

119

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

ZugabeVO § 1 Abs. 2 Buchstabe d

Meßbecher

Eine eindeutig als Haushaltsgerät ausgestaltete Hartplastikverpackung für den Vertrieb von Kaffee ist nicht als handelsübliches Zubehör im Sinne des § 1 Abs. 2 Buchstabe d ZugabeVO anzusehen. Dies gilt auch dann, wenn die Herstellungskosten nicht wesentlich über denen einer üblichen Hartplastikverpackung liegen.

BGH, Urt. v. 30. Juni 1976 - I ZR 86/74 - LG Hamburg

117

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 86/74

URTEIL

Verkündet am
30. Juni 1976
S c h n u r r
Justizhauptsekretärin

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 5. März 1976 durch
die Vorsitzende Richterin Dr. Krüger-Nieland und die
Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Schönberg und Dr. Freiherr
v. Gamm

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des
Landgerichts Hamburg vom 24. Juli 1974 (15 O 319/74)
abgeändert:

Die Beklagte wird bei Meidung eines vom Gericht
für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzen-
den Ordnungsgeldes bis zu 500.000,-- DM oder
einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten verurteilt,
es zu unterlassen,

500 g

ihrer Kaffeesorten in einem Plastikmeßbecher
verpackt zum selben Preis, zu dem 500 g in Tü-
ten verpackter Kaffee von der Beklagten angebo-
ten und vertrieben werden, anzubieten und/oder
zu vertreiben.

Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklagten
auferlegt.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Beklagte, ein bekanntes Kaffeehandelsunternehmen, vertreibt gerösteten Kaffee an Endverbraucher. Als Verpackung für je 500 g ihrer Kaffeesorten verwendet sie unter anderem einen Plastikmeßbecher, der ca. 17 cm hoch, nach Art einer Kanne gestaltet, mit einem Griff und einer Ausgießtülle versehen ist. Der Verschluß besteht aus einem Plastikdeckel, der nicht mit dem Meßbecher verbunden ist. In sechs Zahlenkolonnen sind Maßeinheiten unter anderem für Mehl, Zucker, Gries und Reis in den durchsichtigen Körper des Meßbechers eingeprägt. Der Aufwand für die Herstellung beläuft sich auf 0,63 DM. Die Klägerin hält dieses Verpackungsmittel für eine unzulässige Zugabe. Sie nimmt die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch und führt aus, der Meßbecher werde vom Verkehr als unberechnete Nebenware im Sinne des § 1 ZugabeVO angesehen. Denn als Verpackung für Kaffee sei er nicht besonders geeignet, insbesondere durch die Tülle schwer aromafest zu verschließen. Auch mit der Weiterverwendung des Kaffees habe der Meßbecher nichts zu tun. Kaffee sei nicht einmal unter die mit dem Becher zu messenden Gegenstände aufgenommen worden. Dagegen sei der Zweitnutzen eines solchen Meßbechers in seiner typischen, auch sonst im Haushalt üblichen Ausgestaltung für jeden Kaufinteressenten sofort erkennbar. Auch einen Verstoß gegen § 1 UWG stelle das Anbieten und Vertreiben von Kaffee in Verpackungen dieser Art dar, weil dadurch ein unlauterer Anlockeffekt ausgeübt werde. Der Verbraucher werde sich in seinem Kaufentschluß wesentlich dadurch beeinflussen lassen, daß er beim Kauf des Kaffees einen praktischen Gebrauchsgegenstand zusätzlich erhalte; er werde deshalb durch diese

Verpackung von der Prüfung des Angebots der Hauptware des Kaffees abgehalten.

Die Klägerin hat beantragt, die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung einer vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Geldstrafe in unbeschränkter Höhe oder Haftstrafe bis zu sechs Monaten zu unterlassen, 500 g ihrer Kaffeesorten in einem Plastikmeßbecher verpackt zum selben Preis, zu dem 500 g in Tüten verpackter Kaffee von der Beklagten angeboten und vertrieben werden, anzubieten und/oder zu vertreiben.

