

Nachschlagewerk: ja  
Amtliche Sammlung: nein  
Veröffentlichung: ja

UWG §§ 3,1

W i c k e l

- a) Die Verteilung von Kaufausweisen an Letztverbraucher, denen gegen Vorlage des Ausweises von den darauf aufgeführten Großhändlern und Fabrikauslieferungslagern Ware im Namen und für Rechnung des die Ausweise ausgebenden Unternehmens verabfolgt wird, stellt keine unzulässige Wettbewerbsmaßnahme dar, wenn die Letztverbraucher über die Funktionen, welche die beteiligten Unternehmen in diesem Vertriebssystem ausüben, wahrheitsgemäß und unmißverständlich aufgeklärt werden.

Darin allein, daß das die Kaufausweise ausgebende Unternehmen als "Einzelhandelsfirma", die mit der Warenabgabe befaßten Unternehmen als Großhändler oder Fabrikauslieferungslager bezeichnet werden, ist angesichts einer solchen Aufklärung eine Irreführung nicht zu erblicken. Dies gilt auch dann, wenn das als "Einzelhandelsfirma" bezeichnete Unternehmen kein Ladengeschäft unterhält.

- b) Die Werbung für ein solches Vertriebssystem mit der Angabe, gegen Vorlage des Kaufausweises werde zu Preisen verkauft, welche die Großhandels- oder Fabrikpreise nur um 9 % überschreiten, ist nicht zu beanstanden, wenn die geforderten Preise tatsächlich um nicht mehr als 9 % über den Preisen liegen, welche die betreffenden Großhändler oder Fabrikauslieferungslager den Einzelhändlern berechnen. Bei der wettbewerbsrechtlichen Beurteilung dieser Angabe hat ein den Einzelhändlern etwa gewährter Mengenrabatt außer Betracht zu bleiben.

BGH, Urt.v.9. Dezember 1964 - Ib ZR 24/63 - OLG Hamm  
LG Dortmund,  
Kammer für Handelsachen

# BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

Ib ZR 24/63

URTEIL

Verkündet am

9. Dezember 1964  
Zug,  
Justizangestellter  
als Urkundsbeamter  
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Z[REDACTED] z[REDACTED] Be[REDACTED] u[REDACTED] Wet[REDACTED] e.V.,  
vertreten durch das geschäftsführende Vorstandsmitglied  
Dr.jur. G[REDACTED], F[REDACTED] a.M., B[REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma W[REDACTED] KG, We[REDACTED]/S[REDACTED], Wi[REDACTED]straße [REDACTED],  
vertreten durch ihren geschäftsführenden persönlich  
haftenden Gesellschafter, den Kaufmann Gerhard Me[REDACTED],  
T[REDACTED], Kreis Si[REDACTED], Se[REDACTED] Weg [REDACTED],

Beklagten und Revisionsbeklagten,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt [REDACTED] -

- 2 -

Der Ib-Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 9. Dezember 1964 unter Mitwirkung der Bundesrichter Dr. Krüger-Nieland, Jungbluth, Pehle, Dr. Sprenkmann und Alff

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm (Westf.) vom 23. November 1962 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Klägerin ist ein Verband, der sich die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs zum Ziel gesetzt hat.

Die Beklagte betreibt seit längerer Zeit, mindestens seit dem Jahre 1959, Geschäfte in der Weise, daß sie an Letztverbraucher sogenannte "Kaufscheinhefte" oder neuerdings auch "Kundenausweise" ausgibt, gegen deren Vorlage die Inhaber bei den auf den Heften oder Ausweisen aufgeführten "Vertragslieferanten" (oder "Vertragsfirmen") Waren des jeweiligen Geschäftszweiges, unter anderem Textilien, Möbel, Elektrogeräte, Uhren und Goldwaren, Schuhe und Lederwaren, Tapeten, Farben, Lacke aussuchen und erwerben können. Die Hefte und Ausweise sind auf bestimmte Ausgabebezirke zugeschnitten. Die darauf angegebenen Vertragslieferanten

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](#)

firmieren nahezu ausnahmslos als Großhandlungen oder als Fabrikauslieferungslager. In der Werbung der Beklagten werden sie als "W[REDACTED]-Verkaufsstellen (Fabrikauslieferungslager und Großhändler)", als "ausgesuchter Stamm leistungsfähiger Produktions- und Großhandelsfirmen vieler Branchen" oder als "Vertragsgroßhändler" bezeichnet. Sie sind außer im rheinisch-westfälischen Industriegebiet unter anderem auch in den Räumen Wie[REDACTED], F[REDACTED] a M[REDACTED], A[REDACTED] und D[REDACTED] ansässig. Die Beklagte unterhält außerdem in Siegen ein eigenes Einzelhandelsladengeschäft für Uhren, Goldwaren und Bestecke; ferner betreibt oder betrieb sie eine eigene Textilgroßhandlung mit mehreren Niederlassungen.

Auf dem Kaufscheinheft des neuesten Musters, das 10 Kaufscheinformulare enthält, findet sich unter anderem folgender Aufdruck:

"Durch dieses Kaufscheinheft weist sich der Inhaber als Kunde der Einzelhandelsfirma W[REDACTED] KG (= Beklagte) aus. Die auf der 2. und 3. Umschlagseite dieses Heftes verzeichneten Vertragslieferanten verkaufen an unsere Kunden in unserem Auftrag und für unsere Rechnung und Gefahr zu den mit uns vereinbarten Bedingungen... ..Beim Kauf ist das ganze Kaufscheinheft vorzulegen (nicht nur der herausgetrennte Kaufschein). Der Kaufschein wird vom Vertragslieferanten entnommen und verbleibt bei ihm. ....

Beim Kauf von Rundfunk- und Fernsehgeräten, Elektroherden, "aschmaschinen, Kühlschränken usw. ist Anschluß und Kundendienst voll gewährleistet...

.....Beanstandungen und Reklamationen sind bei den Vertragslieferanten anzubringen und gleich-

zeitig der W[REDACTED] KG....mitzuteilen....Die Einhaltung der vertraglichen Einkaufsbedingungen wird von der W[REDACTED] KG im Interesse des Käufers laufend kontrolliert."

Auf den einzelnen Kaufscheinen heißt es:

"Der Inhaber dieses Kaufscheins ist berechtigt, bei unseren Vertragslieferanten zu den mit uns vereinbarten Bedingungen Waren nach Wahl - mit Ausnahme von einigen Artikeln, die der gesetzlichen Preisbindung unterliegen - einzukaufen."

Die Kundenausweise des neuesten Musters enthalten die Vermerke:

"Die W[REDACTED] KG bittet hiermit die in diesem Ausweis aufgeführten Vertragsfirmen, den vorstehenden Kunden im Auftrage und für Rechnung der W[REDACTED] KG zu den vereinbarten niedrigen W[REDACTED]-Preisen zu beliefern.....

Garantie für niedrige Kalkulation und reelle Geschäftsgrundsätze. ....

....Kundenausweis immer sofort vorzeigen!

Dann ist gewährleistet, daß der bekannt vorteilhafte W[REDACTED]-Preis eingeräumt wird".

Auf den Ausweisen sind Felder für eine größere Reihe von Kaufbestätigungen vorgesehen, auf denen etwaige Käufe mit Preis und Tag von den Lieferanten zu vermerken sind; Waren, die der Preisbindung unterliegen, sind auch hier vom Angebot ausgenommen.

Als Vorzug ihres Vertriebssystems betont die Beklagte die günstige Preisgestaltung. Nach ihren Werbeangaben, die sie namentlich durch Verteilung von Prospekten, durch Rundschreiben und durch Zeitungsinserate verbreitet, besteht der Kaufpreis, den der Letztverbraucher zu zahlen hat, im Durchschnitt aus dem jeweiligen Großhandels- oder Fabrikpreis und Aufschlägen von 5 % für die eigenen Kosten der Beklagten und von 4 % für die Umsatzsteuer.

