

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1

D i a g n o s e - Z e n t r u m

Die Werbung einer Kraftfahrzeugwerkstatt mit einer kostenlosen Fahrzeugüberprüfung im Werte von 10,-- bis 18,-- DM in ihrem in ihrer Werkstätte gelegenen "Diagnose-Zentrum" verstößt gegen § 1 UWG.

BGH, Urt. v. 28. Oktober 1970 - I ZR 51/69 - OLG Frankfurt/Main
LG Frankfurt/Main

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 51/69

URTEIL

Verkündet am

28. Oktober 1970

Werner,
Justizobersekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V.,
vertreten durch das geschäftsführende Vorstandsmitglied
Dr. G [REDACTED], F [REDACTED]/M [REDACTED], Börse,

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma Autohaus G [REDACTED] von O [REDACTED] KG, vertreten durch
den persönlich haftenden Gesellschafter Dr. G [REDACTED] von
O [REDACTED], F [REDACTED]/M [REDACTED], Ma [REDACTED] L [REDACTED]straße [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

25

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 28. Oktober 1970 unter Mitwirkung der Bundesrichter Alff, Dr. Sprengmann, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Dr. Frhr. v. Gamm

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts in Frankfurt/Main vom 13. Februar 1969 aufgehoben.

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 6. Zivilkammer des Landgerichts in Frankfurt/Main vom 10. Juli 1968 wird zurückgewiesen. Jedoch wird das Urteil des Landgerichts wie folgt klargestellt:

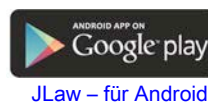
Der Beklagten wird bei Meidung einer Geldstrafe in unbeschränkter Höhe oder Haftstrafe bis zu sechs Monaten, letztere zu vollziehen an ihrem persönlich haftenden Gesellschafter, für jeden Fall der Zuwiderhandlung verboten, im geschäftlichen Verkehr die unentgeltliche Überprüfung von Kraftfahrzeugen hinsichtlich technischer Mängel in ihrem - in ihrer Werkstatt gelegenen - "Diagnose-Zentrum" anzukündigen und/oder zu gewähren.

Die Beklagte hat auch die Kosten der Berufung und der Revision zu tragen.

Von Rechts wegen



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



Tatbestand:

Die Beklagte vertreibt als Vertragshändlerin Kraftfahrzeuge des G■■■■-M■■■■-Konzerns, insbesondere der Marke O■■■, und führt Reparaturen und Wartungsdienste an derartigen Kraftfahrzeugen aus. In ihrem Reparaturbetrieb unterhält sie einen mit einem Aufwand von etwa 25 000 DM erstellten Kraftfahrzeugprüfstand, auf dem Brems-, Spur- und Motorkontrollen durchgeführt werden können. Aus Anlaß der Inbetriebnahme des Prüfstandes am 13. März 1968 verschickte sie einmal Werbedruckschriften an ihre namentlich erfaßten Kunden, in denen sie die kostenlose Überprüfung von Kraftfahrzeugen in ihrem "Diagnose-Zentrum" anbot. Entsprechend warb sie um die gleiche Zeit etwa fünf mal in Tageszeitungen. Im November 1968 wies sie noch einmal im Text eines turnusmäßig an ihre Kunden verschickten Werbebriefes auf das Diagnose-Zentrum hin. Die von der Beklagten angebotene kostenlose Fahrzeugüberprüfung besteht darin, daß ein Kraftfahrzeugmeister mit dem Fahrzeug des Interessenten auf dem Prüfstand eine Bremsprüfung, einen Spurtest und einen Probelauf unter voller Belastung des Motors durchführt. Zeigen sich beim Probelauf Fehler, so werden Anlaßsystem, Ladung der Lichtmaschine, Regler, Zündspannung von Batterie bis Kerze, Zündzeitpunkt, Kontaktabstände, Vergaser und Abgase geprüft. In diesem Falle dauert die Überprüfung etwa 20 Minuten. Über der Prüfanlage hat die Beklagte ein deutlich sichtbares Schild mit folgendem Wortlaut angebracht: "Es besteht für den Besucher weder eine rechtliche noch eine moralische Pflicht, uns einen etwa notwendigen Reparaturauftrag zu erteilen".