Die Beklagte hält ihr Vorgehen für zulässig. Gegen die Zugabeverordnung werde nicht verstoßen, weil der Verkehr sich im letzten Jahrzehnt gerade im Bereich des Kaffee-Einzelhandels daran gewöhnt habe, daß Kaffee verpackt in Plastikbehältern angeboten werde. Das werde auch daran deutlich, daß der Aufwand für die Herstellung mit 0,63 DM weit weniger als 10 % des für ein Pfund Kaffee zu entrichtenden Kaufpreises ausmache. Deshalb werde nicht einmal ein unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die Hartverpackung als eine Nebenware im Sinne der Zugabeverordnung, die nicht besonders berechnet werde. Diese Art der Verpackung werde als das betrachtet, was im Rahmen des Kaufvertrages als Verpackung ohnehin geschuldet werde. Sie, die Beklagte, habe sich auf diese Verbraucherauffassung eingestellt und unterhalte einen eigenen Spritzgußbetrieb, in dem solche Verpackungen hergestellt würden. Der Aufwand für die Herstellung einer Hartplastikverpackung betrage etwa 0,60 DM. Der Aufwand, der darüber hinaus erforderlich sei, um einer solchen Verpackung die Form eines Maßbechers

zu geben, spiele wirtschaftlich keine Rolle. Jedenfalls sei eine solche Verpackungsform handelsüblich und demgemäß nach § 1 Abs. 2 Buchstabe d ZugabeVO zulässig. Der Meßbecher halte sich im Rahmen vernünftigen wirtschaftlichen Aufwandes. Für vergleichbare Erzeugnisse sei in der Rechtsprechung bereits mehrfach die Handelsüblichkeit bejaht worden. Es sei auch kein Anhaltspunkt dafür ersichtlich, daß ihr Angebot gegen § 1 UWG verstoße.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Mit der dagegen gerichteten Sprungrevision verfolgt die Klägerin den Unterlassungsantrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Landgericht läßt dahingestellt, ob die angegriffene Form der Verpackung als eine Zugabe im Sinne des § 1 Abs. 1 ZugabeVO anzusehen sei. Jedenfalls halte sie sich im Rahmen des Handelsüblichen im Sinne des § 1 Abs. 2 Buchstabe d ZugabeVO. Denn die Herstellungskosten der Meßbecher beliefen sich auf ca. 0,63 DM und lägen daher in dem Rahmen von 0,60 DM bis 0,70 DM, der nach Ansicht des Landgerichts die Grenze wirtschaftlich vernünftigen Verpackungsaufwandes bilde. Der Zweitnutzen als Haushaltsgerät müsse bei der Frage der Handelsüblichkeit außer Betracht bleiben. Das Angebot könne auch nicht als übermäßiges Anlocken unter dem Blickpunkt des § 1 UWG beanstandet werden. Der Anlockeffekt einer besonderen Verpackungsgestaltung sei nicht schlechthin, sondern nur bei

Hinzutreten besonderer Umstände als unlauter anzusehen. Die Möglichkeit der Verwendung des Meßbechers nach Verbrauch des Kaffees sei nicht geeignet, das Urteilsvermögen bei der Entscheidung für das Angebot des einen oder anderen Kaffeeanbieters in unsachlicher Weise zu beeinträchtigen. Denn Verpackungen der hier in Frage stehenden Art seien seit langem in diesem Geschäftsbereich üblich, weshalb sie keinen übermäßigen Anreiz mehr böten. Darüber hinaus handele es sich um Gegenstände von geringem Wert, deretwegen man nicht einen an sich nicht zusagenden Kaffee kaufen werde.