Die Rechtsbeziehungen zwischen der Beklagten und den Vertragslieferanten sind in gleichlautenden Verträgen geregelt, in denen die Beklagte als "Einzelhändler", der andere Teil als "Lieferant" bezeichnet wird. In den Verträgen ist unter anderem folgendes vereinbart:

... § 3

Der Einzelhändler verfügt über einen Kundenstamm, der von ihm im Rahmen der durch diesen Vertrag geschlossenen Geschäftsverbindung im eigenen Namen und für eigene Rechnung beliefert wird.

Hierzu führt der Einzelhändler dem Lieferanten diesen Kundenstamm zu. Der Lieferant ist seinerseits verpflichtet, die Kunden des Einzelhändlers in dessen Namen und für dessen Rechnung zu bedienen.

§ 4

1. Der Lieferant verkauft die vom Kunden des Einzelhändlers ausgesuchte Ware an diesen namens und für Rechnung des Einzelhändlers und zwar zu den vom Einzelhändler festgesetzten Preisen....

§ 5

1. Der Lieferant verpflichtet sich, nur solche Kunden im Auftrag und für Rechnung des Einzelhändlers zu bedienen, die sich als Kunden des Einzelhändlers durch einen von diesem ausgestellten Beleg legitimiert haben.....

§ 6

1. Der Lieferant sichert dem Einzelhändler für dessen Kundenstamm Kundenschutz in vollem Umfange zu, das heißt, er bedient diese Kunden weder unmittelbar noch mittelbar unter Ausschluß des Einzelhändlers.

2. Der Lieferant verpflichtet sich, in größerem Umfange nicht eigene Kunden zu Preisen zu beliefern, die unter denen liegen, die die Kunden des Einzelhändlers zu zahlen haben.

3. Der Lieferant verpflichtet sich ferner, den Einzelhändler mindestens zu den gleichen Bedingungen zu beliefern, wie die übrigen Einzelhändler auch.

§ 7

Für etwaige Mängelrügen haftet der Einzelhändler gegenüber den Kunden im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen...

§ 8

Der Lieferant ist verpflichtet, die vom Einzelhändler festgesetzten Endverbraucherpreise offen aus-

zuzeichnen oder, bei verschlüsselter Auszeichnung, entsprechende Preislisten auszulegen. Er verpflichtet sich außerdem, evtl. Preisbindungsvorschriften zu beachten.

## § 10

Der Einzelhändler hat sich zum Ziel gesetzt, die von ihm vertriebenen Waren mit größtmöglichen Preisvorteilen an den Endverbraucher zu liefern. Neben der niedrigen Handelsspanne des Einzelhändlers trägt auch der Lieferant durch eine großhandelsübliche Kalkulation hierzu bei.

Im einzelnen werden folgende Kalkulationsrichtlinien vereinbart:

(im vorgelegten Muster offen geblieben).

Mit der Klage, in die ursprünglich auch zwei sogenannte Vertragslieferanten einbezogen waren, hat die Klägerin zunächst das Ziel verfolgt, die Verteilung von Kaufscheinheften schlechthin zu unterbinden. Gegen einen der Vertragslieferanten ist die Klage zurückgezogen worden. Gegen den anderen hat die Klägerin den Rechtsstreit nach erstinstanzlicher Klageabweisung nicht mehr fortgeführt.

Was die verbliebene jetzige Beklagte anbetrifft, so hat die Klägerin die Auffassung vertreten, das gesamte Vertriebssystem der Beklagten sei zumal gegenüber den Mitbewerbern unlauter. Es diene der Verschleierung von Direktverkäufen des Großhandels, die jedenfalls in dem hier gehandhabten Ausmaße mit den berufsständischen Pflichten dieser Handelsstufe nicht vereinbar seien. Eine günstigere Preisgestaltung als im Einzelhandel sei dabei nur durch wettbewerbswidrige

Verwendung des dem Großhandel von den Herstellern gewährten Funktionsrabatts möglich. Bei einem wettbewerbsrechtlich einwandfreien Verhalten der Großhändler könne dagegen der von der Beklagten in Aussicht gestellte Preisvorteil nicht gewährt werden. Schon aus diesem Grunde sei die Ankündigung dieses Vorteils irreführend. Der Kunde werde aber auch deshalb getäuscht, weil bei vielen Waren aus dem Lieferprogramm der Beklagten, zum Beispiel bei Möbeln, zu mehr als 90 % ohnehin eine einstufige Verteilung, nämlich eine solche vom Hersteller unmittelbar über den Einzelhandel zum Letztverbraucher üblich sei. Im Gegensatz hierzu stelle der Verbraucher sich auf Grund der Werbung der Beklagten den üblichen Vertrieb zweistufig vor. Die daraufhin von ihm erwartete Verkürzung des Verteilungsweges mit den erhofften Einsparungen trete indessen bei jenen Waren überhaupt nicht ein. Die Beklagte nutze nach alledem nur die falschen Vorstellungen aus, die in weiten Kreisen über die vermeintlichen Vorteile der Direktgeschäfte des Großhandels beständen, und sie erwecke den unrichtigen Eindruck, ihr System biete dem Kunden in allgemeiner Form die Vorzüge der sonst nur gelegentlich und unter besonderen Umständen möglichen sogenannten Beziehungskäufe oder Kulanzgeschäfte. Dies gelte umso mehr, als der Ausweischarakter der Kaufscheinhefte oder Einkaufskarten bei den Inhabern das Gefühl der Privilegierung vor anderen Käuferschichten erzeuge.

Im einzelnen hat die Klägerin sich vor allem dagegen gewandt, daß die Beklagte im Rahmen ihres Vertriebssystems sich selbst als Einzelhändlerin, die Vertragslieferanten als Großhändler oder Fabrikauslieferungslager bezeichne und daß sie Preise von nur 9 % über den Fabrik- oder Großhandelspreisen ankündige. Sie hat geltend gemacht, innerhalb jenes Systems übe weder die Beklagte die Funktion eines Einzelhändlers noch der Vertragslieferant die eines

Großhändlers oder Auslieferungslagers aus. Die Beklagte betreibe lediglich Vermittlung und Werbung, während der Vertragslieferant sich als der eigentliche Einzelhändler betätige. Entgegen dem beim Publikum hervorgerufenen Eindruck gebe es ferner auch bei zweistufig verteilten Waren keinen Großhandelspreis als feste Größe, von der aus eine Preisvergünstigung berechnet werden könne. Da der Vertragslieferant der Beklagten die Funktion des Einzelhandels mit übernehme, müsse er zudem zwangsläufig von einem Preise ausgehen, der höher als der andernfalls zugrunde zu legende Großhandelspreis angesetzt sei. Auch in diesen Punkten werde der Kunde irregeführt.

Schließlich hat die Klägerin sich auf Feststellungen bezogen, die sie bei einer Reihe von Testkäufen bei Vertragslieferanten der Beklagten getroffen haben will. Sie hat dazu vorgetragen, bei einer Gegenüberstellung der von den Vertragslieferanten geforderten Preise für einzelne Möbel und Textilien mit dem Abgabepreis des Herstellers, zum Teil auch mit dem Einzelhandelspreis, ergebe sich, daß die danach zu zahlenden Wickel-Preise nicht den Ankündigungen entsprechend, sondern für den Verbraucher ungünstiger kalkuliert seien.

Die Klägerin hat zuletzt beantragt,

es der Beklagten bei Vermeidung einer für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden und in das Ermessen des Gerichts gestellten Geld- oder Haftstrafe zu untersagen,

Kaufscheinhefte oder Kundenausweise an Letztverbraucher zu verteilen oder verteilen zu lassen, sofern auf diesen oder auf mit diesen oder neben diesen verbreitetem Werbematerial angekündigt wird,

a) die Beklagte werde beim Warenvertrieb mittels der Kaufscheinhefte oder Kundenausweise als Einzelhandelsfirma tätig;

oder

b) die mit ihr zusammenarbeitenden Firmen, die Inhaber der Kaufscheinhefte oder Kundenausweise bedienen, würden hierbei

aa) entweder als Großhändler oder

bb) als Fabrikauslieferungslager tätig;

oder

c) es werde gegen Vorlage der Kaufscheinhefte oder Kundenausweise zu Preisen verkauft, die die Fabrik- oder Großhandelspreise nur um 9 % überschreiten.

