

K

BUNDESGERICHTSHOF
IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 95/94

Verkündet am:
30. November 1995
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.,
F [REDACTED] / [REDACTED], L [REDACTED]straße [REDACTED], Bad H [REDACTED] v.d.H.,
vertreten durch das geschäftsführende Präsidiumsmitglied
Dr. Marcel K [REDACTED],

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwältin v. [REDACTED] -

gegen

Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH, vertreten durch ihre Ge-
schäftsführer Erich Ke [REDACTED], Hans P [REDACTED], Michael R [REDACTED] und
Manfred S [REDACTED], M [REDACTED] Straße [REDACTED], R [REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 30. November 1995 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Piper und die Richter Dr. Mees, Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Dr. Ullmann und Starck

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts H[REDACTED] vom 7. April 1994 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

- 3 -

Tatbestand:

Die Beklagte, die der bundesweit tätigen "Media-Markt"-Kette als selbstständiges Unternehmen angehört, handelt vorwiegend mit Artikeln der Unterhaltungselektronik, Elektroartikeln, Fotoartikeln und Computern. Sie veröffentlichte in der Tageszeitung "Kieler Nachrichten" am 1. November 1991 die nachstehend wiedergegebene Anzeige:



Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Der in der Anzeige für die Gefriertruhe und die Schweinehälfte genannte Gesamtpreis von 598,-- DM lag um 81,-- DM unter dem günstigsten Angebot von Wettbewerbern allein für die Truhe.

Der Kläger, ein Verein zur B[REDACTED] u[REDACTED] W[REDACTED] [REDACTED], hat dieses Angebot als eine nach § 1 UWG unzulässige Warenkopplung und als Verstoß gegen die Zugabeverordnung beanstandet.

Der Kläger hat, nachdem die Beklagte sich strafbewehrt verpflichtet hatte, nicht mehr in der angegriffenen Form zu werben, ohne deutlich und unmißverständlich darauf hinzuweisen, daß die Schweinehälften an anderer Stelle abgeholt werden müßten, beantragt,

die Beklagte unter Androhung gesetzlicher Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, für den Verkauf von Gefriertruhen wie in der Anzeige zu werben (es folgt Wiedergabe der Anzeige), auch wenn deutlich und unmißverständlich darauf hingewiesen wird, daß die Schweinehälften an anderer Stelle abgeholt werden müssen.

Das Landgericht hat die Beklagte nach dem Klageantrag verurteilt.

Auf die Berufung der Beklagten hat das Berufungsgericht das Urteil aufgehoben und die Klage abgewiesen.

Mit der - zugelassenen - Revision verfolgt der Kläger den Klageantrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat zur Abweisung der Klage unter Bezugnahme auf seine Ausführungen in dem dem vorliegenden Hauptsacheverfahren vorangegangenen Verfügungsverfahren (OLG Hamburg GRUR 1992, 635) ausgeführt: Da die Beklagte damit werbe, Gefriertruhe und Schweinehälfte zu einem Gesamtpreis abzugeben, liege ein sog. verdecktes Kopplungsangebot vor. Dies sei wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden. Ein Preisvergleich hinsichtlich der Truhe sei für die Kunden un-
schwer möglich gewesen. Da der Preis der Gefriertruhe, eines allgemein erhältlichen Markenartikels einschließlich der Schweinehälfte mit 598,-- DM um 81,-- DM unter dem niedrigsten Preis der Wettbewerber gelegen habe, den diese für die Gefriertruhe allein verlangt hätten, hätten die Kunden keine Schwierigkeiten gehabt, sich Klarheit über die Preiswürdigkeit der Gefriertruhe zu verschaffen. Dafür sei es nicht erforderlich gewesen, auch den Preis für die Schweinehälfte von 28 kg noch in Erfahrung zu bringen. Im Vordergrund des Interesses der Kunden stehe bei Angeboten wie dem vorliegenden die Gefriertruhe. Wenn sie deren Preis erführen, erübrigten sich wegen des Preisunterschieds zwischen dem Gesamtangebot der Beklagten und dem von den Mitbewerbern geforderten Preis für die Gefriertruhe aus Sicht der Verbraucher weitere Erkundigungen.

