
Datum: 22.02.2002
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 152/01
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2002:0222.6U152.01.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 81 O 24/01

Tenor:

1.) Auf die Berufung der Beklagten wird das am 15.06.2001 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln - 81 O 24/01 - abgeändert. Die Klage wird abgewiesen. 2.) Die Kosten des Rechtsstreits hat der Kläger zu tragen. 3.) Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. 4.) Die Revision wird nicht zugelassen.

Entscheidungsgründe

1

Die in formeller Hinsicht einwandfreie und insgesamt zulässige Berufung hat in der Sache Erfolg.

2

Das Rechtsmittel der Beklagten führt zu der aus der Urteilsformel ersichtlichen Abänderung des landgerichtlichen Urteils. Dem klagenden Verein steht weder der darin titulierte Unterlassungsanspruch zu noch kann er Ersatz der für die vorprozessuale Abmahnung aufgewandten Kosten verlangen. Beide Ansprüche scheitern, weil die Beklagte sich entgegen der in dem angefochtenen Urteil zum Ausdruck gebrachten Wertung mit der Veröffentlichung der streitbefangenen Werbeanzeigen nicht i.S. von § 1 UWG wettbewerbswidrig verhalten hat.

3

I.

4

Die materiellen Voraussetzungen eines nach den Maßstäben von § 1 UWG wettbewerbslich sittenwidrigen Verhaltens, das hier allein unter dem Gesichtspunkt des Wettbewerbsvorsprungs durch Rechtsbruch wegen eines vermeintlichen Verstoßes gegen § 2 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 3 PreisangabenVO i.d.F. vom 28.07.2000 (BGBl. I, S. 1244 ff;

5

abgedruckt in Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Auflage, Anhang zu § 3 UWG, S. 1235 ff) in Betracht kommt, liegen nicht vor.

1. 6

7
Dabei kann es dahinstehen, ob die in Frage stehende Werbung der Beklagten gegen die mit der Neufassung der PreisangabenVO zum 01.09.2000 in Kraft getretene Bestimmung des § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO verstößt, mit der in Umsetzung der "Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16.02.1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse" erstmals die Verpflichtung zur Angabe des sog. Grundpreises eingeführt wurde. Nur am Rande sei daher ausgeführt, dass dies allein mit Blick auf die in § 9 Abs. 2 Nr. 3 und Abs. 3 Nr. 1 PreisangabenVO formulierten Ausnahmetatbestände fraglich sein kann, bei deren Vorliegen die in § 2 Abs. 1 PreisangabenVO geregelte Verpflichtung zur Grundpreisangabe nicht greift. Die Frage, ob die Beklagte bei ihren in den Ausgaben des Anzeigen-Echo vom 27.09., 11.10., 18.10. und 25.10.2000 veröffentlichten Anzeigen gegen die in § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO geregelte Verpflichtung zur Angabe des Grundpreises der beworbenen Getränke (Flaschenbiere und Mineralwässer) verstoßen hat, bedarf hier jedoch nicht der Entscheidung. Denn selbst die Verletzung dieser Bestimmungen der PreisangabenVO, mithin die Unterstellung eines sich hieraus ergebenden Normbruchs vermag im Streitfall den Unlauterkeitstatbestand des § 1 UWG nicht zu begründen.

2. 8

9
Nicht jede Verletzung gesetzlicher Vorschriften trägt zugleich die Beurteilung, dass es sich hierbei um ein auch nach wettbewerbsrechtlichen Maßstäben sittenwidriges Verhalten handelt. Die Missachtung sog. wertneutraler Vorschriften, die aus Gründen ordnender Zweckmäßigkeit erlassen worden sind, und die weder einem sittlichen Gebot Geltung verschaffen oder dem Schutz besonders wichtiger Gemeinschaftsgüter dienen, rechtfertigt vielmehr regelmäßig erst dann den Vorwurf eines wettbewerbswidrigen Verhaltens, wenn sich ein Wettbewerber bewusst und planmäßig über das Gesetz hinwegsetzt, obwohl für ihn erkennbar ist, dass er sich dadurch einen sachlich nicht gerechtfertigten Vorsprung vor seinen gesetzestreuen Mitbewerbern verschaffen kann (vgl. für viele: BGH GRUR 1994, 222/224 -"Flaschenpfand"-; ders. GRUR 1994, 638/639 -"Fehlende Planmäßigkeit"-; Baumbach/Hefermehl, a.a.O., § 1 UWG Rdn. 646 m.w.N.). Diese Voraussetzungen sind hier nicht erfüllt.

