

durch den Reiseveranstalter nach § 651 j BGB konnte ihnen nicht die Möglichkeit abgeschnitten werden, durch eine Erklärung ihrerseits die für sie wesentlich günstigeren Rechtsfolgen des §651 e BGB (vgl. dazu BGHZ 85, 50, 58) herbeizuführen.

§ 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG.

Verkaufsveranstaltungen, bei denen der Verkehr nach ihrem von der Ankündigung und Durchführung geprägten Gesamtbild in erster Linie von einem Freizeiterlebnis ausgeht, mag auch die eigentliche gewerbliche Zielsetzung des Veranstalters von den Teilnehmern nicht völlig übersehen werden, sind Freizeitveranstaltungen i.S. des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG.

BGH, Urteil vom 21. Juni 1990 - I ZR 303/88 (OLG Hamm).

Die Beklagte vertreibt Wollwaren. Betten und Kissen im Rahmen von Wanderlagerveranstaltungen an Endverbraucher. Für diese Veranstaltungen, die sie in Hotels und Gaststätten abhält, wirbt sie mit Zeitungsinserten und Handzetteln.

Die so beworbenen Veranstaltungen führt die Beklagte in der Weise durch, daß sie zunächst einen Vortrag über ihre Produkte halten läßt, zu dem den Teilnehmern kostenlos eine Tasse Kaffee und ein Stück Kuchen gereicht werden. Anschließend gibt sie Gelegenheit zur Besichtigung ihrer Waren und zu Bestellungen auf von ihr bereitgehaltenen Vertragsformularen. Diese Formulare, die Barzahlung des Gesamtpreises bei Lieferung vorsehen, enthalten keine Belehrung über einen Widerruf der Bestellung.

Diese Verkaufspraxis der Beklagten hat der klagende Verbraucherschutzverein als wettbewerbswidrig (§ 1 UWG) beanstandet: Die Veranstaltungen der Beklagten seien Freizeitveranstaltungen i.S. des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG. Bei Bestellungen, die anlässlich solcher Veranstaltungen aufgegeben würden, müsse der Kunde nach Maßgabe des § 2 Abs. 1 Satz 2 und 3 HWiG über die Möglichkeit des Widerrufs der Bestellerklärung belehrt werden. Dem entziehe sich die Beklagte bewußt und planmäßig, um gegenüber gesetzestreuen Mitbewerbern einen sachlich ungerechtfertigten Wettbewerbsvorteil zu erlangen.

Der Kläger hat beantragt, die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Vertragsformulare ohne eine dem HWiG entsprechende Widerrufsbelehrung zu verwenden, wenn die Verträge im Verlaufe einer im Interesse der Beklagten durchgeführten Veranstaltung, nämlich einer Ausstellung von feinsten Naturprodukten, in einem Hotel, zu der die Verbraucher entsprechend eingeladen werden und bei der kostenlos Kaffee und Kuchen ausgegeben werden, geschlossen werden.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Auf die Berufung des Klägers hat das Berufungsgericht die Beklagte antragsgemäß zur Unterlassung verurteilt (OLG Hamm, NJW-RR 1989, 117). Die Revision der Beklagten hatte keinen Erfolg.

Aus den Gründen:

I. Das Berufungsgericht hat einen Verstoß der Beklagten gegen § 1 UWG aus dem Gesichtspunkt des Vorsprungs durch Rechtsbruch bejaht, weil die Beklagte ihre Kunden entgegen den Bestimmungen des § 2 HWiG nicht über das Recht zum Widerruf der Bestellerklärungen belehre. Dazu sei sie aber verpflichtet, weil es sich bei den in Rede stehenden Veranstaltungen um Freizeitveranstaltungen i.S. des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG handle. Eine Veranstaltung in diesem Sinne sei gegeben, wenn sie den Kunden über den eigentlichen (Verkaufs-)Zweck der Veranstaltung hinwegsehen lasse und ihn damit den Verkaufsabsichten des Veranstalters gewogen mache, wenn also der Verbraucher zu Vertragsabschlüssen verleitet werde, die er bei ruhiger Überlegung nicht getätigt hätte. Auf den Wert der Freizeitleistungen oder -angebote des Verkäufers komme es dabei nicht an, auch nicht darauf, ob die Veranstaltung als Verkaufsveranstaltung oder als Freizeitveranstaltung angekündigt werde. Entscheidend insoweit sei allein die Art der Durchführung.

Vorliegend werde die geschäftliche Zielsetzung der Beklagten schon durch deren Einladung verdrängt, da diese das Warenangebot nicht näher offenlege. Die Bewirtung mit Kaffee und Kuchen und die Unterhaltung mit einem Vortrag über die Verkaufsware tue ein übriges, den Verbraucher von den Verkaufsabsichten der Beklagten abzulenken und es ihm zu erschweren, sich den anschließenden Verkaufsbemühungen zu entziehen. Insgesamt liege es bei den hier zu beurteilenden Veranstaltungen nicht anders als bei den sog. Kaffee-Fahrten, auf die § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG besonders ziele. Hier wie dort werde der Verbraucher in seiner Entscheidungsfreiheit überfordert und zu Vertragsabschlüssen verleitet, die er bei vernünftiger Überlegung nicht getätigt hätte.

II. Diese Erwägungen des Berufungsgerichts halten der rechtlichen Nachprüfung stand. Bei Veranstaltungen der hier in Rede

stehenden Art handelt es sich, wie das Berufungsgericht zu Recht angenommen hat, um Freizeitveranstaltungen i.S. des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG. Die während der Durchführung solcher Veranstaltungen getätigten Geschäfte unterfallen daher den Bestimmungen des Gesetzes über den Widerruf von Haustürgeschäften und ähnlichen Geschäften. Verwendet der Veranstalter in solchen Fällen gleichwohl Vertragsformulare ohne Widerrufsbelehrung (§ 2 Abs. 1 Satz 2 und 3 HWiG), kann dies nicht als mit § 1 UWG in Einklang stehend angesehen werden.

