

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

RabattG §§ 1, 2

R a b a t t f ü r b r a n c h e n f r e m d e
W i e d e r v e r k ä u f e r

Ein Möbelverkäufer verstößt gegen die §§ 1, 2 des Rabattgesetzes, wenn er in wahllos versandten Rundschreiben an Gewerbetreibende beliebiger fremder Branchen diese auffordert, als Wiederverkäufer für Möbel tätig zu werden und ihnen dabei 30 % Rabatt auf die angekündigten Endverbraucherpreise anbietet.

BGH, Urt. v. 15. Januar 1969 - I ZR 8/68 - OLG Karlsruhe
LG Karlsruhe

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I_ZR_8/68

URTEIL

Verkündet am

15. Januar 1969

Werner,

Justizobersekretär

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Firma Ba [REDACTED] KG, Br [REDACTED], Schi [REDACTED]straße [REDACTED],
vertreten durch den Komplementär Oskar L [REDACTED], Kaufmann,
Br [REDACTED], Sch [REDACTED]straße [REDACTED],

Beklagten und Revisionsklägerin,

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

gegen

den F [REDACTED]v [REDACTED] des Mö [REDACTED] Baden-Württemberg e.V.,
St [REDACTED], T [REDACTED] Straße [REDACTED], gesetzlich vertreten durch
seinen Vorstandsvorsitzenden, Möbelkaufmann Walter Bu [REDACTED],
obenda,

Kläger und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Prof.Dr. [REDACTED]
und Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 15. Januar 1969 unter Mitwirkung der Senatspräsidentin Dr. Krüger-Nieland und der Bundesrichter Pehle, Dr. Sprenkmann, Dr. Simon und Dr. Merkel

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 11. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Karlsruhe vom 19. Dezember 1967 wird auf Kosten der Beklagten mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß der Beklagten untersagt wird,

durch Rundschreiben an beliebige branchenfremde Gewerbetreibende Möbel dergestalt anzubieten, daß sie als Wiederverkäufer auf die Originalpreise der Beklagten 30 % Rabatt erhalten,

sowie an derartige Gewerbetreibende, die nicht als Wiederverkäufer von Möbeln tätig werden, Möbel mit mehr als 3 % Rabatt zu veräußern.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte wurde 1958 als Möbelgroßhandlung gegründet. Seit 1961 betreibt sie auch den Einzelhandel mit Möbeln. Sie unterhält ein Möbellager. Ihre Gesellschafter führen auch ein schon seit langem bestehendes Möbelseinzelhandelsgeschäft mit Niederlassungen in Br███, B███ und W███. Im Jahre 1965 beschaffte sich



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

die Beklagte von einem Adressbuchverlag die Anschriften der in ihrem Einzugsbereich ansässigen Händler und Gewerbetreibenden. An diese versandte sie ohne Rücksicht auf die Branchenzugehörigkeit Rundschreiben, in denen sie sie aufforderte, als Wiederverkäufer von Möbeln tätig zu werden, so auch an das Café I [REDACTED] in K [REDACTED]. Sie sagte dabei Händlererrabatte von 30 % und 33 % zu sowie weitere 3 % Nachlaß bei Barzahlung. Vorausgesetzt werde lediglich, so heißt es dabei, daß die Angesprochenen die Einzelhandelsgenehmigung oder eine Erlaubnis zur Ausübung eines Gewerbes besäßen und daß die Möbel nicht für den Angesprochenen persönlich, sondern zum Wiederverkauf bestimmt seien. Einem weiteren Rundschreiben an denselben Personenkreis hat die Beklagte, wie sie ausführt, um Letztverbrauchern die Erschleichung des Funktionsrabattes zu verwehren, jeweils zwei Einkaufsausweise beigelegt, die an Kunden weitergegeben werden könnten.

Die Klägerin sieht in dieser Verkaufsmethode einen Verstoß gegen das Rabattgesetz, weil die Beklagte es zumindest in Kauf nehme, daß die von ihr angesprochenen branchenfremden Gewerbetreibenden die Möbel für sich selbst als Letztverbraucher erwürben und dabei den Rabatt in Anspruch nähmen. Die Beklagte überwache nicht, ob die Möbel wirklich weiterverkauft würden. Die Klägerin hat beim Landgericht beantragt,

der Beklagten bei Vermeidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Geld- oder Haftstrafe zu untersagen, Angebote an Endverbraucher zu machen, durch welche diesen die Gewährung eines Rabatts von mehr als 3 % in Aussicht gestellt wird.

Die Beklagte hat beantragt,
die Klage abzuweisen.

