

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

AO betr. Sonderveranstaltungen vom 4. Juli 1935,
RAnz Nr. 158 § 1 Abs. 2

Einmalige Gelegenheit

Zur Frage, wann bei einer Werbung für eine Verkaufsveranstaltung angenommen werden kann, daß Waren "ohne zeitliche Begrenzung" im Sinne des § 1 Abs. 2 AO angeboten werden.

BGH, Urt. v. 8. Februar 1980 - I ZR 58/78 - OLG Karlsruhe
LG Konstanz

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 58/78

URTEIL

Verkündet am

8. Februar 1980
Schnurr,
Justizhauptsekretärin
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

p v [REDACTED] - Vereinigung gegen unlauteren Wettbewerb e.V.,
H [REDACTED] Straße [REDACTED], S [REDACTED], gesetzlich vertreten durch
den Vorstand Eckart H [REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Firma N [REDACTED]-Versand KG aA, H [REDACTED] L [REDACTED]straße [REDACTED],
F [REDACTED], vertreten durch ihre Inhaber Josef und Peter
N [REDACTED], ebenda,

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 19. Dezember 1979 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Zülch und Dr. Piper

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des Oberlandesgerichts Karlsruhe - 4. Zivilsenat in Freiburg - vom 16. Februar 1978 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte betreibt ein Versandhandelsunternehmen und Kaufhäuser. In einer überregional erscheinenden Zeitung warb sie am 18. Juli 1975 mit folgender halbseitiger Anzeige:

Einmalige Gelegenheit - jetzt sparen Sie bares Geld!

Reguläre Waren - radikal im Preis gesenkt!

Badeboot - 30 Stück Meerwasserfest, Sicherheitsluftkammer, 2 Sitzkissen. 99,-	Sonnenschirm für Balkon und Garten - 129 Stück Verschiedene Farben und Größen. 29,-	Dreisatz-Glastische - 30 Stück Mit verchromtem Gestell. 49,-	Polstergarnitur, Sofa und 2 Sessel - 7 Stück mit losen Kissen. Hochwertige Qualitätsarbeit. Großer Sitzkomfort. 795,-
Liegesessel für Camping und Garten - 64 Stück Stuhl verstellbar, 30 mm Schaumstoffauflage, Knopfpolster. 49,-	Liegestuhl mit Armauflagen und Fußstütze - 20 Stück Reißfester Bezug aus Baumwolle, gestreift. 15,-	Klappstuhl Mit verchromtem Gestell, Sitz und Rücken gepolstert. 29,90	Wohnschrank 200 cm breit, Seiten dunkel, Fronten weiß, Rückwand in leuchtendem Orange. 475,-
Kühlbox - 50 Stück Vollkunststoff. Mit wirksamer Isolierung, 26 l Inhalt. 29,-	Wäschekorb - 110 Stück Rohrgeflecht mit Stoffeinsatz in verschiedenen Farben. 15,-	Liege mit Bettkasten , 90 x 190 cm 165,-	Allzweckschrank Für Küche, Bad, Keller und Vorräte. Weiß, Kunststoffbeschichtet, 2-türig. 139,-
Gartenschaukel - 21 Stück Für Balkon und Terrasse, mit Schaumstoffauflage und dekorativem Bezug. 75,-	Servierwagen - 55 Stück Mit gedrehten Rädern, in verschiedenen Farben. 25,-	Liegesofa-Garnitur, Sofa und 2 Sessel Strapazierfähiger Bezugstoff. 450,-	Spülmaschine mit Edelstahl-Abdeckung - 9 Stück 2 Becken, 120 x 60 cm. 150,-

Jetzt bei JLaw - Gesetze und Urteile
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile

Google play
Available on the App Store

Zeitschrift

Die Klägerin, eine Vereinigung gegen unlauteren Wettbewerb, hat geltend gemacht, die Anzeige verstoße gegen § 9 a UWG i.V. m. § 1 der Anordnung betreffend Sonderveranstaltungen (AO), weil sie durch die blickfangartige Betonung der Worte "Einmalige Gelegenheit - jetzt sparen Sie bares Geld -, "Reguläre Ware - radikal im Preis gesenkt" "Jetzt bei N[REDACTED]" den Eindruck erwecke, daß es sich um eine zeitlich befristete Verkaufsveranstaltung handele. Außerdem verstoße die Werbeanzeige gegen § 3 UWG, weil die beanstandeten Formulierungen den Verkehr irreführten. Denn der durch sie hervorgerufene Eindruck einer zeitlich befristeten Sonderaktion werde durch den nachfolgenden Werbetext nicht bestätigt, der lediglich auf einen unbefristeten Verkauf einiger Restposten zu günstigen Preisen hinweise. Darüber hinaus verstoße die Anzeige in wettbewerbswidriger Weise auch gegen § 9 UWG i.V.m. der Verordnung über Sommer- und Winterschlußverkäufe, weil sie den Eindruck eines vorweggenommenen Sommerschlußverkaufs erwecke. Sie sei kurz vor dem 26. Juli 1975, dem Beginn des Sommerschlußverkaufs, erschienen und werbe u.a. für saisongebundene Artikel. Diese seien zwar nicht schlußverkaufsfähig, aber der Verbraucher sei nicht in der Lage, das zu erkennen.

