

schützt ihn damit als Besucher einer von ihm als Freizeitveranstaltung aufgefaßten Veranstaltung, jedoch nicht, wie daraus folgt, als Teilnehmer einer Kaufveranstaltung, bei der er die Verkaufsabsicht des Veranstalters als den eigentlichen und wesentlichen Grund der Veranstaltung erkennt und bei der Umstände fehlen oder zurücktreten, die für eine Freizeitveranstaltung sprechen und über den Hauptzweck der Veranstaltung als den einer Verkaufsveranstaltung hinwegtäuschen können. Es ginge also nach der Zielsetzung der Regelung und der ihr entsprechenden Gesetzesfassung, die auf eine Freizeitveranstaltung abstellt, über den Geltungsbereich der Vorschrift hinaus, diese auch dann Anwendung finden zu lassen, wenn der Kunde, von den Verkaufsangeboten des Veranstalters nicht überrascht wird, weil er sich über den Zweck der Veranstaltung als den einer Verkaufsveranstaltung im klaren ist und Verkaufsangebote erwartet oder solche Angebote sogar der Grund für seine Teilnahme sind.

Ob der Verbraucher demgemäß von einer Verkaufsveranstaltung oder von einer Freizeitveranstaltung ausgeht, ist eine Frage des Einzelfalls, die sich nach den für die Ausgestaltung und Durchführung der Veranstaltung selbst maßgebenden Umständen beurteilt, aber auch nach deren Ankündigung und der Werbung dafür. Gerade diese ist für den Teilnahmeentschluß der eingeladenen und die Einschätzung des Charakters der Veranstaltung durch das Publikum erfahrungsgemäß häufig von besonderer Bedeutung (vgl. BGH, Urt. v. 23.3.1962 - I ZR 138/60, GRUR 1962, 461. 464, 465/WRP 1962. 233, 234 - Werbeveranstaltung mit Filmvorführung; Urt. v. 8. 2. 1980 - I ZR 22/78, GRUR 1980, 724, 726, 727/WRP 1980, 255, 258-Grand Prix; v. Gamm, Wettbewerbsrecht, 5. Aufl., Kap. 26 Rn 40, 41 m.w.N.).

Wird zu einer Freizeitveranstaltung eingeladen, wird diese vom Verkehr vielfach auch dann als eine solche aufgefaßt werden, wenn ihre Durchführung für sich allein diesen Eindruck nicht ohne weiteres rechtfertigte. Freizeitveranstaltungen im Sinne des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG sind daher Veranstaltungen, bei denen der Verkehr nach ihrem von der Ankündigung und Durchführung geprägten Gesamtbild von einem Freizeiterlebnis ausgeht, angesichts dessen für den Teilnehmer weniger die eigentliche gewerbliche Zielsetzung des Veranstalters im Vordergrund steht und deshalb beim Abschluß von Verträgen die Gefahr gegeben ist, der § 1 HWiG entgegenwirken will, daß der Kunde durch das Freizeitangebot vom eigentlichen Zweck der Veranstaltung abgelenkt und unter Beeinträchtigung seiner rechtsgeschäftlichen Entscheidungsfreiheit für die Verkaufsabsichten des Veranstalters gewogen gemacht wird (Gesetzesbegründung, a.a.O., S. 6, 7, 11).

Erblickt dagegen der Verkehr in einer Veranstaltung eindeutig eine Verkaufsveranstaltung, weil sich deren Zweck, wie aus der Ankündigung und Durchführung ersichtlich, ausschließlich auf die Wahrnehmung der geschäftlichen Belange des Veranstalters richtet und nicht auf das Interesse der Teilnehmer an Unterhaltung und Freizeitgestaltung, dann unterfällt die Veranstaltung dem Begriff der Freizeitveranstaltung i.S. des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG auch dann nicht, wenn den Besuchern während der Veranstaltung gewisse, über den Zweck der Veranstaltung als den einer Verkaufsveranstaltung nicht hinwegtäuschende und ihren Charakter verändernde Annehmlichkeiten oder Einlagen unterhaltender Art geboten werden.

