
Datum: 14.04.1999
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 8/99
ECLI: ECLI:DE:OLGK:1999:0414.6U8.99.00

Vorinstanz: Landgericht Aachen, 43 O 224/97
Schlagworte: Sonderveranstaltung
Normen: UWG § 7; ZPO § 253
Leitsätze:

1. Um dem Bestimmtheitserfordernis eines Unterlassungsantrags zu genügen, reicht es aus, das Charakteristische der gerügten Wettbewerbshandlung (hier: Verkaufsveranstaltung) konkret (hier: durch Fotografien) erkennbar zu machen. 2. Die Ankündigung einer Sonderveranstaltung i.S. von § 7 Abs. 1 UWG liegt auch darin, daß die Veranstaltung ihrem gesamten Erscheinungsbild nach aus dem regelmäßigen Geschäftsverkehr ausbricht. 3. Zu den Voraussetzungen der Wettbewerbswidrigkeit einer Verkaufsaktion eines Juweliers und Uhrmachers unter dem Blickwinkel des § 7 Abs. 1 UWG.

Rechtskraft: rechtskräftig

Tenor:

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das am 25. September 1998 verkündete Urteil der 3. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Aachen wird mit der Maßgabe zurückgewiesen, dass der Unterlassungstenor des genannten landgerichtlichen Urteils die nachstehende Neufassung erhält: Der Antragsgegnerin wird es zwecks Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 500.000,00 DM, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zur Dauer von 6 Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern der Antragsgegnerin, untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs wie nachfolgend - in schwarz-weiß-

Fotokopie - wiedergegeben Preisreduzierungen von 20 %, 30 % und 50 % in Verbindung mit Werbehinweisen in sämtlichen Ausstellungsvitrinen anzukündigen. Die Kosten des Berufungsverfahrens hat die Antragsgegnerin zu tragen.

Entscheidungsgründe

Die in formeller Hinsicht bedenkenfreie Berufung ist zwar insgesamt zulässig. In der Sache hat das Rechtsmittel der Antragsgegnerin jedoch keinen Erfolg.

Im Ergebnis zu Recht hat das Landgericht in dem angefochtenen Urteil die zunächst im Beschlussweg erlassene einstweilige Verfügung aufrecht erhalten. Denn die streitgegenständliche Verkaufsaktion der Antragsgegnerin stellt sich als eine nach § 7 Abs. 1 UWG unzulässige Sonderveranstaltung dar, deren Ankündigung der gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG prozessführungsbefugte und aktivlegitimierte antragstellende Verein folglich untersagen lassen kann.

I.

Der Antrag auf Erlass der einstweiligen Verfügung ist zulässig.

Den gegenüber der Bestimmtheit des ursprünglichen, teilweise rechtliche Wertungselemente aufweisenden Unterlassungsantrags vorgebrachten Bedenken hat der Antragsteller durch die aktuelle Antragsformulierung, die Gegenstand der vorliegenden Beurteilung ist, abgeholfen. Dieser Antrag lässt nunmehr die konkret vom Antragsteller zur Unterlassung begehrte Wettbewerbshandlung bzw. die sie kennzeichnenden Charakteristika erkennen. Er individualisiert in hinreichender Weise den Streitgegenstand und legt die Vollstreckungsmöglichkeiten des erstrebten Verbots in der erforderlichen Klarheit fest (vgl. BGH GRUR 1976, 197 - "Herstellung und Vertrieb" -; BGH GRUR 1963, 33/34 - "Bodenbeläge" -; BGH GRUR 1962, 310/313 - "Gründerbildnis" -). In diesem Zusammenhang ist es auch nicht von rechtserheblicher Bedeutung, ob die vom Antragsteller zum Bestandteil seines Unterlassungsantrags gemachten Fotografien der streitgegenständlichen Verkaufsaktion deren Gesamterscheinungsbild, so, wie es sich dem Publikum tatsächlich darstellte, repräsentativ vermitteln. Für die Bestimmtheit des Unterlassungsantrags im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO reicht es aus, dass die in den Antrag aufgenommenen Fotografien das Charakteristische der konkret untersagten Verletzungshandlung, wie der Antragsteller sie definiert und untersagt wissen will, erkennbar machen. Das aber leisten die vom Antragsteller zum Bestandteil seines Antrags gemachten Fotografien. Ob im übrigen nach diesen Fotografien der Ausspruch des begehrten Verbots sich in der Sache als berechtigt erweist, berührt eine Frage der Begründetheit, nicht aber die für die Zulässigkeit des Verfügungsbegehrens vorauszusetzende Bestimmtheit des Unterlassungsantrags.

