

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 77/96

Verkündet am:
2. Juli 1998
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

Die Luxusklasse zum Nulltarif

ZugabeVO § 1 Abs. 1

Mit der Werbeaussage für ein Neufahrzeug "Sie zahlen nur den Basispreis. Wir zahlen alle Extras" wird keine unzulässige Zugabe i.S. von § 1 Abs. 1 ZugabeVO angekündigt, wenn der Verkehr aufgrund des Gesamteindrucks der Werbung erkennt, daß nur ein Sondermodell zu einem einheitlichen Preis und nicht ein Basismodell, zu dem die in der Anzeige genannten Extras frei wählbar sind, beworben wird.

BGH, Urt. v. 2. Juli 1998 - I ZR 77/96 - OLG Hamm
LG Essen

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 2. Juli 1998 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Prof. Dr. Mees, Prof. Dr. Ullmann, Starck und Pokrant

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 16. Januar 1996 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

- 3 -

Tatbestand:

Der Kläger, ein eingetragener Verein, dem allein in E. 13 V. -Vertragshändler angehören, von denen ein Unternehmen in neun weiteren Städten Niederlassungen unterhält, verfolgt nach seiner Satzung u.a. den Zweck, die Einhaltung der Regeln des lauterer Wettbewerbs im Kraftfahrzeuggewerbe zu überwachen und Wettbewerbsverstöße zu verfolgen.

Die Beklagte, eine M. -Vertragshändlerin, bewarb in der W. Zeitung vom 28. Januar 1995 ein Fahrzeug des Typs "M. G. BUSINESS" mit der nachstehend wiedergegebenen Anzeige:



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Der Kläger hat in dem Angebot der Beklagten, sie zahle alle Extras, einen Verstoß gegen die Zugabeverordnung gesehen.

Er hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung gesetzlicher Ordnungsmittel zu unterlassen, beim Verkauf von Kraftfahrzeugen unentgeltliche Zugaben anzubieten, anzukündigen und/oder zu gewähren, insbesondere wenn dies wie in der streitgegenständlichen Anzeige geschieht.

Die Beklagte ist dem entgegengetreten. Sie hat die Prozeßführungsbefugnis des Klägers bestritten und die Auffassung vertreten, ein Verstoß gegen die Zugabeverordnung liege nicht vor, da sie lediglich ein Fahrzeug mit einer Sonder- bzw. Zusatzausstattung zum Gesamtpreis von 36.850,-- DM angeboten habe.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die Berufung ist erfolglos geblieben.

Mit der (zugelassenen) Revision, deren Zurückweisung die Beklagte beantragt, verfolgt der Kläger sein Klagebegehren weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat den Kläger als prozeßführungsbefugt angesehen. In der Sache hat es einen Verstoß gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO verneint, da es sich bei den von der Beklagten angebotenen Extras nicht um eine Zugabe im Sinne der genannten Bestimmung handele. Dazu hat das Berufungsgericht ausgeführt:

Die beanstandete Werbung verstoße nicht gegen die Zugabeverordnung. Eine Zugabe i.S. von § 1 Abs. 1 ZugabeVO liege vor, wenn eine Ware oder Leistung neben einer entgeltlich angebotenen Hauptsache ohne besondere Berechnung angeboten werde, der Erwerb der Nebenware vom Abschluß des Geschäfts über die Hauptsache abhängig sei und dabei ein innerer Zusammenhang dahingehend bestehe, daß die Nebenware oder -leistung mit Rücksicht auf den Erwerb der Hauptware angeboten werde und wegen dieser Abhängigkeit objektiv geeignet sei, den Kunden in seiner Entscheidung zum Erwerb der Hauptsache zu beeinflussen. Ob eine Nebenware in diesem Sinne ohne besondere Berechnung angeboten werde, bestimme sich nach der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise, zu denen auch die Mitglieder des Berufungsgerichts zählten. Danach handele es sich bei den Extras, die die Beklagte zu zahlen verspreche, nicht um eine Zugabe. Die Aussage "Wir zahlen alle Extras" könne nicht isoliert, sondern nur im Zusammenhang mit der gesamten Anzeige gewertet werden. Diese Betrachtung ergebe, daß die Beklagte nicht etwa ein Basismodell anbiete, zu dem sie kostenlos die angekündigten Extras liefere; sie bewerbe vielmehr, wie aus der Über-