Das gekoppelte Warenangebot sei auch nicht als unzulässige Wertreklame nach § 1 UWG oder nach der Zugabeverordnung zu beanstanden. Bei den von der Werbung der Beklagten angesprochenen Verkehrskreisen bilde sich nicht die Vorstellung, daß sie die Schweinehälfte nicht zu bezahlen brauchten. In der Anzeige seien beide Gegenstände als Gesamtangebot zu einem Gesamtpreis beworben worden. Der Verkehr wisse, daß es sich bei der Schweinehälfte im Gewicht von 28 kg um einen Gegenstand von beträchtlichem Wert handle, der größenordnungsmäßig eher über als unter 100,-- DM liege, und nehme deshalb nicht an, daß der Kaufmann ihn verschenke, um Kunden zum Kauf einer Gefriertruhe zu veranlassen.

Die Beklagte verstoße auch nicht gegen § 3 UWG. Zwar entnehme der Verkehr dem Inhalt der Anzeige ein besonders preisgünstiges Angebot. In dieser Erwartung werde er aber im Blick auf den Preisunterschied der Truhe, den die Beklagte einerseits und die Wettbewerber andererseits verlangten, nicht enttäuscht.

II. Die Revision hat keinen Erfolg. Das mit der Anzeige beworbene Angebot ist aus wettbewerbsrechtlicher Sicht nicht zu beanstanden und enthält auch keinen Verstoß gegen die Zugabeverordnung.

1. Angebote, bei denen - wie hier - unterschiedliche Waren zu einem Gesamtpreis beworben werden, ohne daß die Einzelpreise ersichtlich sind (sog. verdeckte Kopplungsangebote), sind wettbewerbsrechtlich grundsätzlich nicht zu beanstanden. Im allgemeinen kann es nicht als Verstoß gegen die Grundsätze des Leistungswettbewerbs angesehen werden, Quali-

tät und Preiswürdigkeit des Angebots durch die Attraktivität eines Kombinationsangebots - auch verschiedener Waren - hervorzuheben (vgl. BGH, Urt. v. 22.12.1961 - I ZR 58/60, GRUR 1962, 415, 418 = WRP 1962, 200 - Glockenpackung).

Wettbewerbswidrig können verdeckte Kopplungsgeschäfte allerdings dann sein, wenn deren Einzelpreise nicht bekannt sind, und der Käufer sie auch nicht in Erfahrung bringen kann, weil er keine Anhaltspunkte für deren Berechnung hat und er deshalb die Preiswürdigkeit des Angebots nicht mit Konkurrenzangeboten vergleichen kann (BGH, Urt. v. 2.7.1971 - I ZR 43/70, GRUR 1971, 582, 584 = WRP 1971, 369 - Kopplung im Kaffeehandel). Im Streitfall hat aber das Berufungsgericht zu Recht diese Voraussetzungen für einen Verstoß gegen § 1 UWG nicht für gegeben erachtet.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ist Käufern, die einen Preisvergleich vorzunehmen wünschen, auch längeres Suchen nach Vergleichsobjekten zumutbar (BGH, Urt. v. 7.2.1991 - I ZR 140/89, GRUR 1991, 468, 469 = WRP 1991, 564, 566 - Preisgarantie II; Urt. v. 14.7.1993 - I ZR 189/91, GRUR 1994, 57, 58 = WRP 1993, 749, 751 - Geld-zurück-Garantie). Im Streitfall ist davon auszugehen, daß die an einem Preisvergleich interessierten potentiellen oder tatsächlichen Käufer die Preise für die Gefriertruhe und die Schweinehälfte ohne Schwierigkeiten hätten in Erfahrung bringen können. Bei der angebotenen Gefriertruhe handelt es sich um einen Markenartikel mit in der Werbung genau angegebener Artikelbezeichnung (AEG Arctis 2200 GT), die die Identifizierung dieses Artikels bei Mitbewerbern ohne weiteres erlaubte. Mitbewerber boten auch, wie die rechtsfehler-

freien Feststellungen des Berufungsgerichts erkennen lassen, die gleiche Gefriertruhe an, und zwar zu Preisen, dessen günstigster um 81,-- DM über dem Gesamtpreis der Beklagten für Truhe und Schweinehälfte lag. Schon damit konnten sich Kaufinteressenten und Käufer über die Preiswürdigkeit des Gesamtangebots der Beklagten im Verhältnis zum Angebot allein von Gefriertruhen bei Mitbewerbern ein deutliches Bild machen.