Sie sieht dieses Vorgehen als eine neue Vertriebsmethode an, deren sie sich bedienen müsse, weil sie wegen ihres den Möbelseinzelhändlern in ihrer Gegend bekannten Zusammenhanges mit ihrem eigenen wettbewerbsorientierten Einzelhandelsgeschäft Fachhändler nur in beschränktem Umfang als Wiederverkäufer habe gewinnen können. Rabattverstöße seien dabei nicht zu erwarten, da sie überprüfe, ob ihre Kunden Händler oder Inhaber eines Gewerbescheines seien. Sie lehne einen Verkauf zu Großhandelsbedingungen ab, wenn der Kunde nicht am Weiterverkauf interessiert sei. Zuwiderhandlungen habe die Klägerin nicht bewiesen. Der Erfolg ihrer Bemühungen zeige sich in ihrer Kundenstatistik für 1966, danach führe sie unter 502 Großhandelskunden 362 branchenfremde, von denen 102 dreimal, 90 zweimal und 170 einmal gekauft hätten. Ihre Endverbraucherpreise seien auch echte Preise. Sie seien für Groß- und Einzelhandel gleich. Ihr Großhandelsumsatz belaufe sich lediglich auf 3/5 des Gesamtumsatzes.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die Klägerin hat Berufung eingelegt und beantragt,

der Beklagten bei Vermeidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Geld- oder Haftstrafe zu untersagen:

- 1) Durch Rundschreiben solchen Gewerbetreibenden, die bis zum Empfang des Rundschreibens mit dem Möbelhandel nichts zu tun hatten, anzubieten, daß sie als Wiederverkäufer für ihre Möbel auf deren Originalpreise 30 % Rabatt erhalten würden,

hilfsweise,

den branchenfremden Empfängern derartiger Rundschreiben Rabatt zu gewähren, bevor sie nachgewiesen hätten, daß sie die Ware zum Zwecke des Wiederverkaufs erwerben würden,

- 2) letzten Verbrauchern Waren mit mehr als 3 % Rabatt anzubieten oder an sie zu veräußern.

Sie hat behauptet, die Käufer brauchten den ihnen von der Beklagten zugesandten Ausweis nicht einmal vorzuzeigen.

Die Beklagte hat beantragt,
die Berufung zurückzuweisen.

Sie hat ausgeführt, Möbel gehörten nicht zu den Waren des täglichen Bedarfs im Sinne des § 1 Rabattgesetz.

Das Oberlandesgericht hat der Berufung stattgegeben und hat der Beklagten unter Strafandrohung untersagt,

durch Rundschreiben solchen Gewerbetreibenden, die bis zum Empfang des Rundschreibens mit dem Möbelhandel nichts zu tun hatten, Möbel mit mehr als 3 % Rabatt anzubieten, insbesondere anzubieten, daß sie als Wiederverkäufer auf die Originalpreise der Beklagten 30 % Rabatt erhielten, sowie an derartige Gewerbetreibende Möbel mit mehr als 3 % Rabatt zu veräußern.

Mit der Revision beantragt die Beklagte, das angefochtene Urteil aufzuheben und die Berufung zurückzuweisen. Dem tritt die Klägerin entgegen.

Entscheidungsgründe:

I. 1. Das Berufungsgericht legt zunächst dar, daß Möbel der üblichen Serienanfertigung, wie sie die Beklagte vertreibt, zu den Gegenständen des täglichen Bedarfs gehörten, die dem Rabattverbot der §§ 1, 2 Rabattgesetz unterfallen. Diese Beurteilung ist rechtlich nicht zu beanstanden, wird auch von der Revision nicht angegriffen.

2. Das Berufungsgericht stellt dann fest, daß die branchenfremden Gewerbetreibenden, an die sich die Rundschreiben richten, auf diesem Wege in erster Linie ihren eigenen Möbelbedarf decken würden, daß es dagegen selten vorkommen werde, daß etwa Friseure, Bäcker, Kolonialwarenhändler, Schlosser usw. auch noch als Möbelverkäufer erfolgreich sein würden. Damit seien diese Kreise aber als Letztverbraucher im Sinne des § 1 Rabattgesetz anzusehen. Die Behauptungen der Beklagten, sie wolle sich nur neue Wiederverkäufer erschließen und sie überprüfe die Händler-eigenschaft oder den Besitz der Gewerbe-erlaubnis bei ihren Kunden, könnten als zutreffend unterstellt werden, da allein schon der Tatsache, daß nicht der Fachhandel der betreffenden Sparte, sondern Gewerbetreibende aller Arten angesprochen würden, zu entnehmen sei, daß es notwendig zu ernststen Verstößen gegen das Rabattgesetz kommen müsse.

