

I ZR 57/05 - Bank darf Zinshöhe vom Ergebnis eines Fußballturniers abhängig machen

Im Juni 2004 hatte die Postbank kurz vor Beginn der Fußball-Europameisterschaft in Portugal unter der Überschrift "Postbank Bonus Volltreffer. Jetzt auf die Nationalelf setzen!" für eine Festgeldanlage geworben, bei der neben einer garantierten Basisverzinsung ein zusätzlicher Zinsbonus "von bis zu 150%" erzielt werden konnte. Der garantierte Basiszinssatz – je nach Höhe der Anlage zwischen 1,3 und 1,5% – sollte sich bei Erreichen des Viertelfinales um 25%, des Halbfinals um 50%, des Finales um 75% und im Falle des Titelgewinns um 150% erhöhen. Wäre die deutsche Mannschaft Europameister geworden, hätte der Zinssatz bei einer Anlage von 50.000 € also 3,75% betragen. Tatsächlich schied die deutsche Mannschaft jedoch schon in der Vorrunde aus.

Ein Wettbewerbsverband hatte dies beanstandet, weil die Postbank für ein wettbewerbswidriges Gewinnspiel werbe. Nach §§ [3 UWG](#), [4 Nr. 6 UWG](#) (des Gesetzes gegen den unlauteren [Wettbewerb](#)) darf die [Teilnahme](#) von Verbrauchern an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel nicht vom Erwerb einer Ware oder von der Inanspruchnahme einer Dienstleistung abhängig gemacht werden.

Der Bundesgerichtshof hat gestern die Klageabweisung durch die Vorinstanzen bestätigt. Er hat entschieden, dass es sich bei der beanstandeten Festgeldanlage nicht um ein wettbewerbswidriges Gewinnspiel handelte. Die Vorschrift des § [4 Nr. 6 UWG](#) erfasse nur Fälle, in denen die [Teilnahme](#) an einem Gewinnspiel von einem Umsatzgeschäft abhängig gemacht werde, und setze daher ein von dem Umsatzgeschäft getrenntes Gewinnspiel voraus. Dies sei etwa dann der Fall, wenn eine Bank den Kunden, die eine bestimmte Geldanlage wählten, die [Teilnahme](#) an der Verlosung von [Geld-](#) oder Sachpreisen verspreche. Anders verhalte es sich, wenn der Preis für eine bestimmte Ware oder [Leistung](#) von dem unsicheren Ausgang eines Sportereignisses abhängig gemacht werde. Bestimme das Spielelement unmittelbar die im Rahmen des Umsatzgeschäftes zu erbringende Gegenleistung, fehle es an der im Gesetz vorausgesetzten Kopplung.

Der Bundesgerichtshof hat in der beanstandeten [Werbung](#) auch keine nach § [4 Nr. 1 UWG](#) verbotene unsachliche Beeinflussung der [Verbraucher](#) gesehen.

Urteil vom 19. April 2007 – [I ZR 57/05](#); PM 46/2007

OLG Köln, Urt. v. 9. März 2005 – 6 U 197/04 – LG Bonn, Urt. v. 16. September 2004 – 14 O 107/04 –