

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 88/67

URTEIL

Verkündet am

6. Dezember 1968

Werner,

Justizobersekretär

**als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle**

in dem Rechtsstreit

der Firma Eugen S [REDACTED], Inhaber Eugen Julius August
S [REDACTED], H [REDACTED], G [REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

den "H [REDACTED] Möbelfachverband e.V.", vertreten durch
den 1. Vorsitzenden Artur D [REDACTED], dieser vertreten durch
den Geschäftsführer Dr. E.A. A [REDACTED], H [REDACTED], N [REDACTED]
[REDACTED]straße [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. Dezember 1968 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Pehle, Dr. Mösl, Dr. Simon und Dr. Merkel

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts in Hamburg vom 29. Juni 1967 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Der Kläger ist ein Verein, der die gewerblichen Interessen der in ihm zusammengeschlossenen örtlichen Möbelhändler fördern soll. Er nimmt die Beklagte wegen eines Rabattverstoßes in Anspruch. Die Beklagte befaßt sich in ihren Geschäftsräumen u.a. mit dem Vertrieb von Teppichen, Gardinen und Matratzen. Sie handelt auch mit Möbeln, hat aber Möbel weder zur Ansicht noch auf Lager. Sie schickt ihre Kunden vielmehr mit einer Besichtigungskarte zu den Firmen F [REDACTED] und P [REDACTED], die als Handelsvertreter für mehrere Möbelfabrikanten Musterlager unterhalten. Sie fordert ihre Kunden auf, wenn sie etwas Zusagendes gefunden hätten, ihr eine dort erhältliche Bestätigungskarte mit Angabe des gewünschten Möbelstückes

- 3 -

zukommen zu lassen. Alsdann stellt die Beklagte die Ware den Kunden in Rechnung. Die ausgestellten Möbel sind mit Preisschildern versehen, die nicht von der Beklagten beschriftet sind. Auf der Rückseite und, wie die Beklagte in der Berufungsinstanz behauptet, neuerdings auf der Vorderseite, tragen diese Preisschilder den Stempelaufdruck "Unverbindliche Richtpreise, nur gültig als Verrechnungsbasis an den Handel". Die Beklagte, deren Einkaufspreise dort $\frac{1}{3}$ unter den ausgezeichneten Preisen liegen, verkauft die Möbel an ihre Kunden zu einem Preis, der 83 % des ausgezeichneten Preises beträgt. Fragt ein Kunde vorher nach den Preisen, so wird ihm erklärt, bei einer Preisauszeichnung von 100,- DM habe er DM 83,- zu zahlen. In dieser Weise hat die Beklagte dem Zeugen M. einen mit 179,- DM ausgezeichneten Schuhschrank für 151,50 DM verkauft und später auch dem Zeugen G. eine entsprechende Auskunft gegeben.

Der Kläger hat daraufhin beim Landgericht beantragt,

der Beklagten bei Vermeidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Haftstrafe bis zu 6 Monaten oder Geldstrafe in unbeschränkter Höhe zu verbieten, letzten Verbrauchern beim Barzahlungskauf von Möbeln 3 % des Kaufpreises übersteigende Preisnachlässe anzubieten oder zu gewähren, und zwar auch in der Form, daß die letzten Verbraucher von der Beklagten zu Auslieferungs- oder Fabrikklägern geschickt werden und von den dort allgemein angegebenen oder deklarierten Preisen bei Rechnungsstellung durch die Beklagte Preisabzüge von mehr als 3 % der Preise abgezogen werden.



Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie hat die Auffassung vertreten, ihr Verhalten widerspreche dem Rabattgesetz nicht. Sie hat behauptet, sie weise ihre Kunden stets darauf hin, daß es sich bei den Preisauszeichnungen nur um empfohlene unverbindliche Richtpreise der Hersteller handle, an die sie sich nicht halte. Sie ermittle den Kaufpreis auf Grund eigener Kalkulation. Auf Grund ihrer Auskünfte wisse der Kunde von vornherein, daß ihr Verkaufspreis 17 % niedriger als die Preisauszeichnung liege. Sie bediene sich dieser Preisauszeichnung nur zur Errechnung ihres eigenen Verkaufspreises. Um ihre Kunden über die Bedeutung der bei den Firmen P [REDACTED] und F [REDACTED] ausgezeichneten Preise aufzuklären, beabsichtige sie im übrigen, künftig ein Merkblatt herauszugeben, das folgenden Inhalt hat:

"Wichtiger Hinweis für unsere Kunden.