Was die für die Zulässigkeit des Antrags auf Erlass einer einstweiligen Verfügung weiter vorauszusetzende, von der Antragstellerin in zweiter Instanz zu Recht nicht mehr in Zweifel gezogene Prozessführungsbefugnis des antragstellenden Vereins angeht, so hat das Landgericht diese mit überzeugender Begründung, auf die der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen gemäß § 543 Abs. 1 ZPO Bezug nimmt, in dem angefochtenen Urteil bejaht.

II.

Das nach alledem als zulässig zu erachtende Verfügungsbegehren, dessen Dringlichkeit gemäß § 25 UWG zu vermuten ist, ist weiter auch begründet.

Der Antragsteller kann von der Antragsgegnerin gemäß §§ 7 Abs. 1, 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG Unterlassung der Ankündigung der im November/Dezember 1997 in den Geschäftsräumen der Filiale K.straße in A. durchgeführten Verkaufsveranstaltung verlangen. 10

Sonderveranstaltungen im Sinne des § 7 Abs. 1 UWG sind Verkaufsveranstaltungen im Einzelhandel, die außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfinden, der Beschleunigung des Warenabsatzes dienen und den Eindruck besonderer Kaufvorteile hervorrufen, ohne jedoch Sonderangebote im Sinne von § 7 Abs. 2 UWG zu sein. Die den Unterlassungstatbestand des § 7 Abs. 1 UWG kennzeichnenden Merkmale "der Beschleunigung des Warenabsatzes dienlich" und "Erwecken des Eindrucks besonderer Kaufvorteile" überdecken sich dabei meist mit dem Erfordernis der Veranstaltung "...außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs" und gewinnen praktisch keine selbständige Bedeutung (vgl. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 20. Aufl., Rdnr. 15 und 17 zu § 7 UWG mit weiteren Nachweisen). Zu Recht haben daher sowohl das Landgericht als auch die Parteien im Streitfall gerade letzteres Merkmal, nämlich die Frage problematisiert, ob die hier in Rede stehende Verkaufsaktion, wie sie in den vorbezeichneten Fotografien bildlich dokumentiert ist, "außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs" stattfand. 11

