

12

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1

Laienwerbung für Makleraufträge

Das Einspannen von Laienwerbern für die Erlangung von Makleraufträgen zum Verkauf von Baugrundstücken durch das Inaussichtstellen unverhältnismäßig hoher Belohnungen verstößt wegen des darin liegenden übermäßigen Anreizes und wegen der Auswirkungen dieser Werbemethode, insbesondere im Hinblick auf die naheliegende Nachahmungsgefahr, gegen § 1 UWG.

BGH, Urt. v. 27. Februar 1981 - I ZR 75/79 - OLG Celle

LG Hildesheim

18

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 75/79

URTEIL

Verkündet am

27. Februar 1981

Schnurr,

Justizhauptsekretärin

**als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle**

in dem Rechtsstreit

Firma R [REDACTED] I [REDACTED] GmbH, gesetzlich vertreten
durch ihren Geschäftsführer Karl-Heinz R [REDACTED], B [REDACTED] -
straße 7 a, H [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.,
vertreten durch das geschäftsführende Vorstandsmitglied
Dr. Marcel K [REDACTED], L [REDACTED]straße 24, B [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

15

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündlichen Verhandlung vom 27. Februar 1981 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Piper, Dr. Erdmann und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Die Revision der Beklagten gegen das Urteil des 13. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Celle vom 28. Februar 1979 wird zurückgewiesen.

Die Beklagte hat auch die Kosten des Revisionsverfahrens zu tragen.

Von Rechts wegen

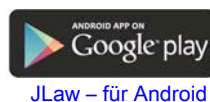
Tatbestand

Die Klägerin verfolgt als Verband zur Förderung gewerblicher Interessen gemäß ihrer Satzung den Zweck, den unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen.

Die Beklagte betreibt die Vermittlung von Immobilien aller Art, auch von Wohnungen, vermittelt Finanzierungen und befaßt sich außerdem mit Grundstücksverwaltungen.



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



Im Februar, April und Mai 1978 warb sie im "Kehrwieder am Sonntag" und in der "Hildesheimer Allgemeinen Zeitung" mit folgenden Inseraten:

"Gesucht werden: Laufend leere und möblierte Zimmer, Wohnungen und Häuser! Viele solvente Kunden warten auf Ihren Anruf! Bei Mietvertragsabschluß DM 50,-- Prämie!"

und

"1.000,-- DM Belohnung zahle ich Ihnen bei Vermittlung eines Bauplatzes ab 500 qm bis 1 000 qm im Landkreis Hildesheim".

Die Klägerin hat diese Werbung als wettbewerbswidrig beanstandet und die Beklagte nach erfolgloser Abmahnung auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Das Landgericht hat der Beklagten unter Androhung der in § 890 Abs. 1 ZPO vorgesehenen Ordnungsmittel verboten, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in öffentlichen Bekanntmachungen oder in Mitteilungen, die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt sind, für den Auftrag zur Vermietung leerer und möblierter Zimmer, Wohnungen und Häuser bei Mietvertragsabschluß eine Prämie von DM 50,-- anzukündigen und zu zahlen. Im übrigen hat das Landgericht die Klage abgewiesen.

Gegen die Klageabweisung hat die Klägerin Berufung eingelegt. Sie ist der Auffassung, daß auch die Auslobung von DM 1.000,-- für die Vermittlung eines Bauplatzes gegen die guten Sitten im Wettbewerb verstößt.

Das Berufungsgericht ist dieser Auffassung der Klägerin beigetreten und hat der Beklagten unter Androhung der gesetzlich vorgesehenen Ordnungsmittel über die von der Beklagten nicht angegriffene Verurteilung des Landgerichts hinaus weiter verboten, in öffentlichen Bekanntmachungen oder sonstigen Mitteilungen, die für einen größeren Kreis von Personen bestimmt sind, namentlich in Zeitungsanzeigen, für die Vermittlung eines Bauplatzes ab 500 qm bis 1 000 qm im Landkreis Hildesheim eine Belohnung von 1.000,-- DM anzukündigen und zu zahlen.

Mit ihrer zugelassenen Revision beantragt die Beklagte die Aufhebung des Berufungsurteils und die Zurückweisung der Berufung der Klägerin, hilfsweise die Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht. Die Klägerin beantragt die Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt, die Werbung der Beklagten, für die Vermittlung eines Bauplatzes von 500 - 1 000 qm Größe im Landkreis Hildesheim DM 1.000,-- Belohnung zu zahlen, stehe einer wettbewerbsrechtlich unzulässigen Laienwerbung gleich. Die Werbung der Beklagten zielle darauf ab, durch öffentliche Auslobung hoher Belohnungen über Laienwerber vermahlungsfähige Bauplätze an die Hand zu bekommen.

