
Datum: 21.08.2002
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 103/02
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2002:0821.6U103.02.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 33 O 354/01

Tenor:

Auf die Berufung der Beklagten wird das am 21.05.2002 verkündete Urteil der 33. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 33 O 354/01 - abgeändert. Die Klage wird abgewiesen. Die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen hat die Klägerin zu tragen. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Klägerin darf die Zwangsvollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 12.000,00 EUR abwenden, falls nicht die Beklagten zuvor Sicherheit in derselben Höhe leisten. Den Parteien wird nachgelassen, die von ihnen jeweils zu stellenden Sicherheiten in Form der unwiderruflichen, unbedingten, unbefristeten, schriftlichen Bürgschaft eines im Inland zum Geschäftsbetrieb befugten Kreditinstituts oder durch Hinterlegung von Geld zu erbringen. Die Revision wird nicht zugelassen.

Tatbestand

1

Die Parteien betreiben Möbelhäuser. Im Juli vergangenen Jahres verteilten die Beklagten einen Werbeprospekt, in dem unter der Schlagzeile "SSV Massenverkauf" auf insgesamt 12 Seiten preislich reduzierte Schlussverkaufsware angeboten wurde. Auf vier weiteren Seiten im Inneren des Prospekts wurden - wie im nachfolgend dargestellten Klageantrag in schwarz-weiß-Kopie abgebildet - jeweils mit dem Hinweis "Keine SSV-Ware - Trotzdem bis zu 50%, 60%, 70% reduziert" ebenfalls diverse Produkte, darunter Schlafsofas, aus dem Sortiment der Beklagten beworben. Hinsichtlich der Einzelheiten der Aufmachung dieses Prospekts sowie dessen Inhalts wird auf das als Anlage ASt 1 (Hülle Bl. 85 d.A.) zu den Akten genommene Original Exemplar Bezug genommen.

2

Die zuletzt erwähnten vier Seiten des Prospekts sind Gegenstand der wettbewerblichen Beanstandung der Klägerin, die hierin die Ankündigung einer nach Maßgabe von § 7 Abs. 1 UWG unzulässigen Sonderveranstaltung sieht.

In einem diesem Rechtsstreit vorangegangenen einstweiligen Verfügungsverfahren (84 O 125/01 LG Köln = 6 U 215/01 OLG Köln) hat die Klägerin die Beklagten auf Unterlassung in Anspruch genommen, mit der Aussage "Keine SSV-Ware, trotzdem bis zu 50%, 60%, 70% reduziert" wie auf den vier vorbezeichneten Prospektseiten geschehen zu werden und/oder eine solcherart angekündigte Verkaufsveranstaltung durchzuführen. Zur Begründung dieses Unterlassungspetitus hat die Klägerin in jenem Verfahren u.a. ausgeführt, dass keiner der dort beworbenen Artikel eine Preisreduzierung von mindestens 50% aufweise, was hinsichtlich der auf den beiden Seiten mit den Schlafsofas unstreitig auch zutraf. Mit diesem Hinweis hat die Klägerin den Standpunkt verfochten, dass der Verkehr die in Frage stehende Werbung nicht allein auf die auf den betroffenen Seiten abgebildeten Artikel beziehe, sondern erwarte, im Geschäftslokal noch eine Vielzahl weiterer Waren zu den beworbenen Preisreduzierungen erhalten zu können, andernfalls die Werbung als "von vornherein vorsätzlich irreführend" einzuordnen sei, "...was indessen nicht angenommen werden..." könne. Das Landgericht hat die in jenem Verfahren im Beschlussweg antragsgemäß erlassene einstweilige Verfügung nach dem hiergegen eingelegten Widerspruch der Beklagten und dortigen Antragsgegnerinnen bestätigt. Zur Begründung hat es u.a. ausgeführt, dass sich nur eine kleine Gruppe der angesprochenen Verbraucher überhaupt der Mühe unterziehen werde, die preislich herausgestellten Preisreduktionen nachzuvollziehen, sondern auf die "Schlagzeile" vertrauen werde. Die Teil des Verkehrs, dem auffalle, dass die beworbenen Artikel nicht die angekündigten Preisreduzierungen aufwiesen, werde annehmen, dass die abgebildeten Produkte nur beispielhaft aufgeführt seien und erwarten, im Geschäftslokal aus den beworbenen Sortimenten weitere Artikel vorzufinden, bei denen die angekündigten Reduktionen tatsächlich vorgenommen worden seien. Er werte die streitbefangenen Prospektseiten, die sich optisch nicht deutlich von der im übrigen vorgenommenen Sommerschlussverkaufswerbung unterschieden, als Bestandteile der Ankündigung des Sommerschlussverkaufs, so dass ein Verstoß gegen § 7 Abs. 1 UWG zu bejahen sei. Die Beklagten haben daraufhin im Rahmen der von ihnen als Antragsgegnerinnen in jenem Verfahren betriebenen Berufung eine auf die Prospektseiten mit den Schlafsofas bezogene strafbewehrte Unterlassungsverpflichtungserklärung abgegeben, worauf die Parteien die Hauptsache des einstweiligen Verfügungsverfahrens übereinstimmend zur Erledigung gebracht haben.

