
Datum: 21.02.1996
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 151/95
ECLI: ECLI:DE:OLGK:1996:0221.6U151.95.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 81 O 111/95
Schlagworte: Klagebefugnis von Verbänden i.S.v. § 13 II 2; Rabattverstoß durch Inzahlungsnahme eines Pkw
Normen: UWG § 13 II 2; RABATTG §§ 1, 2

Leitsätze:

1. Gehören einem Berliner Verband i.S. von § 13 II 2 UWG zwei Autohändler mittlerer Größenordnung mit Sitz in München und ein bedeutender Autohersteller mit Sitz in Ingolstadt an, ist er befugt, einen in der Münchener Niederlassung eines bundesweit tätigen Kfz-Handelsunternehmens begangenen Rabattverstoß gerichtlich zu verfolgen. Das Unterlassungsgebot ist in diesem Falle nicht auf den Raum München beschränkt. 2. Bei der Ermittlung der „erheblichen Zahl“ von verbandsangehörigen Gewerbetreibenden bei Wettbewerbsverstößen im Kfz-Handel (hier: Rabattverstoß) ist auch die Mitgliedschaft eines (großen) Automobilherstellers zu berücksichtigen, wenn dessen Produkte auf dem für § 13 II 2 UWG maßgeblichen örtlichen Markt durch dort tätige selbständige Händler abgesetzt werden. 3. Es stellt einen Rabattverstoß dar, wenn der Anbieter von Neufahrzeugen dem potentiellen Käufer seine Bereitschaft bekundet, dessen Gebrauchtfahrzeug, das ein bestimmtes Alter aufweist, unbesehen, also auch bei noch so geringem Wert für DM 3.000,- in Zahlung zu nehmen. 4. Rügt ein Verband i.S. von § 13 II 2 UWG oder ein Wettbewerber nach voraufgegangener überregionaler wettbewerbskonformer Werbung zwei auf dieser Werbung beruhende örtliche Rabattverstöße an zwei verschiedenen Niederlassungen des Anbieters (hier: Köln und München), liegt hierin die Geltendmachung eines einheitlichen Wettbewerbsverstoßes; falls nur in einem der beiden Fälle der Rabattverstoß tatsächlich begangen wurde bzw. bewiesen werden kann, führt das folglich nicht zur teilweisen Klageabweisung. 5. Zur

Tenor:

1.) Auf die Berufung der Antragstellerin wird das am 21.9.1995 verkündete Urteil des Landgerichts Köln - 81 O 111/95 - abgeändert und im Hauptausspruch wie folgt neu gefaßt: Die am 31.3.1995 im Beschlußwege erlassene Einstweilige Verfügung der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 31 O 198/95 - wird bestätigt. 2.) Die Kosten des Verfahrens in beiden Instanzen hat die Antragsgegnerin zu tragen.

Entscheidungsgründe

1

Die Berufung ist zulässig und hat auch in der Sache Erfolg.

2

Es besteht Erstbegehungsgefahr hinsichtlich eines Verstoßes gegen § 1 Rabattgesetz in der Form, wie er sich aus dem Tenor der nunmehr bestätigten einstweiligen Verfügung vom 31.3.1995 ergibt. Die Antragstellerin ist auch befugt, den sich aus dieser Gefahr ergebenden Unterlassungsanspruch geltend zu machen.

3

A

4

Die Antragsbefugnis ergibt sich aus § 13 Abs.2 Ziff.2 UWG. Die Antragstellerin hat glaubhaft gemacht, daß ihr im Sinne dieser Bestimmung eine erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden angehört, die auf demselben Markt Waren gleicher Art, hier also Pkw-Neuwagen, vertreiben. Unter den besonderen Umständen des vorliegenden Einzelfalles genügt hierfür nämlich die Mitgliedschaft des Autohauses D. in M., der Fa. H. GmbH in M. und der Fa. A. AG in I.. Die Zugehörigkeit dieser Unternehmen zur Antragstellerin ist durch die eidesstattliche Versicherung der Zeugin Lange vom 2.1.1996 glaubhaft gemacht. Die Einwände der Antragsgegnerin gegen die inhaltliche Richtigkeit früherer, ebenfalls durch Bezugnahme auf die Mitgliederliste abgegebener eidesstattlicher Versicherungen der Zeugin greifen für das vorliegende Verfahren nicht durch. Den von der Antragsgegnerin aufgezeigten Divergenzen lagen zumindest ganz überwiegend unterschiedliche Auffassungen über die Wirksamkeit zwischenzeitlich erfolgter Austritte von Mitgliedern zugrunde, überdies steht nicht in Rede, daß eines der 3 oben aufgeführten Mitglieder etwa ebenfalls inzwischen seinen Austritt erklärt habe.

