

Rabattverstoß durch Preisnachlaß für eine vom Kunden zusammengestellte Gerätekombination?

BGH, Urteil vom 29. Juni 1995 (I ZR 161/93) – „Paketpunktsystem“

Leitsatz

Berechnet der Unternehmer beim Kauf mehrerer selbständiger, aber der Zweckbestimmung und je nach Bedarf des Kunden zusammengehörender Geräte (hier Computer und Monitor oder Computer/Monitor und Drucker) einen gegenüber der Summe der Preise für die Einzelgeräte niedrigeren Preis als Entgelt für die aus den Einzelgeräten bestehende neue Verkaufseinheit, führt die Tatsache, daß der Kunde die neue Verkaufseinheit selber zusammenstellt und den dafür zu entrichtenden Preis mittels eines ihm vom Unternehmer an Hand gegebenen Paketpunktsystems selber ermitteln kann, nicht zu der Annahme, daß der Verkehr in der Differenz zwischen der Summe der Einzelpreise und dem Verkaufspreis für die neue Verkaufseinheit einen Preisnachlaß im Sinne des Rabattgesetzes erblickt.

Tatbestand

Die Beklagte, die den Einzelhandel mit Computern und Computerzubehör betreibt, warb in verschiedenen Zeitschriften mit einem „Paketpunktsystem“. Es eröffnete den Kunden die Möglichkeit, über den Kauf von Einzelgeräten hinaus Komplettlösungen, „Pakete“, zusammenzustellen, die aus einem Computer und Monitor oder zusätzlich noch einem Drucker bestanden. In den Anzeigen wurden die einzelnen Geräte unter Angabe des jeweiligen Einzelpreises und von „Paketpunkten“ angeboten. Die Beklagte beschrieb das System dahingehend, daß die Kunden lediglich von der Summe der Einzelpreise die Prozentzahl abziehen sollten, die sich aus der Summe der Paketpunkte geteilt durch die Anzahl der Geräte ergebe. In Beispielen rechnete die Beklagte vor, daß sich ein Abzug zwischen 7% und 9% ergeben könne, wobei sie diese wie folgt gestaltete:

(folgt im Urteil die Abbildung der Anzeige, Anm. d. Red.)

Der Kläger, ein rechtsfähiger Verein von Gewerbetreibenden und Verbänden von Gewerbetreibenden zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, hat dieses Angebot als Verstoß gegen das Rabattgesetz beanstandet. Er hat dazu vorgetragen, nach Auffassung des Verbrauchers kündige die Beklagte für den Fall des Kaufs mehrerer Geräte einen nach Art und Umfang sowie nach der verkauften Menge nicht handelsüblichen Mengenrabatt an, zumal der Nachlaß in Form eines prozentualen Abzugs vom Kaufpreis vorgenommen werde.

Der Kläger

Der Kläger hat beantragt,
die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen,

Der Antrag des Klägers

im geschäftlichen Verkehr beim Einzelverkauf von sogenannten „Paketen“, bestehend aus Computer und Monitor und/oder Computer und Monitor und Drucker, an Letztverbraucher von den angekündigten Preisen Nachlässe, die 3% des Barzahlungspreises der Ware überschreiten, anzukündigen und/oder zu gewähren, die sich dadurch errechnen, daß von der Summe der Einzelpreise für die Geräte, aus denen ein „Paket“ besteht, die Prozentzahl abzuziehen ist, die sich aus der Summe der sogenannten „Paketpunkte“ geteilt durch die Anzahl der Geräte ergibt.

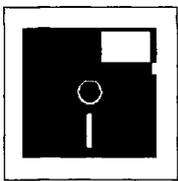
Die Beklagte ist dem entgegengetreten.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben.