Jedes ausgestellte Möbelstück in den Fabrik-
ausstellungslägern der Firmen F [REDACTED] und
P [REDACTED] ist mit einem Preis ausgezeichnet.

Bei diesen Preisen handelt es sich um

e m p f o h l e n e u n d u n v e r b i n d l i c h e
R i c h t p r e i s e d e r F a b r i k a n t e n .

Diese Richtpreise sind also keine gebundenen
Preise, die für uns verbindlich sind. Vielmehr
sind wir berechtigt, aufgrund unserer eigenen
Kalkulation die Preise für die einzelnen Möbel-
stücke zu errechnen und in Rechnung zu stellen,
die unter den in den Ausstellungslägern ausge-
zeichneten Preisen liegen.

Aufgrund unserer eigenen Kalkulation sind wir in der Lage, jedes in den genannten Lägern ausgestellte Möbelstück zu einem Preis zu verkaufen, der 17 % unter dem verzeichneten unverbindlichen Richtpreis liegt.

Da dieser Preis auf äußerster Kalkulation beruht, können irgendwelche Rabatte nicht gewährt werden.

Firma EUGEN ST [REDACTED]
Import - Großhandel
Einrichtungs-Textilien
und Möbel"

Das Landgericht hat Beweis erhoben und darauf die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Das Oberlandesgericht hat die Berufung der Beklagten zurückgewiesen. Mit der Revision, deren Zurückweisung der Kläger beantragt, verfolgt die Beklagte ihren Klagabweisungsantrag weiter.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hält das Vorgehen der Beklagten für einen Verstoß gegen das Rabattgesetz. Es stellt dazu fest, die Beklagte mache sich in den Augen ihrer Kunden die auf den Preisschildern ausgezeichneten Preise als eigene Normalpreise zu eigen. Dies, weil das Publikum daran gewöhnt sei, daß die Preise von Waren des täglichen Bedarfs den beigelegten Preisschildern und Aufdrucken entnommen werden könnten und im allgemeinen auch in der dort angegebenen Höhe entrichtet werden müßten. Diesen Anschein eines Normalpreises verliere eine Preisauszeichnung für das

Publikum auch dann nicht, wenn der Verkäufer die von ihm gehandelten Waren nicht selbst vorrätig habe und auch nicht selbst auszeichne, denn die Preisauszeichnung in den Lagern entspreche hier der auch sonst üblichen Art und Weise und den Kunden werde auch nur bedeutet, daß die Firmen P [REDACTED] und F [REDACTED] für die Möbelfabrikanten Musterlager für die Kunden solcher Einzelhändler unterhielten, die nicht über eigene Ausstellungsräume verfügten. Damit mache die Beklagte diese Preisauszeichnung zu ihrer eigenen. Auch der Vermerk auf der Rückseite des Preisschildes über die Unverbindlichkeit dieser Preisauszeichnung beseitige, sofern er überhaupt wahrgenommen werde, diesen Anschein nicht, weil sich diese Angabe nicht als eigene Kundgabe der Beklagten darstelle, daß ihr Preis ein anderer als der ausgezeichnete sei. Daß es sich dabei nicht um ihren eigenen Normalpreis handle, könne auch nicht darin gefunden werden, daß die Beklagte den Kunden ihre Preiskalkulation anhand des Preisbeispiels von DM 100,--/DM 83,-- darstelle. Vielmehr werde dem Kunden damit als Ausgangspreis gerade der Preis vor Augen geführt, mit dem die Ware ausgezeichnet sei und der dementsprechend nach der Auffassung der Verbraucher im allgemeinen auch vom Einzelhandel gefordert werde. Dadurch werde gerade werbemäßig erkennbar gemacht, daß der Kunde hier mehr als die sonst beim Einzelhandel 3 % betragende Vergünstigung erhalte, welchen Anreiz das Rabattgesetz gerade verhindern wolle.

II. Die Revision ist demgegenüber der Ansicht, die Beklagte habe sich die ausgezeichneten Preise nicht erkennbar zu eigen gemacht. Das Publikum sehe als ihren Normalpreis denjenigen an, der 17 % unter den Richtpreisen der Hersteller liege. Dies, weil es ihm von