Die Beklagte hat Abweisung der Klage beantragt.

Sie hat bestritten, daß das Publikum durch ihre Angaben über ihr Verkaufssystem, namentlich über die Stellung der daran beteiligten Unternehmen und über die gebotenen Preisvorteile getäuscht werde. Der Tätigkeitsbereich ihrer Vertragslieferanten, so hat sie geltend gemacht, ergebe sich zudem aus deren jeweiliger, rechtmäßig geführter Firma, mit der die Lieferanten auf den Heften und Ausweisen aufgeführt seien. Im übrigen sei die Abwicklung der Geschäfte und damit auch die ihr selbst und den Vertragslieferanten zukommende Funktion aus ihren Drucksachen eindeutig zu entnehmen. Es werde also nichts verschleiert oder getarnt. Der angekündigte Preisvorteil sei vorhanden. Durch die von der Klägerin angestellten abstrakten Erwägungen lasse sich dies nicht widerlegen. Der Vergleich des

Wickel-Preises mit dem Abgabepreis des Herstellers sei schon deshalb verfehlt, weil der Großhandelspreis, auf dessen Grundlage der W[REDACTED]-Preis kalkuliert werde, höher als der Abgabepreis des Herstellers liege. Etwaige vereinzelte Verstöße eines Vertragslieferanten gegen die vereinbarten Kalkulationsgrundsätze - welche die Beklagte jedoch in Abrede stellt - könnten die mit der Klage behaupteten, ohnehin zu weit gehenden Verbote nicht rechtfertigen.

Das Landgericht, Kammer für Handelssachen, hat die Klage abgewiesen. Die Berufung der Klägerin wurde zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihre zuletzt gestellten Anträge weiter. Die Beklagte bittet um Zurückweisung der Revision.

Entscheidungsgründe:

I. Mit ihren zuletzt gestellten Anträgen wendet sich die Klägerin nicht mehr gegen das von der Beklagten gehandhabte Kaufschein-System schlechthin, sondern lediglich gegen drei Zusammenhänge damit stehende Werbeangaben der Beklagten, nämlich die Bezeichnung der Beklagten als "Einzelhandelsfirma" (so auf den Kaufscheinheften), die Bezeichnung der Vertragslieferanten als "Großhändler" ("Vertragsgroßhändler") oder "Fabrikuslieferungslager" (auf den Kaufscheinheften, Kundenkarten und auf einzelnen Werbedrucksachen) und die Ankündigung, es werde zu Preisen verkauft, welche die Fabrik- oder Großhandelspreise - wie zu ergänzen ist, im Durchschnitt - nur um 9 % überschreiten. Die rechtliche Beurteilung hat sich danach auf diese Angaben zu beschränken. Dabei müssen die mit den Klageanträgen zu a und b an-

gogriffenen Funktionsbezeichnungen einheitlich betrachtet werden, weil sie in untrennbarem Zusammenhang miteinander stehen.

II. Das Berufungsgericht hat für alle drei Angaben das Vorliegen eines Wettbewerbsverstößes sowohl nach § 3 UWG als auch nach § 1 UWG verneint. Die hiergegen erhobenen Angriffe der Revision können im Ergebnis keinen Erfolg haben.

1. a) Für die Entscheidung darüber, ob die umstrittenen Funktionsbezeichnungen (Klageanträge zu a und b) unrichtige Angaben darstellen, die geeignet sind, den Anschein eines besonders günstigen Angebots hervorzurufen (§ 3 UWG), kommt es nicht darauf an, wie die im Vertriebssystem der Beklagten sich abspielenden Vorgänge rechtlich einzuordnen sind. Daher kann namentlich die im Berufungsurteil erörterte Frage auf sich beruhen, ob im Rahmen eines solchen Vertriebssystems das als "Einzelhandelsfirma" oder das als "Großhändler" (bzw. "Fabrikauslieferungslager") bezeichnete Unternehmen wettbewerbsrechtlich als "Beauftragter" des anderen Teils angesehen und der andere Teil deshalb nach § 13 Abs. 3 UWG für Wettbewerbsverstöße dieses Beauftragten verantwortlich gemacht werden kann (BGH GRUR 1964, 263 - Unterkunde). Ebenso wenig bedarf es der Prüfung, wie die Bezeichnungen "Einzelhandel" und "Großhandel" (bzw. "Fabrikauslieferungslager") bei abstrakter Betrachtung begrifflich abzugrenzen wären und ob eine solche Abgrenzung überhaupt möglich ist. Ausschlaggebend ist vielmehr allein, wie diese Bezeichnungen in dem gesamten Zusammenhang, in dem die Beklagte sie verwendet, von den angesprochenen Käuferkreisen verstanden werden.

aa) Das Berufungsgericht ist der Auffassung, in diesem Zusammenhang könnten die Bezeichnungen deshalb nicht unrichtig wirken, weil die Beklagte die Art, auf die innerhalb ihres Vertriebssystems die Kaufgeschäfte abgeschlossen und abgewickelt werden, den Kaufinteressenten wahrheitsgemäß bekannt gibt. Soweit es sich um die Funktionen handelt, die der Beklagten und ihren Vertragslieferanten in diesem System tatsächlich zufallen, läßt diese Auffassung keinen Rechtsfehler erkennen. Nach den getroffenen Feststellungen wird das Publikum darüber aufgeklärt, daß es einer neuen Vertriebsmethode gegenübersteht, die dadurch gekennzeichnet ist, daß die Ware vor der Abgabe an den Letztverbraucher nicht zunächst in das Ladengeschäft des Einzelhändlers gelangt, wo sie für jedermann feilgehalten wird, sondern daß nach außen hin das als "Einzelhandelsfirma" bezeichnete Unternehmen der Beklagten in erster Linie die Organisation und den Nachweis von Kaufgelegenheiten, weiterhin aber auch die dem Einzelhändler obliegende Gewährleistungspflicht und eine Prüfung der mit den Vertragslieferanten festgelegten Einkaufsbedingungen, also vor allem der Preisgestaltung gegenüber den belieferten Letztverbrauchern, übernimmt, während den Großhändlern oder den Auslieferungslagern die eigentliche Kaufverhandlung und die Abgabe der Ware an den Verbraucher übertragen ist und im Verhältnis der beteiligten Unternehmen irgendeine den Verbraucher nicht näher interessierende Abrechnung stattfindet. Selbst diejenigen, die mit dem Begriff der "Einzelhandelsfirma" für den Regelfall die Vorstellung des Verkaufs in einer allgemein zugänglichen offenen Verkaufsstelle verbinden (vgl. das Gesetz über die Berufsausübung im Einzelhandel vom 5. August 1957 - BGBl I 1121), werden hiernach unmißverständlich darüber unterrichtet, daß die Beklagte im Rahmen ihres Kaufscheinsystems solche

Verkäufe - abgesehen von Verkäufen von Uhren, Goldwaren, Bestoeken in ihrem Einzelhandels-Ladengeschäft in Siegen - nicht vornimmt, insbesondere, daß sie die laufende Kontrolle der Lagerbestände und des Warenangebots nicht in der bei einem eigenen Ladengeschäft möglichen Weise ausüben kann, und daß ihre Tätigkeit mithin zwar einzelne, aber nicht alle Merkmale aufweist, die dem durchschnittlichen Verbraucher als solche eines Einzelhandelsgeschäfts geläufig sein mögen. Auch über die dargelegte Funktion der Vertragslieferanten werden die Kunden durch die dafür gewählten Bezeichnungen "Großhandel" oder "Fabrikauslieferungslager" nicht irreführt. Dafür, daß diese Unternehmen etwa die Tätigkeit von Großhändlern oder Fabrikauslieferern überhaupt nicht ausüben und die entsprechenden Bezeichnungen daher zu Unrecht führen, fehlt nach der insoweit von der Revision nicht angegriffenen Feststellung des Berufungsgerichts jeder Anhalt. Selbst wenn hiernach die Aufgabenverteilung unter den beteiligten Unternehmen, wie sie im Vertriebssystem der Beklagten vorgenommen ist, dem landläufigen Verhältnis von Einzelhandel und Großhandel nur teilweise entspräche, würden die gewählten Bezeichnungen doch als Funktionsbezeichnungen wegen der gleichzeitigen Offenlegung des Vertriebssystems keine falschen Vorstellungen erwecken können.