II. Die dagegen gerichtete Revision hat Erfolg.

1. Vom Standpunkt des Landgerichts aus, daß diese Form der Verpackung jedenfalls als handelsüblich vom Zugabeverbot ausgenommen sei, konnte offenbleiben, ob es sich überhaupt um eine Zugabe handelt (vgl. BGH GRUR 1968, 53, 55 - Probetube). Da die Handelsüblichkeit im Sinne des § 1 Abs. 2 Buchstabe d ZugabeVO jedoch, wie noch darzulegen, zu verneinen ist, bedarf es der Feststellung, ob der Meßbecher als Zugabe im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 1 ZugabeVO beurteilt werden muß. Eine Zurückverweisung an die Tatsacheninstanz ist dazu jedoch nicht erforderlich, weil das Revisionsgericht aufgrund der vom Landgericht getroffenen tatsächlichen Feststellungen diese Frage selbst beurteilen kann.

Voraussetzung ist, daß der Meßbecher hier als Nebenware zur Hauptware anzusehen ist. Dazu ist zunächst erforderlich, daß es sich nach der Verkehrsauffassung um eine selbständige Ware handelt. Für Verpackungsmittel,

als das der Meßbecher hier verwandt worden ist, läßt sich nicht generell entscheiden, ob sie als selbständige Ware angesehen werden. Entspricht eine Verpackung lediglich dem, was der Verkehr für diesen Zweck als üblich und sachlich geboten ansieht, so wird darin regelmäßig keine selbständige Ware gesehen, vielmehr die Ware und deren Verpackung als eine Einheit betrachtet werden (vgl. Baumbach/Hefermehl, 11. Aufl. § 1 ZugabeVO Anm. 79, offengelassen in BGH GRUR 1969, 299, 300 - Probierpaket). Geht eine Verpackung aber über das hinaus, was der Verkehr als selbstverständliche und von der Sache her notwendige Verpackung regelmäßig als vertraglich geschuldet und mit dem Preis als abgegolten ansieht, so liegt eine selbständige Ware vor (BGH aaO). So liegt es bei dem hier verwandten Meßbecher. Denn diese besondere Gebrauchsform ist allgemein bekannt, sie wird in Hausratsgeschäften angeboten, so daß der Verkehr sie auch in der Verwendung als Verpackungsmittel als eine selbständige Ware im Sinn der Zugabeverordnung ansehen wird.

Der Charakter als Nebenware zum Kaffee folgt daraus zwar nicht ohne weiteres, auch eine Koppelung zweier Hauptwaren zu einem Gesamtpreis, die nur unter der Voraussetzung des § 1 Abs. 1 Satz 3 ZugabeVO dem Zugabeverbot unterfällt, wäre bei einem solchen Gesamtangebot zweier branchenverschiedener Waren denkbar. Wird jedoch die eine Ware als Verpackungsmittel für die andere benutzt und ist der Verkehrswert des Verpackungsmittels offensichtlich geringer, gehört zudem allein die verpackte Ware ständig zum Sortiment des Anbieters, so betrachtet zumindest ein nicht unerheblicher Teil des

Verkehrs das Verpackungsmittel als bloße Nebenware. Im Streitfall sind keine Umstände hervorgetreten, die eine andere Beurteilung rechtfertigen könnten. Da der Meßbecher nach den getroffenen Feststellungen auch ohne besondere Berechnung und nicht ohne den eingefüllten Kaffee abgegeben wird, es auch an der Zugabeeignung nicht fehlt, liegt eine Zugabe im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 1 ZugabeVO vor.