a) 10

11
Bei den vorliegend betroffenen Bestimmungen der PreisangabenVO handelt es sich um wertneutrale Ordnungsvorschriften, deren Zweck es ist, dem Verbraucher einen optimalen Preisvergleich zu ermöglichen. Sie sind Ausdruck ordnender Zweckmäßigkeit und dienen anders als die Vorschriften des UWG nicht dem Schutz des lautereren Wettbewerbs, sondern sie sollen über die Wahrung der Belange des Verbraucherschutzes und der Verbraucherinformation lediglich allgemein das Funktionieren des Wettbewerbs als Institut der marktwirtschaftlichen Ordnung sichern (vgl. Baumbach/Hefermehl, a.a.O. Anhang zu § 3 UWG - PreisangabenVO Übersicht Rdn. 17; Köhler/Piper, UWG, 2. Auflage, § 1 UWG Rdn. 669 und PreisangabenVO Einf. Rdn. 7 und 8 - jeweils m.w.N.). Durch die mit Wirkung zum 01.09.2000 in Kraft getretene Neufassung der PreisangabenVO hat sich daran nichts geändert (vgl. Baumbach/Hefermehl, a.a.O.).

b) 12

Ein bewusstes und planvolles Verhalten der Beklagten, mit dem sie sich über die hier in Rede stehende wertneutrale Bestimmung des § 2 der PreisangabenVO hinweggesetzt hat, um einen sachlich ungerechtfertigten Wettbewerbsvorsprung vor ihren gesetzestreuen Konkurrenten zu erlangen, kann indessen nicht festgestellt werden. 13

aa) 14

Allerdings hat die Beklagte in Kenntnis der Umstände gehandelt, die ihr Vorgehen ggf. als einen Verstoß gegen die hier einschlägige Bestimmung des § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO einordnen lassen und ist daher "bewusst" im Sinne des dargestellten Unlauterkeitstatbestandes vorgegangen. Auf einen Rechtsirrtum bzw. die unzutreffende Auslegung oder gar die Unkenntnis der die Verpflichtung zur Angabe des Grundpreises einführenden Neufassung der PreisangabenVO kann sie sich auch angesichts des Umstandes nicht berufen, dass die streitbefangenen Werbeanzeigen erst kurz nach dem Inkrafttreten dieser Neufassung in Auftrag gegeben und geschaltet worden sind. Von einem Gewerbetreibenden ist zu verlangen, dass er sich Kenntnis von den für seinen Tätigkeitsbereich einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen verschafft und in Zweifelsfällen mit zumutbaren Anstrengungen besonders sachkundigen Rechtsrat einholt (vgl. BGH GRUR 1988, 699/700 -"qm-Preisangaben II"-; vgl. auch BGH GRUR 1988, 382/383 - "Schelmenmarkt"-). Das hat die Beklagte unterlassen. Denn die bei der IHK-K. - Zweigstelle G. - eingeholte Auskunft über die Verpflichtung zur Grundpreisangabe und der dort erteilte Hinweis auf die nach Ansicht der IHK noch "ungeklärte" Ausnahmenvorschrift des § 9 PreisangabenVO wurde erstmals *nach* der Abmahnung des Klägers vom 24.10.2000, also zu einem Zeitpunkt durch die Beklagte erbeten, als die Werbeanzeigen entweder bereits erschienen oder aber unveränderbar in Auftrag gegeben worden waren. 15