bb) Die Revision macht demgegenüber geltend, für die Anwendung des § 3 UWG sei nicht entscheidend, ob das Publikum die Funktion der beteiligten Unternehmen richtig auffasse. Vielmehr müsse davon ausgegangen werden, daß der Verbraucher, der sich die Warenverteilung in der Regel zweistufig vorstelle, durch die Bezeichnungen "Großhandel" oder "Fabrikauslieferungslager" zu der Annahme verleitet werde, durch Einsparung einer Handelsstufe einen Preisvorteil

zu erlangen. Das System der Beklagten könne aber nach dem vom Berufungsgericht unter Verstoß gegen § 286 ZPO nicht berücksichtigten Vortrag der Klägerin einen solchen Vorteil schon nach allgemeinen wirtschaftlichen Überlegungen nicht bieten und gewähre ihn auch tatsächlich nicht. Zumindest aus diesem Grunde seien die beanstandeten Bezeichnungen im Sinne des § 3 UWG unrichtig.

Das Berufungsgericht hat die Frage, ob die Beklagte den Wickol-Kunden einen in Wahrheit nicht vorhandenen Preisvorteil vortäusche, erst im Zusammenhang mit dem Klageantrag zu c behandelt, der sich mit dem angekündigten Umfang des behaupteten Preisvorteils befaßt. Der Revision ist jedoch zuzugeben, daß diese Frage auch bei der Prüfung des Klageantrags zu b jedenfalls dann erörtert werden muß, wenn man annimmt, daß die Bezeichnung der Vertragslieferanten als "Großhändler" oder "Fabrikauslieferungslager" in Verbindung mit der tatsächlichen Abwicklung des Kaufgeschäfts von einem nicht unerheblichen Teil der Verbraucher als Hinweis auf einen preisgünstigen Direktkauf beim Großhandel aufgefaßt wird. Selbst wenn von dieser Annahme ausgegangen wird, kann indessen der Revision nicht gefolgt werden. Denn entgegen ihrer Ansicht hat das Berufungsgericht keine Verfahrensvorschriften verletzt, wenn es den Klagevortrag nicht als ausreichend für die Feststellung angesehen hat, daß die Vorstellung des Publikums von einem mit dem Vertriebssystem der Beklagten verbundenen Preisvorteil unrichtig sei.

aaa) Die Rüge der Revision geht zunächst dahin, das Berufungsgericht habe den in der Klageschrift enthaltenen Beweisurbioten dafür nicht stattgegeben, daß gewisse in das Verkaufsprogramm der Beklagten fallende Artikel, besonders Möbel und Textilien, auch außerhalb des Systems der Beklagten

überwiegend einstufig, nämlich vom Hersteller unmittelbar über den Einzelhandel verteilt würden, daß also bei diesen Artikeln durch das System der Beklagten keine Handelsstufe eingespart werde, und daß in Geschäftszweigen mit zweistufiger Verteilung grundsätzlich das System des sogenannten Zweistufenrabatts eingreife, bei dem der Großhändler, der systematisch und dauernd an Letztverbraucher verkaufe, keine günstigeren Preise als der "reguläre" Einzelhandel - d.h. wohl, der Einzelhandel mit offenen Verkaufsstellen - kalkulieren könne, sofern er nicht den Zweistufenrabatt bestimmungswidrig verwende.

Das Berufungsgericht hat hierzu in Übereinstimmung mit der Kammer für Handelssachen des Landgerichts ausgeführt, in einer Wirtschaft, die mit frei kalkulierten Preisen arbeite, lasse sich die Folgerung, mit einem bestimmten Vertriebssystem sei keine günstigere Preisgestaltung als mit anderen Systemen zu erzielen, nicht aus abstrakten Berechnungen, sondern nur aus einer Summe praktischer Erfahrungen herleiten; Erfahrungssätze über die angeblich günstigste Kalkulation könnten nur überzeugen, wenn sie sich in der Wirklichkeit des freien Konkurrenzkampfs bewährt hätten; die Beobachtung zeige hier aber, daß es Wettbewerbern immer wieder gelinge, in vermeintlich festgefügte Preisbildungsgepflogenheiten eine Brosche zu schlagen. Die Theorie der Klägerin, die Beklagte könne nicht billiger sein als der "reguläre" Einzelhandel, sei daher so lange ohne Wert, als die Klägerin sie nicht anhand praktischer Preisbeispiele in hinreichender Zahl erhärtet habe; dies sei der Klägerin nicht gelungen.

Hiernach hat das Berufungsgericht den Vortrag der Klägerin im wesentlichen auf Grund der Lebenserfahrung beurteilt.

Dieser Beurteilung kann aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Sie verstößt insbesondere nicht gegen allgemeine Erfahrungssätze. Dies gilt auch dann, wenn das Vorbringen der Klägerin über die übliche Gestaltung der ein- bzw. zweistufigen Warenverteilung als richtig unterstellt wird. Auch wenn es zutrifft, daß bestimmte Artikel wie Möbel und Textilien weitgehend einstufig, d.h. vom Hersteller unmittelbar über den Einzelhandel unter Ausschaltung des Großhandels vertrieben werden, so würde das nicht ausschließen, daß dem Verbraucher im Rahmen des Vertriebssystems der Beklagten gleichwohl ein günstigerer Preis als in Ladengeschäft eingeräumt werden kann. Es ist nicht ersichtlich, inwiefern die Kalkulation, die dem Ladenverkaufspreis einer einstufig vom Hersteller über den Einzelhandel vertriebenen Ware zugrunde liegt, für den Verbraucherpreis derselben Ware maßgebend sein müßte, wenn sie nach dem Vertriebssystem der Beklagten verkauft wird. Die wirtschaftskundige Kammer für Handelssachen des Landgerichts, deren Feststellungen vom Berufungsrichter übernommen worden sind, hat in diesem Zusammenhang dargelegt, die Klägerin habe die Spanne zwischen Hersteller- und Einzelhandelspreis mit etwa 40 bis 50 % angegeben. Werde ein Großhändler zwischengeschaltet, so werde diese Spanne in etwa geteilt. Das Berufungsgericht hat diese Feststellung dahin ergänzt, daß bei dem System der Beklagten gewisse Kosten des Einzelhandels allein schon durch den Wegfall des Ladengeschäfts eingespart werden könnten. Es hätte noch hinzufügen können, daß der unmittelbare Vertrieb vom Hersteller an den Einzelhandel in der Regel höhere Unkosten für die Absatzorganisation des Herstellers, beispielsweise in Gestalt von Vertreterprovisionen, notwendig macht, die beim System der Beklagten wenn überhaupt, so doch zumindest nicht in derselben Höhe erwachsen

können. Schon diese Umstände lassen erkennen, daß die Kalkulationsgrundlagen für den Ladenverkaufspreis und den sogenannten W[ ]-Preis der Beklagten ohne Rücksicht auf die Einstufigkeit oder Zweistufigkeit des Vertriebs der im Laden verkauften Ware keineswegs mit Notwendigkeit übereinstimmen müssen.

