BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 57/05

Verkündet am:
19. April 2007
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein
BGHR : ja

150% Zinsbonus

UWG §§ 3, 5 Abs. 1; § 4 Nr. 6

a) Eine Irreführung durch die blickfangmäßig herausgestellte Angabe "bis zu 150% Zinsbonus" in einer Werbung für eine Festgeldanlage kann nicht damit begründet werden, der angesprochene Verkehr nehme an, der Anlagebetrag werde mit 150% pro anno verzinst.

b) Wird einem Bankinstitut Kapital gegen Zahlung von Zinsen überlassen, handelt es sich um die Inanspruchnahme einer Dienstleistung i.S. von § 4 Nr. 6 UWG.

c) Die Anwendung des § 4 Nr. 6 UWG erfordert die Teilnahme an einem von der angebotenen Ware oder Dienstleistung getrennten Gewinnspiel.

BGH, Urt. v. 19. April 2007 - I ZR 57/05 - OLG Köln
LG Bonn

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 19. April 2007 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Bornkamm und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Pokrant, Dr. Schaffert und Dr. Kirchhoff

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 9. März 2005 wird auf Kosten der Klägerin zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Klägerin, die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, nimmt die Beklagte, ein Geldinstitut, wegen wettbewerbswidriger Werbung für eine Festgeldanlage auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten in Anspruch.

2 Die Beklagte bot im Zeitraum vom 1. April bis 12. Juni 2004 eine Festgeldanlage mit einer Laufzeit von sechs Monaten an. Die Mindesteinlage betrug 2.500 €. Neben einer garantierten Basisverzinsung, die je nach Höhe der Einlage zwischen 1,30% und 1,50% p.a. lag, konnte ein zusätzlicher Zinsbonus erzielt werden, dessen Höhe vom Erfolg der deutschen Nationalmannschaft bei der Fußball-Europameisterschaft in Portugal abhing. Bei Erreichen des Viertelfinales hätten die Anleger einen Zinsbonus von 25%, bezogen auf den jeweiligen Basiszins, erhalten. Dieser Zinsbonus sollte sich im Falle einer Halbfinal-

teilnahme auf 50%, bei Erreichen des Finales auf 75% und im Falle eines Sieges im Endspiel auf 150% erhöhen. Wäre Deutschland Europameister geworden, hätten die Anleger ihre Einlage daher mit 3,25% bis 3,75% verzinst bekommen. Die deutsche Nationalmannschaft schied jedoch bereits in der Vorrunde aus.

3 Das Angebot der Beklagten wurde unter anderem im Internet beworben. Die Werbung enthielt die deutlich herausgestellte Angabe, dass "bis zu 150% Zinsbonus" erzielt werden könnte. Das Wort "Zinsbonus" war dabei mit einem Sternchen-Hinweis versehen, der zu einer Fußnote am Ende der Internetseite mit dem Hinweis "bezogen auf den garantierten Basiszinssatz" führte. Mit Hilfe eines Links "Preise/Konditionen" gelangte der Interessierte zu einer Übersicht, in der für jedes mögliche Abschneiden der deutschen Fußballnationalmannschaft bei dem Turnier die insgesamt gewährten Zinsen dargestellt waren.

4 Die Klägerin hält die Werbung mit Blick auf die Aussage "150% Zinsbonus" für irreführend. Die Werbung richte sich an den einfachen Fußballfan. Ein Teil dieser Zielgruppe verstehe diese Ankündigung dahingehend, dass bis zu 150% Zinsen p.a. auf den Anlagebetrag erzielt werden könnten. Die Aufklärung im Kleingedruckten erfolge zu spät. Darüber hinaus liege aufgrund der Kopplung der Rendite mit dem Ergebnis eines zukünftigen Sportereignisses ein Verstoß gegen § 4 Nr. 6 und § 4 Nr. 1 UWG vor.

