

20

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1

"Präsentation"

Zur Frage, unter welchen Voraussetzungen Maßnahmen, die Vertreterbesuche vorbereiten sollen, gegen § 1 UWG verstoßen (Ergänzung zum Urteil vom 22. September 1972 - I ZR 104/71 - GRUR 73, 81 - Gewinnübermittlung).

BGH, Urt. v. 4. Juni 1975 - I ZR 58/74 - OLG Düsseldorf
LG Düsseldorf

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 58/74

URTEIL

Verkündet am
4. Juni 1975
Z u g ,
Justizhauptsekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma Wilhelm D[REDACTED] KG, S[REDACTED] II, F[REDACTED],
gesetzlich vertreten durch die Firma Drache Beteili-
gungs GmbH, diese vertreten durch ihren Geschäftsfüh-
rer, den Fabrikanten Willi D[REDACTED], ebenda,

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

den Verein zur Wahrung des lautereren Wettbewerbs e.V.,
Dü[REDACTED], gesetzlich vertreten durch das geschäfts-
führende Vorstandsmitglied H. T[REDACTED], Dü[REDACTED],
K[REDACTED]allee 26,

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 4. Juni 1975 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Krüger-Nieland und die Richter Alff, Dr. Sprenkmann, Dr. Schönberg und Schwerdtfeger

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 2. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 10. Mai 1974 wird auf Kosten der Beklagten mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß die Strafandrohung des landgerichtlichen Urteils folgende Fassung erhält:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall einer zukünftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen.....

Von Rechts wegen

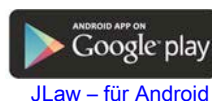
Tatbestand

Der Kläger ist ein Verein zu Bekämpfung von Verstößen gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und die Nebengesetze.

Die Beklagte bezeichnet sich in ihrer Werbung als "Europas größter Besteck-Porzellan-Glas-Fachversand".



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



Sie unterhält keine Ladengeschäfte und vertreibt ihre Artikel im wesentlichen nur durch Vertreter an einzelne Haushalte.

Zur Beschaffung von Anschriften für die Vertreterbesuche versandte die Beklagte im Jahre 1972 das Faltblatt "Tafelausstattungen: Aufregend schön! d[REDACTED] Tafel-Kombination 'Berlin' ", in dem im wesentlichen auf ein sogenanntes "Jubiläums-Sweepstake" hingewiesen wurde, für das ein "Teilnehmergutschein" als Antwortkarte beilag. Auf der Antwortkarte sollte ein Ja-Feld oder ein Nein-Feld angekreuzt und Name, Beruf und Anschrift eingetragen werden.

Bei dem Ja-Feld war folgender Text eingedruckt:

Ja! Ich interessiere mich für Ihr Angebot. Meine Gewinn-Chance möchte ich nutzen und mit meiner Glücks-Nummer an der Sweepstake-Verlosung teilnehmen. Zusätzlich wünsche ich eine unverbindliche Präsentation der einmalig-schönen D[REDACTED]-Kollektion '72 in Verbindung mit der Vorlage des neuesten, großen, farbigen D[REDACTED]-Kataloges für moderne Tafel-Ausstattungen.

Die Worte "mit meiner Glücks-Nummer" sind in Fettdruck hervorgehoben.

Nach der Behauptung der Beklagten schickte sie vor den Vertreterbesuchen an diejenigen, die das Ja-Feld angekreuzt hatten, ein Schreiben, in dem sie sich für das Interesse bedankte und einen Vertreterbesuch u. a. mit den Worten ankündigte:

- 4 -

"Ein Mitarbeiter unseres Beratungsdienstes wird Ihnen wunschgemäß den Katalog und die Originalkollektion vorlegen ..."

Im letzten Absatz wird die Bitte geäußert, den "Mitarbeiter, der als persönlicher Beauftragter zu Ihnen kommt" freundlich aufzunehmen.

Der Kläger ist der Ansicht, die Beklagte verschaffe sich in der erörterten Werbung durch irreführende Angaben das Einverständnis mit einem Vertreterbesuch.

Landgericht und Oberlandesgericht haben die Beklagte verurteilt (unter Berücksichtigung einer vom Oberlandesgericht ausgesprochenen geringfügigen Änderung in der Fassung),

es zu unterlassen,

zu Wettbewerbszwecken Werbeprospekte mit Werbeantwortkarten zu verteilen, die die vom Empfänger auszufüllende oder anzukreuzende Aufforderung enthalten:

"Ja! Ich interessiere mich für Ihr Angebot. Meine Gewinnchance möchte ich nutzen und mit meiner Glücksnummer an der Sweepstake-Verlosung teilnehmen. Zusätzlich wünsche ich eine unverbindliche Präsentation der einmalig-schönen D[RECKT]KOLLEKTION ... in Verbindung mit der Vorlage des neuesten, großen, farbigen D[RECKT]KATALOGS für moderne Tafelausstattungen", wenn Interessenten daraufhin durch Vertreter oder Werber der Beklagten aufgesucht werden.

