
Datum: 25.11.2004
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 4 U 137/04
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2004:1125.4U137.04.00

Vorinstanz: Landgericht Essen, 41 O 78/04

Tenor:

Auf die Berufung des Klägers wird das am 14. Juli 2004 verkündete

Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Essen abgeändert.

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall

der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur Höhe von

250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zur

Dauer von 6 Monaten zu unterlassen, in der an den Endverbraucher

gerichteten Werbung, wie nachstehend wiedergegeben, ein

Kraftfahrzeug unter Preisangabe anzukündigen mit dem Hinweis:

"zuzügl. Überführung" :

Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 176,56 EUR nebst 5 % Zinsen über den jeweiligen Basiszinssatz seit dem 28.

April 2004 zu zahlen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits,

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Gründe:

- | | |
|---|---|
| | 1 |
| Die Berufung ist begründet. Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch ebenso zu wie der der Höhe nach unstreitige Aufwendungsersatzanspruch betreffend die Zahlung von 176,56 EUR nebst Zinsen. | 2 |
| 1) Der Unterlassungsantrag ist nach der erfolgten Einbeziehung der Anzeige in der WAZ vom 13. März 2004 hinreichend bestimmt. | 3 |
| 2) Ein Unterlassungsanspruch des Klägers ergibt sich hier aus §§ 8 Abs. 1, 3 Nr. 2, 3, 4 Nr. 11 UWG. | 4 |
| a) Der Kläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugt. Er hat in diesem wie auch in früheren Verfahren, die Wettbewerbsverstöße im Bereich des Kraftfahrzeughandels betrafen, dargelegt, dass ihm eine erhebliche Anzahl von Unternehmen angehört, die Waren gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt wie die Beklagte vertreiben. | 5 |
| b) Die Beklagte ist nach § 8 Abs. 1 UWG zur Unterlassung verpflichtet, weil sie § 3 UWG zuwider gehandelt hat, indem sie eine unlautere Wettbewerbshandlung vorgenommen hat, die auch geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil der Verbraucher nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen. | 6 |
| aa) Die in der Schaltung der Werbeanzeige zu sehende Wettbewerbshandlung der Beklagten ist nach § 4 Nr. 11 UWG unlauter, weil die Beklagte damit einer gesetzlichen Vorschrift zuwider gehandelt hat, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. | 7 |
| bb) Die Vorschriften der Preisangabenverordnung (PAngV) sind in diesem Sinne wettbewerbsbezogen, weil sie jedenfalls auch dazu bestimmt sind, das Marktverhalten im Interesse der Verbraucher zu regeln. Nach dem Zweck dieser Verordnung soll nämlich dem Verbraucher Klarheit über die Preise und deren Gestaltung verschafft und zugleich verhindert werden, dass er seine Preisvorstellungen anhand nicht vergleichbarer Preise unterschiedlicher Anbieter gewinnen muss (BGH WRP 2004, 490, 491 -FrühlingsgeFlüge; BGH GRUR 2001, 1166, 1168 -Fernflugpreise). | 8 |
| cc) In der beanstandeten Werbung mit dem Angebot eines Opel Astra liegt ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV. Nach dieser Vorschrift müssen bei gewerbsmäßigen Angeboten an Letztverbraucher Endpreise angegeben werden, die der allgemeinen Verkehrsauffassung und den Grundsätzen von Preisklarheit und Preiswahrheit im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 1 PAngV entsprechen. Dazu bedarf es der gleichzeitigen Angabe sämtlicher Preisbestandteile der im Rahmen eines einheitlichen Leistungsangebotes beworbenen Waren und Dienstleistungen. Dazu gehören bei Angeboten des Verkaufs von Neuwagen auch die -wie | 9 |

hier- zwangsläufig anfallenden Überführungskosten zum Geschäftshaus des Verkäufers, wo der Verkehr in solchen Fällen die Übergabe des Fahrzeuges erwartet (BGH GRUR 1983, 443, 445 -KfZ-Endpreis; Baumbach/Hefermehl/Köhler, Wettbewerbsrecht, 23. Auflage, § 1 PAngV Rdn.2). In dem herausgestellten Endpreis von 14.900 EUR sind hier die Überführungskosten nicht enthalten. Ein sie enthaltener tatsächlicher Endpreis ist nicht angegeben. Hinzu kommt, dass zwar ersichtlich ist, dass noch Überführungskosten hinzukommen, aber deren Höhe nicht angegeben ist.