Was die Waren anbetrifft, die üblicherweise über zwei Handelsstufen verteilt werden, so ist der nach Ansicht der Revision zu Unrecht nicht berücksichtigte Vortrag in der Klageschrift nicht etwa in dem Sinne zu verstehen, daß ein systematisch und dauernd an Letztverbraucher verkaufender Großhändler in keinem Falle günstigere Preise als der im Laden verkaufende Einzelhandel gewähren könne. Ein solcher Standpunkt wäre auch mit der Lebenserfahrung schlechthin unvereinbar. Die Auffassung der Klägerin geht vielmehr dahin, wenn ein solcher Großhändler zu günstigeren Preisen als der Einzelhandel verkaufe, so verschaffe er sich wettbewerbswidrige Vorteile, weil er den ihm vom Hersteller gewährten üblichen Zweistufenrabatt bestimmungswidrig verwende, d.h., weil er die in diesem Rabatt enthaltene zweite Rabattstufe nicht dem Einzelhandel zugute kommen lasse, für den der Hersteller sie bestimmt habe (vgl. S. 4 und 5 der Klageschrift). Auch wenn diese Auffassung richtig wäre, würde indessen dem Verbraucher dadurch, daß der an ihn verkaufende Großhändler sich als solcher bezeichnet, kein Preisvorteil vorgetäuscht, dessen Gewährung dem Großhändler nicht möglich wäre. Wenn nämlich der Großhändler die sogenannte zweite Rabattstufe, anstatt sie dem Einzelhandel zuzuwenden, ganz oder teilweise benutzt, um die Ware zu einem gegenüber dem Ladenpreise verbilligten Preise unmittelbar an Letztverbraucher abzugeben, so erlangt der Verbraucher tatsächlich einen Preisvorteil, wie er ihn sich nach der Meinung der Revision von der Bezeichnung des Verkäufers als Großhändler verspricht.

Mit der Ansicht, der Großhändler verstoße hierbei gegen die Grundsätze des lautereren Wettbewerbs, wendet die Revision sich auch im Grunde nicht gegen diese Bezeichnung, die mit der Klage unter dem Gesichtspunkt des § 3 UWG allein angegriffen wird, sondern gegen den Direktverkauf als solchen. Wie jedoch schon der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs entschieden hat (BGHZ 28, 54 ff), sind Direktverkäufe der Großhändler an Endverbraucher ohne sittenwidrige Begleitumstände nicht unlauter. Dieser Auffassung schließt der erkennende Senat sich an. Als sittenwidriger Begleitumstand kann es dabei nicht schon angesehen werden, daß der Vorteil der durch den Zweistufenrabatt ermöglichten Kalkulation eines niedrigen Abgabepreises statt dem Einzelhandel ganz oder teilweise dem direkt belieferten Letztverbraucher zugute kommt; denn diese Tatsache ist für den Direktverkauf allgemein kennzeichnend, und ihre Beurteilung als ein die Sittenwidrigkeit begründender Umstand würde zwangsläufig ein allgemeines Verbot der Direktverkäufe nach sich ziehen müssen, das sich aus den in der Entscheidung BGHZ 28, 54 dargelegten Gründen nicht vertreten läßt. Allerdings ist es nach den in dieser Entscheidung entwickelten Grundsätzen wettbewerbswidrig, wenn der Großhändler, hier der Vertragslieferant der Beklagten, dem ihn beliefernden Hersteller verheimlicht, daß er unmittelbar an Letztverbraucher verkauft, und wenn er nur hierdurch erreicht, daß ihm der Zweistufenrabatt eingeräumt wird. In einem solchen Falle würde der Preisvorteil, den der Verbraucher bei dem - wie unterstellt - von ihm vermuteten Direktverkauf erwartet, nur wegen eines vorausgegangenen unlauteren Verhaltens des Großhändlers gegenüber dem Hersteller, nämlich wegen der Erschleichung des für die vorteilhafte Preiskalkulation benötigten Funktionsrabatts gewährt werden können. (vgl. BGHZ 28, 67). Freilich kann auch dann zweifelhaft sein, ob die Ankündigung dieses Vorteils, den die Revision aus der

Bezeichnung "Großhändler" entnimmt, gegen § 3 UWG verstieße; immerhin könnte sie aber als Teil eines in seiner Gesamtheit zu mißbilligenden Handelns im Wettbewerb ein Verbot nach § 1 UWG rechtfertigen. Von einer Erschleichung des Funktionsrabatts durch die Vertragslieferanten der Beklagten kann jedoch schon deshalb keine Rede sein, weil die Beklagte, wie festgestellt ist, auf den Kaufscheinheften, den Kunden ausweisen und in ihren Werbedrucksachen ihr Vertriebssystem wahrheitsgemäß beschreibt und dabei sämtliche in Betracht kommenden Vertragslieferanten mit Firma und Geschäftszweig bekanntgibt. Selbst wenn die Warenabgabe durch die Vertragslieferanten an die W■■■■-Kunden vom Verkehr als Direktverkauf betrachtet werden würde, so würde diese Art des Direktverkaufs hiernach doch für die Hersteller, von denen die Vertragslieferanten ihre Ware beziehen, offen zutage liegen. Die Klägerin hat auch nichts dafür vorgetragen, daß die Vertragslieferanten wegen ihrer Beteiligung am Vertriebssystem der Beklagten von den Herstellern keine Zweistufenrabatte mehr erhalten. Bei dieser Sachlage kann der Revision nicht gefolgt werden, wenn sie meint, daß zumindest bei wettbewerbsgerechtem Verhalten der Vertragslieferanten die Gewährung des den Kunden durch die Bezeichnung der Vertragslieferanten als "Großhändler" in Aussicht gestellten Preisvorteils schon nach allgemeinen Kalkulationsgrundsätzen ausgeschlossen sei.

Nach alledem stellt es keine Verletzung des § 286 ZPO dar, wenn das Berufungsgericht ohne Einholung der von der Klägerin erbotenen Auskünfte oder Gutachten zu der Auffassung gelangt ist, daß sich die Möglichkeit eines solchen Preisvorteils mit Hilfe allgemeiner kalkulatorischer Erwägungen nicht verneinen lasse. Erwägungen dieser Art können

folglich nicht dazu führen, die Verwendung der Bezeichnung "Großhändler" (und entsprechend der Bezeichnung "Fabrikauflieferungslager") für die Vertragslieferanten mit der Begründung zu untersagen, die dadurch etwa erweckte Vorstellung von preislichen Vergünstigungen sei unrichtig. Ein solches Verbot würde vielmehr den Nachweis voraussetzen, daß die Beklagte die erwarteten Vergünstigungen tatsächlich nicht bietet.

bbb) Insoweit erblickt die Revision einen weiteren Verstoß gegen § 286 ZPO darin, daß das Berufungsgericht dem Vorbringen der Klägerin über die Ergebnisse einer Reihe von Kontrollkäufen, sogenannten Testkäufen, nicht nachgegangen ist, bei denen sich gezeigt haben soll, daß die W[ ]-Preise nicht vorteilhafter als die Preise beim Verkauf im offenen Laden seien. Diese Rüge richtet sich zwar gegen die Abweisung des Klageantrags zu c und betrifft daher unmittelbar nur die Angabe der Beklagten über den Umfang des zu erwartenden Preisvorteils. Sie bezieht sich jedoch ebenso auf die Frage, ob die Beklagte überhaupt einen solchen Vorteil gewährt. Auch mit ihr kann die Revision indessen nicht durchdringen.