vornherein so klargemacht werde. Das Berufungsgericht habe insoweit dem Vortrag der Beklagten im Schriftsatz vom 30. September 1966 S. 2 und die Aussagen der Zeuginnen J. [REDACTED] und K. [REDACTED] unvollständig gewürdigt. Danach werde dem Kunden erklärt, daß er abweichend von den in den Möbellagern ausgezeichneten Preisen "nach unserer Kalkulation" beispielsweise statt DM 100,-- nur DM 83,-- zu zahlen habe. Die verzeichneten Preise könnten auch keinen Anreiz bilden, weil der Endverbraucher schon wisse, bevor er diese Preise zu Gesicht bekomme, daß der Beklagte nach seiner eigenen Kalkulation 17 % billiger verkaufe. Das Berufungsgericht habe insoweit auch übersehen, daß der Vermerk "Unverbindliche Richtpreise, nur gültig als Verrechnungsbasis an den Handel" nach dem unbestritten gebliebenen Vortrag der Beklagten nicht mehr auf der Rückseite, sondern auf der Vorderseite unter dem angegebenen Richtpreis aufgedruckt sei, wie auch vorgelegte Preisschilder erwiesen hätten. Danach sei deutlich, daß der Auszeichnungspreis nur eine Berechnungsgrundlage sei. Die Auffassung des Berufungsgerichts, dieser Vermerk stelle sich nicht als Kundgabe der Beklagten dar, daß ihr Preis ein anderer sei, widerspreche der Feststellung des Berufungsgerichts, der Beklagte mache sich den ausgezeichneten Preis zu eigen, obwohl beide auf einem Preisschild verzeichnet seien.

III. Diese Angriffe der Revision sind nicht begründet. Zutreffend geht das Berufungsgericht davon aus, daß ein rabattrechtlich unzulässiger Preisnachlaß vorliegt, wenn ein Unternehmer einen Normalpreis ankündigt oder allgemein fordert und davon einen Nachlaß ankündigt oder

gewährt (§§ 1, 2 RabG). Ob im Einzelfall ein Unternehmer einen solchen Normalpreis ankündigt, bestimmt sich danach, wie die angesprochenen Verkehrskreise die Ankündigung auffassen (BGHZ 27, 359 372 - Elektrogeräte). Wenn das Berufungsgericht hier feststellt, das Publikum verstehe das Verhalten der Beklagten dahin, sie mache sich die an den Möbeln angebrachten Preise als Normalpreise zu eigen, dann ist das aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

Soweit das Berufungsgericht seine Feststellungen damit begründet, Preisauszeichnungen an Waren würden üblicherweise als Normalpreise des Verkäufers angesehen und das gelte auch, wenn ein Verkäufer seine Kunden zu einem Musterlager schicke, wo sie an den ausgestellten Waren Preise verzeichnet finden, kann das unter den Umständen des vorliegenden Falles nicht beanstandet werden. Zwar hat der Senat in seinem Urteil vom 22. März 1967 - Ib ZR 43/67 -, das einen ähnlichen Fall betraf, die dort getroffene Feststellung des Berufungsgerichts als rechtsirrtumsfrei bezeichnet, der Hinweis auf Preisauszeichnungen im Geschäftslokal eines Dritten werde vom Publikum nicht als Preisankündigung, sondern lediglich als Angabe einer Berechnungsgrundlage betrachtet, von der aus es sich unter Abzug eines ihm genannten Prozentsatzes den Normalpreis des Händlers errechne. Dort waren diese Preise aber nach den getroffenen Feststellungen solche, zu denen der Dritte als Wettbewerber der Beklagten unmittelbar an das Publikum zu verkaufen pflegte, weshalb in diesem Sonderfall, in dem die Preisauszeichnung eine deutlich erkennbare Funktion hatte,

die Annahme nicht rechtsfehlerhaft war, das Publikum werde diese ausgezeichneten Preise eines Mitbewerbers nicht zugleich als Normalpreise seines eigenen Vertragspartners betrachten. Eine solche echte Funktion kann das Publikum aber Preisangaben mit dem Zusatz "unverbindliche Richtpreise nur gültig als Verrechnungsbasis an den Handel" nicht entnehmen, weshalb die Auffassung des Berufungsgerichts nicht zu beanstanden ist, solche für das Publikum undurchsichtigen Vermerke seien nicht geeignet, den Eindruck zu beseitigen, der ausgezeichnete Preis sei der "eigentlich" geltende.