2. Entgegen der Ansicht des Landgerichts kann der Meßbecher auch nicht als handelsübliches Zubehör zur Ware im Sinne des § 1 Abs. 2 Buchstabe d ZugabeVO beurteilt werden. Insoweit kann bereits zweifelhaft sein, ob der Meßbecher als Zubehör anzusehen ist. Eine nur willkürliche Zusammenfassung von Waren, die in keinerlei Gebrauchszusammenhang stehen, bei denen insbesondere die Nebenware dem Zweck oder der Verwendung der Hauptware nicht zu dienen geeignet ist, wird in der Regel nicht geeignet sein, die Zubehöreigenschaft zu begründen (vgl. BGH GRUR 1968, 53, 55 - Probetube). In diesem Sinne weist der Meßbecher keinen Zusammenhang mit der Ware Kaffee auf, so daß die Zubehöreigenschaft allein mit dem Verpackungszweck begründet werden könnte. Ob dieser allein in einem solchen Falle die Zubehöreigenschaft begründen kann, bedarf hier keiner abschließenden Entscheidung, weil die Verwendung eines solchen Meßbechers, auch wenn er als Zubehör anzusehen wäre, jedenfalls nicht als handelsüblich anzusehen ist.

Unbeschadet, ob eine solche tatsächliche Übung bereits besteht, ist als handelsüblich im Sinne dieser Vorschrift anzusehen, was sich nach allgemeiner Auffassung der beteiligten Verkehrskreise im Rahmen vernünftiger kaufmännischer

nischer Gepflogenheiten hält (st. Rspr. BGH aaO - Probetube; BGH GRUR 1964, 509, 511 - Wagenwaschplatz). Die Beklagte beruft sich für den vernünftigen wirtschaftlichen Sinn dieser Verpackungsform darauf, daß sie ohnehin in ihrem Spritzgußbetrieb übliche Hartplastikpackungen für Kaffee herstelle, und daß sie ohne nennenswerten zusätzlichen Aufwand in der Lage sei, derartige Meßbecher wegen der großen Serien, geringer Vertriebskosten, insbesondere wegen des Verzichts auf Handelsspannen, kostengünstig herzustellen und anzubieten. Solche Verpackungsformen, die nach Erfüllung des Verpackungszweckes eine weitere sinnvolle Verwendung zuließen, lägen auch im Interesse der Verbraucher.

Es entspricht allerdings ständiger Rechtsprechung, daß die Handelsüblichkeit nicht durch die Möglichkeit ausgeschlossen wird, ein Verpackungsmittel später zu anderen Zwecken zu verwenden (vgl. die Zusammenstellung in BGH GRUR 1975, 199, 200 - re.Sp. - Senfhenkelglas; siehe auch Hoth/Gloy, Zugabe und Rabatt § 1 Anm. 101, 102). Doch gilt dies nicht unbeschränkt. Denn im Rahmen des Wettbewerbsrechts können die für den Gebrauch weiterverwendbarer Verpackungsformen sprechenden wirtschaftlichen Gesichtspunkte nur maßgeblich sein, so weit ihre Berücksichtigung nicht im Widerspruch zu den Grundsätzen der Wettbewerbsordnung steht. Zu diesen Grundsätzen gehört insbesondere, daß die angesprochenen Verbraucher nicht zu stark davon abgehalten werden dürfen, ihre Kaufentscheidung in erster Linie nach Qualität und Preis der verpackten Ware zu treffen. Beim Angebot der Hauptware in einer weiterverwendbaren Verpackungs-

form besteht aber häufig die Gefahr, daß die Auswahl unter den konkurrierenden Waren wesentlich durch die von einer solchen Verpackung ausgehende Anlockwirkung bestimmt wird. Die Handelsüblichkeit ist deshalb nach ständiger Rechtsprechung in Fällen zu verneinen, in denen der Verpackungszweck zurücktritt und das Verpackungsmittel so ausgestaltet ist, daß der Gebrauch zu einem Zweck, der mit der Verpackung in keinem Zusammenhang mehr steht, in den Vordergrund tritt, m.a.W. wenn der Verkehr erkennt, daß es sich um eine selbstständige Ware handelt, die einen ausgeprägten besonderen Verwendungszweck hat und die der Käufer als solche gesonderte Ware neben der verpackten erhält (vgl. BGH aaO - Senfhenkelglas m.w.N.). Hierbei sind allerdings keine zu strengen Maßstäbe anzulegen. So wie schon seither anerkannt war, daß das Zugabeverbot nicht zur Verwendung von Wegwerfpackungen zwingt (vgl. Baumbach/Hefermehl, § 1 ZugabeVO Anm. 79), und daß auch ohne besonderen zusätzlichen Aufwand erzielbare Anpassungen, die eine Zweitverwendung begünstigen, unschädlich sind, (vgl. Tetzner, Recht und Unrecht der Zugabe S. 52 - 54; Hoth/Gloy, aaO Anm. 102 S. 240), so ist auch unter dem Gesichtspunkt des Umweltschutzes und der sparsamen Verwendung wirtschaftlicher Güter eine zu strenge Handhabung nicht geboten, sofern sich im Einzelfall die zusätzliche Werbewirkung der Verpackungsform in vertretbarem Rahmen hält.