4

Bei dem vorliegenden Rechtsstreit, bei dem es um die Hauptsache zu dem vorbezeichneten einstweiligen Verfügungsverfahren handelt, hält die Klägerin an ihrem Standpunkt fest, dass mit den in Frage stehenden vier Prospektseiten eine Sonderveranstaltung angekündigt werde.

5

Die Beklagten, so hat die Klägerin erstinstanzlich vorgebracht, vermitteln damit den Eindruck, dass erhebliche Teile ihres Sortiments zu herabgesetzten Preisen angeboten werden. Das folge zum einen daraus, dass die ausgelobten Preisreduzierungen sich nicht ausdrücklich auf die dort abgebildeten Artikel bezögen. Zum anderen werde nach der konkreten werblichen Anpreisung der preisreduzierten Waren bzw. nach der schlussverkaufstypischen Aufmachung der Preisreduzierungen der Eindruck hervorgerufen, dass der übliche Geschäftsverkehr durchbrochen sei, es sich mithin (auch) bei den vier in Frage stehenden vier Prospektseiten um eine in den Schlussverkauf integrierte Sonderveranstaltung handele.

6

7

Die Klägerin hat beantragt,	
die Beklagten zu verurteilen,	8
es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen,	9
im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs mit der Aussage "keine SSV-Ware, trotzdem bis zu 50, 60, 70% reduziert" wie nachstehend wiedergegeben zu werben und/oder eine so angekündigte Verkaufsveranstaltung durchzuführen:	10
##blob##nbsp;	11
Die Beklagten haben beantragt,	12
die Klage abzuweisen.	13
Das angesprochene Publikum, so haben die Beklagten vertreten, werde die Werbung auf den vier Prospektseiten ausschließlich auf die dort abgebildeten Waren beziehen und sie als Werbung für Sonderangebote, nämlich einzelne nach Preis und Güte beworbene nicht schlussverkaufsfähige Artikel verstehen.	14
Mit Urteil vom 21.05.2002, auf welches zur näheren Sachdarstellung Bezug genommen wird, hat das Landgericht die Beklagten unter weitgehender Bezugnahme auf das Urteil des einstweiligen Verfügungsverfahrens zur Unterlassung verurteilt, weil ein Verstoß gegen § 7 UWG unabhängig von der Frage einer möglichen Irreführung vorliege. Aus diesem Grunde könne die in dem einstweiligen Verfügungsverfahren abgegebene Unterlassungsverpflichtungserklärung die Klägerin nicht klaglos stellen.	15
Mit ihrer gegen dieses Urteil gerichteten Berufung bringen die Beklagten vor, dass das Landgericht die Voraussetzungen einer zulässigen Sonderangebotswerbung zu Unrecht abgelehnt habe. Der angesprochene Verkehr beziehe die beworbenen Preisreduzierungen ausschließlich auf die im Zusammenhang damit "ausgelobte Prospektware und nicht auf Waren außerhalb des Prospektes". Er sehe die hier beworbenen Kaufgelegenheiten angesichts der Hinweise "Keine SSV-Ware- Trotzdem bis zu...." auch nicht als Bestandteil des im übrigen Prospekt beworbenen Sommerschlussverkaufs.	16
Die Beklagten beantragen,	17
das Urteil des Landgerichts Köln vom 21.05.2002 - 33 O 354/01 -	18
abzuändern und die Klage abzuweisen.	19
Die Klägerin beantragt,	20
die Berufung zurückzuweisen.	21
Die Klägerin verteidigt das angefochtene Urteil, in dem das Landgericht zutreffend erkannt habe, dass der Verkehr die auf den hier betroffenen Seiten ausgelobten Preisnachlässe auch noch auf andere als die dort bloß beispielhaft abgebildeten Waren und damit auf erhebliche Teile des gesamten Warensortiments der Beklagten beziehe. Die ihrer sonstigen Gestaltung nach an die im übrigen betriebene Schlussverkaufswerbung angenäherte, jedenfalls aber	22

nicht deutlich davon abgesetzte Werbung werde als Bestandteil des Saisonschlussverkaufs verstanden, zumindest aber gehe der Verkehr davon aus, dass der Grund für die hier in Frage stehenden Preisnachlässe in der Durchführung des Saisonschlussverkaufs liege.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten im Vorbringen der Parteien wird auf ihre in beiden Instanzen gewechselten Schriftsätze samt Anlagen Bezug genommen. 23

Die Akte des einstweiligen Verfügungsverfahrens 84 O 125/01 des Landgerichts Köln (6 U 215/01 OLG Köln) lag vor und war Gegenstand der mündlichen Verhandlung. 24

E n t s c h e i d u n g s g r ü n d e: 25

Die formell einwandfreie, insgesamt zulässige Berufung hat in der Sache Erfolg. 26

Das Rechtsmittel der Beklagten führt zu der aus dem Urteilstenor ersichtlichen Abänderung der angefochtenen landgerichtlichen Entscheidung. Der Klägerin steht der aus § 7 Abs. 1 UWG zuerkannte Unterlassungsanspruch nicht zu. Die auf den streitbefangenen vier Seiten des Prospekts "SSV Massenverkauf" unter dem Slogan "Keine SSV-Ware - Trotzdem bis zu 50 %, 60 %, 70 % reduziert" jeweils angekündigten Verkäufe sind nicht als im Sinne von § 7 Abs. 1 UWG verbotene Sonderveranstaltung, sondern als nach Maßgabe von § 7 Abs. 2 UWG zulässige Sonderangebote zu qualifizieren. 27