5 Die Klägerin hat nach vergeblicher Abmahnung, für die Kosten in Höhe von 189 € entstanden sind, beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, in der an den Endverbraucher gerichteten Werbung wie nachstehend wiedergegeben, für eine Festgeldanlage zu werben, wenn der Zinsbonus von dem Ergebnis eines zukünftig stattfindenden Sportereignisses wie z.B. vom Erfolg der deutschen Fussballnationalmannschaft bei der Europameisterschaft in Portugal abhängt:

Postbank

Sitemap Kontakt Call Back Hilfe Suche

Privatkunden Geschäftskunden Firmenkunden

Postbank dire
Online-Bankir
Online-Broker

- Homepage
- Produkte & Preise
  - Service & Kredite
  - Anlegen & Sparen
    - Investmentfonds
    - Sparen 3000 plus
    - SparCard 3000 plus *direkt*
    - DAX® Sparbuch
    - Gewinn-Sparen
    - Bonus Volltreffer
    - Sparplan
    - Kapital plus
    - Kapital plus *direkt*
    - VL plus
    - Komfort-Sparen
  - Easytrade
  - Versichern & Vorsorgen
  - Baufinanzierung
- Online-Services
- Mobile Services
- Vermögensberatung
- Markt & Research
- Presse
- Wir über uns
- Karriere

Deutsche Post World Net
MAIL EXPRESS LOGISTICS FINANCE

Postbank Bonus Volltreffer Jetzt auf die Nationalelf setzen!

bis zu **150%** Zinsbonus*

nur bis zum 12. Juni

Portugal 2004

Mitfiebern - Mitgewinnen - Volltreffer!
Mit dem Postbank Bonus Volltreffer profitieren Sie vom Erfolg unserer Nationalmannschaft bei der EM in Portugal. Zu einem attraktiven Basiszins kommt die Chance auf einen Zinsbonus von bis zu 150%*, wenn unsere Elf den Titel holt. So wird Portugal 2004 zu einem ganz besonderen Ereignis.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- garantierte Basisverzinsung von bis zu 1,5% p.a.***
- der Zinsbonus steigt mit jedem Weiterkommen der Nationalelf auf bis zu 150%*
- exklusives Festgeldangebot mit 6 Monaten Laufzeit und hoher Renditechance
- Service bei Online-Abschluss: Info über die aktuelle Zinsentwicklung erhalten Sie per E-Mail

Preise/Konditionen € Jetzt mitgewinnen!

Zinsentwicklung während des Turniers

So entwickelt sich Ihr Zins-Bonus*, wenn unsere Elf ...

Produktdetails

- Limitiertes Kontingent!** Postbank Bonus Volltreffer kann nur solange angeboten werden, bis die Einlagensumme von 265 Mio. EUR erreicht ist

Online-Absch
€ Preise, Kor
§ Geschäftst
Online-Abs

Exklusiv bei C
Die aktuelle Zin
Sie per E-Mail.
auf dem Laufen
exklusiv bei On

Die Zeit läuft!
Nur noch **4** Tag
Beim Bonus Vol
bis zum Start d

Termine
12.06.2004 Erö
24.06.2004 Beg
30.06.2004 Beg
04.07.2004 Fin

FIFA WM 200

Die Postbank is
der FIFA WM 2

Kontakt
Wir sind täglich
Sie da:
Postbank **Direk**

- Das Angebot endet spätestens mit dem Beginn des Turniers am 12.06.04. Am besten sofort einsteigen!
- ab einer Mindesteinlage von 2.500 EUR. Darüber hinaus ist jeder Anlagebetrag möglich
- je höher der Anlagebetrag - desto höher der garantierte Basiszins

*) bezogen auf den garantierten Basiszins.
**) Das Ausgabevolumen ist auf 265 Mio EUR begrenzt.
***) ab 50.000 EUR Einlage.

Online-Abschluss
Setzen Sie jetzt auf die National-Elf!

Filial-Suche
In den Filialen der Deutschen Post stehen wir Ihnen gern zur Verfügung.
In den Postbank Centern beraten wir Sie persönlich.

© 2004 Deutsche Postbank AG | Impressum

Postbank

Sitemap Kontakt Call Back Hilfe

Suche

Postbank dire
Online-Bankir
Online-Broker

Privatkunden Geschäftskunden Firmenkunden

- Homepage
- Produkte & Preise
  - Service & Kredite
  - Anlegen & Sparen
    - Investmentfonds
    - Sparen 3000 plus
    - SparCard 3000 plus direkt
    - DAX® Sparbuch
    - Gewinn-Sparen
    - Bonus Volltreffer
    - Sparplan
    - Kapital plus
    - Kapital plus direkt
    - VL plus
    - Komfort-Sparen
  - Easytrade
  - Versichern & Vorsorgen
  - Baufinanzierung
- Online-Services
- Mobile Services
- Vermögensberatung
- Markt & Research
- Presse
- Wir über uns
- Karriere

