

19

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1

"Eröffnungsrabatt"

Zur Frage der Wettbewerbswidrigkeit, wenn ein Handelsunternehmen aus Anlaß der Neueröffnung von Filialen seine Lieferanten in einem Rundschreiben zur Einräumung eines Eröffnungsrabatts auffordert.

BGH, Urt. v. 9. Juni 1982 - I ZR 96/80 - OLG Hamm
LG Bochum

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 96/80

URTEIL

Verkündet am
9. Juni 1982
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

M [REDACTED] e.V., S [REDACTED] A [REDACTED], W [REDACTED], dieser
vertr. d.d. Vorstand, dieser vertr. d.d. Vorsitzenden,
Dipl.-Volkswirt Kurt M [REDACTED],

Kläger und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dres. [REDACTED] und
[REDACTED] -

gegen

Firma D [REDACTED] & Co., GmbH, C [REDACTED] H [REDACTED],
(Haus 2), B [REDACTED] 1, diese vertr. d.d. Geschäftsführer
Werner D [REDACTED] und Hubert D [REDACTED], ebenda,

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

19

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 9. Juni 1982 durch
den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die
Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Piper und Dr. Erdmann

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des
4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts
Hamm vom 20. März 1980 wird auf Kosten
des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

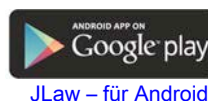
Tatbestand

Die Beklagte betreibt in B■■■■ einen Verbraucher-
markt und unterhält in B■■■■ und Umgebung jedenfalls
noch 15 weitere Niederlassungen, nach ihrer Darstellung
freilich von geringerer Größe (je etwa nur 500 bis 1.000 qm
Verkaufsfläche). Aus Anlaß der für Mitte Dezember 1978 ge-
planten Eröffnung zweier neuer Filialen in B■■■■-H■■■■

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
[\(mobile App\)](#)



und B[REDACTED]-L[REDACTED] verschickte sie im Herbst 1978 an ihre Lieferanten im Lebensmittelbereich und im non-food-Sektor ein Rundschreiben, in dem es heißt:

"... Anlässlich dieser Neueröffnungen erbitten wir für eine Lieferung einen Eröffnungsrabatt von 10 % und sehen Ihrer schriftlichen Zusage entgegen.

Zu gegebener Zeit werden wir Ihnen einen Auftrag deutlich als "Erstauftrag Neueröffnung" gekennzeichnet zugehen lassen.

Aus organisatorischen Gründen soll jedoch die Ware an unser Zentrallager ... angeliefert werden.

Wir würden es begrüßen, wenn Sie auch diesmal unserer Bitte nachkommen würden.

Somit ist gewährleistet, daß wir mit Ihren Artikeln einen guten Start in unseren neuen Niederlassungen haben werden ..."

Die Beklagte war bei (mindestens) einer ähnlichen Gelegenheit früher ebenso an ihre Lieferanten mit der "Erwartung" eines 10%igen Eröffnungsrabatts herangetreten; das damals versandte - sonst nahezu wortgleiche - Schreiben vom 12. Oktober 1976 schloß mit den Worten:

"Wir würden uns freuen, wenn Sie dieser Bitte nachkommen. So ist umso mehr gewährleistet, daß Ihre Artikel weiterhin gelistet bleiben und wir gemeinsam einen guten Start in unserer neuen Niederlassung haben werden ..."

Schon damals beanstandete der Kläger, der sich als Zusammenschluß der Markenartikelindustrie nach seiner Satzung die Förderung der ideellen und der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder zum Ziel gesetzt hat, diese Form des "Anzapfens" durch die Beklagte. Die Beklagte erklärte daraufhin seinerzeit mit Schreiben vom 9. Dezember 1976, bei künftigen Neueröffnungen mit Markenartikel-Herstellern nur im Rahmen bestehender Gesetze und Marktgepflogenheiten über Einführungsrabatte, Werbekostenzuschüsse oder sonstige Preisnachlässe verhandeln zu wollen, ohne Druck auf den jeweiligen Partner auszuüben.