Es ist auch nicht rechtsfehlerhaft, wenn das Berufungsgericht diesen Eindruck nicht durch den mündlichen Hinweis gegenüber den Kunden beseitigt sieht, daß diese beispielsweise bei einer Preisauszeichnung von DM 100,-- nur DM 83,-- zu zahlen hätten. Die Auffassung des Berufungsgerichts ist nicht zu beanstanden, dadurch werde dem Kunden als Ausgangspunkt seiner Überlegungen gerade der Auszeichnungspreis als der eigentlich zu zahlende vor Augen gestellt und damit jene Vorstellung hervorgehoben, deren Ausnutzung das Rabattgesetz verhindern wolle. Formal liegt in diesem Beispiel zwar die Erklärung, daß der Beklagte zu dem verzeichneten Preis überhaupt nicht verkaufe und dieser nur Berechnungsgrundlage sei. In Wahrheit pflegt der Verkehr aber unter Umständen, wie sie hier vorliegen, so feine Unterscheidungen nicht zu treffen, da er solchen Aufklärungen erfahrungsgemäß kein großes Interesse entgegenbringt. Er neigt vielmehr einer wirtschaftlichen Betrachtung zu, innerhalb deren er gewöhnlich den ausgezeichneten Preis als den Normalpreis des Anbieters auch dann ansieht, wenn dies formal

nicht ganz eindeutig ist. Zumindest stellt eine "Aufklärung", wie sie das vorgenannte "Preisbeispiel" bietet, nicht sicher, daß nur in rechtlich unerheblichen Ausnahmefällen der Auszeichnungspreis als Normalpreis des Beklagten angesehen wird, von dem ein Nachlaß gewährt wird.

Diese Beurteilung steht entgegen der in der mündlichen Verhandlung vertretenen Ansicht der Revision nicht im Widerspruch zu dem Urteil des Senats vom 10. Juni 1964 (BGHZ 42, 134 - 20 % unter dem empfohlenen Richtpreis). Dort bildete sich die Meinung der angesprochenen Verkehrskreise auf Grund einer öffentlichen Werbeankündigung, die sich auf Preisempfehlungen eines Dritten bezog, während die Besonderheit hier darin liegt, daß die einzelnen Waren mit Preisschildern ausgezeichnet sind, die in ihrer Funktion und Herkunft dem Kunden zumindest unklar sind, jedenfalls nicht eindeutig ausschließen, daß sie als Normalpreise des Verkäufers im Sinne des Rabattgesetzes aufgefaßt werden.

IV. Das Berufungsgericht hat nicht geprüft, ob die Verkaufsmethode der Beklagten jedenfalls dann mit dem Rabattgesetz in Einklang steht, wenn den Kunden das Merkblatt der Beklagten übergeben wird. Diese vom Klageantrag umfaßte Frage kann das Revisionsgericht auf Grund der festgestellten Tatsachen selbst entscheiden.

Maßgeblich ist, ob eine solche Aufklärung die Gewähr bietet, daß der Letztverbraucher in einem solchen Falle den an der Ware verzeichneten Preis nicht als Normalpreis des Verkäufers, sondern nur als Berechnungsbasis

für den Normalpreis ansieht. Das kann hier nicht angenommen werden. Das Merkblatt erklärt zwar die Funktion der verzeichneten Preise hinreichend deutlich. Es besteht aber die Gefahr, daß die angesprochenen Verkehrskreise gleichwohl die ausgezeichneten Preise als Normalpreise ansehen, weil sie diese Aufklärung nach den gesamten Umständen nicht als ernsthaft zur Kenntnis nehmen. Wer sich zum Möbelkauf in ein FabrikAuslieferungslager schicken läßt, rechnet in der Regel damit, daß er dort einen Nachlaß bekommt und er sucht gerade deshalb diesen Vertriebsweg. Dabei will er naturgemäß wissen, daß er günstiger als sonst einkauft und sucht dazu eine Orientierungshilfe. Dazu bieten sich hier nur die Preisauszeichnungen an der Ware an. Deshalb wird er diese Preise als die eigentlichen Preise, die Normalpreise des Verkäufers ansehen. Zwar ist es theoretisch denkbar, daß er die Preisauszeichnungen entsprechend dem Merkblatt oder den Vermerken an den Preisschildern als Preisempfehlungen oder Verrechnungspreise des Herstellers versteht und nicht der Beklagten als Verkäuferin zurechnet. Im allgemeinen trifft aber mindestens ein nicht unerheblicher Teil des Publikums so feine Unterscheidungen unter derartigen Umständen nicht. Daran kann auch eine den Vorschriften des Rabattrechts angepaßte Aufklärung der hier versuchten Art nichts ändern. Zumindest bleibt eine gewisse Unklarheit zurück, die sich die Beklagte als rabattrechtlich unzulässig zurechnen lassen muß.

Die Revision war danach mit der Kostenfolge aus
§ 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Frau Senatspräsidentin
Dr. Krüger-Nieland be-
findet sich in Urlaub
und kann daher nicht
unterschreiben.

Pehle

Mösl

Pehle

Simon

Merkel