Die Klägerin hat vorgetragen, die von der Beklagten angebotene kostenlose Fahrzeugüberprüfung stehe erkennbar unter der Bedingung, daß erforderliche Reparaturarbeiten

der Beklagten in Auftrag zu geben seien. Daher liege eine verbotene Zugabe im Sinne von § 1 ZugabeVO vor. Außerdem verstoße die Beklagte gegen § 1 UWG, weil sie durch ihr Angebot die Kunden unsachlich beeinflusse und nach gelungener Anlockung einen psychologischen Zwang zur Erteilung des Reparaturauftrages an sie auf die Kunden ausübe.

Die Klägerin hat beantragt,

der Beklagten bei Meidung von Geld- und gegen den persönlich haftenden Gesellschafter zu vollziehenden Haftstrafen für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu untersagen, die unentgeltliche Überprüfung von Kraftfahrzeugen in ihren Werkstätten hinsichtlich technischer Mängel anzukündigen und/oder zu gewähren.

Die Beklagte hat vorgetragen, nicht einmal 1/3 der Besitzer von schadhaften Kraftfahrzeugen fühlten sich verpflichtet, ihr den Auftrag zur Beseitigung des festgestellten Mangels zu erteilen. Schon hieraus ergebe sich, daß die kostenlose Überprüfung nicht als eine Zugabe im Sinne der Zugabeverordnung angesehen werden könne. Sie hat auch in Abrede gestellt, daß sie Kunden unsachlich beeinflusse oder in eine Zwangslage versetze. Dem stehe schon die heutige Robustheit der Kraftfahrer entgegen. Das Prüfzentrum ersetze nur den auch in anderen Reparaturbetrieben üblichen Kundendienstberater, der Fehlerquellen aufgrund seiner Erfahrung feststelle und durch den sich auch niemand verpflichtet zu fühlen brauche, die erforderliche Reparatur in Auftrag zu geben.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Das Oberlandesgericht hat die Klage abgewiesen.

Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihren Antrag aus der Berufungsinstanz weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

Die Revision hat Erfolg.

I. Das Berufungsgericht ist zu dem Ergebnis gelangt, daß die von der Beklagten angebotene kostenlose Überprüfung von Kraftfahrzeugen nicht gegen § 1 ZugabeVO verstoße. Eine Zugabe liege deshalb nicht vor, weil nach der Verkehrsauffassung nicht der Eindruck bestehe, daß die Gewährung der kostenlosen Vorleistung von der Inanspruchnahme der Hauptleistung, hier der Erteilung eines etwaigen Reparaturauftrages, abhängig sei und es daher an dem erforderlichen Zusammenhang fehle.

Diese Ausführungen werden von der Revision nicht angegriffen. Sie lassen auch keinen Rechtsfehler zum Nachteil der Klägerin erkennen.

II. Das Berufungsgericht hat ferner verneint, daß die Werbung der Beklagten nach § 1 UWG unzulässig sei. Dabei hat es vor allem darauf abgestellt, ob die Kraftfahrzeugbesitzer, die von der kostenlosen Fahrzeugüberprüfung Gebrauch machen, unter dem psychologischen Zwang stehen, den gegebenenfalls erforderlichen Reparaturauftrag der Beklagten erteilen zu müssen. Das sei, so hat das Berufungsgericht unter Auswertung des ihm in der Beweisaufnahme unterbreiteten Zahlenmaterials ausgeführt, nicht anzunehmen, weil nur ein kleiner Teil derjenig

die ihr Fahrzeug hätten überprüfen lassen, der Beklagten einen Reparaturauftrag erteilt habe.

Dem kann nicht gefolgt werden.

1. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes sind unentgeltliche Zuwendungen zu Werbezwecken, die auch in Dienstleistungen bestehen können, nicht schlechthin unzulässig. Erst das Hinzutreten besonderer Umstände kann sie als wettbewerbswidrig erscheinen lassen. Als ein erschwerender Umstand dieser Art ist die Ausübung eines psychologischen Kauf- oder Abschlußzwanges angesehen worden. Das Berufungsgericht, das allein diesen Gesichtspunkt prüft und verneint, hat aber übersehen, daß sich die Wettbewerbswidrigkeit eines Werbegeschenks auch aus anderen Umständen ergeben kann, wie insbesondere aus dem übertriebenen Anlocken von Kunden. Letzteres hat die Rechtsprechung insbesondere dann angenommen, wenn die unentgeltliche Zuwendung nicht mehr als geringwertig anzusehen, sondern ihrem Wert und ihrer Art nach geeignet ist, die angesprochenen Verkehrskreise in einem solchen Grade unsachlich zu beeinflussen, daß sie ihre Entschliebung nicht nach den im Leistungswettbewerb maßgeblichen Gesichtspunkten, sondern allein im Hinblick auf die unentgeltliche Zuwendung treffen (vgl. BGH GRUR 1959, 544, 546 - Modenschau; 1967, 254, 255 - Waschkugel; 1968, 649, 650 - Rocroni-Aschenbecher).

2. Die von der Beklagten angekündigte und gewährte kostenlose Fahrzeugüberprüfung stellt eine solche unentgeltliche Zuwendung zu Werbezwecken dar; denn die Beklagte will damit nach den Feststellungen des Berufungsgerichts Kraftfahrzeugbesitzer als Kunden für ihren Betrieb gewinnen. Daß die Beklagte damit auch der Allgemeinheit dienen will, wie geltend gemacht wird, steht der Annahme nicht entgegen, daß es sich zugleich um eine Werbemaßnahme handelt, wofür insbesondere spricht, daß die Überprüfungen im Kraftfahrzeugbetrieb der Beklagten durchgeführt werden. Den Feststellungen des Berufungsgerichts ist weiter zu entnehmen, daß die hier in Rede stehende Werbeleistung der Beklagten einen erheblichen Wert hat. Die Beklagte stellt für diesen Zweck nicht nur

ihre aufwendige Spezialanlage zur Verfügung, sondern läßt die Überprüfung auch von einem Kraftfahrzeugmeister ausführen, der für einen Wagen, wenn die Prüfung wegen nicht zufriedenstellenden Motorlaufs vollständig durchgeführt werden muß, 20 Minuten benötigt. Weitere Lohn- und Sachkosten entstehen der Beklagten durch die Vormerkung der Interessenten. Die Klägerin hat hierzu vorgetragen, daß eine solche Fahrzeugüberprüfung bei Mitbewerbern der Beklagten 10,-- bis 18,-- DM koste. Die Beklagte ist dem nicht entgegengetreten, so daß dieser Betrag als unstreitig angesehen und der Beurteilung durch das Revisionsgericht zugrunde gelegt werden kann. Hieraus ergibt sich aber, daß die Werbeleistung der Beklagten für den einzelne Interessenten keineswegs als geringwertig angesehen werden kann, auch nicht im Verhältnis zu den Kosten einer Reparatur. Da es ferner der Lebenserfahrung entspricht, daß die angesprochenen Kraftfahrer den Wert dieser Leistung und ihre Bedeutung für die eigene Sicherheit erkennen, ist die Werbemaßnahme der Beklagten sehr wohl geeignet, die freie Entscheidung der Umworbenen in dem Sinne zu beeinträchtigen, daß diese sich der Beklagten zuwenden, ohne sich nach Qualität und Preiswürdigkeit der angebotenen Hauptleistung zu orientieren. Das Berufungsgericht bringt das selbst dadurch zum Ausdruck, daß es die kostenlose Fahrzeugüberprüfung als ein "Lockmittel" der Beklagten bezeichnet. Allein aus diesen Umständen ergibt sich, daß die angegriffene Werbung der Beklagten mit den Grundsätzen des Leistungswettbewerbs nicht zu vereinbaren ist und somit gegen § 1 UWG verstößt.