II. Die dagegen gerichteten Angriffe der Revision sind nicht begründet.

1. So schon nicht die Rüge, es fehle an einer Begründung für die Feststellung, Rabattverstöße seien bei

diesem Vorgehen nicht zu verhindern (§ 551 Ziff. 7 ZPO). Wenn das Berufungsgericht darauf verweist, es komme selten vor, daß Friseure, Bäcker usw. noch als Möbeldändler erfolgreich tätig werden würden, so genügen diese Ausführungen in Verbindung mit dem darin liegenden Hinweis auf die Lebenserfahrung den Ansprüchen, die an eine Begründung im Sinne des § 551 Ziff. 7 ZPO zu stellen sind.

2. Die Feststellung des Berufungsgerichts steht auch sachlich nicht im Widerspruch zur Lebenserfahrung. Wird wahllos ein Personenkreis angesprochen, der in keiner Beziehung zum Möbelhandel steht, sondern als gemeinsam lediglich hat, daß er einerseits selbst als Interessent für Möbel in Betracht kommt, andererseits Gewerbetreibender bzw. Einzelhändler ist, so widerspricht es nicht der Lebenserfahrung, daß jedenfalls ein nicht unerheblicher Teil dieser Verkehrskreise, sofern er überhaupt einer Geschäftsverbindung mit der Beklagten nähertreten will, die angebotenen Möbel für den eigenen Bedarf zu erwerben versuchen wird. Denn die Bereitschaft, Möbel als völlig branchenfremde Erzeugnisse zu vertreiben, ist angesichts des ohnehin meist breiten Sortiments der Einzelhändler im allgemeinen nicht groß und auch sonstige Gewerbetreibende werden dazu oft nicht bereit sein, weil ein planmäßiger Weiterverkauf von Möbeln im Nebenberuf schon deshalb schwierig ist, weil Möbelkaufinteressenten außerhalb des engsten Bekanntenkreises in der Regel nicht ohne erhebliche Aufwendungen an Arbeit und Werbungskosten namhaft zu machen sind. Zwar mag es etwa für "branchennahe" Berufe, wie Tischler, Polsterer, Ausstattungsgeschäfte usw., die eher Verbindung zu Möbelinteressenten finden, lohnend sein, als Vermittler oder

Wiederverkäufer tätig zu werden und gelegentlich mag das auch für Handelsvertreter gelten. Die Frage, ob solchen "branchennahen" Personenkreisen gegenüber gezielt in der vorliegenden Form geworben werden darf, bedarf hier keiner Entscheidung, denn das vorliegende Verfahren bezieht sich allein darauf, ob wahllos Gewerbetreibende aller denkbaren Branchen in dieser Weise angesprochen werden dürfen. Aber auch wenn man ein gewisses Interesse bei branchenfremden Kreisen unterstellt, so bleibt doch, darin ist dem Berufungsgericht beizustimmen, ein nicht unerheblicher Kreis von Interessenten übrig, der von dem Angebot lediglich in der Form Gebrauch machen würde, daß er den Rabatt in Anspruch nimmt, die Möbel aber für sich selbst erwirbt. Dafür spricht auch die Kundenstatistik der Beklagten, wenn dort unter 502 Firmenkunden 72 % branchenfremde Händler aufgeführt sind, von denen aber 47 % nur einmal gekauft haben.

Ob eine Ausbildung dieses Systems in der Art möglich ist, daß ein Mißbrauch in rechtlich ausreichendem Maße ausgeschlossen wird, bedarf hier keiner Entscheidung, denn die Feststellung des Berufungsgerichts, die von der Beklagten nach ihrer Behauptung getroffenen Maßnahmen reichten dazu nicht aus, hält den Angriffen der Revision stand. Diese verweist auf die unter Beweis gestellte Behauptung der Beklagten, bei allen Kunden sei die Händler-eigenschaft oder der Besitz eines Gewerbescheines überprüft worden und es sei in Fällen, in denen ein Interesse am Wiederverkauf verneint worden sei, entweder ohne Rabatt oder gar nicht verkauft worden. Eine solche formale Prüfung gewährleistet indessen nicht, daß der Inhaber eines Gewerbescheines die bestellten Möbel weiterveräußert und nicht unter Ausnutzung des Rabattes selbst behält. Eine