Ob eine Verkaufsveranstaltung im Einzelhandel zum regelmäßigen Geschäftsverkehr gehört oder ob sie eine Unterbrechung desselben darstellt, ist anhand ihres gesamten Erscheinungsbildes zu beurteilen. Dabei ist der Eindruck maßgeblich, den die Veranstaltung nach ihrer werbemäßigen Ankündigung auf das Publikum macht, dessen Auffassung wiederum davon beeinflusst wird, was bei entsprechenden Verkaufsveranstaltungen in der in Frage stehenden Branche üblich ist. Denn der Verkehr orientiert sich regelmäßig an dem, was ihm in der Branche begegnet (vgl. BGH GRUR 1998, 487/488 - "Lager-Verkauf" -; Baumbach/Hefermehl, a.a.O., Rdnr. 7 und 11 zu § 7 UWG; Köhler/Piper, UWG, Rdnr. 7 zu § 7 UWG - jeweils m.w.N.). Kommt es für die Beurteilung der Frage, ob eine den regelmäßigen Geschäftsverkehr unterbrechende Verkaufsveranstaltung vorliegt, unter anderem auf die werbemäßige Ankündigung an, folgt daraus von vornherein zugleich die mangelnde Überzeugungskraft des Einwandes der Antragsgegnerin, der Antragsteller könne - wenn überhaupt - das erstrebte Verbot lediglich über die § 1, 3 UWG erreichen, weil im Streitfall nur die Werbung für die Veranstaltung habe verboten werden sollen. Ungeachtet des Umstandes, dass die §§ 1, 3 UWG neben § 7 Abs. 1 UWG anwendbar sind, liegt ein Verstoß gegen das selbständige, vom Antragsteller von Anfang an verfolgte Verbot der *Ankündigung* von Sonderveranstaltungen im Sinne von § 7 Abs. 1 UWG auch dann vor, wenn sich die Veranstaltung ihrem gesamten Erscheinungsbild nach aus der Sicht des durch die Werbung sowie die Branchenübung beeinflussten Verkehrs als "Sonderveranstaltung" darstellt (vgl. BGH a.a.O., - "Lagerverkauf"; BGH GRUR 1983, 184/185 - "eine Fülle von Sonderangeboten" -; Baumbach/Hefermehl, a.a.O., Rdnr. 11 zu § 7 UWG und Köhler/Piper, a.a.O., Rdnr. 6 und 7 zu § 7 UWG). Letzteres ist hier der Fall. 12

Die in Rede stehende Verkaufsaktion der Antragsgegnerin vermittelt nach den in den Fotografien dokumentierten Umständen den Eindruck einer einmaligen Aktion, die gegenüber dem "normalen" Geschäftsbetrieb außergewöhnliche Besonderheiten aufweist. Das gilt zum einen im Hinblick auf den das Schaufenster optisch beherrschenden Hinweis auf die Prozente, die - auch ohne dass es der weiteren Angabe "Einzelstücke reduziert" bedarf - eindeutig als Hinweis auf eine Preisreduzierung verstanden werden. Hierfür spricht zum 13