5

Maßgeblich zur Beurteilung der Frage, ob eine "erhebliche Zahl von Gewerbetreibenden" im Sinne des § 13 Abs.2 Ziff.2 UWG Mitglieder der Antragstellerin sind, sind die Verhältnisse auf dem KFZ-Neuwagen Markt im Großraum M.. Die gesetzliche Voraussetzung, daß die betreffenden Verbandsmitglieder "auf demselben Markt" tätig sein müssen, ist nämlich räumlich zu verstehen und bedeutet, daß nur solche Verbandsangehörige die Antragsbefugnis begründen können, die in derselben Region wie der Verletzer sich ebenfalls um Kunden bemühen und daher in einem jedenfalls insoweit konkreten Wettbewerbsverhältnis zu diesem stehen (vgl. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 18.Aufl., § 13 UWG RZ 16, 23 c; Köhler/Piper, § 13 RZ 13 a,14 jew. m.w.N.). Das sind indes nur diejenigen Mitglieder der Antragstellerin, die ihrerseits - wie die Antragsgegnerin - im Großraum M. Neuwagen an Endverbraucher vertreiben, bzw. mittelbar an diesem Vertrieb beteiligt sind. Diese Beschränkung auf den Großraum M. ergibt sich daraus, daß - wie unten

6

noch näher darzulegen sein wird - lediglich das Verhalten der Antragsgegnerin bzw. ihres betreffenden Mitarbeiters in ihrer M. Niederlassung die Begehungsgefahr hinsichtlich des verfahrensgegenständlichen Rabattverstoßes begründet. Das gilt auch vor dem Hintergrund, daß dem unter dem Gesichtspunkt des drohenden Verstoßes gegen das Rabattgesetz zu beanstandenden Verhalten eine Anzeige in der "Süddeutschen Zeitung" zugrundelag und diese Zeitung über die Grenzen M.s und B. hinaus auch bundesweit vertrieben und gelesen wird. Trotz dieser weiten Verbreitung ist nämlich nur der Kfz-Handel im Bereich des Großraumes M., auf dessen exakte Abgrenzung im Rahmen des vorliegenden Verfahrens auf Erlaß einer Einstweiligen Verfügung indes verzichtet werden kann, betroffen, weil die Anzeige über diesen Raum hinaus nicht oder jedenfalls nicht nennenswert werbewirksam war. Die in Aussicht gestellte Rabattgewährung war nicht mit einem so hohen wirtschaftlichen Anreiz verbunden, daß dafür - von zu vernachlässigenden Ausnahmen abgesehen - Leser der "S. Zeitung" aus weiter entfernten Gegenden angelockt worden sind. Insoweit ist zusätzlich zu berücksichtigen, daß der Rabattverstoß ohnehin nicht in der Anzeige selbst, sondern in dem auf der Anzeige lediglich basierenden Angebot des Verkäufers der Antragsgegnerin gegenüber dem Zeugen St. begründet ist und die Gewährung von - auch hohen - Rabatten beim Neuwagenkauf im Rahmen der Inzahlungnahme von Gebrauchtwagen verbreitet und dies in den betroffenen Verbraucherkreisen auch weithin bekannt ist.

Sind mithin die Wettbewerbsverhältnisse im Großraum M. maßgeblich, so kommt es demgegenüber zumindest deswegen nicht auch auf den Wirtschaftsraum K. an, weil - wie unten näher darzulegen sein wird - das von der Antragstellerin vorgetragene dortige Verhalten der Antragsgegnerin bzw. eines ihrer Mitarbeiter für sich genommen die Gefahr eines bevorstehenden Verstoßes gegen das Rabattgesetz nicht begründet.

