

Werbung mit der Teilerstattung des Selbstbehalts bei der Teilkaskoversicherung wettbewerbswidrig

Leitsatz:

Der u. a. für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass die Werbung von Kfz-Reparaturwerkstätten mit einer (teilweisen) Rückerstattung des Selbstbehalts bei der Teilkaskoversicherung grundsätzlich wettbewerbswidrig ist.

Bundesgerichtshof

Pressemitteilung Nr. 168/2007 vom 09.12.2007

Der u. a. für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass die Werbung von Kfz-Reparaturwerkstätten mit einer (teilweisen) Rückerstattung des Selbstbehalts bei der Teilkaskoversicherung grundsätzlich wettbewerbswidrig ist.

Die Beklagte betreibt in Villingen eine Werkstatt für Hagelschäden. In einer Anzeige im "Schwarzwälder Boten" warb sie mit der Schlagzeile "HAGELSCHADEN? 150 EURO in BAR" mit einer Zahlung für den Fall, dass ein kaskoversicherter Kunde seinen Hagelschaden reparieren lässt und die Kosten 1.000 € übersteigen. Die Vorinstanzen haben der Unterlassungsklage eines Wettbewerbsverbandes stattgegeben. Mit seiner gestrigen Entscheidung hat der Bundesgerichtshof die Urteile der Vorinstanzen bestätigt.

Der Bundesgerichtshof hat angenommen, dass die beanstandete Werbemaßnahme gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verstößt. Sie sei geeignet, die Entscheidungsfreiheit der angesprochenen Verkehrskreise unangemessen unsachlich zu beeinflussen (§ 4 Nr. 1 UWG). Zwar sei das Werben mit Preisnachlässen und Zugaben nach der Aufhebung des Rabattgesetzes und der Zugabeverordnung wettbewerbsrechtlich grundsätzlich zulässig. Eine unangemessene unsachliche Beeinflussung komme aber in den Fällen in Betracht, in denen der angesprochene Kunde bei der Entscheidung Interessen Dritter zu wahren habe. Die von der Zeitungsanzeige angesprochenen (teil)kaskoversicherten Halter eines Kraftfahrzeuges erhielten den Rabatt für einen Vertragsschluss, für dessen Kosten – abgesehen vom Selbstbehalt – nicht sie selbst, sondern der jeweilige Fahrzeugversicherer aufkommen müsse. Nach dem Versicherungsvertrag seien sie verpflichtet, den geldwerten Vorteil an den Versicherer weiterzureichen. Die Werbeaktion der Beklagten sei demgegenüber darauf angelegt, dass der Kunde den gewährten Rabatt gegenüber dem Versicherer verschweige. Die Werbung ziele daher darauf ab, dass die Kunden ihre Verpflichtungen gegenüber dem Versicherer verletzen. Das Versprechen derartiger Vorteile sei daher nur zulässig, wenn das Versicherungsunternehmen informiert und mit der Gewährung einverstanden sei oder wenn der versprochene Vorteil branchenüblich und so geringfügig sei, dass von dem Angebot keine größere Anlockwirkung ausgehe.

Urteil vom 8. November 2007 – I ZR 192/06

OLG Hamm – Urteil vom 21. September 2006 – 4 U 86/06 ./.

LG Arnsberg – Urteil vom. 6. April 2006 – 8 O 10/06 –

Dieselben Grundsätze hat der Bundesgerichtshof in zwei vergleichbaren Fällen angewandt:

Urteil vom 8. November 2007 – I ZR 60/05

OLG Hamm – Urteil vom 1. März 2005 – 4 U 174/04 ./.

LG Essen – Urteil vom 22. September 2004 – 41 O 93/04 –

Urteil vom 8. November 2007 – I ZR 121/06

OLG Schleswig – Urteil vom 6. Juni 2006 – 6 U 19/06 ./.

LG Kiel -Urteil vom 21. Februar 2006 – 16 O 171/05 –

Karlsruhe, den 9. November 2007

Pressestelle des Bundesgerichtshofs

76125 Karlsruhe

Telefon (0721) 159-5013

Telefax (0721) 159-5501