solche Folge kann zwar auch eintreten, wenn sich ein Hersteller oder Großhändler auf der Suche nach Wiederverkäufern an Einzelhändler wendet, die der Branche nahestehen. Es kann dahinstehen, ob dies im Fall einer Beschränkung der beanstandeten Werbung auf solche der Möbelbranche nahestehende Gewerbetreibende die Annahme eines Rabattverstoßes rechtfertigen würde. Denn wendet er sich, wie hier die Beklagte, wahllos an Angehörige der verschiedensten Branchen, die nicht von vornherein als Wiederverkäufer in Betracht kommen, so bedarf es wegen der drohenden Häufung solcher Rabattverstöße zu reichender Maßnahmen, wenn eine solche Vertriebsmethode mit wettbewerbsrechtlichen Grundsätzen vereinbar sein soll. Auch die Zurückweisung derer, die sich als Letztverbraucher zu erkennen geben, schließt es nicht aus, daß in erheblichem Umfange von der Beklagten solche Abnehmer beliefert werden, die eine derartige Offenbarung vermeiden. Daß die Gefahr einer Täuschung der Beklagten über den Erwerb zu eigenem Gebrauch nicht bestehe, jedenfalls aber weit überschätzt werde, kann der Revision in dieser Allgemeinheit nicht eingeräumt werden. Der gewährte Rabatt fällt, weil Möbel nicht unerhebliche Preise haben, wirtschaftlich stark ins Gewicht und stellt deshalb einen Anreiz dar, der angesichts der oberflächlichen Prüfung geeignet ist, zum Mißbrauch zu verleiten. Auch der Hinweis der Revision, der Anreiz für branchenfremde Händler liege nicht in der Anschaffung für eigene Zwecke, die ohnehin nur ein- oder zweimal im Leben vorgenommen werde, sondern in der Suche neuer Abnehmer, vermag den Einwand des Mißbrauchs nicht zu entkräften, der gerade bei denjenigen droht, die an einer Wiederverkaufstätigkeit nicht interessiert sind, wohl aber die Gelegenheit benutzen, eigenen Bedarf zu decken.

3. Zutreffend nimmt das Berufungsgericht an, diese Feststellungen rechtfertigten die Annahme, daß die Beklagte einen unzulässigen Rabatt gegenüber Letztverbrauchern im Sinne des § 1 Abs. 1 des Rabattgesetzes angekündigt und auch gewährt hat. Auch ein Gewerbetreibender, der eine Ware für den eigenen Bedarf erwirbt, ist als Letztverbraucher im Sinne dieser Vorschrift anzusehen (vgl. Urt. des Senats vom 15. Mai 1968, GRUR 1968, 595 [597]), was die Revision auch nicht in Zweifel zieht. Ebenso ist die Annahme unbedenklich, daß die Preise, von denen der Rabatt angekündigt oder gewährt wird, als Normalpreise der Beklagten anzusehen sind, denn die Beklagte trägt selbst vor, daß sie an Endverbraucher zu diesen Preisen verkauft. Den Unterlassungsanspruch hat das Berufungsgericht der Klägerin danach zu Recht zugesprochen.

III. Die Angriffe der Revision gegen die Fassung des Unterlassungsgebotes geben Veranlassung, die Urteilsformel klarzustellen. Das Berufungsgericht hat sie dahin formuliert, der Beklagten werde untersagt,

durch Rundschreiben solchen Gewerbetreibenden, die bis zum Empfang des Rundschreibens mit dem Möbelhandel nichts zu tun hatten, Möbel mit mehr als 3 % Rabatt anzubieten, insbesondere anzubieten, daß sie als Wiederverkäufer auf die Originalpreise der Beklagten 30 % Rabatt erhielten sowie an derartige Gewerbetreibende Möbel mit mehr als 3 % Rabatt zu veräußern.

Die Revision beanstandet, die Beklagte habe ein solches Angebot, wie es vor dem Wort "insbesondere" verboten werde, in ihrem Rundschreiben nicht gemacht, den höheren

Rabatt vielmehr ausschließlich auf den Fall des Wiederverkaufs beschränkt. Das mit "insbesondere" beginnende vorbehaltlose Verbot der 30 %igen Rabattankündigung für Wiederverkäufer widerspreche der Gewerbefreiheit, die es erlaube, branchenfremde Händler in den Möbelvertrieb einzuschalten. Es ist einzuräumen, daß die Fassung Anlaß zu Mißverständnissen geben könnte. Sie war daher der konkreten Verletzungsform entsprechend, die oben bereits abgegrenzt worden ist, klarzustellen. Darin liegt jedoch sachlich keine Änderung.

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

Krüger-Nieland

Pehle

Sprenkmann

Simon

Merkel