7

Geht man aus den vorstehenden Gründen allein von den Marktverhältnissen im Wirtschaftsraum M. aus, so reichen die 3 oben aufgeführten Mitglieder zur Begründung der vom Gesetz geforderten "erheblichen Zahl" von verbandsangehörigen Gewerbetreibenden aus.

8

Es besteht Einigkeit darüber, daß mit dem Kriterium der "erheblichen Zahl" nicht im mathematischen Sinne ein bestimmter Anteil an der Gesamtzahl der betreffenden Wettbewerber auf dem regionalen Markt gemeint ist. Vielmehr können auch zahlenmäßig wenige Wettbewerber, die rein numerisch lediglich einen kleinen Anteil an dieser Gesamtzahl darstellen, dann ausreichen, wenn durch andere Umstände sichergestellt ist, daß gleichwohl ein mißbräuchliches Vorgehen des Verbandes ausgeschlossen ist und nicht lediglich Individualinteressen einzelner, sondern objektiv gemeinsame gewerbliche Interessen der Branche wahrgenommen werden (vgl. Köhler/Piper, a.a.O. RZ 18; Baumbach/Hefermehl, a.a.O. RZ 23 b, jew. m.w.N.). Diese Voraussetzung ist hier erfüllt.

9

Schon die beiden in M. ansässigen Autohäuser, deren dargelegte Umsatzzahlen zumindest eine mittlere Größenordnung dieser Unternehmen belegen, haben auf dem maßgeblichen örtlichen Markt eine nicht unerhebliche wirtschaftliche Bedeutung. Es kommt hinzu, daß auch die Wirtschaftskraft der A. AG, die ebenfalls Mitglied der Antragstellerin ist, teilweise, nämlich soweit deren Fahrzeuge im Großraum M. abgesetzt werden, zu berücksichtigen ist. Auch die Fa. A. als KFZ-Herstellerin gehört nämlich zu den von § 13 Abs.2 Ziff.2 UWG erfaßten Gewerbetreibenden, weil diese nicht derselben Wirtschaftstufe wie die Antragsgegnerin angehören müssen (vgl. dazu näher Köhler/Piper a.a.O. RZ 13, Baumbach/Hefermehl a.a.O. RZ 14, jew. mit umfangreichen Nachweisen). Die Fa. A. ist zwar nicht unmittelbar in ihrer Möglichkeit Fahrzeuge zu produzieren, wohl aber mittelbar deswegen betroffen, weil sich eine Beeinträchtigung der Absatzmöglichkeiten - etwa durch einen Rückgang der Nachfrage

10

durch die einzelnen Händler - wirtschaftlich auch auf sie auswirkt. Der Senat läßt die Frage offen, ob der oben angesprochene Großraum M., in dem sich die Werbung ausgewirkt hat, auch noch die Stadt I., den Sitz der Fa. A., erfaßt, weil es hierauf nicht ankommt. Zu berücksichtigen ist die Mitgliedschaft der Fa. A. nach dem vorstehend Ausgeführten nämlich ohnehin nur mit dem wirtschaftlichen Gewicht der Fahrzeuge, die - wenn auch nicht durch die Fa. A. selbst - gerade im M.er Raum abgesetzt werden. Angesichts des gerichtsbekannten dichten Netzes von Autohändlern, die die Marken V. und A. vertreiben und unter zusätzlicher Berücksichtigung der Tatsache, daß es sich bei der jedenfalls in voller Ausdehnung erfaßten Großstadt M. selbst um eine Stadt mit erheblicher Wirtschaftskraft handelt, ist von einem beachtlichen Umsatz von Fahrzeugen der Marke A. im Großraum M. auszugehen. Die Mitgliedschaft der Fa. A. reicht daher - jedenfalls bei zusätzlicher Berücksichtigung der beiden anderen oben aufgeführten Unternehmen - mit Blick auf das so repräsentierte wirtschaftliche Gewicht auch bei Zugrundelegung der Existenz von insgesamt mehreren Dutzend Autohändlern in dem betroffenen Raum aus, um das Erfordernis der erheblichen Anzahl von Gewerbetreibenden als erfüllt anzusehen.