Der Kläger sieht auch in dem neuerlichen Rundschreiben der Beklagten vom Herbst 1978 einen gegen die guten Sitten im Wettbewerb verstößenden Fall des "Anzapfens". Er macht geltend, das Vorgehen der Beklagten liege auf einer Linie mit den in der Rechtsprechung schon behandelten Fällen des sog. "Anzapfens", in denen der Händler den Lieferanten oder Hersteller auffordert, sich an den Werbeaktionen des Händlers zu beteiligen, Schaufenster- oder Regalmiete zu zahlen oder in sonstiger Weise dem Händler Vorteile zuzuwenden, um die Geschäftsverbindung zu fördern. Auch hier werde dabei in mehr oder weniger offener Form ein psychologischer Druck auf den Vertragspartner in dem Sinne ausgeübt, daß der Lieferant oder Hersteller mit dem Verlust der Geschäftsverbindung rechnen müsse, wenn er auf die Wünsche des Händlers nicht eingehe. Der Kläger wertet das als eine Störung im Gefüge der Marktordnung und eine unzuträgliche Verlagerung der Funktionen des Einzelhandels auf die Stufe der Hersteller/Lieferanten.

Der Kläger hat deshalb Klage erhoben mit dem Antrag,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung von Ordnungsgeld bis zu 500.000,-- DM (bzw. Ersatzordnungshaft) oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,

Hersteller von Markenartikeln aufzufordern, anlässlich der Eröffnung neuer Niederlassungen der Beklagten für Lieferungen einen Eröffnungsrabatt von 10 % zu gewähren.

Die Beklagte hat um Abweisung der Klage gebeten.

Sie hat auf wesentliche Unterschiede zu den in der Rechtsprechung bisher behandelten Fällen des sog. Anzapfens hingewiesen, die Zahlen der angeschriebenen Geschäftspartner und das Ausmaß ihrer Bereitschaft zur Beteiligung an den Eröffnungsrabatten mitgeteilt und im übrigen bestritten, daß diejenigen Firmen, die sich gar nicht oder nur in geringerem Maße zu Eröffnungsrabatten bereitgefunden hätten, von ihr (der Beklagten) in irgendeiner Form benachteiligt worden seien.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die dagegen gerichtete Berufung des Klägers hat das Oberlandesgericht zurückgewiesen (BB 1980, 1341). Mit der Revision verfolgt der Kläger seinen Klageantrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht ist der Ansicht, ein unlauterer, gegen § 1 UWG verstoßender Fall des sog. "Anzapfens" sei nicht gegeben. Der Sachverhalt unterscheide sich rechtserheblich von den in der Rechtsprechung bisher behandelten Fällen. Hier gehe es lediglich um einen Preisnachlaß bei regulären Warenlieferungen an den Händler. Das Handeln um den Preis für eine Warenbestellung sei im Bereich einer freien Marktwirtschaft legitim. Es sei dabei grundsätzlich auch unerheblich, mit welchen Argumenten der Händler seinen Wunsch nach vorteilhafteren Preiskonditionen zu stützen suche. Auch in der Bitte um Gewährung eines Eröffnungsrabattes liege aus dieser Sicht kein sittenwidriges Ansinnen im Rahmen des Aushandelns günstiger Einkaufsbedingungen. Bei reinen Preisverhandlungen sei der Händler im Rahmen der allgemeinen Handlungsfreiheit im Wirtschaftsleben grundsätzlich frei.