Das Berufungsgericht hat in Übereinstimmung mit dem Landgericht den Klagevortrag über die Testkäufe bereits deshalb für unerheblich gehalten, weil er, soweit dafür Beweis angetreten ist, gemessen an dem Gesamtumfang des Vertriebssystems der Beklagten, nur eine unbedeutende Zahl vereinzelt gebliebener Fälle zum Gegenstande habe, die sich bei ganz wenigen der rund 70 Vertragslieferanten, und zwar nur bei solchen der Möbel- und Textilbranche, abgespielt und schon im Zeitpunkt der letzten Tatsachenverhandlung

erheblich zurückgelogen hätten. Es ist rechtlich nicht zu beanstanden, wenn der Tatrichter angesichts dieses an sich unstreitigen Sachverhalts erwogen hat, daß bei einem wirklich ins Gewicht fallenden Widerspruch zwischen den angegriffenen Angaben der Beklagten und den tatsächlich gebotenen Preisen gerade die Klägerin im Laufe der langen Prozeßdauer sicherlich eine wesentlich größere Anzahl einschlägiger Beispiele namhaft gemacht haben würde, daß aber auf die aufgeführten Ausnahmefälle allein nicht die allgemeine Feststellung gegründet werden könne, die Beklagte täusche die W[ ]-Kunden über die Preisverhältnisse. Diesen Erwägungen kann umso weniger entgegengetreten werden, als schon das Landgericht zutreffend dargelegt hatte, daß aus der ohnehin geringen Zahl von Testfällen wiederum nur ein verschwindender Teil für die rechtliche Beurteilung hätte verwertet werden können. Zunächst müssen die Verkäufe ausscheiden, die im Betriebe der ursprünglich mitverklagten Möbelgroßhandlung Waldemar R[ ] AG vorgenommen worden sein sollen. Die Klägerin hat die Klage gegen dieses Unternehmen zurückgezogen, nachdem unwidersprochen vorgetragen worden war, daß es schon seit mehr als 8 Monaten vor der Klagerhebung nicht mehr Vertragslieferantin der Beklagten gewesen sei. In einigen weiteren Fällen ferner, in denen Kontrollkäufe bei Großhändlern vorgenommen worden sind, hat die Klägerin lediglich den behaupteten Abgabepreis des Herstellers und den behaupteten W[ ]-Preis gegenübergestellt. Diese Gegenüberstellung ermöglicht jedoch noch keine Entscheidung darüber, ob ein Preisvorteil, den das Publikum auf Grund der Bezeichnung "Großhändler" etwa vermutet, in Wahrheit nicht geboten wird. Hierfür wäre es vielmehr ausschlaggebend auf den Preis angekommen, zu dem der Großhändler die jeweilige Ware an den Einzelhandel abgab. Berücksichtigt man diese Umstände, so verbleiben für die Beurteilung nicht einmal mehr die 11 Käufe

bei insgesamt 5 Großhändlern, die das Landgericht dem Klagevortrag entnommen hat, in denen aber ein Teil der nach dem Vorhergehenden auszuscheidenden Fälle noch mit enthalten war. Für sog. Fabrikauslieferungslager, die auch auf den Kaufscheinheften und den Kundenkarten nur vereinzelt erscheinen, fehlt es an jedem Beispielsfall. Unter diesen Umständen sind die rechtlichen Grenzen der tatrichterlichen Würdigung nicht überschritten, wenn die Vorinstanzen von einer Beweiserhebung über die sogenannten Testkäufe abgesehen haben, weil auch aus einem der Klägerin günstigen Beweisergebnis nicht auf das Vorliegen einer unrichtigen Preisankündigung hätte geschlossen werden können.

cc) Die Revision hält die Bezeichnung der Vertragslieferanten als Großhändler und in Verbindung damit der Beklagten als Einzelhandelsfirma noch aus zwei anderen Gesichtspunkten für täuschend, und zwar einmal deshalb, weil, wie sie ausführt, der Kunde dadurch zu der Ansicht gebracht werde, er könne infolge der Einschaltung der Beklagten rechtmäßig beim Großhändler zum Großhandelspreise kaufen, während der Großhandel sonst nicht an Endabnehmer verkaufen dürfe, und zum anderen deshalb, weil in dem Kunden das Gefühl einer Privilegierung vor anderen Verbrauchern erweckt werde. Von beiden Gesichtspunkten ist in den Tatsacheninstanzen nur der zweite erörtert worden, den das Berufungsgericht im Zusammenhang mit der Vorschrift des § 1 UWG geprüft hat. Der erste Gesichtspunkt kommt als Gegenstand einer Revisionsrüge mithin nur insoweit in Betracht, als in seiner Nichtberücksichtigung ein Verstoß gegen allgemeine Erfahrungssätze zu sehen wäre. Dies ist indessen nicht der Fall. Den Verbrauchern mag zwar bekannt sein, daß Direktverkäufe des Großhandels dem Widerspruch des dadurch sich benachteiligt fühlenden Einzelhandels begegnen, und daß sich hieraus im

Einzelfallo Auseinandersetzungen zwischen den jeweils betroffenen Angehörigen beider Handelsstufen ergeben können. Dagegen läßt sich zumindest heute kein Erfahrungssatz des Inhalts mehr aufstellen, daß in Verbraucherkreisen ein unmittelbarer Einkauf beim Großhändler als illegal angesehen werde, und daß ein offen zutage liegendes Vertriebssystem wie das Kaufscheinsystem der Beklagten aus diesem Grunde auf den Verbraucher wie die Legalisierung eines andernfalls widerrechtlichen Verhaltens wirke. Wenn man auch hier wieder davon ausgeht, daß die Warenabgabe durch die Vertragslieferanten der Beklagten von den sogenannten W[REDACTED]-Kunden tatsächlich als Direktverkauf des Großhandels und nicht etwa nur als ein preisgünstiger Einzelhandelsverkauf durch die Beklagte aufgefaßt wird, so könnte der W[REDACTED]-Kunde einen Vorteil dieses Vertriebssystems allerdings darin erblicken, daß ihm eine verhältnismäßig große Zahl von Großhandelsfirmen oder Fabrikauslieferungslagern bestimmter Geschäftszweige namhaft gemacht wird, die auf Grund der Einschaltung der Beklagten Ware unmittelbar an Endabnehmer abgeben, und daß die Beklagte ihnen hierdurch die Mühe abnimmt, sich selbst nach solchen für ihn günstigeren Einkaufsquellen umzusehen. Dieser Vorteil wird dem W[REDACTED]-Kunden aber auch tatsächlich gewährt, und es wäre mithin nicht unrichtig, wenn er durch die von der Klägerin angegriffenen Funktionsbezeichnungen darauf hingewiesen werden würde. Soweit hierdurch der Eindruck einer "Privilegierung" erweckt würde, wäre er aus demselben Grunde gleichfalls nicht irreführend. Im übrigen hat das Berufungsgericht rechtsirrtumsfrei dargelegt, daß bei dem W[REDACTED]-Kunden das Gefühl einer Privilegierung vor anderen Kunden schon deshalb nicht entstehen könne, weil die von der Beklagten betriebene Werbung offen und erkennbar darauf abziele, den Kreis der W[REDACTED]-Kunden in beliebigen und unbegrenztem Ausmaß auszudehnen und jedweden Verbraucher zu erfassen, der sich an dem System beteiligen wolle.

b) Nach alledem ist es rechtlich nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht die Funktionsbezeichnungen, die mit den Klageanträgen zu a und b angegriffen werden, nicht als unrichtige Angaben im Sinne des § 3 UWG gewertet hat. Das Berufungsgericht hat den Sachverhalt aber weiterhin noch auf Grund des § 1 UWG, und zwar unter den Gesichtspunkten der Verletzung berufständischer Pflichten durch die Vertragslieferanten, der Verschleierung und Tarnung von Direktverkäufen des Großhandels, eines verdeckten Rabattverstoßes und der Anlockung der Kunden durch den Anschein einer Privilegierung geprüft. Es ist dabei zu dem Ergebnis gekommen, daß die Beklagte auch unter diesen Gesichtspunkten nicht wettbewerbswidrig handele. Seine Darlegungen, von denen diejenigen über den Direktverkauf und den Anschein der Privilegierung schon im Zusammenhang mit der Vorschrift des § 3 UWG behandelt worden sind, geben auch insoweit zu rechtlichen Bedenken keinen Anlaß. Die Revision ist ihnen zudem im einzelnen nicht entgegengetreten; vielmehr hat sie im wesentlichen auf die gleichen Erwägungen zurückgegriffen, auf die sie sich schon für die Anwendung des § 3 UWG berufen hatte, die aber, wie dargelegt, das begehrte Verbot nicht zu stützen vermögen. Damit entfällt namentlich auch die Möglichkeit, die umstrittenen Werbeangaben etwa aus der allgemeinen Erwägung zu untersagen, daß das Vertriebssystem der Beklagten als ganzes gegen Grundsätze des lautereren Wettbewerbs verstoße. Auch in diesem System als solchem, d.h. in der Verteilung von Kaufausweisen an Letztverbraucher, denen gegen Vorlage des Kaufausweises von den darauf aufgeführten Großhändlern und Fabrikauflieferungslagern Ware im Namen und für Rechnung der Beklagten verabfolgt wird, kann nämlich angesichts der von der Beklagten gegebenen wahrheitsgemäßen und unmißverständlichen Aufklärung über die Funktionen der beteiligten Unternehmen nach dem Vorhergehenden keine unzulässige Wettbewerbsmaßnahme erblickt werden.