Deutsche Post World Net

Postbank Bonus Volltreffer Preise & Konditionen

Zinsübersicht Bonus Volltreffer

Anlagebetrag	2.500 €	10.000 €	50.000 €
Basiszins	1,30%	1,40%	1,50%
Zinsbonus*	Gesamtzins*		
Viertelfinale erreicht +25%	1,63%	1,75%	1,88%
Halbfinale erreicht +50%	1,95%	2,10%	2,25%
Finale erreicht +75%	2,28%	2,45%	2,63%
Europameister! +150%	3,25%	3,50%	3,75%

*jeweils bezogen auf den Basiszins

Produktinformation Jetzt mitgewinnen!

Postbank Bonus Volltreffer im Überblick

Name der Anlage	Postbank Bonus Volltreffer
Anlagetyp	Festgeld
Vertrieb	bis spätestens 11.06.2004
Mindestanlagebetrag	2.500 €
Verzinsung	guthabenabhänige, garantierte Basisverzinsung mit Chance auf Zins-Bonus
Basisverzinsung	ab 2.500 € 1,30% ab 10.000 € 1,40% ab 50.000 € 1,50%
Zins-Bonus	bis 150% Bonus bezogen auf die Basisverzinsung je nach Abschneiden der Deutschen Nationalmannschaft bei der Europameisterschaft in Portugal
Laufzeit	6 Monate (180 Tage)
Kontingent	limitiert auf 265 Mio. €

Die Zeit läuft!
Nur noch 4 Tag
Beim Bonus Vol
bis zum Start d

Termine
12.06.2004 Erö
24.06.2004 Beg
30.06.2004 Beg
04.07.2004 Fin

FIFA WM 200

Die Postbank is
der FIFA WM 20

Exklusiv bei C
Die aktuelle Zin
Sie per E-Mail.
auf dem Laufen
exklusiv bei On

Kontakt
Wir sind täglich
Sie da:
Postbank Direk

Zurück Seitenanfang Homepage

© 2004 Deutsche Postbank AG | Impressum

2. die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin 189 € nebst Zinsen zu bezahlen.

6 Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten.

7 Landgericht und Berufungsgericht haben die Klage für unbegründet erachtet.

8 Mit der vom Berufungsgericht zugelassenen Revision verfolgt die Klägerin ihr Klagebegehren weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

9 I. Das Berufungsgericht hat einen Verstoß gegen §§ 3, 5 sowie §§ 3, 4 Nr. 1 und 6 UWG verneint. Zur Begründung hat es ausgeführt:

10 Ein möglicher Verstoß gegen das Irreführungsverbot sei nicht vom Antrag erfasst, der sich allein gegen die Verknüpfung der Zinshöhe mit dem Ergebnis eines zukünftigen sportlichen Ereignisses richte. Der in den Antrag aufgenommene Hinweis auf die konkrete Verletzungsform stelle keine Erweiterung des Streitgegenstands auf eine umfassende Beanstandung der Werbung dar, sondern enthalte lediglich eine Beschränkung des Kopplungsverbots auf die konkrete Verletzungsform.

11 Unabhängig davon sei ein Verstoß gegen das Irreführungsverbot des § 5 Abs. 1 UWG auch nicht gegeben. Enthalte die Werbung eine herausgestellte Aussage, so dürfe diese in ihrer Darstellung für sich genommen weder unrichtig noch für den Verkehr missverständlich sein. Nach diesen Grundsätzen sei die Ankündigung, der Anleger erhalte "bis zu 150% Zinsbonus", in ihrem Kontext

nicht als irreführend zu qualifizieren. Der Ausdruck "Zinsbonus" beschreibe schon nach seinem Wortsinn einen Zuschlag auf gewährte Zinsen und nicht die Zinshöhe selbst. Dies sei den angesprochenen Verkehrskreisen, bei denen es sich nicht nur um einfache Fußballfans, sondern um alle möglichen Kapitalanleger in dem Segment der kurzfristigen Festgeldanlage handele, auch bewusst. Soweit gleichwohl Zweifel bestünden, erfolge durch den weiteren Text eine ausreichende Aufklärung. Der gut erkennbare Sternchenhinweis bei dem Wort "Zinsbonus" führe den Verbraucher zur Fußnote, so dass er den Hinweis "bezogen auf den garantierten Basiszinssatz" in seine Entscheidung einbeziehen werde. Angesichts der finanziellen Bedeutung werde der situationsadäquat aufmerksame Anleger zudem das Feld "Preise und Konditionen" anklicken, wo der erzielbare Gesamtzins für jede mögliche Konstellation dargestellt sei.

