb durch die Werbegabe der Beklagten, die er als werbetechnisch notwendig empfinde, nicht zu einem Kauf "anstandshalber" gezwungen.

Auch diese Ausführungen sind rechtlich nicht zu beanstanden. Es entspricht der Lebenserfahrung, daß bei Kaufobjekten der in Frage stehenden Art, deren Erwerb mit erheblichen, zumeist über einen längeren Zeitraum

wirkenden wirtschaftlichen und sonstigen Folgen verbunden ist, selbst kostspielige Werbegeschenke in der von der Beklagten gebotenen Größenordnung nicht geeignet sind, den Kaufentschluß zu beeinflussen.

IV. Das Berufungsgericht hat schließlich in dem Angebot der kostenfreien Mitnahme einer Begleitperson auf die Besichtigungsreise auch kein wettbewerbsrechtlich unzulässiges übertriebenes Anlocken von Kunden erblickt. Hierzu hat das Berufungsgericht lediglich ausgeführt, daß die Besonderheit des Gebietes, auf dem die Beklagte sich betätige, einen besonderen Werbeaufwand erfordere und die Schutzgebühr, die die Beklagte verlange, sich in den Grenzen bewege, die erforderlich seien, um nicht abschreckend zu wirken, sondern werbewirksam zu bleiben.

Die Revision beanstandet zu Recht, daß diese Begründung den vorgetragenen Sachverhalt nicht ausreichend würdigt, insbesondere eine Prüfung vermissen läßt, ob nicht das Angebot der kostenfreien Beförderung, Unterbringung und Beköstigung einer Begleitperson aus der Sicht des Umworbenen einen so starken Anreiz zur Teilnahme an den Besichtigungsreisen bildet, daß hierdurch seine Entschließungsfreiheit in unsachlicher Weise beeinflusst wird und die Beklagte weiterhin sich auf diese Weise einen nicht gerechtfertigten Vorteil vor ihren Mitbewerbern verschafft.

Für diese Prüfung bestand für das Berufungsgericht schon deshalb Veranlassung, weil es in anderem Zusammenhang ausführt, für die Kunden der Beklagten seien Vergleichsgrundlage die Preise für Pauschalerholungsreisen

an dieselben Orte, wie sie Reiseunternehmen anbieten. Es sei allgemein bekannt, daß vergleichbare derartige Reisen mit wöchigem Aufenthalt nicht oder nicht wesentlich höher liegen als die Schutzgebühren der Beklagten. Das Berufungsgericht nimmt demnach den Preis einer Pauschalreise als Maßstab für den Preis, der dem Interessenten zugemutet werden könne, ohne daß einerseits dieser abgeschreckt werde, sich an einer Besichtigungsreise zu beteiligen, und ohne daß andererseits die Werbegabe einen unzulässigen anreißerischen Effekt sowohl in Richtung auf die Kunden ausübe als auch einen ungerechtfertigten Vorsprung in Richtung auf die Mitbewerber bringe.

Bei der Teilnahme der Ehefrau oder einer anderen Begleitperson ohne zusätzliche Zahlung einer Schutzgebühr ergibt sich aber wirtschaftlich ein anderes Bild, als wenn nur der Kaufinteressent gegen Entrichtung der Schutzgebühr reist. Denn nunmehr beträgt die Schutzgebühr, wenn sie auf 2 Personen verteilt wird, nur noch die Hälfte der üblichen Kosten einer Pauschalreise in die gleichen Gegenden.

Dem tragen die Ausführungen des Berufungsgerichts nicht Rechnung. Was nach Auffassung des Berufungsgerichts angesichts der Höhe der Schutzgebühr für eine Person unter Abwägung der Interessen beider Seiten und im Hinblick auf die Mitbewerber noch zulässig und vertretbar erscheint, kann nicht ohne weiteres auch auf den Fall übertragen werden, daß eine zweite Person ohne entsprechende finanzielle Beteiligung an der Besichtigungsreise teilnehmen darf.

27

Daß der Anreiz in diesem Falle erheblich höher ist, dürfte jedenfalls in einer Anzahl von Fällen nicht zu bezweifeln sein. Ob bereits die Grenze des noch Zulässigen überschritten ist, wird maßgeblich nicht von dem tatsächlichen Unkostenaufwand der Beklagten bestimmt, sondern von dem Wert, den die Teilnehmer einer Besichtigungsreise mit Begleitperson beimessen, und ist von der Wirkung der Werbemaßnahme in Richtung auf die Mitbewerber abhängig. Hierbei geht es nicht um die Frage, ob etwa durch die gebotenen Vorteile ein psychologischer Kaufzwang ausgeübt wird, was das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß verneint hat (s. oben unter III), sondern allein darum, ob die fragliche Vergünstigung unter dem Gesichtspunkt eines übertriebenen Anlockens zur Teilnahme an den Besichtigungsreisen wettbewerblich zu beanstanden ist. In Rechtsprechung und Schrifttum ist anerkannt, daß - auch wenn keine Zwangslage hinsichtlich des Kaufentschlusses herbeigeführt wird - allein schon das Anlocken zum Besuch von Werbeveranstaltungen - wie hier zu den Besichtigungsreisen der Beklagten - durch das Angebot übermäßiger Vorteile wettbewerbswidrig sein kann (BGH GRUR 1959, 544, 546 - Modenschau; GRUR 1962, 461, 465 - Werbeveranstaltung mit Filmvorführung; GRUR 1967, 254, 255 - Waschkugel; GRUR 1971, 162, 163 - Diagnose-Zentrum).