2. Auf der Grundlage dieser rechtlichen Erwägungen kann es nicht als rechtsfehlerhaft angesehen werden, daß das Berufungsgericht einer Veranstaltung, wie sie von der Beklagten vorliegend angekündigt und durchgeführt worden ist, den Charakter einer Freizeitveranstaltung in dem vorerörterten Sinne beigelegt hat. Ohne Rechtsverstoß ist das Berufungsgericht dabei davon ausgegangen, daß bereits die von der Beklagten verteilte Einladung die gewerbliche Zielsetzung der Veranstaltung nicht deutlich werden läßt. Dafür spricht die blickfangmäßig herausgestellte, der Personenzahl nach beschränkte „Einladung für Kur- und Feriengäste“, die Anrede des eingeladenen Teilnehmers als „Sehr geehrter Gast“ und nicht als Käufer oder Kunde, die Betonung des freien Eintritts und die Tatsache, daß die Beklagte zwar einige wenige geringerwertige Waren unter Preisangaben beworben hat, aber nicht die von ihr vertriebenen wesentlich teureren Naturhaarbetten und die anderen Gegenstände ihrer eigentlichen Verkaufsbemühungen („feinste Naturprodukte“). Hinzu kommt, daß die Beklagte insoweit auch nicht zu einem Verkauf, sondern lediglich zu Information und Ausstellung eingeladen hat mit dem Hinweis, daß „auch andere Gäste“ kämen.

Aber auch im Hinblick auf den Ablauf der Veranstaltung selbst hat das Berufungsgericht ohne Rechtsverstoß darauf abgestellt, daß sich der Teilnehmer, der sich angesichts der vorerörterten Einladung in erster Linie als Gast und nicht als potentieller Käufer fühlt, in seiner Gestalt weiter dadurch bestärkt sieht, daß er - wie er als willkommene Abwechslung und Freizeitgestaltung empfindet - unentgeltlich

mit Kaffee und Kuchen bewirtet wird und dabei Gelegenheit zu ungezwungenem Kennenlernen und zu Gesprächen mit anderen Kur- und Feriengästen erhält und so in die aufgelockerte Stimmung einer Freizeitatmosphäre versetzt wird.

Das Berufungsgericht hat nicht außer acht gelassen, daß die Beklagte die Veranstaltungsteilnehmer durch einen Vortrag über ihre Produkte unterrichtet und diese anschließend besichtigen läßt. Ohne Rechtsverstoß durfte aber das Berufungsgericht mit Blick auf die erörterte Ankündigung der Veranstaltung und deren Durchführung im Rahmen eines geselligen Beisammenseins bei unentgeltlicher Bewirtung davon ausgehen, daß die Teilnehmer einer solchen Veranstaltung dadurch über deren eigentlichen gewerblichen Charakter nicht hinreichend deutlich aufgeklärt werden, sondern sich in einer Situation befinden, in der sich der Übergang von einem Freizeiterlebnis zum Abschluß eines Geschäfts für sie mehr oder weniger unbemerkt vollzieht.

Wenn daher das Berufungsgericht in einer Veranstaltung wie hier eine Freizeitveranstaltung i.S. des § 1 Abs. 1 Nr. 2 HWiG erblickt hat, die - nicht anders als bei den in der Gesetzesbegründung (a.a.O., S. 6, 11) beispielhaft genannten Kaffeefahrten - den Verbraucher durch ein Freizeitangebot vom eigentlichen Zweck der Veranstaltung ablenkt und unter Beeinträchtigung seiner rechtsgeschäftlichen Entscheidungsfreiheit für die Verkaufsabsichten des Veranstalters geneigt macht und damit typischerweise geeignet ist, den Verbraucher zu überrumpeln und zu Vertragsabschlüssen zu veranlassen, die er sonst nicht getätigt hätte, so kann dies nicht als rechtsfehlerhaft beanstandet werden.