3. Das dem Berufungsgericht unterbreitete und von ihm ausgewertete Zahlenmaterial steht dieser Beurteilung nicht entgegen. Danach haben von 3129 Kraftfahrern, die in der Zeit vom 13. März bis zum 22. November 1968 zur kostenlosen Fahrzeugüberprüfung erschienen sind, 573 in den auf die Überprüfung folgenden 3 bis 4 Tagen der

Beklagten einen Reparaturauftrag erteilt. Da nach dem vorliegenden Zahlenmaterial 64,4 % der überprüften Fahrzeuge einen Mangel aufwiesen, sind das etwa 44 % derjenigen Kraftfahrzeugbesitzer, von denen die Erteilung eines Reparaturauftrages erwartet werden konnte. Zieht man nur diejenigen Kunden in Betracht, die von der Beklagten noch nicht erfaßt waren (Neukunden), dann ergibt sich unter Berücksichtigung einer Reparaturbedürftigkeit von 64,4 % ein Anteil von etwa 38 %. Zutreffend weist die Revision auch darauf hin, daß das Zahlenwerk der Beklagten nicht alle Kunden erfaßt, die ihr auf Grund der kostenlosen Fahrzeugüberprüfung einen Reparaturauftrag erteilt haben. Denn es entspricht der Lebenserfahrung, daß manche Kunden die erforderliche Reparatur erst später als 3 bis 4 Tage nach der Überprüfung in Auftrag gegeben haben, sei es, weil sie den Wagen noch brauchten oder die Beklagte nicht genügend Werkstattkapazität zur Verfügung hatte, um die Reparatur sofort ausführen zu können, oder aus anderen naheliegenden Gründen. Andererseits sind auch diejenigen Kunden, die unter dem Sachzwang standen, ihr Fahrzeug aus Gründen der Verkehrssicherheit sofort reparieren lassen zu müssen, hier mit zu berücksichtigen, weil durch diesen besonderen Umstand nicht in Frage gestellt wird, daß sie durch die angegriffene Werbemaßnahme für die Beklagte gewonnen worden sind. Auf die vom Berufungsgericht in den Vordergrund gestellte Erwägung, ob die Fahrzeugbesitzer bei der Erteilung des Reparaturauftrages unter einem psychologischen Zwang gestanden haben, kommt es, wie ausgeführt, im Streitfall nicht an. Den Ausschlag gibt schon, daß die übersteigerte Werbeleistung der Beklagten geeignet ist, die angesprochenen Kraftfahrer wettbewerbswidrig zu beeinflussen.

4. Zuzugeben ist der Beklagten, daß die kostenlose Überprüfung von Kraftfahrzeugen der Verkehrssicherheit dient und damit im Interesse der Allgemeinheit liegt. Im Streitfall verdienen aber die Interessen der Mitbewerber

den Vorrang, zumal die technische Überwachung von Kraftfahrzeugen den hierfür zuständigen Behörden obliegt und sich auch die Automobilclubs dieser Aufgabe angenommen haben. Wenn die Beklagte in dieser Hinsicht etwas für die Allgemeinheit tun will, dann darf sie diese Tätigkeit nicht als Vorspann für ihren Gewerbebetrieb benutzen, um sich damit einen wirtschaftlichen Vorteil vor ihren Mitbewerbern zu verschaffen.

III. Der Revision war daher stattzugeben. Dabei war das vom Landgericht ausgesprochene Verbot in der Weise klarzustellen, daß nur die Überprüfung in dem in den Werkstätten der Beklagten gelegenen "Diagnose-Zentrum" gemeint ist. Kostenachteile ergeben sich hieraus für die Klägerin nicht.

Die Beklagte hat auch die Kosten der Berufung und der Revision zu tragen (§ 91 ZPO).

Alff

Sprenkman

Merkel

Schönberg

v. Gamm