schrift "Die Luxusklasse zum Nulltarif" hervorgehe, ein "M. -Sondermodell in begrenzter Stückzahl", das die genannten Ausstattungsmerkmale aufweise. Für dieses Sondermodell, das nur in dieser Form als Einheit erworben werden könne, brauche als besonderer Preis nur dieser Basispreis entrichtet zu werden, in dem bereits alle Extras enthalten seien. Aus dem Hinweis "Wir zahlen alle Extras" ergebe sich insbesondere nicht, daß der Kunde ein Basismodell bestelle und bezahle, zu dem ihm der Händler alle Extras als Zugabe gewähre, nachdem der Händler sie bezahlt habe.

Ein Anspruch aus § 1 Abs. 3 ZugabeVO scheide aus, weil schon keine nach § 1 Abs. 2 ZugabeVO erlaubte Zugabe vorliege.

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

1. Die Annahme des Berufungsgerichts, der Kläger sei gemäß § 2 Abs. 1 Satz 2 ZugabeVO i.V. mit § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG klagebefugt, da ihm genügend Mitglieder angehören, die auf demselben räumlichen Markt wie die Beklagte Waren gleicher Art vertreiben, läßt einen Rechtsfehler nicht erkennen. Unstreitig sind allein in E. 13 V. -Vertrags-händler, von denen ein Unternehmen in neun weiteren Städten Niederlassungen unterhält, Mitglieder des Klägers. Die Revisionserwiderung erhebt gegen die Bejahung der Klagebefugnis auch keine Beanstandungen.

2. Das Berufungsgericht hat auch mit Recht einen Verstoß gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO verneint.

a) Es ist im rechtlichen Ansatz zutreffend davon ausgegangen, daß eine Zugabe im Sinne der Zugabeverordnung vorliegt, wenn eine Leistung ohne besondere Berechnung neben einer entgeltlich angebotenen Hauptware gewährt wird, der Erwerb der Nebenleistung vom Abschluß des Geschäfts über die Hauptware abhängig ist und dabei in der Weise ein innerer Zusammenhang besteht, daß die Nebenleistung mit Rücksicht auf den Erwerb der Hauptware gewährt wird und das Angebot wegen dieser Abhängigkeit objektiv geeignet ist, den Kunden in seiner EntschlieÙung zum Erwerb der Hauptware zu beeinflussen. Eine Zugabe kann danach immer nur eine von der Hauptware verschiedene, zusätzlich in Aussicht gestellte oder gewährte Nebenleistung sein. Dagegen stellt ein unselbstständiger Bestandteil der entgeltlichen Hauptleistung schon begrifflich keine Zugabe dar. Dabei ist maßgeblich, ob die angesprochenen Verkehrskreise die zusätzliche Leistung noch als eine sachlich zur Hauptleistung gehörende Verbesserung oder als eine besondere Nebenleistung ansehen (st. Rspr.; vgl. BGH, Urt. v. 25.9.1997 - I ZR 84/95, GRUR 1998, 500, 501 = WRP 1998, 388 - Skibindungsmontage, m.w.N.).

b) Bei Zugrundelegung dieser Maßstäbe hat das Berufungsgericht zu Recht angenommen, daß es sich bei den in der Werbeanzeige genannten Extras nicht um Nebenleistungen handelt. Es hat seiner Beurteilung zutreffend den Gesamteindruck der angegriffenen Werbung zugrunde gelegt. Es ist dabei zu dem Ergebnis gelangt, daß der Verkehr unter Berücksichtigung der gesamten Anzeige und insbesondere der Überschrift "Die Luxusklasse zum Nulltarif" erkenne, daß

ein in der Ausstattung festgelegtes Sondermodell zu einem einheitlichen Gesamtpreis angeboten werde. Die besonders angekündigten Ausstattungselemente würden deshalb als Bestandteil der angebotenen Hauptware angesehen; es fehle an einer für eine Wertung als Zugabe erforderlichen Selbstständigkeit der Extras als Nebenware oder -leistung. Diese tatrichterliche Wertung hält sich im Rahmen der allgemeinen Lebenserfahrung und läßt auch sonst keinen Rechtsfehler erkennen.