Schließlich ist die Antragstellerin auch, wie es § 13 Abs.2 Ziff.2 UWG weiter erfordert, nach ihrer sachlichen, personellen und finanziellen Ausstattung in der Lage, ihre satzungsgemäßen Aufgaben der Verfolgung gewerblicher Interessen tatsächlich wahrzunehmen. Hiervon ist angesichts des von der Antragstellerin dargestellten und unbestritten gebliebenen Umfangs ihrer Tätigkeit ohne weiteres auszugehen. 11

Nach allem sind die Voraussetzungen der Antragsbefugnis der Antragstellerin im vorstehenden Rahmen glaubhaft gemacht. Der Antrag auf Erlaß einer Einstweiligen Verfügung, an dessen gemäß § 25 UWG zu vermutender Dringlichkeit zu zweifeln kein Anlaß besteht, ist damit zulässig. 12

B 13

Der Antrag ist auch begründet. Auf Grund des durch die eidesstattliche Versicherung des Zeugen St. vom 6.3.1995 (Bl.58 d.A.) glaubhaft gemachten Angebotes des betreffenden Mitarbeiters der Antragsgegnerin in deren Münchner Niederlassung besteht die Gefahr der Erstbegehung eines Verstoßes gegen § 1 Abs.1 RabattG i.V.m. § 13 Abs.4 UWG in dem durch die Beschlußverfügung des Landgerichts tenorierten Umfange. 14

Die Inzahlungnahme eines gebrauchten PKW beim Kauf eines neuen Fahrzeugs stellt dann gemäß §§ 1 Abs.1, 2 RabattG einen Rabattverstoß dar, wenn dabei ein Betrag für den Gebrauchtwagen in Rechnung gestellt wird, der den wirtschaftlichen Wert des Altfahrzeugs überschreitet und die Differenz einen Betrag ausmacht, der über 3 % des Preises für den Neuwagen liegt. Die "Inzahlungnahme" eines völlig wertlosen Altfahrzeugs darf daher z.B. nur erfolgen, wenn der Preis für das Neufahrzeug mindestens 100.000 DM beträgt. 15

Es ist zu befürchten, daß die Antragsgegnerin künftig auf diese Weise gegen das Rabattgesetz verstoßen wird. Dabei kommt es nicht auf die Frage an, welchen Wert der von dem Zeugen St. in den angeblich beabsichtigten Neuwagenkauf einzubringende PKW V. P. noch hatte. Selbst wenn sich nämlich mit Blick auf dessen Wert ein mehr als 3 %-iger und damit unzulässiger Rabatt nicht ergeben hätte, besteht doch die Gefahr, daß jedenfalls zukünftig auf diese Weise Rabatte gewährt werden, die 3 % des Preises für das Neufahrzeug überschreiten. Das ergibt sich aus der glaubhaft gemachten Tatsache, daß der Verkäufer bereit war, das Fahrzeug unbesehen, also auch bei noch so geringem wirtschaftlichen Wert, für 3.000 DM in Zahlung zu nehmen. Denn bei einem Kaufpreis für den Neuwagen von etwa 40.000 DM, wie er in dem Verkaufsgespräch in Rede stand, durfte nur ein Rabatt von 16

höchstens 1.200 DM gewährt werden, so daß ein Rabattverstoß bereits dann vorliegt, wenn das Altfahrzeug nicht einen Wert von mindestens noch 1.800 DM hat. Daß der Verkäufer der Antragsgegnerin, für dessen Handeln diese gemäß § 13 Abs.4 UWG auch dann eintreten muß, wenn es sich um einen "Ausreißer" gehandelt haben sollte, demgegenüber bereit war, den V.P. auch bei einem geringeren Wert für 3.000 DM in Zahlung zu nehmen, ergibt sich ohne weiteres aus der erwähnten eidesstattlichen Versicherung des Zeugen St. und belegt die Gefahr eines zukünftigen - ersten - Verstoßes gegen das Rabattgesetz.