12 Die angegriffene Werbung verstoße auch nicht gegen § 4 Nr. 6 UWG. Es sei bereits fraglich, ob ein Gewinnspiel vorliege, da nicht zwischen Gewinnern und Verlierern unterschieden werde. Jedenfalls könne aber die zeitweise Überlassung von Kapital gegen Zahlung einer Rendite nach Ende der vereinbarten Laufzeit weder als Inanspruchnahme einer Dienstleistung noch als Erwerb einer Ware durch den Anleger qualifiziert werden. Die Überlassung von Kapital stelle keine Dienstleistung dar. Es bestehe auch keine Abhängigkeit i.S. von § 4 Nr. 6 UWG, da keine zwei verschiedenen Leistungen vorlägen, die durch das Angebot im Wege der rechtlichen oder tatsächlichen Kopplung miteinander verbunden seien. Der Gesetzgeber habe mit der Vorschrift des § 4 Nr. 6 UWG nur verhindern wollen, dass die Teilnahme an dem Gewinnspiel eine vorherige Inanspruchnahme der entgeltlichen Leistung erfordere. Wenn - wie im vorliegenden Fall - beide Akte zusammenfielen, handele es sich nur um ein besonderes Verfahren der Preisgestaltung.

13 Schließlich liege auch kein Verstoß gegen § 4 Nr. 1 UWG vor. Der Einsatz aleatorischer Reize sei nicht per se unzulässig. Eine unangemessene unsachliche Beeinflussung könne nur dann angenommen werden, wenn die Entscheidung nicht mehr nach sachlichen Kriterien getroffen, sondern maßgeblich von der Erwägung bestimmt werde, die in Aussicht gestellte Gewinnchance oder die unentgeltliche Zuwendung zu erhalten. Dabei müsse die Rationalität der Nachfrageentscheidung vollständig in den Hintergrund treten. Dies sei im vorliegenden Fall zu verneinen, da der Mehrertrag nicht geeignet gewesen sei, im Falle eines erfolgreichen Abschneidens der Nationalmannschaft eine übertriebene Anlockwirkung auszuüben, zumal bei einer Geldanlage ein spekulatives Element nicht unüblich sei. Insoweit sei auch zu berücksichtigen, dass der Verbraucher gerade bei Kapitalanlagen erst nach reiflicher Überlegung und Abwägung entscheide.

14 II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg. Das Berufungsgericht hat im Ergebnis zu Recht den geltend gemachten Unterlassungsanspruch und den Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten verneint. Die Voraussetzungen der §§ 3, 5 Abs. 1, §§ 3, 4 Nr. 1 und 6 UWG bzw. des § 1 UWG a.F. sowie der §§ 683, 670 BGB liegen nicht vor.

15 1. Mit Blick auf das nach Abschluss des Angebots in Kraft getretene neue Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb ist hinsichtlich der maßgeblichen Rechtslage zwischen dem Unterlassungsanspruch und dem Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten zu unterscheiden. Der in die Zukunft gerichtete Unterlassungsanspruch setzt voraus, dass auf der Grundlage der zum Zeitpunkt der Verkündung des Urteils geltenden Rechtslage Unterlassung verlangt werden kann. Die beanstandete Handlung muss aber auch zum Zeitpunkt ihrer Begehung rechtswidrig gewesen sein, da es andernfalls an der Wiederholungsgefahr fehlt (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urt. v. 26.10.2006 - I ZR 33/04, GRUR

2007, 247 Tz 17 = WRP 2007, 303 - Regenwaldprojekt I). Demgegenüber ist für den Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten allein die rechtliche Beurteilung zum Zeitpunkt der Abmahnung maßgeblich (BGH, Urt. v. 1.6.2006 - I ZR 167/03, GRUR 2007, 164 Tz 7 = WRP 2007, 67 - Telefax-Werbung II).