Die Klägerin hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es ab sofort zu unterlassen im geschäftlichen Verkehr für eine Verkaufsveranstaltung im Einzelhandel für Badeboote, Liegesessel für Camping und Garten, Kühlboxen, Gartenschaukeln Sonnenschirme für Balkon und Garten, Liegestühle mit Armauflagen und Fußstützen, Waschkörbe, Servier-

wagen, Dreisatz-Glastisch, Klappstühle, Liegen mit Bettkasten, Liegesofa-Garnituren (Sofa und 2 Sessel), Polstergarnituren (Sofa und 2 Sessel), Wohnschränke, Allzweckschränke und Spülschränke mit Edelstahlabdeckung, bei der es sich nicht um einen Ausverkauf, Räumungsverkauf oder Jubiläumsverkauf handelt, mit den Angaben:

"reguläre Ware - radikal im Preis gesenkt!
Einmalige Gelegenheit - jetzt sparen Sie
bares Geld.
Nur solange Vorrat reicht!
Jetzt bei N[REDACTED] auf der Zeil"

zu werben.

Die Beklagte hat demgegenüber die Ansicht vertreten, sie habe mit der Anzeige nicht für eine unerlaubte Sonderveranstaltung geworben, sondern für ein zeitlich nicht begrenztes Sonderangebot einiger Restposten, das im Rahmen ihres regelmäßigen Geschäftsbetriebs liege. Der Verkehr werde darüber auch nicht irregeführt. Über die natürliche zeitliche Begrenzung der Verkaufsveranstaltung infolge Erschöpfung des angebotenen Warenvorrats hinaus werde nicht der Eindruck einer zusätzlichen zeitlichen Begrenzung hervorgerufen. Durch die Verwendung des Wortes "jetzt" werde lediglich der Beginn der Aktion gekennzeichnet. Die Anzeige sei auch nicht deshalb wettbewerbswidrig, weil sie vor Beginn des Sommerschlußverkaufs erschienen sei. Die angebotenen Waren kämen für einen Sommerschlußverkauf nicht in Betracht.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Klägerin zurückgewiesen. Dagegen richtet sich die - zugelassene - Revision der Klägerin, die ihr Klagebegehren weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, die Beklagte habe nicht gegen § 1 Abs. 1 AO verstoßen, vielmehr habe sie zulässigerweise für ein Sonderangebot im Sinne des Abs. 2 dieser Vorschrift geworben. Die Werbung sei auch weder irreführend im Sinne von § 3 UWG, noch rufe sie den Eindruck eines vorweggenommenen Sommerschlußverkaufs hervor.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

1. Das Berufungsgericht geht davon aus, daß die Beklagte mit ihrer Anzeige für einzelne nach Güte und Preis gekennzeichnete Waren geworben habe. Dazu hat es ausgeführt, der Leser der Anzeige erkenne ohne weiteres, daß die Beklagte lediglich Restposten bestimmter Artikel anbiete, weil die Angaben über die vorhandenen Stückzahlen oder die Art der Waren keinen Zweifel an der mengenmäßigen Begrenzung des Angebots auf Einzelstücke aufkommen lasse. Entgegen der Auffassung der Revision kann diesen Ausführungen aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Das gilt nicht nur für die der Zahl nach ausdrücklich angegebenen Restvorräte, sondern auch für die der Stückzahl nach nicht näher beschriebenen Waren

wie Wohnschrank, Allzweckschrank, Liegesofa-Garnitur. Denn auch bei diesen Gegenständen handelt es sich um Artikel, die der Verkäufer im allgemeinen nur in wenigen Einzelstücken vorrätig hat.