dd) Dieser Verstoß ist entgegen der Ansicht des Landgerichts auch geeignet, Verbraucherinteressen nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen. Bei diesem Tatbestandsmerkmal des § 3 UWG handelt es sich um eine Schranke, die gewährleisten soll, dass nur solche Handlungen Gegenstand eines Verbots sein können, die wesentliche Belange der Verbraucher berühren. Der Senat hat gerade im Hinblick auf Verstöße gegen die Preisangabenverordnung schon entschieden, dass Verbraucherbelange dann nicht wesentlich beeinträchtigt werden, wenn es nur um einen formalen Verstoß geht, der die Preisklarheit betrifft, weil der Endpreis zwar als solcher nicht angegeben worden ist, die einzelnen Preisbestandteile aber in der Werbung sämtlich aufgeführt und vom Verbraucher ohne große Mühe zusammen zu rechnen sind, so dass er nach dem Studium der Anzeige eine richtige und zu Vergleichszwecken geeignete Preisvorstellung bekommen kann. Anderes gilt aber unzweifelhaft, wenn eine Preiswerbung gegen die Preiswahrheit verstößt. Davon ist insbesondere dann auszugehen, wenn unrichtige Preise angegeben werden. So klar liegt der Fall hier indes nicht. Dem Verbraucher wird zwar der Endpreis nicht angegeben, aber bei ihm wird auch nicht der Eindruck erweckt, es verbliebe bei dem deutlich herausgestellten niedrigeren Preis. Bei dem situationsgemäß zu erwartenden genauen Studium der Anzeige bleibt dem interessierten Verbraucher nicht verborgen, dass zu dem Preis noch Überführungskosten hinzukommen. Von besonderer Bedeutung ist aber, dass der Verbraucher nicht in der Lage ist, sich den für die Vergleiche mit den Angeboten anderer Autohäuser wichtigen Endpreis aus der Anzeige selbst zu errechnen, weil die Höhe der Überführungskosten weder genannt noch allgemein bekannt ist. Er kann allenfalls darüber spekulieren, in welcher Größenordnung sich solche weiteren Kosten bewegen könnten, wobei er aber jedenfalls weiß, dass es sich um keinen unbeträchtlichen Kostenfaktor handelt. Der Verbraucher müsste somit mit der Beklagten erst Kontakt aufnehmen, um den genauen Endpreis zu erfahren. Gerade weil der Verbraucher hier nicht - auch nicht unter Erschwernissen- den genauen Endpreis erkennen kann, ist ein Fall gegeben, der wie ein Verstoß gegen den Grundsatz der Preiswahrheit eine nicht unwesentliche Beeinträchtigung der Verbraucher mit sich bringt.

10

(1) Entscheidend spricht dafür schon der Zweck der Preisangabenverordnung. Sie will verhindern, dass die Preise für die Verbraucher nicht vergleichbar sind und deshalb seine Preisvorstellungen erschweren können. Hier kann er zwar in etwa absehen, aber gerade nicht auf den Euro genau erkennen, was er für den Kauf des zum Händler überführten Fahrzeuges zahlen muss. Ihm fehlt der Preisbestandteil für die Überführung, der von verschiedenen Faktoren abhängig und auch zum Zwecke der Verkaufsförderung unterschiedlich privilegiert sein kann. Der Verbraucher kann deshalb auch glauben, die zusätzlichen Kosten würden angesichts des im Übrigen günstigen Preises nicht so sehr ins Gewicht fallen. Gerade dieser Gesichtspunkt kann sich im Rahmen des hart umkämpften Marktes unter den Fahrzeugherstellern und Händlern letztlich doch entscheidend auswirken. Wenn dem genannten Preis von 14.900 EUR die Überführungskosten von immerhin 520 EUR gleich hinzu gerechnet worden wären, könnte das tatsächlich Einfluss auf die Preisvorstellung des umworbenen Durchschnittsverbrauchers genommen haben. Denn sein Augenmerk ist zunächst auf einen Preis gelenkt worden, der wie meist auch unter

11

psychologischen Gesichtspunkten kalkuliert worden ist und eine bestimmte "magische" Grenze wie hier 15.000 EUR nicht überschreitet. Einen so "günstigen" Preis kann die Beklagte aber nur deshalb in den Vordergrund stellen, weil sie die Überführungskosten ausgespart und zudem offen gelassen hat.

(2) Für eine Wesentlichkeit des Verstoßes spricht hier auch noch der vom Bundesgerichtshof gerade in diesem Zusammenhang häufig herangezogene Gesichtspunkt der Nachahmungsgefahr. Gerade die Tatsache, dass Angebote wie dieses der Beklagten auf den ersten Blick des Verbrauchers günstiger erscheinen, kann ein Anreiz dafür darstellen, die Fahrzeugpreise häufiger auf diese Weise anzugeben. Gesetzestreue Mitbewerber, die dann jedenfalls vor der abschließenden Kontrollrechnung teurer erscheinen, sehen sich dann im Nachteil und sind zumindest geneigt, zur Chancengleichheit auch auf ihren Preis ohne Überführungskosten hinzuweisen. Dies dient gerade nicht der Preisklarheit und Preiswahrheit, sondern trägt viel eher dazu bei, Preisvergleiche immer mehr zu erschweren. 12

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs.1 ZPO. 13

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Ziffer 10, 711, 713 ZPO. 14