Wie sich aus alledem ergibt, ist die Abweisung der Klageanträge zu a und b vom Berufungsgericht einwandfrei begründet worden.

2. a) Mit dem Unterlassungsantrag zu c bekämpft die Klägerin den Werbehinweis der Beklagten, daß der W■■■■-Preis den Fabrik- oder Großhandelspreis nur um 9 % überschreite. Diesen Hinweis hat das Berufungsgericht vorweg nach der Richtung untersucht, ob er Merkmale aufweist, die ihn als sogenannte vergleichende Werbung im Sinne des § 1 UWG unlauter erscheinen lassen könnten. Es hat diese Frage mit der Begründung verneint, die Beklagte lege damit nur die Grundsätze ihrer eigenen Kalkulation dar, ohne hierbei Preise ihrer Mitbewerber aus dem Einzelhandel als Vergleichsmaßstab zu nennen; eine konkrete Bezugnahme auf die Preisbildung bestimmter Mitbewerber sei in dem Hinweis nicht enthalten. Diese Beurteilung läßt keinen Rechtsfehler erkennen. Der beanstandete Werbesatz befaßt sich in der allgemein gehaltenen Form, in der er den Gegenstand der Klage bildet, nur mit der Kalkulation des eigenen Preises der Beklagten. Daß der Kunde daraus mittelbar den Schluß ziehen kann und wird, der W■■■■-Preis sei günstiger als der Ladenverkaufspreis, macht den Werbesatz nicht wettbewerbswidrig. Vergleichende Schlußfolgerungen dieser und ähnlicher Art werden dem Publikum durch jede Werbung mit vorteilhaften Preisen nahegelegt, ohne daß die Mitbewerber, deren Angebote weniger preisgünstig sind, sich dieser zwangsläufigen Werbewirkung widersetzen könnten.

b) Das Berufungsgericht hat den Werbehinweis der Beklagten auf die Kalkulation des W■■■■-Preises alsdann daraufhin geprüft, ob er gegen § 3 UWG verstößt. Es hat zunächst dargelegt, ein solcher Verstoß könne weder damit be-

gründet werden, daß die Beklagte nach allgemeinen Kalkulationsgrundsätzen überhaupt keine Preisvorteile bieten könne, noch damit, daß bei den sogenannten Testkäufen der Klägerin höhere Preise festgestellt worden seien, als sie sich auf Grund des Werbehinweises hätten ergeben müssen. Aus den schon im Zusammenhang mit dem Klageantrag zu b erörterten Gründen kann diese Würdigung rechtlich nicht beanstandet werden. Die Revision hält ihr allerdings, soweit die mit dem Klageantrag zu c angegriffene Werbeangabe in Rede steht, noch die weitere Erwägung entgegen, die Beklagte müsse, da ihr ganzes System auf der Werbung mit der behaupteten günstigen Preiskalkulation beruhe, ihrerseits zumindest darlegen, daß sie für die notwendigen Sicherungen gesorgt habe, um die angekündigte Kalkulation zu überwachen, deren nähere Richtlinien sie zudem im vorliegenden Rechtsstreit nicht offenbart habe. Hierbei übersieht die Revision jedoch folgendes: Nach der Feststellung des Berufungsgerichts (Berufungs-urteil S. 32 oben) müssen die Vertragslieferanten auf Grund ihrer Verpflichtung zur großhandelsüblichen Kalkulation bei der Warenabgabe an die W■■■■-Kunden als Ausgangspreis für die - nach der Ankündigung der Beklagten übrigens nur im Durchschnitt - um insgesamt 9 % höheren W■■■■-Preise dieselben Großhandels- oder Fabrikpreise zugrunde legen, die sie auch bei der Abgabe an den Einzelhandel verlangen würden (§ 10 des Mustervertrags). Die in der mündlichen Revisionsverhandlung geäußerte Ansicht der Revision, den Vertragslieferanten sei die Überschreitung der Großhandelspreise bei der Kalkulation der W■■■■-Preise nicht schlechthin, sondern nur insoweit untersagt, als sie "in größerem Umfange" erfolge, steht mit dieser Feststellung in Widerspruch und findet auch im Vortrag der Klägerin keine Stütze. Die entsprechende Wendung in § 6 Abs. 2 des Mustervertrags, auf welche die Revision sich hier beruft, betrifft ersichtlich

nur die Preisgestaltung für gelegentliche Kulanzgeschäfte mit Letztverbrauchern, nicht aber das Verhältnis der gewöhnlichen Großhandelspreise zu den W■■■■-Preisen. In dem angefochtenen Urteil wird weiterhin ausgeführt, die Klägerin habe weder behauptet noch unter Beweis gestellt, daß die Vertragslieferanten in Wirklichkeit die W■■■■-Preise anders als angegeben bildeten und beispielsweise mit verschiedenen Großhandelspreisen - das soll heißen, mit niedrigeren Preisen für Großhandelsverkäufe und mit höheren Preisen für W■■■■-Kunden - arbeiteten. Dem ist die Revision, abgesehen von den nicht durchgreifenden Rügen über die Nichtberücksichtigung allgemeiner Kalkulationsgrundsätze und der sogenannten Testkäufe, nicht entgegengetreten. Bei dieser Sachlage ist nicht ersichtlich, inwiefern es für die Beurteilung der Richtigkeit oder Unrichtigkeit der mit dem Klageantrage zu c angegriffenen Preisankündigung der Beklagten im Sinne des § 3 UWG noch darauf ankommen könnte, ob die Beklagte die vortragliche Verpflichtung der Vertragslieferanten zur großhandelsüblichen Kalkulation, deren Einhaltung sie gegebenenfalls im Klagewege erzwingen kann und deren Verletzung sie unter den dafür geltenden vertragsrechtlichen Voraussetzungen zum Rücktritt oder zum Schadensersatz berechtigen würde, noch durch besondere Kontrollmöglichkeiten oder sonstige zusätzliche Maßnahmen wie beispielsweise ein Vertragsstrafeversprechen gesichert hat, welches die Revision für erforderlich hält. Obwohl die rechtliche Beurteilung nach § 3 UWG durch das Vorhandensein oder das Fehlen solcher Sicherungen mithin nicht beeinflußt wird, mag indessen darauf hingewiesen werden, daß nach dem auch vom Berufungsgericht zugrunde gelegten Mustervertrage (§ 8) die Endverbraucherpreise, die danach von der Beklagten selbst festzusetzen sind, vom Vertragslieferanten offen ausgezeichnet werden oder bei verschlüsselter Preisauszeichnung aus ausgelegten Preislisten erkennbar sein müssen. Damit ist die Möglichkeit einer jederzeitigen Preiskontrolle durch die Beklagte eröffnet.