bb) 16

Zweifel bestehen indessen schon hinsichtlich des weiter erforderlichen Merkmals der "Planmäßigkeit" des Gesetzesverstoßes, das ein auf laufende Gesetzesverstöße gerichtetes zielbewusstes Verhalten voraussetzt (vgl. Baumbach/Hefermehl, a.a.O., § 1 UWG Rdn. 659). Die Beklagte hat unmittelbar nach dem Erhalt der ersten Abmahnung vom 24.10.2000 in ihrem Schreiben vom 26.10.2000 erklärt, dass die unterlassene Grundpreisangabe "nicht mit Absicht" geschehen sei und "ab dato nicht mehr vorkommen" werde. So hat sie ihr weiteres Verhalten auch eingerichtet, zumindest hat der Kläger keinen weiteren Verstoß gegen § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO vorgetragen. Soweit noch am Mittwoch, den 25.10.2000 eine Werbung ohne Grundpreisangabe erschienen ist, beruht das darauf, dass - wie unstreitig ist - der Druckschluss für die bereits in Auftrag gegebene Anzeige auf den jeweils vorhergehenden Montag bis 11.00 Uhr festgelegt war. Im Zeitpunkt des Zugangs der Abmahnung, selbst wenn dieser - wie der Kläger behauptet - auf Dienstag, den 24.10.2000 zu datieren sein sollte, konnte die Anzeige daher nicht mehr zurückgerufen oder geändert werden. Die Beklagte hat sich dann zwar im Verlauf der weiteren Korrespondenz darauf berufen, nach Maßgabe von § 9 Abs. 2 Nr. 3 PreisangabenVO von der Verpflichtung zur Grundpreisangabe befreit gewesen zu sein. Sie hat diese Rechtsansicht jedoch nicht "in die Tat umgesetzt", sondern im vorliegenden Verfahren zum Ausdruck gebracht, dass sich diese Verteidigung auf die Wahrung ihrer Rechte im Prozess beschränkt und nicht den Weg zur künftigen Fortsetzung der angegriffenen Werbung eröffnen soll. Vor diesem Hintergrund scheint es zumindest zweifelhaft, ob das Unlauterkeitsmerkmal der Planmäßigkeit eines - hier unterstellten - Verstoßes gegen § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO zu bejahen ist. Ob diese Zweifel durchgreifen - wogegen wiederum die nachhaltige Weigerung der Beklagten sprechen könnte, eine strafbewehrte Unterlassungsverpflichtungserklärung abzugeben - 17

bedarf indessen nicht der Entscheidung. Denn die Wettbewerbswidrigkeit eines sich - bewusst und ggf. planmäßig über § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO hinwegsetzenden - Verhaltens der Beklagten scheitert jedenfalls daran, dass dieser Verstoß gegen eine Ordnungsvorschrift nicht geeignet ist, ihr einen greifbaren Wettbewerbsvorteil vor ihren gesetzestreuen Mitbewerbern zu verschaffen.

cc) 18

Nicht jeder Vorteil, den ein Wettbewerber subjektiv durch einen bewusst und planmäßig verwirklichten Gesetzesverstoß erzielt oder auch nur erzielen kann, verschafft ihm einen im Sinne des hier zu beurteilenden Unlauterkeitstatbestandes des "Vorsprungs durch Rechtsbruch" relevanten Wettbewerbsvorsprung vor seinen Mitbewerbern. Der durch einen Gesetzesverstoß erstrebte Vorteil ist vielmehr wettbewerbsrechtlich nur dann beachtlich, wenn er dem gesetzeswidrig Handelnden objektiv die Möglichkeit verschafft, die Wettbewerbslage zu seinen Gunsten spürbar bzw. nennenswert zu beeinflussen. Ein - bewusst und planmäßig verwirklichter - Gesetzesverstoß von nur geringer Bedeutung, der einen greifbaren Wettbewerbsvorteil vor gesetzestreuen Mitbewerbern nicht zur Folge hat, vermag den Vorwurf eines sittenwidrigen Wettbewerbsverhaltens demgegenüber nicht zu begründen (vgl. BGH GRUR 1992, 320/321 - "R.S.A./Cape"-; Baumbach/Hefermehl, a.a.O., § 1 UWG Rdn. 656; Köhler/Piper, a.a.O., § 1 UWG Rdn. 660/661 - jeweils m.w.N.). Dass die Beklagte vorliegend mit dem - unterstellten - Verstoß gegen § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO bzw. die darin formulierte Verpflichtung zur Grundpreisangabe einen Vorteil erlangen kann, der geeignet ist, ihr einen in diesem Sinne relevanten Wettbewerbsvorsprung vor ihren gesetzestreuen Mitbewerbern zu verschaffen, ist nicht ersichtlich. 19