Gegen diese Verurteilung richtet sich die Revision der Beklagten. Der Kläger bittet, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Nach der Auffassung des Berufungsgerichts täuscht die Beklagte über ihre Absicht, Personen, die das "Ja" angekreuzt haben, durch Vertreter besuchen zu lassen, und verstößt dadurch gegen §§ 1, 3 UWG. Im einzelnen führt das Berufungsgericht aus, ein sehr beträchtlicher Teil derjenigen, die das Ja-Feld angekreuzt hätten, sei davon ausgegangen, die Beklagte werde ihnen daraufhin durch die Post Muster und einen Katalog zusenden, habe aber nicht erkannt, daß die Beklagte das Ja-Kreuz zum Anlaß nehmen werde, sie durch Vertreter besuchen zu lassen. Da dem Publikum heute insbesondere aus dem Versandhandel bekannt sei, daß Ware mit Rückgaberecht durch die Post versandt werde, auch auf der letzten Seite des mitversandten Faltblattes der Beklagten eine solche Warensendung auf 4 Wochen zur Probe angeboten sei, fließe dieses Vorverständnis auch bei dem Lesen des hier zur Erörterung stehenden Textes mit ein, so daß an einen Vertreterbesuch nicht gedacht werde. Die Verwendung der Worte "Präsentation der einmalig-schönen D■■■■-Kollektion" kündige nicht unmißverständlich einen Vertreterbesuch an.

Wer aber in der irrigen Vorstellung, er werde lediglich eine Postsendung erhalten, das "Ja" angekreuzt habe, sei dadurch in der Freiheit zur Abwehr des nachfolgenden Vertreterbesuchs erheblich beschränkt.

Das vor dem Besuch des Vertreters versandte Schreiben ändere die Sachlage nicht. Die Behauptung der Beklagten, sie habe dieses Schreiben versandt, um Gelegenheit zu geben, den Vertreterbesuch abzu-

stellen, sei wirklichkeitsfremd. Von dem Personenkreis, der auf ein solches Angebot das "Ja" ankreuze, sei in der Regel nicht zu erwarten, daß er von sich aus überhaupt die Initiative zu einem Schreiben in geschäftlichen Dingen ergreife. Die Beklagte habe auch nicht vorgetragen, daß von den 30 % der Einsendungen, die das Ja angekreuzt hätten, ein nennenswerter Prozentsatz mitgeteilt habe, er wolle nicht von einem Vertreter besucht werden.

II. Die Angriffe der Revision gehen in erster Linie dahin, wer "Ja" ankreuze, sei sich über den Vertreterbesuch im klaren. Denn schon der Umstand, daß "Ja" (30 %) oder "Nein" (70 %) angekreuzt sei, mache klar, daß sich der Ausfüllende mit dem Vorgang näher befaßt habe, zumal bei "Nein" das Porto für die Karte vom Absender habe getragen werden müssen. Auch wer, wie das Berufungsgericht annehme, "Ja" ankreuze, weil er glaube, dann eine größere Gewinnchance zu haben, müsse sich über den Inhalt des bei "Ja" abgedruckten Textes Klarheit verschafft haben. Das Wort "Präsentation" werde vom Publikum richtig verstanden; gleiches gelte von dem Begriff der "Vorlage" eines Katalogs.

Mit dem Erhalt des Schreibens werde für den Empfänger Klarheit geschaffen, daß er Vertreterbesuch erhalten werde, wenn er nicht seinerseits negativ reagiere. Dabei sei zu beachten, daß das Schreiben jeweils alsbald, meist schon innerhalb 24 Stunden nach Eingang der Antwortkarte übersandt werde, den Absender der mit "Ja" angekreuzten Karte also in frischer Erinnerung des Vorgangs erreiche. Schließlich

müsse auch der Vortrag der Beklagten berücksichtigt werden, daß der erste Besuch nach Eingang der mit "Ja" angekreuzten Antwortkarte und Versendung des Schreibens jeweils nur einer Fühlungnahme und Vereinbarung eines Termins für das besondere Verkaufsgespräch diene.