2. Es kann aus Rechtsgründen auch nicht beanstandet werden, wenn das Berufungsgericht feststellt, daß eine zeitliche Begrenzung des Angebots, die die Annahme eines Sonderangebots im Sinne von § 1 Abs. 2 AO ausschließen würde, in den von der Klägerin beanstandeten Werbeformulierungen "Einmalige Gelegenheit - jetzt sparen Sie bares Geld", "Reguläre Ware - radikal im Preis gesenkt" und "Jetzt bei Neckermann" nicht erblickt werden könne. Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts kann dabei allerdings nicht auf die Erwägung abgestellt werden, daß zwar die von der Beklagten gewählten Werbeformulierungen den Eindruck einer kurzfristigen Verkaufsveranstaltung hervorriefen, daß es sich dabei aber nur um einen Leseanreiz handele, der den Leser der Anzeige auf ihren Inhalt erst aufmerksam mache. Diese Erwägungen sind nicht frei von Rechtsirrtum. Denn wenn bereits die von der Klägerin angegriffenen Werbeformulierungen den Eindruck erweckten, es handele sich um ein zeitlich begrenztes Angebot, hätte die Beklagte schon damit für eine unerlaubte Sonderveranstaltung geworben, ohne daß es dann noch auf die Frage ankäme, welcher Eindruck dem Leser vom weiteren Inhalt des Werbetextes vermittelt werde. Dem Gesamtzusammenhang der Urteilsgründe ist aber zu entnehmen, daß sich das Berufungsgericht auf diese Erwägungen nicht entscheidend gestützt hat. Zutreffend ist es davon ausgegangen, daß Sonderangebote ihrer Natur nach insofern zeitlich beschränkt sind, als sie nur so lange zur Verfügung stehen, wie der Vorrat reicht, und daß aus diesem Grunde eine zeitliche Begrenzung im Sinne des § 1 Abs. 2 AO durch Umstände bewirkt werden muß, die

weiterreichen als die mit einem Sonderangebot ohnehin verbundene Vorstellung eines begrenzten Warenvorrats. In Übereinstimmung mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs hat das Berufungsgericht deshalb die von der Klägerin beanstandeten Werbeformulierungen daraufhin überprüft, ob die zeitliche Begrenzung des Angebots von anderen Umständen abhängig ist als von der natürlichen Begrenzung durch den Warenvorrat. Zutreffend hat es dabei auf den Gesamteindruck der Anzeige abgestellt und angenommen, daß es entgegen der Ansicht der Klägerin nicht allein auf den Gebrauch bestimmter Werbeslogans oder einzelner Worte wie des Wortes "jetzt" ankomme, sondern auch auf den Inhalt der Werbung, die hier in nicht zu übersehender Weise lediglich Restposten anbiete. Wenn das Berufungsgericht unter Berücksichtigung dieser Umstände aus dem Gesamtbild der Anzeige den Eindruck einer zeitlichen Begrenzung verneint hat, ist diese im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet liegende Beurteilung rechtlich nicht zu beanstanden.

3. Ohne Rechtsverstoß ist das Berufungsgericht ferner davon ausgegangen, daß die Beklagte für eine Verkaufsveranstaltung geworben hat, die sich in den Rahmen ihres regelmäßigen Geschäftsbetriebs einfügt. Es hat ausgeführt, die Werbeanzeige der Beklagten enthalte ein verbilligtes Angebot an einzelnen Restposten, wie es im Kaufhaushandel üblich ist und vom Publikum erwartet werde. Damit hat es hinreichend deutlich zum Ausdruck gebracht, daß die angebotene Warenmenge im Verhältnis zum sonstigen Warensortiment und zum Umsatz der Beklagten nur gering ist und daß der Verkehr deshalb eine Werbeanzeige der in Rede stehenden Art nicht als außergewöhnlich auffaßt, sondern als regelmäßig wiederkehrend. Auch die Revision erhebt insoweit keine Bedenken.

4. Die Annahme des Berufungsgerichts, die Werbeanzeige wirke weder durch ihre Formulierungen, noch durch den Zeitpunkt ihres Erscheinens wie die Ankündigung eines vorweggenommenen Sommerschlußverkaufs, begegnet ebenfalls keinen durchgreifenden rechtlichen Bedenken. Wie den Ausführungen des Berufungsgerichts entnommen werden kann, ist es auch in diesem Zusammenhang davon ausgegangen, daß es auf das Gesamtbild der Anzeige ankomme, wie es dem Verbraucher vermittelt werde, und nicht auf einzelne Werbesprüche oder allein auf die zeitliche Nähe der Werbeanzeige zum nächsten Saisonschlußverkauf. Wenn es sich unter Berücksichtigung dieser Umstände seine tatrichterliche Überzeugung dahin gebildet hat, das Publikum verstehe die Werbeanzeige als Ankündigung eines Verkaufs von Restposten im Rahmen des üblichen Geschäftsverkehrs, und der Eindruck scheide aus, daß die Beklagte im Wege des vorweggenommenen Sommerschlußverkaufs Waren anbiete, die in Kürze Gegenstand des Sommerschlußverkaufs seien, so kann auch diese im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet liegende Beurteilung entgegen der Meinung der Revision rechtlich nicht beanstandet werden. Die Beklagte hat die Anzeige zwar nur 8 Tage vor Beginn des Sommerschlußverkaufs veröffentlicht. Sie ist aber nicht mit gehäuften Sonderangeboten aufgetreten, sondern hat lediglich mit einer einzelnen Anzeige für einzelne Waren geworben.

5. Das angefochtene Urteil war daher zu bestätigen und die Revision zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Alff

Merkel

Zülch

Piper