Den Verbrauchern soll durch die Angabe des Grundpreises (= Preis je Mengeneinheit) im Interesse der Preisklarheit eine leichtere Übersicht über die Preisgestaltung für vergleichbare Warenangebote und damit eine vereinfachte Möglichkeit zum Preisvergleich verschafft werden. Dieser mit der Verpflichtung zur Grundpreisangabe verfolgte Zweck ist für jeden Verbraucher, der u.a. in der Werbung in unmittelbarer Nähe der Endpreisangabe auf die Angabe des Grundpreises stößt, offenkundig und einleuchtend. Gerade im hier betroffenen Marktsegment der nichtalkoholischen Getränke und Biere, das dadurch gekennzeichnet ist, dass ein nämliches Warenangebot durch verschiedene, in örtlicher Nähe angesiedelte Händler beworben und in den Verkehr gebracht wird, stellt der Preis eines der maßgeblichen Kriterien dar, an dem der Verbraucher sich bei seiner Entscheidung für das Angebot eines bestimmten Händlers orientiert. Er wird dabei in aller Regel das Angebot bevorzugen, welches das von ihm gewünschte Getränk zum für günstig gehaltenen Preis abgibt und der Angabe des Preises seine besondere Aufmerksamkeit zuwenden. Stößt er dabei auf die Angabe des Grundpreises wird er dieser als einem die Orientierung über die Preisgestaltung und den Preisvergleich jedenfalls im Ansatz erleichternden Kriterium Beachtung schenken. Wenn der Verbraucher in dieser Situation auf eine Preiswerbung ohne Grundpreisangabe stößt, die ihm den Preisvergleich und damit die Beurteilung der Preiswürdigkeit des beworbenen Angebots erschwert, so ist das - bei jeweils gleichen Endpreisen - eher geeignet, die Angebote der Mitbewerber zu empfehlen, die - gesetzestreu - auch den Preis je Mengeneinheit der beworbenen Getränke nennen und ihm den Preisvergleich und damit die Einschätzung der Preiswürdigkeit des Angebots erleichtern. Entscheidet er sich dennoch für ein die Angabe des Grundpreises unterlassendes Angebot, so spricht vor dem dargestellten Hintergrund alles dafür, dass dieser Entschluss nicht auf der unterlassenen Grundpreisangabe, mithin auf der Gesetzesverletzung, sondern darauf beruht, dass der Endpreis für preiswert gehalten oder das Angebot aus anderen Gründen - beispielsweise wegen der günstigen Lage des Geschäftslokals oder eines komfortablen Lieferservices - 20