Als Sonderveranstaltungen, deren Ankündigung oder Durchführung nach Maßgabe von § 7 Abs. 1 UWG zu unterlassen ist, sind solche Verkaufveranstaltungen anzusehen, die außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfinden, der Beschleunigung des Warenabsatzes dienen und den Eindruck der Gewährung besondere Kaufvorteile hervorrufen. Was "Sonderangebot" i.S. von § 7 Abs. 2 UWG ist, kann nicht "Sonderveranstaltung" nach Maßgabe der vorbezeichneten Definition sein. Danach liegt eine Sonderveranstaltung dann nicht vor, wenn einzelne, nach Güte oder Preis gekennzeichnete Waren angeboten werden und diese Angebote sich in den regelmäßigen Geschäftsbetrieb des anbietenden Unternehmens einfügen. Die Beantwortung der Frage, ob eine vom Unterlassungstatbestand des § 7 Abs. 1 UWG erfasste Sonderveranstaltung vorliegt, wird entscheidend durch das Kriterium "außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs" beeinflusst bzw. davon, ob die in Frage stehende Verkaufsveranstaltung zum regelgerechten, in der Branche üblichen geschäftlichen Verkehr zählt. Wird in einer Werbeanzeige oder in einem Werbeprospekt für eine Verkaufsveranstaltung geworben, so beurteilt sich dies anhand des Gesamteindrucks, den die Werbung unter Berücksichtigung von Wortlaut, Inhalt und Aufmachung und aller sonstigen Begleitumstände in den angesprochenen Verkehrskreisen hervorruft. Nach diesen Kriterien kann der mit der hier zu beurteilenden Werbung angekündigten Kaufgelegenheit der Charakter einer Sonderveranstaltung nicht beigemessen werden. 28

Das dargestellte gesetzliche Verbot einer Sonderveranstaltung schließt es nicht aus, eine Sonderangebotswerbung für nicht schlussverkaufsfähige Waren während eines Schlussverkaufs zu platzieren und auf die Preisgünstigkeit der nicht schlussverkaufsfähigen Ware in einer der Preisgünstigkeit schlussverkaufsfähiger Ware gleichgestellten Weise hinzuweisen, wenn der Verkehr erkennt, dass eine nicht schlussverkaufsfähige Ware angeboten wird und die beworbene Preiswürdigkeit ihren Grund folglich nicht in der Durchführung des Saisonschlussverkaufs hat (BGH GRUR 1990,1027 -"Keine WSV-Angebote"-). So liegt der Fall hier. Die Beklagten haben sich zum einen mit den konkreten Hinweisen " Keine schlussverkaufsfähige Ware - Trotzdem..." deutlich genug von der im übrigen in dem Prospekt betriebenen Schlussverkaufswerbung abgesetzt und deutlich 29

