
Datum: 19.09.2003
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 36/03
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2003:0919.6U36.03.00

Vorinstanz: Landgericht Bonn, 11 O 185/02
Normen: UWG § 3

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 18.02.2003 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bonn - 11 O 185/02 - wird auf ihre Kosten zurückgewiesen.

Das Urteil ist hinsichtlich der Kostenentscheidung vorläufig vollstreckbar.

Die Beklagte darf die gegen sie gerichtete Zwangsvollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 120% des zu vollstreckenden Betrages abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Beiden Parteien wird gestattet, die Sicherheitsleistung auch durch schriftliche, unwiderrufliche, unbedingte und unbefristete Bürgschaft eines im Inland zum Geschäftsbetrieb befugten Kreditinstituts zu erbringen.

Die Revision wird nicht zugelassen.

I.	2
Die Klägerin handelt mit Neu- und Gebrauchtfahrzeugen. Bei der Beklagten handelt es sich um die Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauterer Wettbewerbs e.V. mit Sitz in K.. Im August 2002 schaltete die Klägerin im "K. S.-A." die nachfolgend in Kopie wiedergegebene Werbeanzeige, mit der sie verschiedene Gebrauchtfahrzeuge bewarb. Bei drei dieser Fahrzeuge war dem geforderten Kaufpreis ein höherer - Neupreis gegenübergestellt.	3
Mit Abmahnung vom 14.08.2002 beanstandete die Beklagte diese Art der Werbung mit der Begründung als wettbewerbswidrig, es sei nicht klar, ob mit dem "Neupreis" die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für ein Neufahrzeug oder der eigene frühere Händlerpreis gemeint sei, deshalb dürfe die Klägerin nicht wie geschehen werben, solange sie den Leser nicht darüber aufkläre, was mit dem "Neupreis" gemeint sei.	4
Daraufhin hat die Klägerin Feststellungsklage erhoben. Sie hat sinngemäß beantragt,	5
festzustellen, dass der Beklagten ein wettbewerbsrechtlicher Anspruch bezogen auf die konkret beanstandete Werbung aus dem K. S. nicht zusteht, wenn der dort angegebene "Neupreis" der Preis ist, für den das Kraftfahrzeug bei der Erstveräußerung verkauft worden ist.	6
Die Beklagte hat beantragt,	7
die Klage abzuweisen,	8
und im Wege der Widerklage,	9
die Klägerin bei gleichzeitiger Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in der an den Endverbraucher gerichteten Werbung für den Verkauf von Gebrauchtwagen mit einer Preisgegenüberstellung zu werben, bei der der Verkaufspreis des Gebrauchtwagens einem sogenannten "Neupreis" gegenübergestellt wird, ohne darauf hinzuweisen, ob es sich bei diesem "Neupreis" um die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers für ein Neufahrzeug oder einen früheren eigenen Händlerpreis für ein Neufahrzeug handelt.	10
Die Klägerin hat beantragt,	11
die Widerklage abzuweisen.	12
Das Landgericht hat die Beklagte nach durchgeführter Beweisaufnahme antragsgemäß zur Unterlassung verurteilt. Die Widerklage hat es abgewiesen. Zur Begründung seiner Entscheidung, auf die wegen der weiteren Einzelheiten, auch des weiteren Sachvortrags der Parteien, verwiesen wird (Bl. 83 ff. d.A.), hat es im wesentlichen ausgeführt, die Feststellungsklage sei trotz erhobener Widerklage weiterhin zulässig und auch begründet. Die Klägerin habe den beworbenen Gebrauchtwagenpreis dem Neupreis des Fahrzeugs gegenübergestellt, der als Neupreis bezeichnete Preis sei weder vorgetäuscht noch sonst wie unzutreffend angegeben. Nach dem Ergebnis der Beweisaufnahme stehe nämlich fest, dass der von der Klägerin als "Neupreis" eingesetzte Preis tatsächlich dem Preis entsprochen habe, den die Klägerin für das angebotene Fahrzeug im Neuzustand verlangt habe.	13
Gegen diese Entscheidung wendet sich die Beklagte mit ihrer Berufung und beantragt,	14
	15

die angefochtene Entscheidung zu ändern und nach ihren erstinstanzlichen Schlussanträgen zu erkennen.