III. Die Angriffe der Revision haben keinen Erfolg. Das Berufungsgericht hat zu Recht einen Verstoß der Beklagten gegen §§ 1, 3 UWG bejaht.

Der hier zu beurteilende Sachverhalt gehört zur Fallgruppe der wettbewerblich zu mißbilligenden Vorbereitung von Vertreterbesuchen. Der erkennende Senat hat das Unlautere bei diesen Fallgestaltungen (vgl. Senatsurteile vom 15. Mai 1968 - I ZR 17/66 - GRUR 68, 648 - Farbbildangebot; vom 30. März 1971 - I ZR 130/69 - GRUR 71, 320 - Schlankheitskur; vom 22. September 1972 - I ZR 104/71 - GRUR 73, 81 - Gewinnübermittlung) darin gesehen, daß der Umworbenene in seiner Freiheit, den Vertreter an der Tür ohne jegliche Begründung abzuweisen, durch die dem Besuch des Vertreters vorangegangene Äußerung des Umworbenen gegenüber der Firma des Vertreters (z. B. durch Rücksendung einer Antwortkarte oder Beteiligung an einem Preisausschreiben) in unzulässiger Weise beschränkt wird. Das Vorliegen eines solchen Sachverhalts hat das Berufungsgericht mit Recht bejaht. Eine solche unlautere Vorbereitung eines Vertreterbesuchs beim Umworbenen ist jedenfalls regelmäßig dann anzunehmen, wenn die vom Umworbenen bejahte, vomwerbenden formulierte Aussage im Klartext, wie ihn derwerbende verstanden wissen will, dahin lautet: "Vertreterbesuch erwünscht" oder "ich bitte um den Besuch Ihres Vertreters", wenn diese Formu-

lierung aber vermieden wird und der gewünschte Inhalt der Aussage erst nach Weglassen der anlockenden Verpackung (z. B. Teilnahme an einem Preisausschreiben) und durch gedankliches Übersetzen der gewählten unüblichen Begriffe zu Tage tritt. Der erste Satz des Textes "Ich interessiere mich für Ihr Angebot" ist doppeldeutig, es ist nicht klar ersichtlich, ob er sich auf die Teilnahme an dem Preisausschreiben, oder auf das zugleich mit der Karte überreichte Warenangebot oder auf einen Vertreterbesuch oder alles bezieht. Es folgt die Bereitschaftserklärung, an dem Preisausschreiben teilzunehmen. Damit ist die Hälfte des Gesamttextes erfaßt. Schon hier ist die allgemeine Lebenserfahrung zu berücksichtigen, daß dem Anfang eines Werbetextes in der Regel mehr Aufmerksamkeit gewidmet wird als dem Schlußteil, der hier aus einem einzigen Satz von fast vier Zeilen besteht.

Dieser Satz lautet: "Zusätzlich wünsche ich eine unverbindliche Präsentation der einmalig-schönen D■■■■-Kollektion 72 in Verbindung mit der Vorlage des neuesten, großen, farbigen D■■■■-Kataloges für moderne Tafel-Ausstattungen". Vom Besuch eines Vertreters mit Warenauswahl und Katalog ist nicht die Rede. Eine solche Formulierung wäre klar und eindeutig. Der Umworbene muß sich vielmehr zunächst durch den langen, mit schmückenden Beiwörtern gefüllten Satz hindurchquälen, er muß sich über den Begriff der "Präsentation" Klarheit verschaffen, der im täglichen Sprachgebrauch ebenso unüblich wie mehrdeutig ist, und er muß den Begriff der "Vorlage" mit dem hier von der Beklagten gewollten Inhalt verstehen und schließlich deuten, was eine "Kollektion"

ist. Der Umworbene muß dann aber noch die weitere Überlegung anstellen, ob "Präsentation" und "Vorlage" nun durch die Post oder in anderer Weise erfolgen werden. Denn es ist durchaus nicht zwingend, daß "Präsentation" und "Vorlage" durch einen Vertreter erfolgen müssen; Ware und Katalog können ebenso gut durch die Post "präsentiert" werden wie durch eine Person. Daß der Katalog nicht wegen seines Umfangs an jeden versandt werden könne, der mit "Ja" antworte, ist dem Text nicht zu entnehmen, "neueste", "groß", "farbig" sind Beiwörter, die in der Werbung üblich sind und keine Auskunft über die tatsächlichen Verhältnisse geben; der Hinweis der Beklagten, auf der letzten Seite des Faltblattes sei der Katalog abgebildet, nützt schon deshalb nichts, weil in dem Text der Antwortkarte der Hinweis auf diese Fundstelle fehlt, davon abgesehen das Publikum aus der Abbildung nicht die von der Beklagten gewünschten Folgerungen ziehen muß, Katalog und Kollektion könnten nur durch Vertreter vorgelegt werden. Das Berufungsgericht hat auch zutreffend dargestellt, daß angesichts des heute verbreiteten Versandhandels für das Publikum durchaus die Annahme naheliege, auch im Streitfall, in dem die Werbung von einem Unternehmen ausgeht, das sich als "Europas größter Besteck-Porzellan-Glas-Fachversand" bezeichnet, werde Versendung durch die Post erfolgen, auch von Waren zur Probe oder zur Ansicht.