16 2. Ohne Erfolg wendet sich die Revision gegen die Auffassung des Berufungsgerichts, die beanstandete Werbung verstoße nicht gegen §§ 3, 5 Abs. 1 UWG.

17 a) Entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts ist eine mögliche Irreführung durch die Angabe "bis zu 150% Zinsbonus" allerdings vom Streitgegenstand erfasst.

18 aa) Das Berufungsgericht ist zu Unrecht davon ausgegangen, dass der Antrag auf die Kopplung des Zinsbonus an das Ergebnis eines Sportereignisses beschränkt sei. Zwar stellt der Antrag nicht ausdrücklich auf die Irreführung ab. Er wird aber im Streitfall durch den konkretisierenden Hinweis "wie nachstehend wiedergegeben" näher bestimmt. Dies deutet darauf hin, dass eine Werbeanzeige untersagt werden soll, die neben den abstrakt umschriebenen Merkmalen noch eine Reihe weiterer Eigenschaften aufweist (BGH, Urt. v. 2.6.2005 - I ZR 252/02, GRUR 2006, 164 Tz 14 = WRP 2006, 84 - Aktivierungskosten II, m.w.N.).

19 bb) Der Streitgegenstand wird nicht nur durch den Antrag, sondern auch durch den zu seiner Begründung vorgetragenen Lebenssachverhalt (Klagegrund) bestimmt (vgl. BGH, Urt. v. 8.6.2000 - I ZR 269/97, GRUR 2001, 181, 182 = WRP 2001, 28 - dentalästhetika; Urt. v. 15.5.2003 - I ZR 217/00, GRUR 2003, 798, 800 = WRP 2003, 1107 - Sanfte Schönheitschirurgie; BGH GRUR 2006, 164 Tz 15 - Aktivierungskosten II). Die Klägerin hat hier bereits in der

Klageschrift vorgetragen, dass neben dem Verstoß gegen § 4 Nr. 6 UWG auch eine Irreführung mit Blick auf die Aussage "bis zu 150% Zinsbonus" vorliege, und damit klargestellt, dass die beanstandete Werbung auch unter diesem Gesichtspunkt angegriffen werden soll.

20 b) Die angegriffene Werbung verstößt jedoch nicht gegen §§ 3, 5 Abs. 1 UWG. Ob eine Werbung irreführende Angaben enthält, bestimmt sich maßgeblich danach, wie der angesprochene Verkehr die beanstandete Werbung aufgrund ihres Gesamteindrucks versteht (BGH, Urt. v. 16.12.2004 - I ZR 222/02, GRUR 2005, 438, 440 = WRP 2005, 480 - Epson-Tinte; Urt. v. 7.4.2005 - I ZR 314/02, GRUR 2005, 690, 691 f. = WRP 2005, 886 - Internet-Versandhandel). Dabei ist auf das Verständnis eines durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers abzustellen, der der Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt (BGHZ 156, 250, 252 f. - Marktführerschaft, m.w.N.).

21 aa) Die Werbung richtet sich entgegen der Auffassung der Revision an alle interessierten Kapitalanleger im Segment der kurzfristigen Festgeldanlage. Es ist nicht ersichtlich, warum durch die Werbung nicht auch Personen angesprochen werden, die sich nur am Rande oder überhaupt nicht für Fußball interessieren. Doch selbst wenn man mit der Revision davon ausgehen wollte, dass die Zielgruppe der Werbung ausschließlich aus Fußballfans besteht, änderte sich an der Beurteilung des Verkehrsverständnisses nichts, da nach der Lebenserfahrung ein Interesse für Fußball in allen Bevölkerungsschichten besteht. Die von der Revision gerügten Verfahrensverstöße hat der Senat geprüft und für nicht durchgreifend erachtet. Von einer Begründung wird gemäß § 564 ZPO abgesehen.

22 bb) Entgegen der Auffassung der Revision wird durch die herausgestellte Angabe "bis zu 150% Zinsbonus" keine wettbewerbsrechtlich relevante Fehlvorstellung hervorgerufen.