Ebenso bedarf es im vorliegenden Verfahren keiner Entscheidung über die Frage, ob das Angebot eines unzulässigen Rabattes gegenüber einem einzelnen Kunden bereits den Beginn einer Rabattgewährung darstellt (vgl. zum Meinungsstand Baumbach/Hefermehl, a.a.O. § 1 RabattG, RZ 48; Köhler/Piper, a.a.O. jew. m.w.N.). Denn auch wenn man dies mit Rücksicht auf den Wortlaut des Gesetzes verneinen will, begründet doch ein solches Angebot gegenüber einem einzelnen Kunden jedenfalls die Erstbegehungsgefahr dahingehend, daß die Antragsgegnerin künftig Geschäfte unter Einräumung derartiger unzulässiger Rabatte nicht nur anbieten, sondern tatsächlich auch abschließen und so gegen die genannten Bestimmungen des Rabattgesetzes verstoßen wird (vgl. dazu näher Senat WRP 85,47 f; Baumbach/Hefermehl; Köhler/Pi-per, jew. a.a.O.). 17

Demgegenüber liegt nicht auch ein Verstoß gegen § 3 UWG vor. Die Antragsgegnerin führt den Verkehr nicht dadurch in die Irre, daß sie auf die unzulässige Rabattgewährung nicht auch noch in ihren Anzeigen hinweist. Der Senat sieht hierzu von näheren Ausführungen ab, weil die Antragstellerin, die ohnehin schon in erster Instanz die Vorschrift lediglich ohne jede Begründung angeführt hatte, einen Verstoß gegen § 3 UWG nicht zum Gegenstand des Berufungsverfahrens gemacht hat. Die Antragstellerin beantragt nämlich lediglich die Bestätigung der am 31.3.1995 im Beschlußwege erlassenen Einstweiligen Verfügung und diese ist - zu Recht - ausschließlich auf den drohenden Verstoß gegen das Rabattgesetz gestützt. 18

Schließlich begründet das Verhalten des von dem Zeugen St. angesprochenen Verkäufers der Antragsgegnerin an deren Hauptsitz in K. für sich genommen die beschriebene Erstbegehungsgefahr nicht. Die glaubhaft gemachte Äußerung des Verkäufers, "sie brauchen den P. nicht mitzubringen, wir nehmen den auch so" begründet nicht die konkrete Gefahr, daß das Fahrzeug in jedem Zustand für 3.000 DM in Zahlung genommen worden wäre. Dies kann insbesondere nicht der verfahrensgegenständlichen Anzeige im K.er "E." entnommen werden. So kann diese spezielle Anzeige zunächst dem Telefonat am 6.3.1995 schon nicht zugrundegelegt haben, weil sie überhaupt erst am 11.3.1995 erschienen ist. Im übrigen ist in der Anzeige die Inzahlungnahme für "bis 3.000 DM" und damit in Abhängigkeit vom Zustand und Wert des Altfahrzeuges angeboten worden. Selbst wenn man aus der Äußerung des Verkäufers ableiten wollte, dieser habe die Inzahlungnahme auch für den Fall einer völligen Wertlosigkeit des Altwagens in Aussicht gestellt, begründet dies die Erstbegehungsgefahr nicht, weil dann zwar ein Rabatt gewährt wird, mangels Angabe des angerechneten Betrages aber nicht feststeht, daß dieser die gemäß § 2 RabattG zulässigen 3 % vom Neuwagenpreis überschreitet. 19

Kann aus den vorstehenden Gründen die Einstweilige Verfügung nicht auch auf das Verhalten der Antragsgegnerin bzw. ihres Mitarbeiters in K. gestützt werden, so liegt gleichwohl nicht etwa ein teilweises Unterliegen der Antragstellerin vor, das Kostenfolgen haben müßte. Die Antragstellerin rügt ersichtlich nicht 2 voneinander unabhängige Verstöße gegen das Rabattgesetz in K. und M., was im übrigen angesichts ihrer Mitgliederstruktur weitere Fragen hinsichtlich ihrer Antragsbefugnis aufwerfen würde, sondern lediglich einen, 20

allerdings nach ihrer - wie dargelegt unzutreffenden - Auffassung mehrfach begangenen Rabattverstoß. Das reicht für die Annahme mehrerer Verfahrensgegenstände nicht aus, weswegen weder der Antrag teilweise zurückzuweisen noch die Antragstellerin teilweise mit Kosten zu belasten ist.