Das sei aber wettbewerbswidrig, weil es dazu anreize, verkaufsfähige Bauplätze infolge der versprochenen, unverhältnismäßig hohen Belohnung ausschließlich ihr anzubieten. Gehe man z.B. von einem Bauplatz von 1 000 qm bei einem Preis von 100,-- DM pro qm und einer Maklerprovision von 5 % aus, so betrage die Belohnung bereits 20 % der insgesamt zu verdienenden Maklerprovision. Der prozentuale Anteil der Belohnung werde noch höher, wenn der Bauplatz kleiner und der Kaufpreis geringer sei. Eine derartig unverhältnismäßige Belohnung ohne wesentliche eigene Aufwendungen des Vermittlers beschwöre die Gefahr von Mißständen herauf. Es sei darüber hinaus naheliegend, daß sich andere Makler aus wirtschaftlichen Gründen gedrängt sähen, das Verfahren der Beklagten nachzuahmen. Dies führe dazu, daß die gesamte Bevölkerung gegen Zahlung von Belohnungen aufgerufen werde, nach verkaufsfähigen Bauplätzen zu forschen mit der Folge einer unzumutbaren Belästigung der Eigentümer solcher Bauplätze, deren Verwandter, Bekannter, Nachbarn und der Allgemeinheit. Die Werbung der Beklagten sei auch deshalb unlauter, weil sie verkaufswillige Grundstückseigentümer, die den Verkauf ihres Grundstücks nicht selbst vermitteln und deshalb die versprochene Belohnung nicht erhalten könnten, anreize, Mittelspersonen einzuschalten, um sich die ausgelobten DM 1.000,-- dennoch zu sichern. Von einem Entgelt für die Suche nach einem verkaufsfähigen Bauplatz könne in einem solchen Fall nicht die Rede sein, die ausgelobten DM 1.000,-- stellten sich vielmehr als eine durch keine Gegenleistung gedeckte Belohnung dar.

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

1. Ohne Rechtsverstoß hat das Berufungsgericht keinen wettbewerbsrechtlich relevanten Unterschied darin gesehen, daß im vorliegenden Fall Laienwerber nicht zum Zweck des Verkaufs von Waren (so im Fall BGH GRUR 1959, 285 - Bienenhonig), sondern zur Akquisition von Maklerverträgen eingespannt werden. Das Berufungsgericht ist weiter mit Recht davon ausgegangen, daß an die Zulässigkeit des Einspannens von Laienwerbern keinesfalls geringere Anforderungen zu stellen sind, wenn es sich nicht um den Vertrieb von beliebig vermehrbaren Waren, sondern um den Verkauf von Grundstücken handelt. Es konnte daher ohne Rechtsfehler die von der Rechtsprechung für den Einsatz nicht berufsmäßiger Kundenwerber beim Vertrieb von Waren herausgebildeten Grundsätze zur Beurteilung der angegriffenen Werbemethode der Beklagten heranziehen. Entgegen der Meinung der Revision hat das Berufungsgericht die Werbeanündigung der Beklagten, eine Belohnung von 1.000,-- DM demjenigen zu zahlen, der ihr einen Bauplatz vermittele, nicht schon deshalb als wettbewerbswidrig angesehen, weil die Beklagte Laienwerber einspannt, denen sie eine Werbeprämie zahlt. Das Berufungsgericht hat nicht übersehen, daß die Einschaltung von nicht berufsmäßigen Kundenwerbern gegen Gewährung von Werbeprämien nicht ohne weiteres als wettbewerbsfremd anzusehen ist, sondern daß es für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung solcher Werbemaßnahmen auf die besonderen Umstände des Einzelfalls ankommt (vgl. BGH GRUR 1959, 285, 286 - Bienenhonig).

Hierzu hat es das Berufungsgericht mit Recht auf den von der ausgesetzten Belohnung ausgehenden übermäßigen Anreiz und auf die Auswirkungen der beanstandeten Werbe-

