

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

UWG § 3

Herstellergarantie

Zur Frage der Irreführung der Werbung mit der Herstellergarantie im Kraftfahrzeughandel, wenn sich diese auf das Recht zur Nachbesserung beschränkt.

BGH, Urt. v. 19. Juni 1997 - I ZR 46/95 - Kammergericht
LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF
IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 46/95

Verkündet am:
19. Juni 1997
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

C [REDACTED] I [REDACTED] D [REDACTED] GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer Frank Josef M [REDACTED] C [REDACTED] Straße [REDACTED], K [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

Verband Sozialer Wettbewerb e.V., vertreten durch den ersten Vorsitzenden Louis P [REDACTED], K [REDACTED] Straße [REDACTED], B [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagter,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 19. Juni 1997 durch die Richter Prof. Dr. Ullmann, Prof. Dr. Mees, Dr. v. Ungern-Sternberg, Starck und Dr. Bornkamm

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 25. Zivilsenats des Kammergerichts vom 12. Dezember 1994 aufgehoben.

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

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 ist der deutsche Importeur von Chrysler-Kraftfahrzeugen. Der Kläger ist ein Verband zur Förderung gewerblicher Interessen, der satzungsgemäß die Einhaltung der Regeln des lautereren Wettbewerbs überwacht.

Die Beklagte wirbt für Neufahrzeuge mit der "Chrysler-Garantie". Für Pkws verspricht sie eine dreijährige Garantie bei einer Kilometerleistung bis zu 110.000, für ihre Jeep-Modelle eine Garantie von einem Jahr bei unbegrenzter Kilometerleistung. In einer für den Kunden bestimmten "Garantie-Information" heißt es, daß "ein Anspruch des Käufers auf Rückgängigmachung des Kaufvertrages oder Herabsetzung des Kaufpreises gegen CID (= C [REDACTED] I [REDACTED] D [REDACTED], die Beklagte) nicht besteht". Es befindet sich darin auch der Hinweis, daß neben der CID-Garantie (im folgenden: Herstellergarantie) die Gewährleistungsverpflichtung des Händlers gegenüber seinem Kunden besteht.

Der Kläger hat das Werbeverhalten der Beklagten als irreführend beanstandet. Die Verbraucher verbänden mit dem Begriff der "Garantie" eine umfassende Einstandspflicht des garantierenden Unternehmens. Dazu gehöre nach der Vorstellung der Verbraucher auch, daß das Unternehmen - jedenfalls bei Fehlschlägen einer Nachbesserung produktionsbedingter Mängel - auch zur Wandelung oder Minderung bereit sei. Da die Beklagte solche Rechte ausschließe, werde der Verbraucher durch die Werbung getäuscht.

Der Kläger hat beantragt,

der Beklagten unter Androhung näher bezeichneter
Ordnungsmittel zu verbieten,

im geschäftlichen Verkehr für Kraftfahrzeuge mit
der Ankündigung einer Garantie von drei Jahren, ma-
ximal 110.000 km für Personenkraftwagen und/oder
Vans oder von einem Jahr ohne Kilometerbegrenzung
von Jeeps zu werben, sofern das jeweilige Garantie-
versprechen Minderung und/oder Wandelung aus-
schließt.

Die Beklagte ist dem entgegengetreten. Sie sei, so hat
sie vorgetragen, bei der Ausgestaltung ihres Garantiever-
sprechens frei. Sie könne darin nicht dadurch eingeschränkt
werden, daß ein Teil der angesprochenen Verbraucher mit dem
Begriff "Garantie" eine eigene Vorstellung verbinde. Sie sei
deshalb berechtigt, mit "Garantie" zu werben, auch wenn sie
nur das Recht zur Nachbesserung einräume. Da die Garantie
für eine lange Zeit in Verbindung mit einer hohen Lauflei-
stung angeboten werde, rechne zudem kein vernünftiger Leser
der Werbeanzeige damit, ihm werde auch nach einer langen und
intensiven Nutzung des Fahrzeugs ein Anspruch auf Wandelung
des Kaufpreises gewährt. Im übrigen, so hat die Beklagte zu-
letzt vorgetragen, gewähre sie nunmehr - für Jeeps bereits
seit dem Juli 1991 - dem Käufer auch einen Anspruch auf Wan-
delung oder Minderung, wenn die Nachbesserung nicht zur Be-
seitigung des beanstandeten Fehlers geführt habe.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten ist erfolglos geblieben.

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Antrag weiter, die Klage abzuweisen. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht, das die Prozeßführungsbefugnis des Klägers gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG für gegeben erachtet hat, hat in der beanstandeten "Garantie-Werbung" einen Verstoß gegen § 3 UWG gesehen. Der Verkehr - so hat das Berufungsgericht ausgeführt - verbinde mit dem Begriff "Garantie" eine umfassende Einstandspflicht. Dazu gehöre nach der Vorstellung des Verbrauchers nicht nur die Nachbesserung eines mangelhaften Fahrzeuges, sondern - gewissermaßen erst recht - im Falle des Fehlschlagens der Nachbesserung oder der Unzumutbarkeit weiterer Nachbesserungsmaßnahmen auch das Recht auf Wandelung des Kaufvertrages oder auf Minderung des Kaufpreises.