Gerade das ist aber bei der Verwendung des hier umstrittenen Meßbechers nicht der Fall. Bei ihm tritt für den in erster Linie angesprochenen Verkehrskreis - Hausfrauen - als eigentliche Zweckbestimmung der Gebrauch zu einem anderen Zweck als dem der Verpackung

besonders augenfällig hervor, weil die Form eindeutig erkennbar als ganz spezielles, überall benötigtes und allgemein bekanntes Haushaltsgerät ausgestaltet ist. Zwar mag es als üblich angesehen werden, daß Kaffee auch in Hartplastikbehältern angeboten wird. Solchen Behältern wird der Meßbecher aber nicht gleichgestellt werden. Denn als solche werden regelmäßig nur einfache rechteckige Formen verwandt, wie sie ähnlich auch bei Verwendung anderer Materialien zur Verpackung von Kaffee üblich sind. Als Rundform aber wird der Meßbecher auch nicht den als Verpackungsmitteln für Kaffee bekannten Gläsern zugeordnet, weil er durch seine gestreckte Form, die unübliche Größe, den Plastikdeckel, die Maßeinteilung, schließlich auch durch die Ausgießtülle und den Henkel von dem Aussehen solcher Gläser deutlich abweicht. Tritt aber der Charakter als Meßbecher deutlich hervor, so ist davon auszugehen, daß diese Werbewirkung erheblich höher zu veranschlagen ist, als die von eher neutralen Behältern ausgehende. Denn damit ist die Vorstellung verbunden, eine sonst etwa notwendige Ausgabe ersparen zu können, während eine solche Vorstellung mit unspezifischen Formen in der Regel nicht verbunden ist. Damit rückt eine solche Verpackungsform in der Werbewirkung in die Nähe von Vorspannwaren wie Küchenbrettchen, Frühstückskörbchen usw., deren Kopplung mit dem Kaffeebezug der Senat als unzulässig beurteilt hat. Es kann dabei keinen Unterschied machen, daß der Meßbecher als Verpackungsmittel benutzt wird. Denn dadurch wird die Werbewirkung, die die Zugabe eines speziellen Küchengeräts ausübt, nicht beeinträchtigt. Zwar kann nicht davon ausgegangen werden, wie bei Vorspannwaren die Regel, daß die Neben-

ware die Interessenten veranlassen wird, die Hauptware ohne nähere Prüfung zu erwerben, nur um in den Genuß der Vorspannware zu kommen. Immerhin muß aber eine so starke Werbewirkung erwartet werden, daß jedenfalls ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise sich davon in einem Maße beeinflussen lassen wird, das die Beurteilung dieses Werbemittels als wirtschaftlich vernünftig und deshalb handelsüblich ausschließt (vgl. hinsichtlich der Wertrelationen auch BGHZ 65, 68, 75 - Vorspannangebot).

Das angefochtene Urteil war danach abzuändern und die Beklagte mit der Kostenfolge aus § 91 ZPO antragsgemäß zur Unterlassung zu verurteilen.

Krüger-Nieland

Alff

Merkel

Schönberg

von Gamm