methode, insbesondere im Hinblick auf die naheliegende Nachahmungsgefahr, abgestellt. Dabei kann dahinstehen, ob die Werbemethode der Beklagten als solche bereits unter dem Gesichtspunkt einer ungebührlichen Inanspruchnahme der Öffentlichkeit für die Zwecke eines einzelnen geschäftlichen Unternehmens wettbewerbsrechtlichen Bedenken begegnet (vgl. BGHZ 15, 356, 369 - Progressive Kundenwerbung; BGH GRUR 1959, 285, 287 - Bienenhonig) wie die Klägerin meint. Nach den ohne Rechtsverstoß getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts steht dem von der Beklagten öffentlich ausgetobten, von ihr selbst als "Belohnung" bezeichneten Betrag von DM 1.000,-- für jeden vermaklungsfähigen Bauplatz keine nennenswerte eigene Aufwendung der Laienwerber gegenüber. Es ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden, wenn das Berufungsgericht darin einen sachfremden übersteigerten Anreiz gesehen hat, verkaufsfähige Bauplätze ausschließlich der Beklagten anzubieten. Soweit die Revision meint, nach der Lebenserfahrung sei der durch das Versprechen einer Belohnung von 1.000,-- DM ausgelöste Anreiz nicht unverhältnismäßig hoch, kann ihr nicht beigespflichtet werden. Mit Recht hat das Berufungsgericht demgegenüber darauf verwiesen, daß die versprochene Belohnung bei einem Bauplatz von 1 000 qm, einem Preis von 100,-- DM pro qm und einer Maklerprovision von 5 % bereits 20 % der insgesamt zu verdienenden Maklerprovision ausmacht; bei einem Bauplatz von 500 qm wären es unter sonst gleichen Voraussetzungen bereits 40 % und das ohne wesentliche eigene Aufwendungen des Vermittlers, wie das Berufungsgericht festgestellt hat. Zu Unrecht stellt die Revision in diesem Zusammenhang auf den umworbenen Grundstückseigentümer ab und meint, es leuchte ohne weiteres ein, daß dieser nicht durch einen 1-%igen Zuschlag zum

Verkaufspreis zur Veräußerung seines Grundbesitzes angereizt werde. Die Revision übersieht insoweit, daß sich - wie das Berufungsgericht festgestellt hat - die Anzeige der Beklagten nicht in erster Linie an Grundstückseigentümer wendet, die selbst Bauplätze verkaufen wollen, sondern an solche Personen, die einen Bauplatz kennen. Darüber hinaus geht die Revision daran vorbei, daß auch bereits verkaufswillige Grundstückseigentümer durch die von der Beklagten versprochene Belohnung veranlaßt werden, ihr Grundstück der Beklagten und nicht anderen Maklern an die Hand zu geben, zumal die Beklagte selbst einräumt, daß auch die Grundstückseigentümer "auf diese Weise 1.000,-- DM verdienen" könnten (vgl. Bl. 69 GA).

2. Zu Unrecht macht die Revision weiter geltend, für die vom Berufungsgericht angenommene Belästigung der Allgemeinheit fehle jede sachliche Grundlage; es könne keine Rede davon sein, daß das Ansprechen von Grundstückseigentümern sowie ihres Bekannten- oder Verwandtenkreises wegen des Verkaufs von Grundstücken das Vorgehen der Beklagten als sittenwidrig erscheinen lasse.

Das Berufungsgericht konnte bei dem hier festgestellten Sachverhalt ohne Rechtsverstoß es als aus wirtschaftlichen Gründen naheliegend ansehen, daß andere Makler - um im Wettbewerb mithalten zu können - gedrängt würden, die Werbemethode der Beklagten nachzuahmen, weil sie diese Art der Akquisition vermahlungsfähiger Grundstücke nicht der Beklagten allein überlassen könnten. Im Gegensatz zur Ansicht der Revision hat das Berufungsgericht darin mit Recht die Gefahr einer Verwilderung der Wettbewerbssitten und einer unzumutbaren Belästigung der Allgemeinheit gesehen. Das Werbesystem der Beklagten ist - wie die Revision auch nicht in

Abrede stellt - so angelegt, daß Grundstückseigentümern durch Verwandte, Freunde und Bekannte der Abschluß eines Maklervertrags mit der Beklagten angeraten werden soll. Diese Ausnutzung von nachbarschaftlichen und persönlichen Beziehungen führt zwangsläufig zu einer wettbewerbsfremden Kommerzialisierung der Privatsphäre (vgl. BGH GRUR 1974, 341, 342 - Campagne); die Beklagte und - wie zu befürchten steht - weitere ihre Werbemethode nachahmende Makler suchen sich durch den Einsatz solcher getarnten Werber die persönlichen Beziehungen der gesamten, durch die Werbung angesprochenen Bevölkerung zu geschäftlichen Zwecken nutzbar zu machen. Dabei liegt es nahe, daß Werber aus diesem Personenkreis dem Grundstückseigentümer häufig nicht offen legen werden, daß es ihnen um die versprochene Belohnung zu tun ist, so daß dem Grundstückseigentümer der unrichtige Eindruck vermittelt wird, der - scheinbar uneigennützig - Rat seines Bekannten, Freundes oder Verwandten gründe sich auf die Kenntnis besonderer Verlässlichkeit der Beklagten (vgl. dazu BGH GRUR 1959, 285, 287 1.Sp. - Bienenhonig).

3. Das Berufungsgericht konnte danach ohne Rechtsverstoß die beanstandete, auf die Einspannung der gesamten Bevölkerung zur Akquisition vermaklungsfähiger Grundstücke abzielende Werbemethode der Beklagten als mit den guten Sitten im Wettbewerb nicht vereinbar ansehen (§ 1 UWG). Die

28

Revision der Beklagten war daher mit der Kostenfolge
des § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

v. Gamm

Alff

Piper

Erdmann

Teplitzky