II. Die Beurteilung des Streitfalls durch das Berufungsgericht hält der rechtlichen Nachprüfung nicht in allen Punkten stand.

1. Die prozessualen Voraussetzungen der Befugnis des Klägers zur Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs wegen irreführender Werbung sind gegeben. Der Kläger hat durch die

Vorlage einer von der Revision nicht bestrittenen Mitgliederliste vom 21. Februar 1997 nachgewiesen, daß ihm eine im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG erhebliche Zahl von Unternehmen angehört, die sich mit dem Kraftfahrzeughandel befassen. Die Liste weist u.a. fünfzehn Kraftfahrzeughändler auf, von denen einige Umsätze zwischen einer und zehn Milliarden DM erzielen, sowie einen großen inländischen Kraftfahrzeughersteller und den Bundesverband freier Kraftfahrzeugimporteure mit mehr als fünfzig Mitgliedern.

2. Ohne Erfolg wendet sich die Revision gegen die Feststellung des Berufungsgerichts, die Werbung mit der "Garantie" sei irreführend, weil die Beklagte darin mehr verspreche, als sie zu leisten bereit sei.

a) Der Ansicht der Revision, die Richter des Berufungsgerichts seien nicht in der Lage, das Verständnis, welches der Verkehr mit der angegriffenen "Garantie-Werbung" verbinde, selbst zu beurteilen, kann nicht beigetreten werden. Der Richter kann die Frage, welchen Sinn der Verkehr einer bestimmten Werbebehauptung beilegt, selbst beantworten, wenn er zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehört und es sich um Angaben über Gegenstände des allgemeinen Bedarfs handelt (BGH, Urt. v. 11.5.1983 - I ZR 64/81, GRUR 1984, 467, 468 = WRP 1984, 62 - Das unmögliche Möbelhaus; Urt. v. 20.2.1992 - I ZR 32/90, GRUR 1992, 406, 407 = WRP 1992, 469 - Beschädigte Verpackung I). So verhält es sich im Streitfall.

b) Entgegen der Beurteilung der Revision haben sich die Berufsrichter bei dem Verständnis der angegriffenen Werbeaussage nicht von ihren juristischen Kenntnissen leiten

lassen. Sie haben vielmehr das Verständnis zugrunde gelegt, das der Verbraucher erfahrungsgemäß mit dem Begriff "Garantie" beim Kauf von Waren verbindet, nämlich vom Risiko der Mangelhaftigkeit der erworbenen Ware für den garantierten Zeitraum freigestellt zu sein. Dieser Vorstellung des Verbrauchers entspricht es nicht, wenn das Unternehmen das Risiko eines irreparablen Mangels nicht übernimmt, sondern es beim Käufer beläßt. So verhält sich die Beklagte, indem sie trotz der beworbenen "Garantie" Ansprüche des Käufers auf Rückgängigmachung des Kaufvertrages oder auf Minderung des Kaufpreises - auch bei fehlgeschlagener Nachbesserung - von vornherein ausgeschlossen hat.

c) Der Ansicht der Revision, der irreführende Charakter der Garantie-Werbung sei im Streitfall schon deshalb zu verneinen, weil die Beklagte (nunmehr) bei fehlgeschlagener oder unzumutbarer Nachbesserung Wandlungs- oder Minderungsansprüche einräume, kann nicht beigetreten werden. Gegenstand des Unterlassungsbegehrens ist eine Werbung der Beklagten mit einer Herstellergarantie im Kfz-Handel, bei welcher erklärtermaßen eine Verpflichtung zur Wandlung oder Minderung ausgeschlossen ist. Die Beklagte hat von diesem Verhalten nicht in der wettbewerbsrechtlich gebotenen Weise Abstand genommen. Ohne die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungsverpflichtungserklärung kann eine Änderung des Geschäftsgebarens kein hinreichender Anlaß für die Annahme sein, der Wettbewerber werde sich nicht mehr in der beanstandeten Weise verhalten.

3. Mit Erfolg wendet sich die Revision aber gegen die Annahme des Berufungsgerichts, durch die angegriffene Werbung würden erhebliche Teile des angesprochenen Verkehrs in einer für die Kaufentscheidung relevanten Weise irregeführt. Das Berufungsgericht hat bei seiner rechtlichen Beurteilung die Besonderheiten der hier beworbenen Herstellergarantie nicht hinreichend berücksichtigt.

a) Das Berufungsgericht hat angenommen, ein nicht unerheblicher Teil des Verkehrs erwarte aufgrund der Werbung mit der Herstellergarantie, daß die Beklagte beim Auftreten von Mängeln diese nicht nur zu beseitigen versuche, sondern - im Falle des Fehlschlagens - auch das Fahrzeug zurücknehme oder zu einer Herabsetzung des Kaufpreises bereit sei. Das Berufungsgericht vernachlässigt dabei den Umstand, daß die beworbene Garantie neben die kaufrechtliche Händlergarantie tritt und im wesentlichen faktisch nur Bedeutung hat, wenn diese abgelaufen ist. Für die Beurteilung der Verbrauchervorstellung ist deshalb auch in Betracht zu ziehen, ob der Verkehr überhaupt damit rechnet, daß dann noch Mängel vorhanden sind, die nicht durch Nachbesserung behoben werden können.