23 (1) Eine blickfangmäßig herausgestellte Angabe darf für sich genommen nicht unrichtig oder für den Verkehr missverständlich sein (BGH, Urt. v. 17.2.2000 - I ZR 254/97, GRUR 2000, 911, 913 f. = WRP 2000, 1248 - Computerwerbung I; Urt. v. 28.11.2002 - I ZR 110/00, GRUR 2003, 249 = WRP 2003, 379 - Preis ohne Monitor, m.w.N.). Eine irrtumsausschließende Aufklärung kann in solchen Fällen nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis erfolgen, wenn dieser am Blickfang teilhat und dadurch eine Zuordnung zu den herausgestellten Angaben gewahrt bleibt (BGHZ 139, 368, 376 - Handy für 0,00 DM; BGH GRUR 2000, 911, 913 f. - Computerwerbung I; GRUR 2003, 249 - Preis ohne Monitor). Dies ist dann anzunehmen, wenn davon auszugehen ist, dass der situationsadäquat aufmerksame Verbraucher die aufklärenden Hinweise wahrnimmt (BGH, Urt. v. 24.10.2002 - I ZR 50/00, GRUR 2003, 163, 164 = WRP 2003, 273 - Computerwerbung II; vgl. auch BGH GRUR 2003, 249 - Preis ohne Monitor).

24 (2) Es liegt nach der Lebenserfahrung fern, dass ein erheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise die Angabe "bis zu 150% Zinsbonus" dahingehend versteht, dass der Anlagebetrag mit 150% p.a. verzinst wird. Bereits die Verwendung des Wortes "Zinsbonus" macht deutlich, dass mit der Zahl "150%" nicht der Zinssatz an sich beschrieben ist, sondern nur eine Erhöhung des angebotenen Zinssatzes. Es kommt hinzu, dass - was den angesprochenen Verkehrskreisen auch bekannt ist - ein Zinssatz von 150% p.a. für eine Festgeldanlage außerhalb jeder realistischen Erwartung steht. Zudem wird durch den Fußnotentext, auf den mit dem Sternchen hingewiesen wird, hinreichend klargestellt, dass sich die Zahl "150%" auf den Basiszinssatz bezieht und sich die

Verzinsung bei einem Erfolg der deutschen Fußball-Nationalmannschaft um maximal das Eineinhalbfache erhöht. Da der Grad der Aufmerksamkeit bei dieser Art Werbung für eine Geldanlage erfahrungsgemäß hoch ist, kann im Allgemeinen davon ausgegangen werden, dass der Interessent den Fußnotenhinweis wahrnimmt (vgl. auch BGH GRUR 2003, 163, 164 - Computerwerbung II).

25 Dem Verbraucher werden auf der ersten Werbeseite im Internet keine Vorstellungen zur konkreten Zinshöhe vermittelt. Es ist daher entgegen der Auffassung der Revision unerheblich, dass die Aufklärung über die Zinskonditionen erst durch die über den Link "Preise und Konditionen" zu erreichende Übersicht erfolgt. Ein von der Werbung der Beklagten angesprochener Verbraucher hat bereits aktiv die Internetseite der Beklagten aufgesucht. Ein solcher Verbraucher verfügt erfahrungsgemäß über die Fähigkeit, einen elektronischen Verweis zu erkennen. Es ist daher naheliegend, dass er diejenigen Seiten aufrufen wird, die er zur weiteren Information über die Geldanlage benötigt (vgl. BGH GRUR 2005, 690, 692 - Internet-Versandhandel). Hierzu zählt im vorliegenden Fall der genannte Link.

26 3. Im Ergebnis zu Recht hat das Berufungsgericht auch einen Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr. 6 UWG verneint.

27 a) Entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts stellt die Überlassung von Kapital gegen Entgelt die Inanspruchnahme einer Dienstleistung i.S. von § 4 Nr. 6 UWG dar. Der Begriff der Dienstleistung ist weit zu verstehen und erfasst jede geldwerte unkörperliche Leistung; auf die rechtliche Qualifikation des zugrunde liegenden Vertrags kommt es nicht an (Fezer/Hecker, UWG, § 4-6 Rdn. 39; MünchKomm.UWG/Leible, § 4 Nr. 6 Rdn. 34; Seichter in Ullmann, jurisPK-UWG, § 4 Nr. 6 Rdn. 23.1). Dieses weite Verständnis folgt be-

