
Datum: 05.12.2012
Gericht: Landgericht Essen
Spruchkörper: 1. Kammer für Handelssachen
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 41 O 77/12
ECLI: ECLI:DE:LGE:2012:1205.41O77.12.00

Normen: §§ 5, 8 UWG
Sachgebiet: Bürgerliches Recht

Tenor:

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr mit einem Entgelt für die Durchführung einer Hauptuntersuchung nach § 29 StVZO zu werben, welches unter dem Entgelt liegt, das die amtlich anerkannte Überwachungsorganisation für den Bereich der jeweils örtlich zuständigen technischen Prüfstelle festgelegt hat und an diese zu zahlen ist, insbesondere wenn dies wie folgt geschieht:



Für jeden Fall zukünftiger schuldhafter Zuwiderhandlung gegen dieses Verbot wird der Beklagten ein Ordnungsgeld bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, angedroht.

Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 219,35 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 19.10.2012 zu zahlen.

Die weitergehende Klage wird abgewiesen.

Von den Kosten des Rechtsstreits trägt der Kläger $\frac{1}{4}$, die Beklagte $\frac{3}{4}$.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, für den Kläger jedoch nur gegen Sicherheitsleistung von 12.000,00 €.

Streitwert: 10.219,35 Euro.

Tatbestand:

- | | |
|--|---|
| Die Parteien streiten um die wettbewerbsrechtliche Relevanz einer von der Beklagten im „T“ geschalteten Werbung für eine „TÜV-Aktion“. | 1 |
| Der Kläger ist eine Wettbewerbszentrale. Die Beklagte ist Fahrzeughändlerin in F. Der TÜV O unterhält in der Werkstatt der Beklagten eigene Einrichtungen, um dort TÜV-Abnahmen durchführen zu können. Die Abnahme der Hauptuntersuchung kostet beim TÜV O 60,40 €. Der TÜV O nimmt als Beliehener bei der Hauptuntersuchung hoheitliche Kontrollaufgaben gemäß § 29 StVZO wahr und ist an feste Preise gebunden, die er auch der Beklagten in Rechnung stellt. | 2 |
| Die Beklagte schaltete am 05.09.2012 im „T“ eine Werbung für die Durchführung einer Hauptuntersuchung, welche sie mit der Überschrift „TÜV-Aktion“ bewarb. Etwas kleiner abgebildet befand sich darunter der Hinweis: „mit unserem Partner dem TÜV O“. Wiederum in großen Lettern geschrieben fand sich das Kürzel „HU“ und auch der Preis für die Hauptuntersuchung in Höhe von 49 € stach aufgrund der Größe der Zahlen deutlich hervor. Die Beklagte schaltete diese Werbung auch im Internet. Bezüglich der weiteren Einzelheiten der Werbung wird auf die Anlage K1 der Klageschrift vom 16.10.2012 (Bl. 6 d.A.) verwiesen. | 3 |
| Die Differenz in Höhe von 11,40 € zwischen dem von der Beklagten beworbenen Preis und dem Preis, der beim TÜV O für die Abnahme der Hauptuntersuchung zu zahlen war, zahlte die Beklagte selbst. | 4 |
| Der Kläger sah in der streitgegenständlichen Werbeanzeige wettbewerbswidriges Verhalten der Beklagten. Daher mahnte der Kläger die Beklagte mit Schreiben vom 25.09.2012 ab. Der Kläger setzte der Beklagten zur Abgabe einer Unterlassungserklärung mit Vertragsstrafenversprechen eine Frist bis zum 29.09.2012, 18.00 Uhr. Hierauf reagierte die Beklagte nicht. | 5 |
| Der Kläger behauptet, die Beklagte habe den TÜV O erst über die Werbeaktion informiert, als die Aktion bereits lief und die Beklagte die Abmahnung des Klägers erhielt. Die Beklagte erwecke den Eindruck, der TÜV O würde ihr nicht die Kosten in Höhe von 60,40 € in Rechnung stellen, indem sie, was unstreitig ist, die Aktion mit dem Slogan „TÜV-Aktion mit unserem Partner dem TÜV O“ bewarb. Zudem erwecke die Beklagte den Eindruck, die von den Mitbewerbern genommenen Entgelte für die Hauptuntersuchung durch den TÜV O seien deutlich überteuert. | 6 |
| Der Kläger ist der Ansicht, die Beklagte verstoße mit dieser als „TÜV-Aktion“ überschriebenen Werbung gegen das Irreführungsverbot des § 5 Abs. 1 Nr. 2 UWG. | 7 |

Der Kläger beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr mit einem Entgelt für die Durchführung einer Hauptuntersuchung nach § 29 StVZO zu werben, welches unter dem Entgelt liegt, das die amtlich anerkannte Überwachungsorganisation für den Bereich der jeweils örtlich zuständigen technischen Prüfstelle festgelegt hat und an diese zu zahlen ist, sofern kein Hinweis darauf erfolgt, dass die Unterdeckung vom Werbenden oder einem Dritten ausgeglichen wird, insbesondere wenn dies wie geschieht wie aus der Einfügung im Urteilstenor ersichtlich; 10