Die Prozeßgeschichte

Mit der Revision verfolgt die Beklagte den Antrag auf Klageabweisung weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Die Revisionsanträge



Entscheidungsgründe

*OLG Düsseldorf
Rabattverstoß – ja.*

I. Das Berufungsgericht hat einen Rabattverstoß bejaht. Es hat ausgeführt: Zwar stehe es dem Kaufmann frei, mehrere Waren unterschiedlicher Art zu einem einheitlichen Angebot zusammenzufassen und für dieses Angebot einen selbständig kalkulierten Preis festzusetzen, ohne hierbei an die Summe der Einzelpreise der Waren gebunden zu sein. Nach der für die Beurteilung maßgeblichen Sicht der angesprochenen Verkehrskreise kündige aber die Beklagte vorliegend einen Rabatt an. Die für die Geräte angesetzten Einzelpreise seien die Normalpreise der Beklagten. Der Preis, der sich ergebe, wenn der Kunde eine der 396 möglichen Gerätekombinationen wähle, sei kein weiterer Normalpreis. Aus der Sicht des Verkehrs beruhe der zu zahlende Preis für eine derartige Kombination auf einem Nachlaß von den Einzelpreisen. Da der Kunde die „Paketpunkte“ nur nutzen könne, wenn er mindestens ein weiteres Gerät der angebotenen Kombinationsmöglichkeiten hinzukaufe, sehe er in der ihm eingeräumten prozentualen Abzugsmöglichkeit von der Summe der Einzelpreise zwangsläufig die Gewährung eines Mengennachlasses. Der Eindruck eines Rabatts werde noch dadurch verstärkt, daß die Höhe des Nachlasses in den Beispielfällen mit einer Prozentzahl bezeichnet werde. Der in der Tabelle aufgezeigte „Komplettpreis“ erscheine trotz des Fettdrucks als bloßes rechnerisches Ergebnis einer Rabattierung der Einzelpreise. Erst recht sähen Kunden, die sich nicht an den Beispielfällen in der abgedruckten Tabelle orientierten, einen Rabatt deshalb, weil sie im Rahmen der Berechnung zunächst einen Prozentsatz zu ermitteln hätten. Da die Kunden die Geräte nach ihren eigenen Bedürfnissen zusammenstellen könnten, entstehe für sie auch nicht der Eindruck eines Gesamtangebots. Die Kunden könnten gar nicht erst auf den Gedanken verfallen, die von diesen erst vorzunehmende Zusammenstellung stelle eine Verkaufseinheit dar. Soweit sich die Beklagte darauf berufe, angesichts der Vielzahl der Kombinationsmöglichkeiten könne sie keine Verkaufseinheiten mit einem eigenen Preis zusammenstellen, sei dem entgegenzuhalten, daß sich die Verkehrsauffassung der Kunden nicht danach richte, was aus Sicht des Verkäufers zweckmäßig sein könne. Die Voraussetzungen, unter denen nach § 7 RabattG Mengennachlässe zulässig seien, habe die Beklagte nicht dargelegt. Es bestehe kein wirtschaftlich begründeter Anlaß zur Einräumung solcher Rabatte.

Die Revision hat Erfolg.

II. Die Revision hat Erfolg. Die Klage ist nicht begründet.

Klagebefugnis: +

1. Gegen die Klagebefugnis des Klägers bestehen keine Bedenken (§ 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG n.F.). Der Vortrag des Klägers, wonach ihm die Industrie- und Handelskammer Düsseldorf, der Einzelhandelsverband Düsseldorf, alle großen Kaufhaus- und Versandhandelsunternehmen, die den Handel mit Computern betreiben, sowie Wettbewerber der Beklagten angehören, ist unbestritten geblieben und reicht zur Darlegung der Klagebefugnis aus.

*Verstoß gegen das
Rabattgesetz: –*

2. Das beanstandete Angebot der Beklagten verstößt nicht gegen das Rabattgesetz. Der Auffassung des Berufungsgerichts, die angesprochenen Verkehrskreise entnähmen der Anzeige der Beklagten, sie setze die Einzelpreise der Geräte beim Kauf mehrerer Geräte herab, kann nicht beigetreten werden.

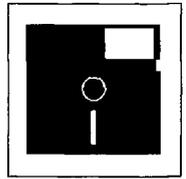
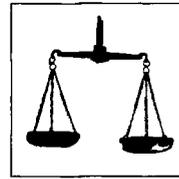
*Recht des Kaufmanns zum
„Bündeln“*

Der Kaufmann ist nicht gehindert, verschiedene Artikel zu selbständigen Verkaufseinheiten zusammenzustellen und für diese neue Preise als Normalpreise zu fordern (vgl. BGH, *Urt. v. 24.11.1988 – I ZR 200/87, WRP 1989, 304, 305 – Komplettpreis; Urt. v. 17.11.1994 – I ZR 193/92, GRUR 1995, 165, 166 = WRP 1995, 192 – Kosmetikset; Urt. v. 23.3.1995 – I ZR 221/92, Umdr. S. 19 – ‘2 für 1-Vorteil’, zur Veröffentlichung bestimmt).*

Um eine diesen Fallgestaltungen vergleichbare Sachlage handelt es sich auch hier. Die Preise, die die Beklagte für ihre „Pakete“ verlangt, sind keine Ausnahmepreise gegenüber den Preisen der Einzelstücke, sondern neue Normalpreise für ein neues Komplettangebot. Auch der Verkehr sieht dies nicht anders.

