
Datum: 17.11.2000
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 69/00
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2000:1117.6U69.00.00

Vorinstanz: Landgericht Bonn, 11 O 127/99

Tenor:

Die Berufung des Klägers gegen das am 04.01.2000 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bonn - 11 O 127/99 - wird zurück-gewiesen. Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt der Klä-ger. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Entscheidungsgründe:

1

Die zulässige Berufung des Klägers hat in der Sache keinen Erfolg. Vielmehr hat das Landgericht die Klage zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt (§ 543 Abs. 1 ZPO), abgewiesen.

2

Das Berufungsvorbringen des Klägers gibt dem Senat keinen Anlass, den zur Entscheidung stehenden Lebenssachverhalt anders zu beurteilen, als das Landgericht es getan hat. Offenbleiben kann, ob die in der konkreten Verletzungsform angegriffene Werbung des Beklagten "7,9 % effekt. Zins" für die von ihm beworbenen Kraftfahrzeuge unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (vgl. etwa: BGH NJW 1996, 1759 "Effektivzins" oder BGH GRUR 1989, 59 "Anfängl. effekt. Jahreszins") gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 der Preisangabenverordnung verstößt, weil dort vorgeschrieben ist, bei Krediten seien als Preise die Gesamtkosten als jährlicher Vomhundertsatz des Kredits anzugeben und als "effektiver Jahreszins" zu bezeichnen. Ebensowenig entscheidungsrelevant ist, ob ein etwaiger Verstoß des Beklagten gegen § 4 Abs. 1 Satz 1 der Preisangabenverordnung geeignet sein könnte, den Wettbewerb auf dem einschlägigen örtlichen Automarkt im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG wesentlich zu beeinträchtigen. Denn das Landgericht hat zu Recht ausgeführt, dass der Verstoß eines Gewerbetreibenden gegen die Bestimmungen der Preisangabenverordnung für sich allein den Unlauterkeitsvorwurf des § 1 UWG nicht nach

3

sich ziehen kann, weil es sich bei den Vorschriften der Preisangabenverordnung lediglich um wertneutrale Ordnungsvorschriften zum Schutze der Verbraucher handelt, die nicht Ausdruck einer sittlichen Wertung sind und deren Verletzung deshalb nicht ohne weiteres als wettbewerbswidrig beurteilt werden kann (ständige Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs; vgl. nur BGH GRUR 1992, 696, 697 "Teilzahlungspreis I"; BGH GRUR 1989, 762, 764 "Stundungsangebote"; BGH GRUR 1981, 140, 142 "Flughafengebühr" und BGH WRP 1979, 460, 461 "Luxus-Ferienhäuser", jeweils m.w.N.). Die Verletzung solcher wertneutraler Vorschriften rechtfertigt vielmehr erst dann den Vorwurf wettbewerbswidrigen Verhaltens und löst ggf. den Unterlassungsanspruch aus § 1 UWG aus, wenn sich ein Gewerbetreibender bewusst und planmäßig über sie hinwegsetzt, obwohl für ihn erkennbar ist, dass er dadurch einen Vorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern erlangen kann. Auch das entspricht der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs und der allgemeinen Meinung im juristischen Schrifttum (vgl. nur BGH, jeweils a.a.O., sowie Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 21. Auflage 1999, § 1 UWG Rn. 658 mit zahlreichen weiteren Nachweisen). Einen solchen bewussten und planmäßigen Verstoß des Beklagten hat der insoweit darlegungs- und beweispflichtige Kläger schon nicht schlüssig dargetan. Vielmehr ist zwischen den Parteien unstreitig, dass der Beklagte auf die Abmahnung des Klägers sofort erklärt hat, es handele sich um ein Versehen, man nehme den Verstoß zur Kenntnis und werde ihn abstellen. Bei dieser Sachlage lässt der Sachvortrag des Klägers den Schluss, der Beklagte habe sich in Kenntnis aller Umstände bewusst und planmäßig über die Ordnungsvorschrift des § 4 Abs. 1 Satz 1 der Preisangabenverordnung hinweggesetzt, nicht zu.