2. der Beklagten für jeden Fall zukünftiger schuldhafter Zuwiderhandlung gegen dieses Verbot ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,--, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, anzudrohen; 11

3. an den Kläger € 219,35 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen. 12

Die Beklagte beantragt, 13

die Klage abzuweisen. 14

Die Beklagte behauptet, sie habe die Werbeaktion im Vorfeld mit dem TÜV O abgesprochen. Die Beklagte ist zudem der Ansicht, sie sei in ihrer Preisgestaltung frei, eine Irreführung liege nicht vor. 15

Die Klage ist der Beklagten am 19.10.2012 zugestellt worden. 16

Entscheidungsgründe: 17

Die zulässige Klage ist überwiegend begründet. 18

Der Kläger hat gemäß §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3, 5 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 2 UWG gegen die Beklagte einen Anspruch auf Unterlassung der streitgegenständlichen Werbung, wobei es der Beklagten jedoch unbenommen ist, wie sie die Werbung in Zukunft verändert. 19

Der Kläger ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG aktivlegitimiert. 20

Die Beklagte hat mit der streitgegenständlichen Werbung für die „TÜV-Aktion mit unserem Partner dem TÜV O“ eine nach §§ 3, 5 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vorgenommen. Nach § 5 Abs. 1 S. 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt. Die streitgegenständliche Werbung der Beklagten war irreführend. Gemäß § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG ist eine geschäftliche Handlung dann irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird, oder die Bedingungen, unter denen die Ware geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird. Für die Frage der Irreführung ist auf die Auffassung der Verkehrskreise, an die sich die Werbung richtet, abzustellen. Die Werbung richtet sich an ein breites Publikum, nämlich alle Autofahrer, bei deren Fahrzeug eine TÜV-Prüfung ansteht. Auch die Kammermitglieder gehören zum angesprochenen Verkehrskreis. Der mit der Werbung angesprochene Verbraucher versteht die Werbeaussage so, dass die TÜV-Gebühren niedriger sind, wenn man sich entschließt, die Untersuchung in der Werkstatt der Beklagten durchzuführen. Aufgrund des Zusatzes „mit unserem Partner, dem TÜV O“ und der Überschrift „TÜV- 21

AKTION“ wird der Eindruck erweckt, dass der TÜV auf einen Teil seiner Gebühren verzichtet, was tatsächlich nicht der Fall ist. Zudem entsteht bei den angesprochenen Verbrauchern die Vorstellung, die Beklagte verfüge – anders als andere Werkstätten – über besondere Beziehungen zum TÜV, die es ihr ermöglichen, dem Autobesitzer die TÜV-Prüfung günstiger zu verschaffen als üblich. Die erweckte Vorstellung stimmt mit den wirklichen Verhältnissen nicht überein. Denn die TÜV-Gebühren sind, was viele Verbraucher nicht wissen, gesetzlich vorgeschrieben und nicht verhandelbar. Die beim Verbraucher erweckte falsche Vorstellung ist wettbewerbsrelevant. Denn der Verbraucher setzt sich zum einen mit dem Angebot der Beklagten näher auseinander, zum anderen kann er geneigt sein, der Werkstatt der Beklagten aufgrund deren guter Zusammenarbeit mit dem TÜV, die sogar so weit geht, dass die Gebühren niedriger sind, den Vorzug gegenüber anderen Werkstätten, die die gesetzlichen Gebühren in Rechnung stellen, zu geben.

Der Kläger hat keinen Anspruch aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3, 5 Abs. 1 S. 1, S. 2 Nr. 2 UWG darauf, dass die Beklagte angibt, dass die Unterdeckung vom Werbenden oder einem Dritten ausgeglichen wird. Es gilt zunächst der Grundsatz der freien Preisbestimmung (BGH GRUR 1995, 690 (692); BGH GRUR 2006, 596 (597, Rn. 13)) und –gestaltung (BGH GRUR 2003, 626 (627)). Die Beklagte trifft keine Pflicht zur umfassenden Aufklärung über ihre Preisgestaltung, die Preiskalkulation ist allein ihre Angelegenheit, solange die Werbung nicht zur Täuschung der Verbraucher führt. 22

Aus diesem Grund kann der Kläger der Beklagten nicht vorschreiben, wie sie ihre Werbung umgestalten muss, damit die Täuschung beseitigt ist. Dies obliegt vielmehr der alleinigen Entscheidung der Beklagten, wobei zur Beseitigung der Täuschung auch mehrere Möglichkeiten in Betracht kommen. 23

Der Kläger hat gegen die Beklagte zudem einen Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten in Höhe von 219,35 Euro aus § 12 I 2 UWG. Denn diese Kosten waren für den Kläger erforderliche Aufwendungen. 24

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 92 Abs. 1, 708 Nr. 11, 709, 711 ZPO. 25