Schließlich betrifft der Unterlassungsanspruch - und zwar ungeachtet der Tatsache, daß er nur auf den Vorfall in M. gestützt werden kann - auch im Sinne des § 13 Abs.2 Zif.2 UWG eine Handlung, die geeignet ist, den Wettbewerb auf dem Markt des KFZ-Handels wesentlich zu beeinträchtigen. Diesbezüglich ist nicht lediglich auf das eine, den Anspruch begründende Angebot in M., sondern darauf abzustellen, welche Auswirkungen zukünftige Verstöße der Antragsgegnerin, um deren Unterlassung es im vorliegenden Verfahren geht, auf dem Markt haben würden. Dabei muß es sich nach Art und Schwere unter Berücksichtigung aller maßgeblichen Umstände um einen spürbaren Verstoß handeln (vgl. BGH WRP 95,104,106 - "Laienwerbung für Augenoptiker"). Diese Voraussetzung ist erfüllt. Insofern ist zunächst zu berücksichtigen, daß Verstöße von einigem Gewicht drohen. So macht - etwa wenn es sich bei dem Altwagen um einen solchen von nur noch ganz geringem, auf "null" hin tendierenden Wert handelt - die Inzahlungnahme für 3.000 DM bei dem Kauf eines C. Z. 1,4 i Top Sondermodells, der als billigstes Fahrzeug in der verfahrensgegenständlichen Anzeige in der "S. Zeitung" mit 22.100 DM beworben worden ist, einen Rabatt von nahezu 13 % und damit mehr als dem vierfachen der zulässigen 3 % aus. Hinzukommt, daß die Größe der Antragsgegnerin, die nach ihrem eigenen erstinstanzlichen Vorbringen über mehrere Niederlassungen in Deutschland verfügt, die Wahrscheinlichkeit eines Verstoßes gegen das bundesweit geltende Verbot erhöht, wenn auch andererseits zu berücksichtigen ist, daß die Antragsgegnerin glaubhaft gemacht hat, ihre Mitarbeiter angewiesen zu haben, Altfahrzeuge nur unter Berücksichtigung ihres Wertes in Zahlung zu nehmen. Demgegenüber kann der bereits angesprochenen gerichtsbekannten Tatsache, daß Verstöße gegen das Rabattgesetz gerade im KFZ-Handel nicht selten sind, allenfalls untergeordnet Bedeutung zukommen. Daß auch andere Wettbewerber gegen das Rabattgesetz verstoßen, macht aus gewichtigen keine unwesentlichen Verstöße. Im übrigen sieht der Gesetzgeber die durch das Rabattgesetz geschützte Preisklarheit weiterhin als beachtliches Rechtsgut an, was daran deutlich wird, daß er trotz entsprechender Bestrebungen noch in jüngster Vergangenheit davon abgesehen hat, das Rabattgesetz zu lockern oder ganz aufzuheben. Nach alledem sind die drohenden Verstöße nach Art und Schwere jedenfalls von einigem Gewicht und auf dem Markt in einer Weise spürbar, daß sie geeignet erscheinen, den Wettbewerb wesentlich zu beeinträchtigen.

21

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs.1 ZPO. Für eine Anwendung des § 97 Abs.2 ZPO ist kein Raum. Die Antragstellerin wäre zwar, wenn sie weiterhin ihre in Betracht kommenden Mitglieder nicht namentlich benannt hätte, mit Blick auf die Entscheidung des BGH vom 18.10.1995 (MD 96,147 - "Anonymisierte Mitgliederliste") im Ergebnis auch im Berufungsverfahren unterlegen gewesen, auf die Anonymisierung war indes die Entscheidung der Kammer gerade nicht gestützt. Der Erfolg der Berufung beruht darauf, daß die Zahl der - wenn auch anonym - schon in erster Instanz mitgeteilten Mitglieder entgegen der Auffassung des Landgerichts unter den besonderen Umständen des vorliegenden Einzelfalles den Anforderungen des § 13 Abs.2 Ziff.2 UWG genügt. Insoweit liegt indes kein neuer Vortrag vor, vielmehr waren die Einzelheiten, auf die der Senat seine Entscheidung stützt, abgesehen von der Anonymisierung bereits erstinstanzlich hinreichend vorgetragen.

22

Das Urteil ist gemäß § 545 Abs.2 ZPO mit seiner Verkündung rechtskräftig.

23

Gegenstandswert für das Berufungsverfahren: 30.000 DM

24