1. In der Instanzrechtsprechung wird der Begriff der Freizeitveranstaltung, wie er in § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG verwendet wird, nicht einheitlich interpretiert (vgl. OLG Bamberg, Urt. v. 25.3. 1987 - 3 U 244/86, GA I 23; OLG Stuttgart NJW-RR 1988, 1323; 1989, 1144; OLG Frankfurt, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht [[GRUR]] 1989, 360/NJW-RR 1989, 562; NJW-RR 1990, 374; LG Kleve, NJW-RR 1988, 825; LG Würzburg, NJW-RR 1988, 1324; LG Bremen, NJW-RR 1988, 1325; LG Heilbronn, NJW-RR 1989, 1145; LG Braunschweig, NJW-RR 1989, 1147; LG München I, NJW-RR 1990, 376; LG Hamburg, NJW-RR 1990, 495).

Da das Gesetz selbst insoweit keine Legaldefinition enthält und eine allein am Wortsinn und Sprachverständnis orientierte Auslegung zu keiner eindeutigen inhaltlichen Bestimmung führt, bedarf es zur Bestimmung des Begriffs der Freizeitveranstaltung i.S. der vorbezeichneten Regelung eines Rückgriffs auf den Sinn und Zweck der Vorschrift im Rahmen der Zielsetzung des Gesetzes im ganzen. Dieses will den Verbraucher vor der Gefahr schützen, in bestimmten, dafür typischen Situationen bei der Anbahnung und dem Abschluß von Verträgen unter Beeinträchtigung seiner rechtsgeschäftlichen Entscheidungsfreiheit überrumpelt oder sonst auf unzulässige Weise zu unüberlegten Geschäftsabschlüssen gedrängt zu werden. Dem liegt die Erwähnung zugrunde, daß der Verbraucher in den in § 1 Abs. 1 Nr. 1 bis 3 HWiG genannten Fällen - ebenso wie der Abzahlungskäufer - vor den Folgen eines übereilt eingegangenen Geschäfts zu schützen und ihm die Möglichkeit zu geben ist, Vor- und Nachteile des Geschäfts in Ruhe zu überdenken und dieses innerhalb bestimmter Frist zu widerrufen (Gesetzesbegründung des Bundesrates, BT-Drucks. 10/2876, S.6 ff., II f.; BGHZ 109, 127; Klauss/Ose, Verbraucherkreditgeschäfte, 2. Aufl., S.41, Rn 4; Soergel/Wolf, BGB, 12. Aufl., Einl. HWiG, Rn 2; MünchKomm. Ulmer, 2. Aufl., HWiG vor § 1, Rn 1; Gilles NJW 1986, 1131, 1132).

Soweit es dabei um Vertragsabschlüsse anlässlich der Durchführung von Freizeitveranstaltungen geht (§ 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG), ist es der Sinn und Zweck der Regelung, eine Bindung des Verbrauchers an Vertragserklärungen in einer Situation zu vermeiden, in der für den Kunden der Geschäftszweck hinter die vom Veranstalter herbeigeführte freizeitliche Stimmung und Erwartungshaltung zurücktritt, Preis- und Qualitätsvergleiche praktisch nicht möglich sind und die Gelegenheit zu ruhiger Überlegung und Umkehr, wenn überhaupt, nur eingeschränkt gegeben ist (Gesetzesbegründung, a.a.O., S. 6, 7, 11; Soergel/Wolf, a.a.O., §1 HWiG, Rn 19; MünchKomm. Ulmer, a.a.O., § 1 HWiG, Rn 22 f.; Gilles, a.a.O.; Löwe, Der Betriebs-Berater [BB] 1986, 821, 825; Huff, VuR 1988, 306 ff.; Kaiser, Wettbewerb in Recht und Praxis [[WRP]] 1989, 222 ff.).

Die Gesetzesbegründung stellt insoweit darauf ab, daß mit der eigentlichen gewerblichen Absicht des Veranstalters nicht in Zusammenhang stehende attraktive Leistungen wie beispielsweise Kaffeefahrten, Fahrten zu Sportveranstaltungen, Besichtigungen, Reisen, Einladungen zu Filmvorführungen oder Tanzveranstaltungen o.ä. den Kunden über den Hauptzweck der Veranstaltung hinwegsehen lassen und ihn den Verkaufsabsichten gewogen machen, wobei die Auswahl von Zeit und Ort der Veranstaltung es dem Kunden erschwert, sich den Verkaufsbemühungen zu entziehen. Die lediglich beispielhafte Erwähnung solcher Leistungen besagt indessen nicht, daß als Freizeitveranstaltung nur besonders attraktive Veranstaltungen dieser oder vergleichbarer Art in Betracht kämen. Zu Recht hat das Berufungsgericht angenommen, daß nach der dem Verbraucherschutz dienenden Zielsetzung des Gesetzes eine einschränkende Interpretation der Vorschrift insoweit dem Gesetzeszweck nicht gerecht werden würde. Entscheidend ist vielmehr, ob die Veranstaltung nach den Gesamtumständen als der Unterhaltung, Geselligkeit, Erholung, Bildung, dem Sport oder sonstigen freizeitlichen Zwecken dienend erscheint und ob im Hinblick darauf für den Verbraucher in solchen Situationen die Gefahr einer Überrumpelung besteht.

Nach diesen Normzwecken schützt § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG den Verbraucher vor einem bindenden Zustandekommen von Verträgen in einer Situation, die für ihn ein Freizeiterleben darstellt. Die Vorschrift