3. Auch der weiteren Annahme des Berufungsgerichts, daß die Verwendung von Vertragsformularen ohne Widerrufsbelehrung nach § 2 Abs. 1 Satz 2 und 3 HWiG beim Abschluß von Kaufverträgen anlässlich der Durchführung von Freizeitveranstaltungen (§ 1 Abs. 2 Nr. 2 HWiG) nach § 1 UWG wettbewerbswidrig sei, kann aus Rechtsgründen nicht entgegengetreten werden. Vertragsformulare, die über das Recht zum Widerruf in einer dem Gesetz entsprechenden Weise nicht unterrichten, sind geeignet, den Kunden von der Ausübung des Widerrufsrechts abzuhalten und ihn zu veranlassen, den Kaufvertrag zu erfüllen, obwohl sich der Kunde in Kenntnis des Widerrufsrechts von diesem gelöst hätte. Die Verwendung von Formularen ohne Widerrufsbelehrung läuft daher in Fällen des Abschlusses von Kaufverträgen anlässlich der Durchführung von Freizeitveranstaltungen auf die Ausnutzung der Rechtsunkenntnis des Kunden hinaus. Das steht mit dem Sinn und Zweck des Leistungswettbewerbs und den guten kaufmännischen Sitten nicht in Einklang (vgl. BGH, Urt. v. 7. 5. 1986 - I ZR 95/84, GUR 1986, 816, 817/WRP 1986, 660, 662 - Widerrufsbelehrung bei Teilzahlungskauf, zu § 1 b Abs. 2 AbzG sowie unter Bezugnahme auf diese Entscheidung: BGH, Urt. v. 25. 10. 1989 - VIII ZR 345/88, GRUR 1990, 46 - Heizgerätevertrieb).

## § 9 AGB-Gesetz.

**Der Ausschluß der ordentlichen Kündigung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen eines Zeitschriftenvertriebsunternehmens für Zeitschriftenzusteller (Ringtourfahrer) auf die Dauer des ersten Jahres benachteiligt in der Regel nicht unangemessen.**

**BGH, Urteil vom 10. April 1990 - IX ZR 177/89 (OLG Hamburg).**

Der Kläger ist ein rechtsfähiger Verein, zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben es gehört, die Interessen der Verbraucher durch Aufklärung und Beratung wahrzunehmen. Die Beklagte ist eine Vertriebsgesellschaft für Zeitschriftenabonnements. Sie schließt mit Zeitungszustellern, im Vertrag als Vertragspartner bezeichnet, „Beförderungsverträge“ ab, die u.a. folgende vorformulierte Vertragsbedingungen enthalten:

§ 1  
1. Der Vertragspartner übernimmt als selbständiger Ringtourfahrer die Weiterbeförderung von Zeitschriften an Abonnenten. Die Anlieferung der Zeitschriften erfolgt durch die AVG.

3. Die Tätigkeit ist nicht an die Person des Vertragspartners gebunden. Er kann die Zeitschriften entweder selbst befördern oder damit Familienangehörige oder andere Personen auf eigene Kosten und Risiko beauftragen. Dementsprechend wird er auch im Verhinderungsfall (Abwesenheit, Krankheit oder Ferien) eine andere Person ersatzweise heranziehen und hiervon die AVG unverzüglich benachrichtigen.

6. Der Vertragspartner unterliegt keinem Konkurrenzverbot. Er kann jederzeit gleichartige, aber auch andere Tätigkeiten für Dritte ausüben.

§ 2  
1. Der Vertragspartner übernimmt für die AVG das Inkasse des Abonnements-Preises.

§ 7  
Der Beförderungsvertrag kann beiderseits jederzeit mit einer Übergangsfrist von 3 Monaten gekündigt werden. Die Kündigung kann erstmalig zum Ablauf des ersten Vertragsjahres ausgesprochen werden; sie muß schriftlich erfolgen.

Der Zeitungszusteller erhält einmal in der Woche durchschnittlich 65 Zeitschriftenhefte angeliefert, die er an etwa 55 Kunden auszuliefern hat. Sein Zeitaufwand dafür beläuft sich auf zweieinhalb bis vier Stunden.