
Datum: 08.05.2002
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 24/02
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2002:0508.6U24.02.00

Vorinstanz: Landgericht Bonn, 11 O 167/01

Tenor:

1.) Die Berufung des Antragstellers gegen das am 22.1.2002 verkündete Urteil der 1.Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bonn - 11 O 167/01 - wird zurückgewiesen. 2.) Die Kosten des Berufungsverfahrens hat der Antragsteller zu tragen.

Entscheidungsgründe

1

Die Berufung ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg. Zu Recht hat das Landgericht den Antrag des Antragstellers auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen.

2

Entgegen der Auffassung des Antragstellers stellt das angegriffene Schreiben nicht die Ankündigung einer gem. § 7 Abs.1 UWG unzulässigen Sonderveranstaltung dar.

3

Eine solche liegt nach der Legaldefinition des § 7 Abs.1 UWG nur dann vor, wenn eine Verkaufsveranstaltung im Einzelhandel außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs stattfindet, der Beschleunigung des Warenabsatzes dient und den Eindruck der Gewährung besonderer Kaufvorteile hervorruft. Diese Voraussetzungen sind nicht sämtlich erfüllt. Die Gewährung von 10 % Rabatt an Stammkunden mag den Eindruck besonderer Kaufvorteile hervorrufen und auch der Beschleunigung des Warenabsatzes dienen, indes handelt es sich nicht um eine Verkaufsveranstaltung, die außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs liegt.

4

Eine Verkaufsveranstaltung liegt außerhalb des regelmäßigen Geschäftsverkehrs, wenn sie auf die angesprochenen Verkehrskreise wie eine Unterbrechung des normalen, gewöhnlichen Geschäftsbetriebs wirkt, also nicht mehr als üblicher, regelmäßiger Geschäftsverkehr erscheint, sondern den Eindruck des Einmaligen, Unwiederholbaren

5

entstehen lässt. Ob diese Voraussetzungen vorliegen, richtet sich nach dem Gesamterscheinungsbild der Verkaufsaktion, wie sie sich nach ihrer werblichen Ankündigung dem Publikum darstellt (BGH GRUR 97,476 f - "Geburtstagswerbung II"; Köhler/Piper UWG, 2.Aufl. § 7 RZ 19). Diese Voraussetzungen sind nicht erfüllt. Die angesprochenen Kunden werden aus folgenden Gründen in ihrer Gesamtheit nicht annehmen, durch die Inanspruchnahme des angekündigten Rabatts an einer Verkaufsveranstaltung teilzunehmen, die als einmalige Aktion außerhalb des regulären Geschäftsbetriebs stattfindet:

So erkennt der Adressat des Schreibens ohne weiteres, dass nur ein ausgewählter Kreis der Kunden der Antragsgegnerin in den Genuss des angekündigten Rabatts gelangen soll. Der aus wenigen Zeilen bestehende Text des beanstandeten Schreibens enthält mit dem Satz *"Diese Personalkaufkarte ist unseren Stammkunden vorbehalten"* den nicht zu übersehenden Hinweis, dass sich die Aktion nicht an alle potentiellen Kunden, sondern nur an solche Verbraucher wendet, die schon einmal Kunden bei der Antragsgegnerin waren und von dieser als Stammkunden angesehen werden. Damit weiß der Adressat zwar nicht, wie viele derartige "Personalkaufkarten" versandt worden sind, er weiß aber, dass es sich bei den Empfängern nur um einen begrenzten Teil des in Betracht kommenden Publikums handelt. 6

Unterscheidet sich die Aktion schon dadurch maßgeblich von den üblichen Sonderveranstaltungen, so kommt hinzu, dass für die Ankündigung des Rabattes keinerlei Werbung betrieben worden ist. Während die als Sonderveranstaltungen zu qualifizierenden Verkaufsveranstaltungen dem Verbraucher üblicherweise mit plakativer, breit gestreuter und wiederholter Werbung präsentiert werden, hat die Antragsgegnerin von der Versendung des Schreibens mit der Karte abgesehen - entsprechend der Beschränkung des Adressatenkreises - weitere Werbung für die Aktion nicht geschaltet. 7