In tatsächlicher Hinsicht dahinstehen kann, ob der von der Werbung des Beklagten angesprochene Verkehr trotz des Fehlens jeglicher Angaben zur Laufzeit des Kredits sowie zur Zahl und zur Höhe der ggf. zu zahlenden Raten dem Trugschluss unterliegen könnte, bei dem angegebenen "Superzins" von "7,9 %" handele es sich nicht um einen jährlichen Zinssatz, sondern um die Zinsen, die im Falle des Vertragsschlusses auf die gesamte Laufzeit des Vertrages entfallen. Denn eine etwaige Irreführung des Verkehrs im Sinne des § 3 UWG fiele aufgrund einer Besonderheit des Streitfalles nicht in den Verantwortungsbereich des Beklagten und wäre von diesem nicht zu vertreten. Denn nach dem Ergebnis der vor dem Landgericht durchgeführten Beweisaufnahme zieht auch der Senat nicht in Zweifel, dass der die Werbeanzeige veröffentlichende Verlag die Weisung erhalten hat, in die Anzeige die Worte "effektiver Jahreszins" aufzunehmen. Anders als in dem Rechtsstreit 6 U 57/99, an dem der Kläger beteiligt war und den der Senat durch Urteil vom 03.09.1999 beendet hat, schloss der von dem Beklagten erteilte Anzeigenauftrag die Möglichkeit einer Veröffentlichung der Werbung mit dem etwa irreführenden Wortlaut nicht ein. Insbesondere hatte der Beklagte bzw. die für ihn tätige Mitarbeiterin F. keinen Anlass zu der Annahme, der Verlag könne entgegen der ihm erteilten Weisung die Angabe "effektiver Jahreszins" abkürzen und so ggf. eine Irreführung des Verkehrs bewirken. Entgegen der Darstellung des Klägers spricht im übrigen auch nichts dafür, dass der Beklagte vor Veröffentlichung der Werbung einen Korrekturabzug in Händen gehalten haben könnte. Eine Verpflichtung, sich vor Abdruck der Werbeanzeige einen Korrekturabzug vorlegen zu lassen und die ordnungsgemäße Umsetzung des erteilten Auftrags zu überprüfen, bestand für den Beklagten nicht.

Ist damit eine etwaige Irreführung des Verkehrs nicht auf ein Verhalten des Beklagten, sondern auf den Verlag zurückzuführen, wäre eine andere Beurteilung der Störereigenschaft des Beklagten nur dann geboten, wenn die Voraussetzung des § 13 Abs. 4 UWG vorläge. Aber auch das ist nicht der Fall. Soweit der Kläger auf die Entscheidung "Anzeigenauftrag" des Bundesgerichtshofs (GRUR 1990, 1039, 1040) verwiesen und die Auffassung vertreten

4

5

hat, daraus ergebe sich, dass das eine Werbeanzeige veröffentlichende Zeitungsunternehmen als Beauftragter des Anzeigenkunden anzusehen sei, ist dies in dieser Form nicht richtig. Denn der Bundesgerichtshof hat in der vorgenannten Entscheidung ausdrücklich ausgeführt, dass ein Zeitungsunternehmen, das nur einen konkreten Einzelauftrag zur Veröffentlichung einer Werbeanzeige entgegennimmt und ausführt, ohne zugleich als zusätzliche Geschäftsbesorgung Dispositionen über Inhalt, Gestaltung, Zeitpunkt des Erscheinens u.a. zu übernehmen, die in der Regel vom Anzeigenkunden vorgenommen werden, nicht Beauftragter des Anzeigenkunden ist. Etwas anderes gilt nur für Fallkonstellationen der hier nicht vorliegenden Art, in denen z.B. der Anzeigenkunde die Gestaltung pp. der Anzeige praktisch dem Verlag überlässt und die Werbung dann eine irreführende Angabe enthält oder in denen z.B. (zu dieser Fallkonstellation vgl. OLG Karlsruhe, OLGR 1999, 79 ff.) der Werbende auf der ihm vorliegenden Korrekturfahne eine irreführende Angabe bemerkt, es dann unternimmt, auf die Durchführung der Fehlerbeseitigung selbst einen bestimmenden Einfluss zu nehmen und es dann gleichwohl zum Abdruck der Werbung mit irreführenden Angaben kommt.

Hat das Landgericht die Klage demgemäß zu Recht abgewiesen, war die gegen diese Entscheidung gerichtete Berufung des Klägers mit der Kostenfolge des § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 10, 713 ZPO. 6

Der gemäß § 546 Abs. 2 Satz 1 ZPO festzusetzende Wert der Beschwer des Klägers erreicht 60.000,-- DM nicht. 7