Ein anstößiger psychologischer Druck auf die Vertragspartner komme in dem Rundschreiben der Beklagten vom Herbst 1978 nicht zum Ausdruck. Es unterscheide sich von dem Rundschreiben des Jahres 1976 dadurch, daß es keinen wörtlichen Hinweis auf einen bei Ablehnung der Rabattwünsche denkbaren Abbruch der Geschäftsverbindung enthalte. Soweit der eine oder andere Empfänger des in der Textfassung "entschärften" Rundschreibens vom Herbst 1978 je nach der augenblicklichen Stärke oder Schwäche seiner Marktposition bei sich Erwägungen darüber angestellt haben möge, ob er sich eine mögliche Belastung der Geschäftsverbindung mit der Beklagten durch Ablehnung ihres Rabattwunsches leisten könne, sei dies eine

psychologische Situation, die jedem freien Aushandeln der günstigsten Konditionen nun einmal eigentümlich sei. Es sei legitim, daß jeder Verhandlungspartner die wirklichen oder vermeintlichen Vorteile seiner Marktposition auszuspielen suche, sofern er nicht eine vorhandene, besonders starke oder beherrschende Marktposition in kartellrechtlich bedenklicher Weise auszunutzen bestrebt sei, wofür aber der Sachverhalt hier keine Anhaltspunkte biete.

Bei dieser Sachlage sei das Vorgehen der Beklagten schließlich auch nicht als eine unter § 1 UWG fallende unlautere wettbewerbsverzerrende Verletzung der dem Einzelhandel in der Wirtschaftsordnung zugewiesenen Funktion zu erfassen, was das Berufungsgericht näher ausführt.

II. Die dagegen gerichtete Revision hat keinen Erfolg.

1. Zutreffend geht das Berufungsgericht davon aus, daß das freie Aushandeln des Preises für bestimmte Warenlieferungen grundsätzlich legitim ist. Das stellt auch die Revision nicht in Abrede, meint aber, das Schreiben vom Herbst 1978 sei vom Berufungsgericht zu Unrecht als Teil einer solchen Preisverhandlung über bestimmte Lieferungen angesehen worden, es hätte richtigerweise als Forderung nach Gewährung einer Geldleistung als Vorbedingung für den weiteren Bezug der Erzeugnisse der angesprochenen Hersteller angesehen werden müssen. Es hätte deshalb rechtlich wie die Fälle behandelt werden müssen, in denen der Händler von seinen Lieferanten Zuwendungen gefordert hatte, die selbständig neben Warenlieferungen gewährt werden sollten (BGH WRP 77, 177 = GRUR 1977, 257 - Schaufensteraktion; Oberlandesgericht Hamm, BB 1977, 668) oder bei denen Geld-

beträge allein für die Aufnahme von Waren in das Sortiment des Händlers gefordert worden waren (BGH GRUR 1977, 619, 621 = BB 1977, 262 = WRP 1977, 183 - Eintrittsgeld).

Die gegenteilige Würdigung des genannten Rundschreibens durch das Berufungsgericht kann jedoch aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden. Sie ist auf den Wortlaut des Schreibens gestützt, der die Auslegung zuläßt, daß ein Preisnachlaß für bestimmte Warenlieferungen gefordert werde. Diese wurden allerdings in dem Schreiben nach Gegenstand und Lieferumfang noch nicht näher bezeichnet. Deshalb handelt es sich aber noch nicht um eine vom Warenbezug unabhängige Zuwendung in dem genannten Sinne. Denn sie wurde jedenfalls erst und nur nach Maßgabe und im Zusammenhang mit der Lieferung der angekündigten Bestellung "Erstauftrag Neueröffnung" wirksam, also im Preis einer bestimmten Lieferung. Die Revision macht insoweit ferner geltend, aus dem Text des Rundschreibens, insbesondere der Formulierung "auch diesmal" als einer Anknüpfung an das frühere, für den Fall der Weigerung einen Abbruch der Geschäftsverbindung androhenden Schreiben, sowie aus der geforderten schriftlichen Zusage hätte das Berufungsgericht folgern müssen, daß ohne eine solche Zusage ein weiterer Bezug abgelehnt werde. Das Berufungsgericht hat nicht verkannt, daß das Schreiben geeignet war, einen gewissen Druck auf die Empfänger auszuüben und die Möglichkeit des Abbruchs der Geschäftsverbindung als denkbare Folge einer Ablehnung bewußt machen konnte. Wenn das Berufungsgericht daraus nicht den Schluß gezogen hat, die gestellte Forderung sei eine vom Bezug bestimmter Waren unabhängige, auf eine Sonderzuwendung gerichtete, dann ist das nicht zu beanstanden, so daß das Berufungsgericht das Rundschreiben als Teil einer Preisverhandlung, nicht als Forderung einer selbständigen Zuwendung, behandeln durfte.

