

Anmerkung

Das Urteil überzeugt in keinem der Begründungsstränge. Das Oberlandesgericht Karlsruhe hat in seiner bahnbrechenden Entscheidung (NJW 1985, 2035 f.; ablehnend Gilles EWiR 1985, §611 BGB 2/85) ganz im Gegensatz zur Auffassung des LG Berlin deutlich gemacht, daß Werbung und Leistungsversprechen zusammengezogen werden müssen, um ein realistisches Bild von den Geschäftsbeziehungen der Firma VIP zu ihren Kunden gewinnen zu können. Das Landgericht Berlin kann nur deshalb eine Stellungnahme zur Leistungsfähigkeit des computergesteuerten Partnervermittlungsdienstes verweigern, weil es die substantiell zusammengehörenden Elemente der Geschäftsbeziehungen Werbung und Allgemeine Geschäftsbedingungen sorgfältig auseinandertrennt. Denn jede Teilaussage erscheint für sich gesehen als bloße Anpreisung und Übertreibung des Leistungsangebots. Erst im Zusammenspiel von Werbung und Allgemeinen Geschäftsbedingungen offenbaren sich die Gefahren für den Verbraucher. Dieser vertraut nämlich, angelockt durch das vollmundige Werbeversprechen und eingebunden in einen teuer bezahlten Vertrag, in dem jeder Vorschlag nahezu DM 160,- kostet, auf die Leistungsfähigkeit eines wissenschaftlich abgesicherten Computerauswahlprogramms. Die gesamte Vertriebsstrategie der Firma VIP ist darauf angelegt, den Verbraucher in seiner Computergläubigkeit zu unterstützen, indem er durch immer komplizierter werdende Fragebögen an den Computer herangeführt wird. Vom Ausfüllen eines umfangreichen Fragebogens ist dann der Sprung nicht mehr weit, in der scheinbar aufwendigen Computerauswahl die „Gewähr“ für die Ermittlung des Wunschpartners zu sehen. Selbst wenn man aber davon ausgeht, daß die Verbraucher die Werbung durchschauen und nicht darauf vertrauen, mit Hilfe des Computers einen Wunschpartner zu finden, fällt der Firma VIP zumindest ein Verstoß gegen § 1 UWG zur Last. Das Oberlandesgericht Stuttgart hat in seiner Entscheidung vom 28.1.1980 (2 U 128/80) einen Kreditvermittler wegen Verstoßes gegen § 1 UWG verurteilt, obwohl die Täuschung vergleichsweise einfach zu erkennen war. Bei Vertragsschlüssen, die mit derart hohen Kosten verbunden seien, wie der Abschluß eines Konsumentenkredites, seien im Interesse der Verbraucher hohe Anforderungen an die Geschäftspraktiken zu stellen. Eine „bewußte Irreführung“ verstoße dann gegen § 1 UWG. Die Parallele zu den Partnervermittlungsverträgen drängt sich auf. Insofern rückt das computergesteuerte Auswahlssystem in den Mittelpunkt der Entscheidungsfindung, unabhängig davon, ob der Firma VIP ein Wettbewerbsverstoß gegen § 3 UWG oder gegen § 1 UWG vorzuwerfen ist. Es bleibt zu hoffen, daß das Oberlandesgericht dem computergesteuerten Auswahlssystem mehr Aufmerksamkeit widmet und das Leistungsversprechen als das entlarvt, was es wirklich ist, nämlich ein teuer bezahlter Adressenhandel (Micklitz NJW 1985, 2005 f.). (hm).