anderen ferner der Umstand, dass der vorstehende Hinweis gerade unter Verwendung roter Farbe gestaltet ist, was im Zusammenhang mit Preisangaben typischerweise auf eine Reduzierung hindeutet und verstanden wird. Diese optisch auffällig auf eine Preisreduzierung hinweisenden Umstände sowie die weitere Anbringung der ebenfalls in roter Farbe gehaltenen Streifen auf den Schaufensterscheiben selbst und die Präsentation der ganz überwiegend mit roten "Streichpreisen" ausgezeichneten, ein vielfältiges Sortiment abdeckenden Schmuckwaren und Uhren in den Auslagen vermitteln insgesamt den Eindruck einer Schaufensterdekoration, wie sie üblicherweise bei Aus- und Schlussverkäufen zu beobachten ist. Ihrer werblichen Präsentation nach erweckt die Dekoration daher das Bild einer den Rahmen des regelmäßigen Geschäftsbetriebs sprengenden, außergewöhnliche Preisvorteile bietenden Veranstaltung. Der Senat ist dabei anhand der vom Antragsteller vorgelegten Lichtbilder, wie sie in schwarz-weiß-Fotokopie Bestandteil des Unterlassungsantrags sowie des darauf beruhenden Tenors sind, davon überzeugt, dass diese einen repräsentativen Eindruck von dem Gesamtbild vermitteln, das die Warenpräsentation in den Schaufenstern der Antragsgegnerin aus der Sicht des angesprochenen Publikums hervorgerufen hat. Ausweislich der genannten Fotografien ist die reduzierte Ware als solche zusammengedrückt in den Vordergrund der Auslage gestellt, so dass sie den Blick des Publikums sogleich einfängt. Der Antragsteller hat dabei durch Vorlage der eidesstattlichen Versicherungen der Frau J.-G. und des Herrn L. jeweils vom 17. November 1997 glaubhaft gemacht, dass die auf solche Art präsentierte preisreduzierte Schmuckware mehr als die Hälfte der Schaufensterauslagen einnahm. Selbst wenn daher im übrigen auch nicht reduzierte Ware ausgelegt wurde, dominiert doch die Art der Präsentation gerade der preisreduzierten Ware im Zusammenhang mit den vorbezeichneten, auf die Herabsetzung der Preise deutlich hinweisenden Umständen (Hinweise auf prozentuale Preisherabsetzungen) den optischen Gesamteindruck der Schaufenstergestaltung und erweckt daher den Eindruck einer das gesamte Warenangebot der Antragsgegnerin durchziehenden "Niedrigpreisaktion". Auch wenn der antragstellende Verein keine Gesamtansicht des Schaufensters des hier in Rede stehenden Ladenlokals der Antragsgegnerin vorgelegt hat, vermittelt sich dem Senat bereits anhand der eingereichten, Einzelansichten der Schaufenstergestaltung dokumentierenden Fotografien das Bild der Schaufenstergestaltung insgesamt und vermag er danach zu beurteilen, dass aus der Sicht des von dieser Art der Warenpräsentation angesprochenen Verkehrs damit eine Sonderveranstaltung angekündigt worden ist. Soweit die Antragsgegnerin in diesem Zusammenhang weiter einwendet, mangels Hinweises auf die zeitliche Befristung der Aktion scheide die Annahme einer "außerhalb des gewöhnlichen Geschäftsbetriebs liegenden" Veranstaltung aus, vermag das demgegenüber ebenfalls nicht zu überzeugen. Auch wenn die Angabe der zeitlichen Begrenzung einer Aktion ein Umstand von häufig entscheidender Bedeutung ist, kann der Eindruck einer einmaligen, so nicht wiederkehrenden besonders günstigen Kaufgelegenheit auch auf anderem Wege erzielt werden. Das aber ist vorliegend bei der streitgegenständlichen Aktion, die von ihrer Gesamtaufmachung her das Bild eines typischen "Ausverkaufs" vermittelt, der Fall. Denn gerade bei Ausverkäufen geht der Verkehr in aller Regel davon aus, dass diese nur vorübergehend, also für einen begrenzten Zeitraum die Gelegenheit zu einem besonders günstigen Einkauf bieten. Unerheblich ist weiter auch der Einwand der Antragsgegnerin, sie habe in den letzten Jahren zur nämlichen Zeit vergleichbar präsentierte Verkaufsaktionen durchgeführt. Die damit für ihren Geschäftsbetrieb behauptete Übung lässt eine entsprechende "Branchenübung" nicht erkennen. Denn es kommt nicht darauf an, ob sich die Veranstaltung im Rahmen des vom Veranstalter selbst üblicherweise gezeigten Geschäftsgebarens hält, sondern auf den in der hier betroffenen Schmuck- und Uhrenhandelsbranche üblichen und als angemessen empfundenen Geschäftsverkehr. Dass der Verkauf von Schmuck und Uhren, die in aller Regel keiner kurzfristigen, saisonabhängigen Mode unterliegen, in der hier zu beurteilenden

ausverkaufsähnlichen Präsentation und Ankündigung - zudem in der Vorweihnachtszeit, bei der es sich gerade in bezug auf Schmuckwaren und Uhren um eine umsatzintensive Zeit handelt - in der Branche des Schmuck- und Uhrenhandels üblich oder doch als wirtschaftlich vernünftige, sachgerechte und deshalb billigenswert erscheinende Fortentwicklung des bisherigen branchenüblichen Geschäftsverkehrs anzuerkennen ist (vgl. BGH a.a.O., - "Lager-Verkauf" -; Baumbach/Hefermehl, a.a.O., Rdnr. 9 zu § 7 UWG), lässt sich weder dem Vortrag der Beklagten, noch dem Sachverhalt im übrigen entnehmen.