2. Auch soweit das Berufungsgericht in diesem Rahmen das beanstandete Schreiben unter dem Gesichtspunkt einer etwa wettbewerbswidrigen Druckausübung geprüft und als nicht zu beanstanden beurteilt hat, ist aus Rechtsgründen nichts zu erinnern. Daß ein Kaufmann im Zuge geschäftlicher Verhandlungen vor die Situation gestellt wird, Nachteile, auch den Abbruch der Geschäftsverbindung, zu gewärtigen, wenn er auf die Vorstellungen der Gegenseite nicht eingeht, ist jedem freien Aushandeln der günstigsten Konditionen im Wettbewerb eigentümlich. Hierzu hat der Senat bereits in der "Eintrittsgeld"-Entscheidung (GRUR 1977, 619, 621 = WRP 1977, 181, 184) ausgeführt, die Ablehnung einer Geschäftsverbindung bei Nichtannahme der gestellten Bedingung gehöre im Geschäftsleben zu den üblichen Verhaltensweisen und könne wettbewerbsrechtlich nur unter besonderen Umständen unzulässig sein; dabei liege die Unzulässigkeit regelmäßig nicht in der Ausübung eines gewissen Drucks, sondern in zusätzlichen Umständen wettbewerbslicher Art. Das Berufungsgericht hat dem Sachverhalt keinen Anhalt für das Vorliegen solcher besonderen Umstände entnehmen können, auch nicht unter dem Gesichtspunkt des Mißbrauchs einer besonders starken oder gar beherrschenden Marktposition. Das ist nach den getroffenen Feststellungen nicht zu beanstanden.

3. Das Berufungsgericht erörtert ferner, ob das umstrittene Rundschreiben im Rahmen des § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt einer wettbewerbsverzerrenden Verletzung der dem Einzelhandel in der Wirtschaftsordnung zugewiesenen Funktion zu beanstanden sei. Es verneint das, soweit der Kläger geltend macht, die Beklagte trachte danach, Geschäftsunkosten, wie hier den Kostenaufwand für die Eröffnung einer Filiale, auf die Großhandels- oder Herstellerstufe abzuwälzen, was eine Störung der leistungsgerechten Partnerschaft zwischen Groß- und Einzelhandel darstelle und das Gefüge der betreffenden

Marktordnung gefährde. Das Berufungsgericht läßt offen, ob derartige Funktionsverschiebungen wettbewerbsrechtlich zu mißbilligen seien, jedenfalls sei dies aber für den Fall des Eröffnungsrabatts abzulehnen, weil das letztlich darauf hinauslaufe, jede Rabattgewährung und damit letztlich den Preiswettbewerb zwischen den Lieferanten als unzulässig erscheinen zu lassen. Die Revision beruft sich demgegenüber auf die Grundsätze der Eintrittsgeld-Entscheidung des Senats, die auf den Streitfall anzuwenden seien. Zutreffend hat das Berufungsgericht jedoch einen Verstoß gegen jene Sätze mit der Begründung verneint, das Aushandeln günstiger Preiskonditionen durch den Einzelhändler stelle keinesfalls eine Verletzung der Einzelhandelsfunktionen dar, so weitgehende Folgerungen lägen auch nicht im Rahmen der genannten BGH-Entscheidung.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

v. Gamm

Alff

Merkel

Piper

Erdmann