Dem Antragsteller ist einzuräumen, dass die Empfänger im Zeitpunkt des Erhalts des Schreibens im November 2001 an die Gewährung eines Rabattes in Höhe von 10 % nicht gewöhnt waren. Hiervon ist auszugehen, weil erst wenige Monate zuvor das RabattG, das einen Rabatt in dieser Höhe noch untersagt hatte, aufgehoben worden war. Gleichwohl stellt sich diese - für den Verbraucher - neue Erscheinungsform der Wertreklame durch Rabattgewährung in Höhe von 10 % nicht als Verkaufsaktion außerhalb des regulären Geschäftsbetriebs dar. Das folgt zum einen daraus, dass der Rabatt von 10 % weit unter den Preisnachlässen liegt, die der Verbraucher aus Sonderveranstaltungen gewöhnt ist und die nicht selten - vergleichbar den Preisreduzierungen in den Saisonschlussverkäufen gem. § 7 Abs.3 UWG - bei über 50 % des regulären Preises liegen. Zum anderen weiß der verständige, durchschnittlich informierte Verbraucher, dass das Rabattgesetz inzwischen aufgehoben worden ist. Er erwartet daher eine Veränderung der Situation im Bereich der Preisnachlässe und wird aus diesem Grunde die beworbene Rabattgewährung in Höhe von 10 % für einen ausgesuchten Kundenkreis als eine auf der Gesetzesänderung beruhende Fortentwicklung der üblichen Geschäftsgepflogenheiten und nicht als eine einmalige und unwiederholbare Verkaufsaktion ansehen. 8

Aus der Gesamtheit dieser Gründe weiß der angesprochene Kunde, dass die angebotene Rabattgewährung nicht außerhalb des üblichen Geschäftsbetriebes der Antragsgegnerin liegt. Daran ändert auch der Umstand der Befristung auf nur vier Stunden nichts. Diese mag ungewöhnlich sein, vermittelt dem Kunden aber nicht den Eindruck einer einmaligen und unwiederholbaren Aktion, vielmehr wird er unter Berücksichtigung der vorstehenden Umstände erkennen, dass die ungewöhnlich kurze Befristung die Aktion in ihrem Umfang begrenzen und gerade nicht zu einem "Ausverkauf" der Ware zu dem herabgesetzten Preis führen soll. 9

Der Antrag ist auch nicht aus § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt des übertriebenen Anlockens gerechtfertigt. Das Angebot stellt entgegen der Auffassung des Antragstellers nicht deswegen ein übertriebenes Anlocken dar, weil der Kunde in der kurzen Zeit von nur vier Stunden nicht die Gelegenheit hatte, das Angebot mit denen von Wettbewerbern zu vergleichen. Denn das trifft nicht zu: Die verfahrensgegenständliche Personalkaufkarte ist unter dem 19.11.2001 versandt worden und berechnete zum verbilligten Einkauf am 1.12.2001. Der Kunde hatte damit ersichtlich ausreichend Zeit, das Angebot der Antragsgegnerin mit demjenigen der Wettbewerber zu vergleichen. Dass die Antragsgegnerin etwa gezielt zum 1.12.2001 ihr Sortiment geändert und so einen Vergleich (praktisch) unmöglich gemacht haben könnte, ergibt sich aus dem Vortrag des Antragstellers nicht. Im übrigen ist ein Rabatt von (nur) 10 % auch nicht geeignet, die hohen Anforderungen an ein übertriebenes Anlocken zu erfüllen. Dieses müsste dazu führen, dass der Umworbene, von dem ausgelobten Preisvorteil nahezu magisch angezogen und veranlasst würde, die Ware ohne sachgerechte Prüfung der Angebote von Wettbewerbern nur mit dem Ziel der Erlangung des Vorteils zu kaufen (vgl. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22.Aufl., § 1 UWG RZ 164 m.w.N.). Hiervon kann - nicht nur mit Blick auf den Wegfall des Rabattgesetzes - bei einer Reduzierung der Preise um 10 % offenkundig nicht die Rede sein.	10
Ob die Voraussetzungen des § 3 UWG gegeben sind, weil den Empfängern der Schreiben nicht mitgeteilt worden ist, dass sich die Karte auf einzelne Teile des Sortiments der Antragsgegnerin nicht bezieht, kann für die Entscheidung offen bleiben.	11
Soweit der Antragsteller sich hierauf stützt, ist der Antrag bereits unzulässig, weil die Dringlichkeitsvermutung des § 25 UWG widerlegt ist. Der Antragsteller, der den Vorwurf erstmals im Berufungsverfahren erhoben hat, wusste nämlich nicht erst aufgrund der mündlichen Verhandlung vor dem Landgericht, sondern schon aufgrund der Antragserwiderung vom 03.01.2002 von dieser Beschränkung. Es hätte ihm damit bei unterstellter Dringlichkeit obliegen, sich bereits vor dem Landgericht (auch) hierauf zu stützen.	12
Im übrigen wäre der auf die Begrenzung des Angebotes auf Teile des Sortiments gestützte Irreführungsvorwurf ohnehin nicht geeignet, den konkret gestellten Antrag zu tragen.	13
Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs.1 ZPO.	14
Das Urteil ist gemäß § 542 Abs.2 ZPO mit seiner Verkündung rechtskräftig.	15
Gegenstandswert für das Berufungsverfahren: 15.000 EUR	16