Die Werbung der Beklagten ist nach allem unzulässig, weil sie nicht eindeutig den Besuch eines Vertreters ankündigt, und, wie das Berufungsgericht zutreffend feststellt, von einem maßgeblichen Teil des Publikums nicht bei Ankreuzen des Ja-Feldes als

Einverständnis zum Besuch eines Vertreters angesehen wird.

Die Unlauterkeit der Werbung entfällt nicht dadurch, daß die Beklagte vor dem Besuch des Vertreters ein Schreiben an die versendet, die in der Karte das "Ja"-Feld angekreuzt haben.

Es ist schon zweifelhaft, ob die Interessenten das Schreiben so gründlich und vollständig lesen, daß ihnen bewußt wird, jedenfalls hier werde ein Vertreterbesuch angekündigt. Das Schreiben füllt fast eine DIN A 4-Seite. Es beginnt mit der Bestätigung des Eingangs des "Teilnehmer-Gutscheins" und Ankündigung der Materialprobe. Im dritten Absatz wird die "gewünschte Vorlage" des Katalogs behandelt. Erst im vierten Absatz - also im letzten Drittel des Schreibens - folgt die Ankündigung des Vertreters. Da das Schreiben überwiegend Werbeaussagen enthält, die der Verkehr erfahrungsgemäß besonders flüchtig lesen wird, könnte sogar gesagt werden, selbst nach Erhalt des Schreibens sei ein maßgeblicher Teil der umworbenen Verkehrskreise sich noch immer nicht im klaren, daß ein Vertreterbesuch zu erwarten sei.

Es ist dem Berufungsgericht aber auch darin zu folgen, als es annimmt, die Behauptung der Beklagten sei wirklichkeitsfremd, dem Umworbenen solle Gelegenheit gegeben werden, den Vertreterbesuch abzubestellen. In dieser Hinsicht ist dem Schreiben nichts zu entnehmen. Im Gegenteil muß derjenige, der das Schreiben sorgfältig liest, zu dem Ergebnis kommen, der Besuch sei fest geplant und sei auf sei-

nen von ihm mit der Ja-Antwort geäußerten Wunsch zurückzuführen. Unter diesen Umständen ist aber dem Berufungsgericht auch darin beizupflichten, daß eine Initiative zur Abbestellung des Vertreterbesuchs nicht zu erwarten sei.

Die Unlauterkeit der angegriffenen Werbemethode entfällt auch nicht deshalb, weil dem Vertreterbesuch nach Erhalt des Schreibens - wie die Revision geltend macht - das Überraschungsmoment fehle. Maßgeblich in dieser Fallgruppe ist nicht das Überraschungsmoment, sondern die Beschränkung der freien EntschlieÙung durch eine Erklärung, die Hemmungen des Umworbenen hervorruft, den Vertreter ohne Angabe von Gründen abzuweisen, weil der Umworbene dem Eindruck unterliegt, er könne sich mit einem Vertreterbesuch einverstanden erklärt haben. An diesem Unlauterkeitsmerkmal ändert sich nichts, wenn dem Umworbenen vor dem Vertreterbesuch noch ausdrücklich bestätigt wird, er habe den Besuch eines Vertreters gewünscht und möge ihn "freundlich aufnehmen". Auch insoweit hat das Berufungsgericht mit seiner Annahme recht, der Umworbene werde dadurch nicht weniger sondern stärker gehemmt, den Vertreter abzuweisen, nachdem ihm seine Unkenntnis oder sein Mißverständnis schriftlich bestätigt worden sei.

IV. Da das Berufungsurteil auch im übrigen keine Rechtsfehler zum Nachteil der Beklagten erkennen läßt, war die Revision mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Die Strafandrohung war der Neufassung des
§ 890 ZPO anzupassen.

Krüger-Nieland

Alff

Sprenkman

Schönberg

Schwerdtfeger