b) In rechtlicher Hinsicht ist nämlich zu berücksichtigen, daß es sich bei der Herstellergarantie um eine neben die Gewährleistungshaftung des Verkäufers tretende Garantiehafteung eines Dritten handelt, die grundsätzlich möglich und gerade im Kraftfahrzeughandel von manchen, nicht notwendigerweise aber von allen Herstellern übernommen wird (BGH, Urt. v. 15.5.1985 - VIII ZR 105/84, NJW 1985, 2819, 2820). Ist sie übernommen, gilt sie als freiwillige Erweiterung der

gesetzlichen Haftung nur zu Lasten des sich Verpflichtenden, hier des Herstellers (BGHZ 78, 369, 371; BGH, Urt. v. 26.11.1984 - VIII ZR 214/83, NJW 1985, 623, 624 f.). Sie begründet eine unmittelbare Verpflichtung des Herstellers gegenüber dem Käufer und geht über einen bloßen Hinweis auf die Verkäufergarantie hinaus (BGH, Urt. v. 12.11.1980 - VIII ZR 293/79, NJW 1981, 275, 276). Inhalt und Reichweite der neben und zusätzlich zum Kaufvertrag übernommenen Herstellergarantie können vom garantierenden Unternehmen grundsätzlich frei bestimmt werden. Es gelten für diese Vereinbarung nicht die Beschränkungen des § 11 Nr. 10 AGBG. Sie kann sich deshalb auf Nachbesserung oder Ersatzlieferung beschränken, ohne Wandelung oder Minderung vorsehen zu müssen (Wolf/Horn/Lindacher, AGB-Gesetz, 2. Aufl., § 9 Rdn. 12; Palandt/Putzo, BGB, 56. Aufl., Vorbem. v. § 459 Rdn. 31; Mischke, BB 1995, 1093, 1095).

c) Es ist zwar auszuschließen, daß der angesprochene Verkehr sich Gedanken über die rechtliche Qualifizierung der Herstellergarantie macht. Es liegt indessen nicht fern anzunehmen, daß die Vorstellung des Verkehrs über die Tragweite der Herstellergarantie von der Tatsache beeinflusst sein kann, daß dieser im wesentlichen erst für die Zeit nach Ablauf der Garantie des Kaufvertragspartners Bedeutung zukommt.

Für das Verständnis der Herstellergarantie der Beklagten und seiner Relevanz für das Käuferverhalten kann, worauf die Revision zutreffend hinweist, weiter bedeutsam sein, daß der Fall der Irreparabilität eines (von Anfang an) mangelhaften Fahrzeuges während der versprochenen Garantiefrist eine sel-

tene Ausnahme sein dürfte. Ferner kann die Beurteilung der Frage, ob das Garantieverprechen der Beklagten eine rechtlich relevante Irreführung i.S. des § 3 UWG enthält, auch davon beeinflußt sein, ob und inwieweit andere Hersteller oder Importeure von Fahrzeugen eine zusätzliche Garantie übernehmen. Denn die Gepflogenheiten des Verkehrs können sich auf die Verbrauchervorstellung sowie deren Relevanz für die Kaufentscheidung auswirken.

4. Sollte die Herstellergarantie auch anderer Kraftfahrzeugunternehmen sich auf das Recht zur Nachbesserung beschränken, so wäre zu erwägen, ob eine verbleibende relevante Irreführung noch als eine wesentliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs auf dem Markt des Kraftfahrzeughandels einzustufen ist. Ist dies nicht der Fall, fehlt es an einer materiellen Voraussetzung der Klagebefugnis des Verbandes im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG. Dieser ist nach der Neufassung des Gesetzes zur Geltendmachung von wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsansprüchen nämlich nur befugt, soweit der Anspruch eine Handlung betrifft, die geeignet ist, den Wettbewerb auf dem maßgeblichen Markt wesentlich zu beeinträchtigen. Je mehr Wettbewerber ihre Herstellergarantie auf das Recht zur Nachbesserung beschränken, desto geringer dürfte die Beeinträchtigung des Wettbewerbs durch die beanstandete Werbung zu bemessen sein.

III. Der Rechtsstreit ist an das Berufungsgericht zu den gebotenen Feststellungen - genaue Verkehrsvorstellung von einer Herstellergarantie, Quote der Irregeführten, Relevanz ihrer Vorstellung für ihr Kaufverhalten, die auch von der Vorstellung über die Häufigkeit irreparabler Garantieschäden

beeinflusst sein kann, sowie erforderlichenfalls zur Frage der Wesentlichkeit der Beeinträchtigung des Wettbewerbs im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG - zurückzuverweisen.

Ullmann

Mees

v. Ungern-Sternberg

Starck

Bornkamm