Dem Verkehr sind beim Neuwagenkauf neben Angeboten, bei denen jedes einzeln wählbare Extra den geforderten Grundpreis erhöht, gleichermaßen auch Gesamtangebote in Form von Sondermodellen bekannt, bei denen ein unveränderbares Ausstattungspaket zu einem Pauschalpreis angeboten wird, der im allgemeinen unter demjenigen liegt, der sich bei eigener Auswahl gerade der gebotenen Extras zusätzlich zum Grundmodell ergäbe. Das Berufungsgericht konnte aufgrund des Gesamteindrucks der angegriffenen Werbung rechtsfehlerfrei davon ausgehen, daß es sich bei dem Angebot um ein Sondermodell handelte, zumal in der Anzeige der verlangte Gesamtpreis - wenn auch als Basispreis bezeichnet - deutlich sichtbar angegeben ist.

Soweit die Revision geltend macht, der Verkehr schließe aus der Überschrift "Die Luxusklasse zum Nulltarif" sowie der Angabe "Wir zahlen alle Extras", der Käufer werde unentgeltliche Nebenleistungen erhalten, ersetzt sie die tatrichterliche Würdigung in revisionsrechtlich unbeachtlicher Weise durch ihre eigene, wobei sie Einzelbestandteile der Werbeanzeige aus dieser herauslöst und von der im

Streitfall gebotenen Gesamtschau abrückt. Der Einwand der Revision, die angebotenen Extras würden selbst bei Fahrzeugen der Luxusklasse üblicherweise getrennt berechnet, verhilft ihr ebenfalls nicht zum Erfolg, da sie auch insoweit nur ihre eigene Beurteilung an die Stelle derjenigen des Tatrichters setzt.

Der Revision ist allerdings einzuräumen, daß die beiden aufeinanderfolgenden Sätze "Sie zahlen nur den Basispreis. Wir zahlen alle Extras" auch ein vom Berufungsgericht abweichendes Verständnis nahelegen könnten, da der Begriff "Basispreis" sich jedenfalls grundsätzlich auf ein Grundmodell bezieht, insbesondere wenn im Zusammenhang damit versprochen wird, daß der Händler alle Extras zahlt. Demgegenüber ist jedoch zu berücksichtigen, daß ausdrücklich die "Luxusklasse" angeboten wird. Für den Verkehr wird insbesondere aus der Überschrift "Die Luxusklasse zum Nulltarif" erkennbar, daß er das "Luxusmodell" inklusive der genannten Extras und nicht ein Basismodell, zu dem die Extras frei gewählt werden können, angeboten erhält. Aufgrund des Gesamteindrucks der Anzeige erkennt der Verkehr, daß es ein Basismodell gar nicht gibt. Bei der Formulierung "Sie zahlen nur den Basispreis. Wir zahlen alle Extras" unter gleichzeitiger besonderer Hervorhebung des verlangten Preises handelt es sich lediglich um eine - vom Verkehr als solche erkennbare - vollmundige Werbeaussage, in der der Preis erläutert wird. Unter diesen Umständen ist es ohne Bedeutung, ob der Verkehr den kleingedruckten, quer geschriebenen Hinweis "M. -Sondermodell, begrenzte Stückzahl" tatsächlich wahrnimmt.

c) Ohne Erfolg bleibt auch die Rüge der Revision, das Berufungsgericht hätte das Verkehrsverständnis nicht ohne Einholung eines demoskopischen Gutachtens ermitteln dürfen. Die Revision stellt nicht in Abrede, daß die Mitglieder des Berufungsgerichts zu den von der Anzeige angesprochenen Verkehrskreisen gehören. Auch aus der Art des Angebots ergeben sich keine Anhaltspunkte, die die Einholung eines Meinungsforschungsgutachtens erfordert hätten; das Angebot eines Pkw zum Kauf gehört zu den Geschäften des allgemeinen Bedarfs, bei denen einem Richter regelmäßig hinreichende Erfahrung zukommt. Soweit die Revision meint, aus der Revisionszulassung ergebe sich, daß die Richter des Berufungsgerichts hinsichtlich der Bestimmung des Verkehrsverständnisses der angegriffenen Werbung unsicher gewesen seien, finden sich hierfür in dem angegriffenen Urteil keinerlei Anhaltspunkte. Das Berufungsgericht hat die Zulassung der Revision nicht näher begründet.