Dem Eindruck einer außerhalb des üblichen Geschäftsbetriebs liegenden, besondere Kaufvorteile bietenden und der Beschleunigung des Warenabsatzes dienenden Veranstaltung steht es schließlich auch nicht entgegen, dass die Antragsgegnerin auf ihrem Hinweisschild die Angabe "Einzelstücke reduziert" angebracht hat. Denn angesichts des Umstandes, dass die in dem Schaufenster präsentierte Ware eine denkbar breite Produktpalette abdeckt (Uhren, Ringe, Ketten, Armbänder, Ohrringe), wird der Eindruck einer sich auf (fast) das gesamte Warenangebot beziehenden Preisreduzierung erweckt. Aus diesem Grunde scheidet auch die Annahme aus, dass vorliegend lediglich "Sonderangebote" im Sinne von § 7 Abs. 2 UWG angekündigt werden (vgl. Baumbach/Hefermehl, a.a.O., Rdnr. 30 f. zu § 7 UWG). 14

Stellt sich danach die beklagtenseits angekündigte Verkaufsaktion als "Sonderveranstaltung" im Sinne von § 7 Abs. 1 UWG dar, ist weiter auch die für den Unterlassungstatbestand zu fordernde materielle Anspruchsvoraussetzung der Wiederholungsgefahr zu bejahen. Denn die Wiederholungsgefahr ist selbst dann nicht ausgeschlossen, wenn ein Unternehmen seinen Betrieb einstellt (vgl. BGH GRUR 1972, 550 - "Spezialsalz II" -; Baumbach/Hefermehl a.a.O., Einleitung UWG Rdnr. 266 f. m.w.N.). Auch wenn daher die Beklagte den Betrieb ihrer in der K.straße in A. gelegenen Filiale eingestellt hat, folgt daraus nicht, dass mit der Möglichkeit einer Wiederaufnahme des alten Geschäftsbetriebs im Wirtschaftsraum Aachen - zum Beispiel durch Neueröffnung einer Filiale - sowie der Ankündigung einer Sonderveranstaltung zu den nämlichen Bedingungen nicht mehr gerechnet werden kann. Anhaltspunkte dafür, dass hier etwa wegen der besonderen Zeitferne der gegebenenfalls möglichen Wiederholung des nämlichen Verstoßes ausnahmsweise eine andere Beurteilung geboten wäre (vgl. BGH Gruhr 1992, 318/319 f. - "Jubiläumsverkauf" -), bestehen nicht. 15

Der Antragsteller ist bei alledem auch aktivlegitimiert, den Unterlassungsanspruch geltend zu machen. Denn dieser Anspruch betrifft eine Handlung, die geeignet ist, den Wettbewerb auf dem hier betroffenen Markt wesentlich zu beeinflussen. Im Hinblick auf die große Attraktivität günstiger Preise und die damit verbundene Anlockwirkung für das Publikum sowie die damit naheliegende Gefahr der Nachahmung solcher Verkaufsaktionen durch konkurrierende Unternehmen des Schmuck- und Uhrenhandels, ist die Eignung der angegriffenen Wettbewerbshandlung der Antragsgegnerin zur wesentlichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs ohne weiteres zu bejahen. 16

Die Kostenfolge ergibt sich aus § 97 Abs. 1 ZPO. Eine abweichende Kostenregelung ergibt sich dabei auch nicht mit Blick auf den Umstand, daß der Antragsteller das ursprüngliche Unterlassungsbegehren umformuliert hat. Hierin liegt lediglich die Anpassung des von Anfang an mit dem Antrag auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung begehrten Verbots an die konkrete Verletzungshandlung. Eine - teilweise - Reduktion des Unterlassungsbegehrens in der Sache ist damit nicht verbunden. 17

Gemäß § 545 Abs. 2 ZPO ist das Urteil mit seiner Verkündung rechtskräftig. 18