Die Klägerin beantragt, 16

die Berufung der Beklagten zurückzuweisen. 17

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen, die Gegenstand der mündlichen Verhandlung waren. 18

II. 19

Die zulässige Berufung der Beklagten hat in der Sache keinen Erfolg. Denn das Landgericht hat der positiven Feststellungsklage der Klägerin im Ergebnis zu Recht stattgegeben und die Widerklage abgewiesen. Die Klägerin hat nämlich ein rechtliches Interesse daran und Anspruch darauf, die Rechtmäßigkeit ihrer konkreten, oben wiedergegebenen Werbung festgestellt zu sehen, nachdem die Beklagte sich in ihrer Abmahnung und in ihrer Widerklage auf den Standpunkt gestellt hat, die Klägerin dürfe dem Verkaufspreis eines Gebrauchtwagens niemals einen Neupreis gegenüberstellen, ohne zu erläutern, ob es sich dabei um die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers oder einen früheren eigenen Händlerpreis handelt. Die damit gemäß § 256 Abs. 1 ZPO zulässige Feststellungsklage ist in der Sache begründet, weil der Beklagten der erhobene Unterlassungsanspruch aus § 3 UWG mangels relevanter Irreführung eines erheblichen Teils der angesprochenen Verkehrs nicht zusteht und die Klägerin auch ohne Erläuterung des Begriffs "Neupreis" in der konkreten Form wie geschehen werben darf, wenn der in der Werbung angegebene "Neupreis" dem tatsächlich erzielten Erstveräußerungspreis der Klägerin entspricht. Dies folgt aus folgenden Überlegungen: Ein beachtlicher Teil der von der Werbung der Klägerin angesprochenen Verkehrskreise wird aufgrund der konkreten Ausgestaltung der Werbung der Klägerin annehmen, das dort z.B. beworbene Fahrzeug Audi A 6 sei am 06.10.2000 zugelassen worden und habe für 41.187,-- Euro den Besitzer gewechselt, das mit den beschriebenen Sonderausstattungen ausgerüstete Auto weise nunmehr eine Kilometerlaufleistung von 17.100 Kilometern auf, es werde jetzt zum Preis von 34.980,-- Euro angeboten. Ein solcher aufmerksamer Durchschnittsverbraucher, der den in der Werbung der Klägerin verwendeten Begriff "Neupreis" als den Preis versteht, den die Klägerin bei der Erstveräußerung des Fahrzeugs tatsächlich erzielt hat, versteht den Begriff so, wie die Klägerin ihn verstanden wissen möchte. Dieser Verbraucher wird schon nicht getäuscht, so dass die Klägerin wie geschehen werben darf, wenn - so ihr Klageantrag - sie diesen Neupreis von hier z.B. 41.187,-- Euro bei der Erstveräußerung auch tatsächlich erzielt hat. Allerdings ist es der Beklagten zuzugeben, dass der Begriff "Neupreis" schillernd ist. Einzelne Verbraucher, möglicherweise auch relevante Teile des angesprochenen Verkehrs, werden den in der Werbung der Klägerin erwähnten Neupreis nicht als tatsächlich erzielten, sondern möglicherweise nur als geforderten Händlerpreis (Verhandlungsbasis) oder gar als unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers verstehen. Derjenige Verbraucher, der unter "Neupreis" die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers oder aber den von der Klägerin geforderten, aber wegen einer Rabattgewährung nicht erzielten Preis versteht, irrt dann zwar über die Bedeutung des Wortes "Neupreis". Eine solche Fehlvorstellung wäre indes wettbewerblich nicht relevant. Denn ein durchschnittlich informierter Verbraucher kennt die Gepflogenheiten im Handel mit neuen Kraftfahrzeugen und weiß daher, dass der potentielle Erwerber eines Neufahrzeugs, der einen Gebrauchtwagen nicht in Zahlung gibt, als Kaufpreis niemals die angegebene unverbindliche Preisempfehlung zahlt, sondern einen solchen Neuwagen nur dann kauft, wenn der Händler ihm einen (Haus-) Preis nennt, der von