gemacht, dass auf den fraglichen Prospektseiten gerade keine Werbung für eine als Bestandteil des Saisonschlussverkaufs in diesen integrierte Kaufgelegenheit gemacht wird. Das gilt zum anderen auch für die sonstige Aufmachung der hier in Frage stehenden Prospektseiten. Auch wenn eine gewisse Nähe der Gestaltung (leuchtend gelber Untergrund/graphische Unterteilung in einzelne "Felder") vorhanden ist, fehlt der auf den Seiten der Schlussverkaufswerbung jeweils in die Mitte der Doppelseiten und damit in das Blickfeld des Betrachters gerückte blickfangartige Hinweis "SSV-Massenverkauf" in Verbindung mit dem in ein gezacktes Feld gesetzten Prozentsatz der Preisreduzierung. Setzt sich damit die in Frage stehende Werbung deutlich genug von der im übrigen betriebenen Werbung für den saisonalen Schlussverkauf ab, so liegen im übrigen auch nicht die Voraussetzungen der Ankündigung einer Sonderveranstaltung (in der Sonderveranstaltung) vor. Denn Anhaltspunkte für die Annahme, dass sich die auf den in Frage stehenden Prospektseiten angekündigten Preisreduzierungen in Unterbrechung des regelmäßigen Geschäftsbetriebs *nicht* auf die dort beworbenen Artikel, nämlich auf einzelne nach Güte oder Preis gekennzeichnete Waren bezieht, die neben der sonstigen regulären Ware angeboten werden, sondern dass damit im wesentlichen das ganze Sortiment, eine ganze Warensorte oder eine ganze Warengruppe der Beklagten zu den beworbenen Preisherabsetzungen zum Verkauf gestellt wird, bestehen nicht. Zwar werden nicht allein die auf den vier Prospektseiten konkret abgebildeten Schlafsofas, Betten und sonstigen Waren zu den beworbenen Preisreduzierungen, sondern von diesen konkreten Artikeln mengenmäßig weitere Produkte zu dem verbilligten Preisen angeboten. Das ändert jedoch nichts daran, dass es sich hierbei nur um einzelne Waren des Gesamtsortiments der Beklagten, mithin um Sonderangebote handelt. Denn "einzelne" Waren könne sehr wohl "viele" Waren sein. Ob es sich bei einem Angebot um ein solches "einzelner" Waren handelt, ist im Hinblick auf die Größenverhältnisse des anbietenden/werbenden Unternehmens zu beurteilen. Es kommt darauf an, ob die von dem beworbenen Angebot erfassten Waren, gemessen an dem Umsatz des Unternehmens als "einzelne" anzusehen sind, was nicht rein objektiv, sondern nach der Auffassung der umworbenen Endverbraucher zu beurteilen ist. Unternehmen, die bekanntlich ein breites Sortiment haben, insbesondere Warenhäuser und Supermärkte, sind daher in der Lage, massiert mit Sonderangeboten für einzelne Waren zu werben, ohne dass dadurch der Eindruck einer Unterbrechung des regelmäßigen Geschäftsverkehrs hervorgerufen wird (vgl. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Aufl. § 7 UWG Rdn. 30 m. w. N.). Die auf den hier in Frage stehenden Seiten abgebildeten Waren decken aber nicht nur einen geringen Teil der jeweils betroffenen Sortimente (Geschirr, Glas- und Haushaltswaren; Lampen; Betten, Schlafsofas) ab, sondern die in Frage stehenden Sortimente selbst stellen ihrerseits wiederum nur einen geringen Teil des zahlreiche weitere Warenssegmente umfassenden Gesamtsortiments (Küchen, Wohnzimmer, Kinder- und Jugendzimmer, Büromöbel u. s. w.) der Beklagten ab. Das Argument, der Verkehr werde mit Blick auf die bei den beworbenen Preisreduzierungen teilweise nicht erreichten Reduzierungsquoten zu der Annahme gelangen, die beworbenen Preisherabsetzungen bezögen sich auch auf andere, "außerhalb des Prospekts liegende" Waren, hat mit Blick auf die nunmehr abgegebene Unterlassungsverpflichtungserklärung jedenfalls seine Überzeugungskraft verloren. Es hatte aber auch schon vorher eine solche Überzeugungskraft nicht: Nur eine für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung zu vernachlässigende Minderheit wird eine Preisgegenüberstellung vornehmen, die ihr die Erkenntnis vermittelt, dass die beworbenen Preisreduzierungen nicht bei den auf den abgebildeten Seiten beworbenen Artikeln erreicht ist. Wenn überhaupt, so wird sie dann aber nicht erwarten, dass die Beklagten über die in dem Prospekt abgebildeten Waren hinaus einen wesentlichen Teil ihres Gesamtsortiments, eine ganze Warensorte oder eine Warengruppe zu den beworbenen Margen reduziert anbietet. Sie wird vielmehr vermuten, dass es sich um solche Waren handelt, die den abgebildeten ähnlich sind oder entsprechen, so dass es sich auch dann nur um "einzelne"

Waren aus dem breiten Sortiment der Beklagten handelt.

Die Kostenfolge ergibt sich aus § 91 Abs. 1 ZPO. 30

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in den §§ 108, 708 Nr. 10, 711 ZPO. 31

Der Senat sah schließlich keinen Anlass für eine Zulassung der Revision (§ 543 Abs. 1 Nr. 1, Abs. 2 ZPO). Der Sache kommt weder grundsätzliche Bedeutung zu noch erfordern Belange der Rechtsfortbildung oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs. Die Entscheidung des vorliegenden Rechtsstreits findet vielmehr auf der Grundlage der Subsumtion eines individuellen wettbewerblichen Sachverhalts unter als solche in höchstrichterlicher Rechtsprechung geklärte Rechtsgrundsätze statt. 32