Das Berufungsgericht hat sich auf der Grundlage des § 3 UWG sodann noch mit dem auch von der Revision aufgegriffenen Standpunkt der Klägerin auseinandergesetzt, der Kunde fasse die Preisankündigung der Beklagten so auf, als gebe es für die jeweilige Ware einen bestimmten Großhandelspreis oder Fabrikpreis als feste Größe, von der aus der gebotene Preisvorteil eines Aufschlags von nicht mehr als (durchschnittlich) 9 % jeweils ein für allemal ziffernmäßig berechnet werden könne; tatsächlich seien die Großhandels- und Fabrikpreise aber Schwankungen, z.B. nach der Abnahmemenge, unterworfen; die Vorstellung des Publikums von dem der Kalkulation der Vertragslieferanten zugrunde liegenden Ausgangspreis sei daher unrichtig und führe dazu, daß die Preisankündigung günstiger erscheine, als sie sei. Dem hat das Berufungsgericht entgegeng gehalten, jedermann wisse, daß nicht gebundene Preise für vergleichbare Erzeugnisse je nach Hersteller, Großhändler und Einzelhändler auch bei nahezu gleicher Qualität durchaus unterschiedlich ausfallen können und von zahlreichen Umständen abhängen; es könne daher nicht festgestellt werden, daß die angesprochenen Käuferkreise auf Grund der Werbeankündigung der Beklagten erwarteten, der ihnen gewährte Preisvorteil sei rechnerisch genau bestimmbar und könne im Streitfalle auf seine Richtigkeit nachgeprüft werden. Die hier getroffenen tatsächlichen Feststellungen des Berufungsgerichts über die Verbrauchererwartungen, die sich an den Begriff des Großhandelspreises knüpfen, lassen keinen Verstoß gegen die Lebenserfahrung oder die Denkgesetze erkennen und sind daher für das Revisionsgericht bindend. Auch die Revision greift sie als solche nicht an. Sie meint aber, gerade dann, wenn der Großhandelspreis (oder Fabrikpreis) variabel sei und z.B. im Einzelfalle vom günstigen Einkauf des Großhändlers (oder der günstigen Kalkulation der Fabrik) abhängen, könne aus der Ankündigung des Großhandelspreises oder Fabrik-

preises unter Hinzufügung einer bestimmten Prozentzahl überhaupt nicht gefolgert werden, daß preisgünstiger als im Einzelhandel verkauft werden könne; zumindest das letztere nehme der W[ ]-Kunde jedoch an; denn er stelle sich nicht vor, daß der Großhandels- oder Fabrikpreis zuzüglich 9 % auch nur annähernd den üblichen Einzelhandelspreis erreiche, sondern er halte jeden Großhandelspreis zuzüglich 9 % für wesentlich niedriger als den Einzelhandelspreis; entgegen dieser Vorstellung könne der Kunde bei variablen Großhandelspreisen (und entsprechend Fabrikpreisen) durch die Rechnung "Großhandelspreis + 9 %" über das Preisverhältnis der Beklagten zu ihren Wettbewerbern überhaupt nicht aufgeklärt werden; hierin liege die nach § 3 UWG unzulässige Irreführung.

Die Revision versucht danach auch im vorliegenden Zusammenhang, die Unrichtigkeit der beanstandeten Werbeangabe aus theoretischen Erwägungen herzuleiten. Diese Erwägungen können aber keine allgemeine Gültigkeit beanspruchen. Bei einer abstrakten Betrachtungsweise ließe sich ebenso die dem Standpunkt der Revision entgegengesetzte Ansicht vertreten, daß dann, wenn der Großhändler den Preis für Kaufscheininhaber auf Grund einer wie hier von ihm übernommenen ausdrücklichen, auf ihre Einhaltung nachprüfbaren Verpflichtung kalkuliere, der Kaufscheininhaber die Ware tatsächlich mit nicht mehr als dem dieser Verpflichtung entsprechenden Aufschlag von im Streitfalle 5 % zuzüglich 4 % Umsatzsteuer auf den Preis erhalte, den der Großhändler (oder das Fabrik- auslieferungslager) beim Verkauf der Ware an den Einzelhandel fordert, daß aber der Einzelhandel sich mit diesem geringen Aufschlag nicht begnügen könne und die Ware daher zwangsläufig teurer verkaufen müsse; ob der Großhandelspreis (oder Fabrikpreis) mehr oder weniger günstig kalkuliert ist

oder nicht, würde alsdann bei der im Einzelfalle verkauften Ware keine Rolle spielen können. Die allgemeinen Überlegungen der Revision können hiernach nicht den der Klägerin obliegenden Nachweis ersetzen, daß die im Einklang mit der Werbeangabe der Beklagten gebildeten W■■■■-Preise tatsächlich nicht vorteilhafter als die Einzelhandelspreise für die gleichen Waren seien. Dieser Nachweis könnte nur an Hand der von der Beklagten und ihren Vertragslieferanten geübten Praxis erbracht werden. Dafür fehlt es jedoch, wie dargelegt, an einem ausreichenden Tatsachenvortrag. Der vorgetragene und festgestellte Sachverhalt ergibt auch nichts, was die Auffassung der Revision bestätigen würde, daß die auch bei Großhandels- oder Fabrikpreisen denkbaren Schwankungen und Unterschiede bei den Waren, um die es sich hier handelt, zu Ladenpreisen führen könnten oder sogar müßten, die für den Letztverbraucher gleich günstig oder sogar günstiger wären als die Preise, die auf Grund des Mustervertrags der Beklagten und ihrer Vertragslieferanten errechnet werden. Daher kann auch der Meinung der Revision nicht beigetreten werden, wegen jener Schwankungen und Unterschiede sei zumindest nach den Grundsätzen des Anscheinsbeweises anzunehmen, daß die von der Beklagten angekündigte Preiskalkulation dem Verbraucher nicht den erhofften Vorteil verschaffe. Von einem typischen Geschehensablauf im Sinne der von der Revision vertretenen Auffassung kann hier nicht gesprochen werden.

Wie der Revision zuzugeben ist, kann der W■■■■-Kunde allerdings nicht damit rechnen, daß er beim Einkauf eines Einzelstücks in den Genuß von Mengenrabatten gelangt, wie sie dem Einzelhändler bei Großbezügen möglicherweise gewährt werden würden. Daher ist es nicht auszuschließen, daß der Großhandelspreis, der dem W■■■■-Preis zugrunde gelegt wird, im Ergebnis höher ist, als der Preis, den ein in größeren

Mengen einkaufender Einzelhändler nach Abzug des Mengenrabatts an den Großhändler zu zahlen hätte. Nach der Lebenserfahrung kann aber nicht davon ausgegangen werden, daß der Verbraucher auf Grund der Ankündigung der Beklagten glaubt, auch ihm werde diese besondere, an die Abnahmemenge geknüpfte Preisvergünstigung zuteil, obwohl er selbst nur ein Einzelstück abnimmt, und daß er deshalb in seiner Erwartung enttäuscht würde, wenn er erführe, daß der Großhandelspreis, nach dem der W■■■■-Preis gebildet wird, höher angesetzt wird als der um einen Mengenrabatt gekürzte Großhandelspreis, zu dem bei Erreichung der erforderlichen Abnahmemenge der Einzelhandel einkaufen könnte. Im übrigen hat die Klägerin nichts dafür vorgetragen, daß im Rahmen des Vertriebsprogramms der Beklagten überhaupt Waren verkauft werden, bei denen im Verhältnis des Großhandels zum Einzelhandel Mengenrabatte in einem den Ladenpreis des Einzelhandels maßgebend beeinflussenden Umfange anfallen, und daß infolgedessen der W■■■■-Preis gegenüber dem Ladenpreis keinen Vorteil mehr bringt. Ein solcher Tatsachenvortrag wäre aber notwendig gewesen, wenn der Frage der Mengenrabatte im vorliegenden Zusammenhang rechtliche Bedeutung hätte beigemessen werden sollen.

Der festgestellte Sachverhalt reicht nach alledem auch hinsichtlich des Klageantrags zu c nicht für das mit der Klage begehrte Verbot aus.

III. Da die Klage mithin aus keinem rechtlichen Gesichtspunkt Erfolg haben konnte, ist sie von den Vorinstanzen mit Recht abgewiesen worden. Die Revision der Klägerin mußte deshalb zurückgewiesen werden, ohne daß auf die vom Berufungsgericht noch erörterten Bedenken gegen die Fassung der Klageanträge eingegangen zu werden braucht.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO.

Krüger-Nieland

Jungbluth

Pehle

Sprenkmann

Alff