reits aus der Definition der Wettbewerbshandlung in § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG, wonach der Dienstleistungsbegriff Rechte und Verpflichtungen einschließt und somit auch Finanzierungen und Kapitalanlagen erfasst (vgl. auch Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Aufl., § 2 UWG Rdn. 18; MünchKomm.UWG/Veil, § 2 Rdn. 96 f.; Piper in Piper/Ohly, UWG, 4. Aufl., § 2 Rdn. 48 f.). Dass der Gesetzgeber in § 4 Nr. 6 UWG ein engeres Verständnis des Dienstleistungsbegriffs zugrunde gelegt hat, ist nicht anzunehmen. Das Ziel der Bestimmung, die Ausnutzung der Spiellust durch Kopplung der Teilnahme an einem Gewinnspiel mit dem Erwerb eines Produkts zu unterbinden, wird nur erreicht, wenn sämtliche entgeltlichen Leistungen und somit auch Darlehensverträge davon erfasst werden. Dass auch der Gesetzgeber hiervon ausgegangen ist, wird dadurch deutlich, dass nach der Begründung des Regierungsentwurfs die Nutzung von Mehrwertdienstrufnummern unter § 4 Nr. 6 UWG fallen soll (BT-Drucks. 15/1487, S. 18).

28 b) Der Annahme der Unlauterkeit steht jedoch - worauf auch das Berufungsgericht ergänzend abgestellt hat - entgegen, dass im vorliegenden Fall die Teilnahme am Gewinnspiel nicht von der Inanspruchnahme der Dienstleistung abhängig gemacht wird.

29 aa) Ein Abhängigmachen liegt vor, wenn eine rechtliche oder tatsächliche Verknüpfung zwischen der Teilnahme am Gewinnspiel und dem Absatz des Produkts besteht (BGH, Urt. v. 3.3.2005 - I ZR 117/02, GRUR 2005, 599, 600 = WRP 2005, 876 - Traumcabrio). Ob dies ein vom Umsatzgeschäft getrenntes Gewinnspiel voraussetzt oder der Tatbestand des § 4 Nr. 6 UWG auch dann erfüllt sein kann, wenn - wie im vorliegenden Fall - das Spielelement unmittelbar die im Rahmen des Umsatzgeschäfts zu erbringende Leistung bestimmt, ist bislang noch nicht abschließend geklärt.

30 bb) Nach der wohl überwiegenden Meinung kann die Vorschrift des § 4 Nr. 6 UWG auch Fälle erfassen, in denen der Gewinn darin besteht, dass für den Teilnehmer die vertraglich vereinbarte Leistung günstiger wird. So wird etwa das Versprechen eines Preisnachlasses oder die völlige Erstattung des Preises als Kopplung i.S. von § 4 Nr. 6 UWG angesehen (OLG Hamburg MD 2005, 24, 26 f.; OLG Köln MD 2006, 1388, 1389; vgl. auch Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm aaO § 4 Nr. 6 UWG Rdn. 6.6; Fezer/Hecker aaO § 4-6 Rdn. 65; MünchKomm.UWG/Leible, § 4 Nr. 6 Rdn. 37; Seichter in Ullmann aaO § 4 Nr. 6 Rdn. 22). Danach läge im vorliegenden Fall eine Kopplung vor, da es keinen Unterschied machen kann, ob sich im Falle des Gewinns der Kaufpreis reduziert oder ob im Rahmen eines Darlehensvertrages die Verzinsung günstiger wird (so auch Seichter in Ullmann aaO § 4 Nr. 6 Rdn. 22). Nach der gegenteiligen Auffassung setzt § 4 Nr. 6 UWG ein vom Umsatzgeschäft getrenntes Gewinnspiel voraus. Soweit der Gewinn lediglich die vertragliche Leistung oder Gegenleistung bestimme, fehle es an der in § 4 Nr. 6 UWG vorausgesetzten Kopplung (so vor allem Fezer/Steinbeck aaO § 4-1 Rdn. 232).