*Wahlbefugnis des Kunden kein
modifizierender Umstand*

Der Umstand, daß die Beklagte nicht selber die neuen Verkaufseinheiten bildet, sondern es den Kunden überläßt, eine Kombination von Geräten zu wählen, legt für den Verkehr die Annahme der Gewährung eines Rabatts auf die Einzelgeräte im Fall des Kaufs mehrerer solcher Einzelstücke im Rahmen eines „Pakets“ nicht nahe. In solchen Fällen geht der Verkehr erfahrungsgemäß nicht von einem Preisnachlaß im Sinne des Rabattgesetzes aus. Denn nach der maßgeblichen Sicht des Verkehrs gewährt die Beklagte nicht auf die einzel-



nen Artikel einen Preisnachlaß, vielmehr bildet sie beim Verkauf mehrerer Einzelstücke einen neuen Preis. Diesen berechnet sie allein beim Kauf einer sachlich aufeinander abgestimmten Gesamtheit von Gegenständen, die zu einer neuen Verkaufseinheit („Paket“) zusammengesetzt werden. Daß diese Einheit einen neuen – unter dem Preis der einzelnen Waren liegenden – Preis erhält, erklärt sich für den Verkehr ohne weiteres schon daraus, daß der Unternehmer – hier die Beklagte – beim Verkauf eines „Pakets“ seine Absatzmenge erhöht, was es rechtfertigt, einen neuen Preis zu bilden. Daß die Beklagte das – von jedermann unter gleichen Bedingungen zu gleichen Preisen – zu erwerbende „Paket“ mit der Angabe zum Verkauf stellt, daß der Paketpreis durch einen prozentual und betragsmäßig genannten „Abschlag“ von den Preisen der Einzelgeräte gebildet werde, spricht nicht für die Annahme, daß der Verkehr einen Preisnachlaß auf die Einzelgeräte in Erwägung ziehe. Zwar können Begriffe wie „Abzug“, Prozentsatzangaben oder – hier nicht verwendete – Bezeichnungen wie Preisnachlaß oder Rabatt dem Verkehr den Eindruck einer Rabattgewährung nahelegen. Hier aber geht es der Beklagten, was der Verkehr auch erkennt, mit ihrer Werbung lediglich um die Darlegung der Art und Weise ihrer Preisbildung, die sie deshalb offenlegt, weil es ihr zweckmäßig erscheint, daß bei der Vielzahl der möglichen Gerätekombinationen sich der einzelne Kunde das ihm für seine Bedürfnisse am geeignetsten erscheinende Angebot selber zusammenstellt. Darüber hinaus hat der Verkehr im Streitfall zur Annahme eines Rabatts im Sinne des Rabattgesetzes auch deshalb keinen Anlaß, weil die Beklagte mit ihren Prozent- und Betragsangaben („Abzug %“, „Abzug DM“) keinen „Preisnachlaß“ auf die einzelnen Geräte ankündigt, sondern – im Vergleich mit der Summe der Preise der einzelnen Teile – nur dieser Summe einen niedrigeren Preis gegenüberstellt. Wie hoch der „Preisnachlaß“ ist, der dabei auf die einzelnen Teile entfällt, kann zwar rechnerisch ermittelt werden, ist aber für den Verkehr nicht ohne weiteres ersichtlich und steht ebenfalls der Annahme entgegen, der Verkehr könne aus der Differenz zwischen dem Paketpreis und der Summe der Preise der Einzelgeräte auf einen Rabatt schließen.

III. Danach war auf die Revision der Beklagten das Urteil des Berufungsgerichts aufzuheben und auf die Berufung der Beklagten unter Abänderung des Urteils des Landgerichts die Klage abzuweisen.

*Im Ergebnis:
Klageabweisung*