ihm selbständig gebildet wird und der von den örtlichen Wettbewerbsverhältnissen sowie der jeweiligen Einkauf-, Verkaufs-, Lager- und/oder Liquiditätssituation des Händlers sowie den konkreten Vertragsverhandlungen mit dem jeweiligen Kunden abhängt, und der erheblich unter der unverbindlichen Preisempfehlung liegt. Dem angesprochenen Verkehr ist nämlich bekannt, dass die Listenpreise der Autohersteller, die unverbindliche Preisempfehlung, Preise darstellen, die so in der Bundesrepublik Deutschland in Wirklichkeit nie durchgesetzt werden. Jeder potentielle Käufer eines Neuwagens weiß, dass - von bestimmten Modellreihen bestimmter Hersteller abgesehen - die Listenpreise der Händler im praktischen Leben nur insoweit eine Rolle spielen, als sie den Ausgangspunkt für Rabattverhandlungen darstellen oder aber dem Händler Anlass zur Nennung seines tatsächlich geforderten "Hauspreises" geben. Dieser ist niemals geringer als der letztlich erzielte Preis, ist vielmehr in aller Regel höher. Derjenige Verbraucher, der möglicherweise meint, mit dem in der Werbung angegebenen "Neupreis" sei die unverbindliche Preisempfehlung oder aber der zunächst geforderte, nicht aber der erzielte Kaufpreis gemeint, unterliegt daher zwar einem Irrtum. Seine Erwartungen werden indes nicht enttäuscht, weil das Angebot der Klägerin dann in Wirklichkeit attraktiver ist als der irregeleitete Kunde meint, gerade weil der von der Klägerin letztlich erzielte Neupreis auf keinen Fall höher sein kann als die unverbindliche Preisempfehlung oder der zunächst geforderte Hauspreis, die Spanne zum jetzt verlangten Gebrauchtwagenpreis vielmehr (noch) größer ist als der Kunde vermutet.

Ist die konkrete Werbung der Klägerin demgemäß auch ohne Erläuterung des Begriffs "Neupreis" dann nicht zu beanstanden, wenn der Neupreis und der tatsächlich erzielte Verkaufspreis bei der Erstveräußerung des Neufahrzeugs identisch sind, und erweist sich die positive Feststellungsklage der Klägerin infolge des diesem Umstand Rechnung tragenden Klageantrags als begründet, ist damit zugleich gesagt, dass der Begriff "Neupreis" nicht stets und losgelöst von den Umständen des Einzelfalls wettbewerbswidrig, die erhobene Widerklage mithin unbegründet ist. Die Berufung der Beklagten war deshalb mit der Kostenfolge des § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen. 21

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711, 108 ZPO. 22 Die Voraussetzungen für eine Zulassung der Revision nach § 543 Abs. 2 ZPO liegen nicht vor. Der Rechtssache kommt weder grundsätzliche Bedeutung zu, noch erfordern Belange der Rechtsfortbildung oder der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung einer Entscheidung durch den Bundesgerichtshof. Streitentscheidend ist vielmehr eine über den entschiedenen Fall nicht hinausweisende Subsumtion eines individuellen, in erster Linie tatrichterlich zu beurteilenden Lebenssachverhalts unter Normen und Rechtsgrundsätze, die in der ständigen höchstrichterlichen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs bereits eine Klärung erfahren haben. Namentlich entspricht es der neueren Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, dass es bei der Ermittlung des Verkehrsverständnisses grundsätzlich keinen Unterschied macht, ob der Tatrichter seine Sachkunde und Lebenserfahrung zur Bejahung oder zur Verneinung einer Irreführungsgefahr einsetzt (BGH WRP 2003, 275 ff. = GRUR 2003, 247 ff. "Thermal Bad" und BGH WRP 2002, 527 ff. = GRUR 2002, 550 ff. "Elternbriefe").