Maßgeblich ist, ob durch die Werbegabe im Einzelfall die Gefahr einer in solchem Grade unsachlichen Beeinflussung entsteht, daß die freie Entscheidung der angesprochenen Publikumskreise, ob sie an der Besichtigungsreise überhaupt teilnehmen wollen oder nicht, beeinträchtigt werden kann.

Es kommt hinzu, daß das Inaussichtstellen übermäßiger Vorteile für die Teilnehmer an solchen Veranstaltungen die Mitbewerber schon in der Ausgangsposition benachteiligen und zur Nachahmung verleiten oder sogar nötigen kann, was unter Umständen zu einer auch im Interesse der Allgemeinheit nicht tragbaren Übersteigerung der Werbung führen kann; die Unzulässigkeit eines in diesem Sinne übertriebenen Anlockens zur Teilnahme an einer mit Verkaufsangeboten verbundenen Veranstaltung beruht auf der allgemeinen Erfahrung, daß damit gegenüber dem Mitbewerber ein wesentlicher, nicht auf einer Abwägung der Angebote beruhender Vorsprung erreicht wird, weil der Kunde in seiner Entschließung, ob er das Angebot des einen oder anderen Mitbewerbers in eine nähere Auswahl ziehen soll, maßgeblich durch die außerhalb des die Kaufsache betreffenden Angebots liegende übertriebene Werbegabe beeinflusst wird.

V. Bei der erneuten Erörterung des Streitfalles unter den aufgezeigten Gesichtspunkten wird das Berufungsgericht auch zu beachten haben, daß sich die Beklagte mit ihrer Werbung, in der sie darauf hinweist, daß zum Kauf ein Eigenkapital von 10 000 DM genüge und der Rest langfristig finanziert werde, an breitere Käufern-schichten wendet, für die das Angebot einer komfortabel durchgeführten Besichtigungsreise gegen einen verhältnismäßig geringfügigen Beitrag zu den tatsächlichen Unkosten unter kostenfreier Mitnahme der Ehefrau oder einer sonstigen Begleitperson durchaus einen recht attraktiven Anreiz zur Teilnahme bilden kann.

Sollte dies allein - bei Berücksichtigung der jeweiligen Höhe der zu zahlenden Schutzgebühr im Vergleich zu den üblichen Kosten einer von zwei Personen durchgeführten Pauschalreise in die gleichen Gegenden - noch nicht die Annahme eines übertriebenen und deshalb unzulässigen Anlockens rechtfertigen, so wären auch die übrigen Angaben in den Prospekten und Zeitungsanzeigen der Beklagten bei Beurteilung der mit dem Unterlassungsantrag angegriffenen Werbemaßnahme heranzuziehen. Wenn auch der Kläger diese Werbeangaben nicht im Rahmen von Hilfsanträgen in sein Unterlassungsbegehren einbezogen hat, so hat er doch die Prospekte und Zeitungsanzeigen durch ihre Vorlage im Prozeß mit zur Grundlage seines Klagbegehrens gemacht. Es wird deshalb zu prüfen bleiben, ob durch das Angebot der kostenfreien Mitnahme einer Begleitperson jedenfalls dann die Schwelle des Zulässigen überschritten ist, wenn die Beklagte ausdrücklich darauf hinweist, daß die Schutzgebühr knapp 20 % der effektiven Kosten deckt oder wenn sie durch Aufzählung von Veranstaltungen besonderer Art wie Sylvesterball oder dgl. den Eindruck erweckt, sie biete gegen einen verhältnismäßig geringfügigen Unkostenbeitrag eine wertvolle, aber auch unterhaltsame und vergnügliche Besichtigungsreise, die auch für solche Personen, die zunächst kein ernsthaftes Kaufinteresse haben, lohnende Reiseerlebnisse erwarten lasse. Sollte das Berufungsgericht zu dem Ergebnis gelangen, daß das Angebot der kostenfreien Teilnahme einer Begleitperson nur im Rahmen dieser Werbung gegen § 1 UWG verstößt, müßte das Unterlassungsgebot entsprechend eingeschränkt werden.

Das Berufungsurteil war nach alledem aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen, dem auch die Entscheidung über die Kosten des Revisionsverfahrens zu übertragen war.

Krüger-Nieland

Alff

Sprenkmann

Merkel

Schönberg