31 cc) Der Senat teilt die Auffassung, dass § 4 Nr. 6 UWG ein vom Umsatzgeschäft getrenntes Gewinnspiel voraussetzt. Die Bestimmung des § 4 Nr. 6 UWG hat gegenüber § 4 Nr. 1 UWG Ausnahmecharakter, da die Bewertung als unlauter keine Eignung zur Beeinflussung der Entscheidungsfreiheit der angesprochenen Verkehrskreise erfordert (vgl. Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm aaO § 4 UWG Rdn. 6.5; Seichter in Ullmann aaO § 4 Nr. 6 Rdn. 10). Sie ist daher eng auszulegen. Der Wortlaut der Vorschrift ist zwar nicht eindeutig. Es ist aber zu berücksichtigen, dass der Gesetzgeber bei Schaffung des § 4 Nr. 6 UWG vor allem die Fallkonstellation vor Augen hatte, dass der Verbraucher - um an einem Gewinnspiel teilnehmen zu können - zunächst eine entgeltliche Leistung in Anspruch nehmen muss. Die Vorschrift bezweckt keine Verschärfung des bisher geltenden Rechts (vgl. die Begründung zum Regierungs-

entwurf, BT-Drucks. 15/1487, S. 18). Nach der Rechtsprechung zu § 1 UWG a.F. wurde jedoch der Einsatz aleatorischer Elemente bei der Preisgestaltung nur bei Vorliegen besonderer Umstände als wettbewerbswidrig angesehen (vgl. BGH, Urt. v. 13.3.2003 - I ZR 212/00, GRUR 2003, 626, 627 = WRP 2003, 742 - Umgekehrte Versteigerung II; Urt. v. 13.11.2003 - I ZR 40/01, GRUR 2004, 249, 250 - Umgekehrte Versteigerung im Internet). Daher sind solche Verkaufsförderungsmaßnahmen von den Sachverhalten zu unterscheiden, in denen eine Gewinnspielteilnahme an ein Absatzgeschäft gekoppelt wird. Wenn sich der mögliche Gewinn unmittelbar auf die vertragliche Leistung oder Gegenleistung auswirkt, handelt es sich nicht um ein an ein Absatzgeschäft gekoppeltes Gewinnspiel, sondern um ein besonderes Verfahren der Preisgestaltung (vgl. auch Fezer/Steinbeck aaO § 4-1 Rdn. 232). Aus diesem Grund fehlt es - worauf auch das Berufungsgericht zu Recht hinweist - im vorliegenden Fall an der im Gesetz vorausgesetzten Kopplung zwischen der Teilnahme an einem Gewinnspiel und der Inanspruchnahme einer Dienstleistung.

32 4. Ebenfalls ohne Erfolg wendet sich die Revision gegen die Auffassung des Berufungsgerichts, die beanstandete Werbung verstoße nicht gegen §§ 3, 4 Nr. 1 UWG. Zu Recht hat das Berufungsgericht angenommen, dass keine unangemessene unsachliche Beeinflussung vorliegt.

33 Nach der auf § 4 Nr. 1 UWG übertragbaren (BGH, Urt. v. 22.9.2005 - I ZR 28/03, GRUR 2006, 161 Tz 16 = WRP 2006, 69 - Zeitschrift mit Sonnenbrille) Senatsrechtsprechung zu § 1 UWG a.F. reicht der Einsatz aleatorischer Reize für sich genommen nicht aus, um den Vorwurf der Unlauterkeit zu rechtfertigen. Wettbewerbswidrig ist eine Werbung vielmehr erst dann, wenn die freie Entscheidung der angesprochenen Verkehrskreise durch den Einsatz aleatorischer Reize so nachhaltig beeinflusst wird, dass ein Kaufentschluss nicht mehr von sachlichen Gesichtspunkten, sondern maßgeblich durch das Streben nach

der in Aussicht gestellten Gewinnchance bestimmt wird (BGH GRUR 2003, 626, 627 - Umgekehrte Versteigerung II; GRUR 2004, 249, 250 f. - Umgekehrte Versteigerung im Internet). Diese Voraussetzungen liegen im Streitfall schon deswegen nicht vor, weil bei Geldanlagen spekulative Elemente in keiner Weise untypisch sind.

34 5. Die angegriffene Werbung verstieß auch nicht gegen § 1 UWG a.F., so dass kein Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten aus §§ 683, 670 BGB besteht.

35 III. Danach ist die Revision der Klägerin mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

Bornkamm v. Ungern-Sternberg Pokrant

Schaffert Kirchhoff

Vorinstanzen:
LG Bonn, Entscheidung vom 16.09.2004 - 14 O 107/04 -
OLG Köln, Entscheidung vom 09.03.2005 - 6 U 197/04 -