3. Ein Anspruch aus § 1 Abs. 3 ZugabeVO scheidet ebenfalls aus, da diese Bestimmung eine nach § 1 Abs. 2 ZugabeVO erlaubte Zugabe erfordert, die im Streitfall ersichtlich nicht gegeben ist.

4. Der Revision kann schließlich auch nicht darin beigetreten werden, das Berufungsgericht hätte den ihm vorgetragenen Sachverhalt auch darauf prüfen müssen, ob sich das geltend gemachte Unterlassungsbegehren nach §§ 1, 3 UWG rechtfertige. Die Revision bringt in diesem Zusammenhang vor, der Slogan "Wir zahlen alle Extras" sei irreführend bzw. locke die Kunden übertrieben an, weil diese dazu gebracht würden, das Angebot nicht hinreichend auf seine

Wirtschaftlichkeit und die Angebote der Konkurrenz zu prüfen. Hiermit kann die Revision schon aus Rechtsgründen (§ 561 ZPO) nicht durchdringen, weil dieses Vorbringen nicht Streitgegenstand des vorliegenden Verfahrens war.

a) Für die Bestimmung des Streitgegenstands eines Verfahrens ist in erster Linie der vom Kläger formulierte Antrag maßgebend, wobei zur Auslegung des Begehrens die Klagebegründung heranzuziehen ist (BGH, Urt. v. 11.6.1992 - I ZR 226/90, GRUR 1992, 625, 627 = WRP 1992, 697 - Therapeutische Äquivalenz, m.w.N.; Urt. v. 5.4.1995 - I ZR 67/93, GRUR 1995, 518 = WRP 1995, 608 - Versäumte Klagenhäufung). Im Streitfall hat der Kläger mit seinem Antrag sein Rechtsfolgebegehren auf ein Verbot des Anbietens, Ankündigens und Gewährens unentgeltlicher Zugaben beim Verkauf von Kraftfahrzeugen konkretisiert. Mit dieser Antragsfassung hat der Kläger sein Begehren eng am Wortlaut des § 1 Abs. 1 ZugabeVO orientiert und dieses Begehren durch die Wiedergabe der streitgegenständlichen Anzeige auf die konkrete Verletzungshandlung eingegrenzt.

b) Daß der Kläger auch eine Überprüfung der beanstandeten Werbung unter den Gesichtspunkten der Irreführung und eines übertriebenen Anlockens erstrebt, kommt weder in dem Antrag noch in der Klagebegründung zum Ausdruck. In der Klagebegründung hat der Kläger vielmehr eingeräumt, daß die Beklagte die in der Anzeige aufgeführten Extras auch bezahle. Eine behauptete Irreführung ist danach nicht Verfahrensgegenstand.

Ebensowenig läßt sich der Klagebegründung entnehmen, daß der Kläger sein Unterlassungsbegehren auch auf ein wettbewerbswidriges übertriebenes Anlocken von Kunden stützen wollte. Zwar steht die Geltendmachung von Ansprüchen aus dem Zugaberecht der zusätzlichen Berufung auf UWG-Ansprüche nicht entgegen (§ 2 Abs. 3 ZugabeVO). Jedoch kann ein Handeln wettbewerbsrechtlich grundsätzlich nicht unter sagt werden, das zugaberechtlich erlaubt ist, sofern sich der Verbotsgrund nicht aus im Zugaberecht unberücksichtigten Wertungen ergibt (BGHZ 34, 264, 269 f. - Einpfennig-Süßwaren; Köhler/Piper, UWG Rdn. 6 zu § 2 ZugabeVO). Aus dem Vortrag des Klägers ergeben sich keine Anhaltspunkte dafür, daß er solche tatsächlichen Umstände in der Anzeige - neben den behaupteten Zugabeverstößen - verwirklicht gesehen hat.

III. Danach war die Revision mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Erdmann

Mees

Ullmann

Starck

Pokrant