bevorzugt wird. In diesem Fall wird die Entscheidung des Verbrauchers indessen nicht durch den in Frage stehenden Normverstoß hervorgerufen. Denn dass die für die beworbenen Angebote jeweils genannten Endpreise wegen der fehlenden Grundpreisangabe günstiger erscheinen, als dies im Vergleich zu den Angeboten der Mitbewerber der Fall ist, die der gesetzlichen Verpflichtung zur Angabe des Grundpreises Folge leisten, lässt sich weder nach der allgemeinen Lebenserfahrung bejahen noch sprechen hierfür im Streitfall der Vortrag des klagenden Vereins oder der Sachverhalt im übrigen. Die Beklagte suggeriert keinen im Verhältnis zu vergleichbaren Angeboten günstigeren Preis, sondern gibt vielmehr den von ihr so auch verlangten Endpreis zutreffend an, der lediglich wegen des Weglassens der Grundpreisangabe nicht hinreichend "aufgeschlüsselt" ist. Dies alles würdigend ist der - unterstellte - Verstoß gegen § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PreisangabenVO weder geeignet, ihr einen greifbaren Wettbewerbsvorteil zu verschaffen noch lässt sich überhaupt feststellen, dass er ihre Wettbewerbsposition gegenüber ihren sich gesetzestreu verhaltenden Mitbewerbern zu verbessern vermag.

3. 21

In der dargestellten Situation fehlt schließlich jedenfalls aber auch das für die Aktivlegitimation des klagenden Vereins gemäß § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG zu fordernde Kriterium der "Wesentlichkeit" der Wettbewerbsbeeinträchtigung (vgl. BGH WRP 2001,146/147 f -"Immobilienpreisangaben"-; Köhler/Piper, a.a.O., § 1 UWG Rdn. 661). Denn dass die in Frage stehende Handlung, die das beworbene Angebot nicht günstiger erscheinen lässt, als es tatsächlich der Fall ist, sondern die lediglich nicht in der vorgesehenen Weise über den als solchen zutreffend genannten Endpreis informiert, geeignet ist, den Wettbewerb auf dem betroffenen Markt wesentlich zu beeinträchtigen, ist nach den vorstehenden Ausführungen nicht ersichtlich. Eine andere Wertung lässt dabei auch der in dem angefochtenen Urteil herangezogene Aspekt der "Normdurchsetzung"/"Normakzeptanz" nicht zu. Der Normdurchsetzung dient in erster Linie die in § 10 Abs. 1 PreisangabenVO enthaltene Regelung, wonach die Verletzung u.a. der Bestimmung des § 2 Abs. 1 PreisangabenVO als Ordnungswidrigkeit verfolgt werden kann und ihre praktische Umsetzung. Es liegt außerhalb der Regelungszwecke des UWG, einen sich - wenn überhaupt - allenfalls ganz geringfügig auf das Wettbewerbsgeschehen auswirkenden Normverstoß allein deshalb zu verfolgen, um die Akzeptanz der verletzten Norm und deren Durchsetzung bei den Adressaten zu fördern.

II. 23

Liegt kein wettbewerbswidriges Verhalten vor bzw. ist der Kläger jedenfalls nicht aktivlegitimiert, einen etwa gegebenen Wettbewerbsverstoß geltend zu machen, so scheidet schließlich auch ein allein aus den Grundsätzen der Geschäftsführung ohne Auftrag (§§ 683 Satz 1, 677, 670 BGB) herzuleitender Aufwendungsersatzanspruch hinsichtlich der Kosten der vorprozessualen Abmahnung aus.

III. 25

Die Kostenfolge ergibt sich aus § 97 Abs.1 ZPO. 26

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in den §§ 708 Nr.10, 713 ZPO. 27

Die Voraussetzungen für eine Zulassung der Revision gem. § 543 Abs.1 Nr. 1, Abs. 2 ZPO i.V. mit § 26 Nr. 7 EGZPO liegen nicht vor. Der Rechtssache kommt weder grundsätzliche 28

Bedeutung zu, noch erfordert die Rechtsfortbildung oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtssprechung eine Entscheidung durch das Revisionsgericht. Der vorliegend zu beurteilende Streit der Parteien beschränkt sich vielmehr auf die konkrete Anwendung der in höchstrichterlicher Rechtsprechung geklärten und durch die Instanzgerichte als solche einhellig angewandten Grundsätze betreffend den Unlauterkeitstatbestand des Wettbewerbsvorsprungs durch Rechtsbruch bei Verletzung einer sog. wertneutralen Norm.

Streitwert für das Berufungsverfahren: 10.353,95 EUR (20.250,56 DM).

29