Darüber hinaus hätten Kunden, die an der Feststellung der Mitbewerberpreise für Schweinehälften im Gewicht von 28 kg interessiert waren, auch diesen Preis unschwer in Erfahrung bringen können, sei es bei dem in der Werbeanzeige von der Beklagten selber angegebenen Schlachthof, sei es bei anderen Schlachthäusern, sei es bei Schlachtern (s.a. das hierneben ergangene Senatsurteil v. 30.11.1995 - I ZR 233/93 = 4 U 69/93 OLG Hamm = 10 O 186/92 LG Bielefeld in Sachen Verein zur Förderung des lautereren Wettbewerbs Ostwestfalen-Lippe e.V. gegen Media Markt TV-HiFi-Elektro Bielefeld GmbH, zur Veröffentlichung bestimmt).

Konnte danach der angesprochene Verkehr die Einzelpreise für beide in der Werbeanzeige der Beklagten beworbenen Artikel ohne weiteres erfragen, entfällt ein Verstoß gegen § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt des verdeckten Kopplungsangebots.

2. Einen Verstoß gegen die Zugabeverordnung (§ 1 Abs. 1 hat das Berufungsgericht zu Recht verneint. Voraussetzung für die Annahme eines solchen Verstoßes wäre u.a., daß der Verkehr bei einer Anzeige wie der vorliegend beanstandeten

davon ausginge, die Schweinehälfte werde zur Gefriertruhe ohne besondere Berechnung als Zugabe mitangeboten. Ein solches Verkehrsverständnis kann aber nicht in Betracht gezogen werden. Ein anderes wäre erfahrungswidrig. Die Beklagte hat ein Gesamtangebot zu einem Gesamtpreis beworben. Gefriertruhe und Schweinehälfte sind damit gleichermaßen Gegenstand ihres Angebots, mag auch nach dem unterschiedlichen Wert der beiden Waren das Schwergewicht bei der Gefriertruhe liegen. Letzteres führt aber nicht dazu, daß der Verkehr die Schweinehälfte als eine ihm ohne besondere Berechnung angebotene Zugabe ansieht. Vielmehr erscheint sie ihm, so wie sie beworben ist, als eine zweite, weitere Ware, von der er annimmt, daß er sie bei Entrichtung des Gesamtpreises mitzubezahlen hat. Völlig zutreffend hat das Berufungsgericht in diesem Zusammenhang ausgeführt, daß eine 28 kg schwere Schweinehälfte kein Mitgehartikel ist, sondern ein Gegenstand, von dem der Verkehr nicht annimmt, daß der Kaufmann ihn zu verschenken habe, nur um Kunden zum Kauf einer Gefriertruhe zu veranlassen.

Eine andere Betrachtungsweise verbietet sich auch mit Blick auf den Wert der Schweinehälfte, der für jeden Kaufinteressenten - auch ohne Einholung von Preisvergleichsdaten - 100,-- DM weit übersteigt. Der Nettoeinstandspreis der Beklagten für die Schweinehälfte betrug nach den rechtsfehlerfreien Feststellungen des Berufungsgerichts 144,45 DM. Demgemäß kann auch keine Rede davon sein, daß die Beklagte Schweinehälfte und Gefriertruhe nur deshalb zu einem Gesamtpreis angeboten habe, um verbotswidrig (§ 1 Abs. 1 Satz 3 ZugabeVO) den Charakter der Schweinehälfte als den einer Zugabe zu verschleiern.

Entfällt damit ein Verstoß gegen die Zugabeverordnung, kann im Streitfall auch ein Verstoß gegen § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt der Wertreklame mangels besonderer weiterer, die Wettbewerbswidrigkeit begründender Umstände nicht in Betracht gezogen werden.

3. Die angegriffene Werbung ist schließlich auch nicht als irreführend (§ 3 UWG) zu beanstanden. Eine Täuschung des Verkehrs über die Preisgünstigkeit des Angebots scheidet aus. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts liegt der Preis für das aus Gefriertruhe und Schweinehälfte bestehende Gesamtangebot der Beklagten mit 598,-- DM um mindestens 81,-- DM unter dem Preis, den die Mitbewerber für die Gefriertruhe allein verlangen. Andere Umstände, die eine Prüfung nach § 3 UWG nahelegten, sind nicht gegeben.

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

Piper

Mees

v. Ungern-Sternberg

Ullmann

Starck