
Datum: 08.09.2006
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6- Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 49/06
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2006:0908.6U49.06.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 81 O 101/05

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 27.1.2006 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln – 81 O 101/05 – wird auf ihre Kosten zurückgewiesen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Die Beklagte kann die Vollstreckung des Unterlassungsanspruchs durch Sicherheitsleistung abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in derselben Höhe leistet. Die Sicherheitsleistung beträgt Euro 50.000, -.

Die Vollstreckung des Kostenanspruchs kann die Beklagte durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Die Revision wird nicht zugelassen.

I.	2
Der Kläger ist der L. V. e.V. Er verlangt von der Beklagten, einem Einzelhandelsunternehmen für Kraftfahrzeuge, Unterlassung der nachfolgend wiedergegebenen Werbung.	3
pp. Der Kläger hat die Ansicht vertreten, die Anzeige verstoße gegen die Preisangabenverordnung. Da in der Anzeige mit Preisen für den darin abgebildeten Pkw geworben worden sei, wäre die – unstreitig fehlende – Angabe des Endkaufpreises erforderlich gewesen.	4
Das Landgericht hat die Beklagte mit Urteil vom 27. Januar 2006 antragsgemäß verurteilt.	5
Im Berufungsverfahren, in dem die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter verfolgt, verteidigt sie sich insbesondere damit, dass die Anzeige allein eine Werbung für das Finanzierungsangebot der D. Bank gewesen sei, bei dem der Endpreis in Form des "effektiven Jahreszinses" angegeben worden sei. Für den Pkw sei nicht "unter Angabe von Preisen" geworben worden. Im Übrigen wiederholt und vertieft die Beklagte ihr erstinstanzliches Vorbringen.	6
Der Kläger verteidigt das angefochtene Urteil.	7
Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen, die sämtlich Gegenstand der mündlichen Verhandlung waren.	8
II.	9
Die Berufung ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg. Das Landgericht ist zu Recht davon ausgegangen, dass dem Kläger ein Unterlassungsanspruch aus § 4 Nr. 11 UWG i.V. mit § 1 Abs. 1 PAngVO zusteht.	10
1. Die Normen der Preisangabenverordnung sind solche, die nach § 4 Nr. 11 UWG dazu bestimmt sind, das Marktverhalten zu regeln (BGH WRP 2004, 490, 491 – Frühlingsgeflüge; Köhler in Köhler/Bornkamm, § 4 Rn. 11.142). Ein Verstoß gegen diese stellt daher eine unlautere Wettbewerbshandlung nach §§ 3, 4 Nr. 11 UWG dar.	11
2. Die Anzeige der Beklagten verstößt gegen § 1 Abs. 1 PAngVO, weil die Beklagte einen Pkw unter der Angabe von Preisbestandteilen beworben und es dabei unterlassen hat, den Endpreis für den beworbenen Kaufgegenstand – den Pkw – anzugeben.	12
a) Die Frage, welcher Gegenstand mit der Anzeige beworben wird, ist aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise zu beurteilen. Aus einer Würdigung der gesamten Werbeanzeige ergibt sich, dass die angesprochenen Verkehrskreise darin zumindest <i>auch</i> die Werbung für einen Pkw sehen, weil die Angaben über den Pkw in der Werbung dominieren. So wird der Wagen gleich zweimal blickfangartig abgebildet und dessen Kraftstoffverbrauch wird angegeben. Darüber hinaus werden die Adressen und Telefonnummern der Verkaufslokale von D. genannt, in denen man den Pkw erwerben kann. Schließlich sind sowohl der Werbeslogan "Nichts bewegt sie mehr als ein D." als auch die bekannten "doppelten Dreiecke" als Marke des anbietenden Autohändlers zu sehen. Demgegenüber enthält die Anzeige keine Angaben über die den Kredit anbietende D. Bank. Die dreizeilige Beschreibung der Kreditkonditionen nimmt zudem nur einen kleinen Raum im Rahmen der Anzeige ein.	13

b) Die Beklagte wirbt in der streitgegenständlichen Anzeige auch "unter der Angabe von Preisen", weil sie die Schlussrate in Höhe von Euro 7.760,62 und die Höhe der Monatsraten nennt. Der Begriff des Preises ist weit zu verstehen. Er erfasst jede als Geldbetrag angegebene Vergütung für eine Ware (Völker, Kommentar zur Preisangabenverordnung, 2. Auflage 2002, § 1 Rn. 6; Fezer/Wenglorz, § 4 - S 14 Rn. 74).

Eine Angabe von Preisen i.S.d. § 1 Abs. 1 PAngVO liegt allerdings nur vor, wenn die Angabe geeignet ist, beim Publikum konkrete Vorstellungen über den Preis oder zumindest über das Preisniveau der beworbenen Ware hervorzurufen (Völker, § 1 Rn. 35 und in Harte/Henning, OWG, § 1 PAngV Rn. 12; Fezer/Wenglorz, § 4 - S 14 Rn. 89). Die in der Werbung enthaltenen Angaben lassen Rückschlüsse auf den Preis des Pkw zu. Durch eine den durchschnittlichen Verbrauches nicht überfordernden Rechnung (Multiplikation der Monatsraten mit der monatlichen Laufzeit plus Schlussrate plus 29,5 % Anzahlung) ist es möglich, zunächst eine Vorstellung über die Höhe der Anzahlung und damit auch über das Niveau des finanzierten Kaufpreises zu erlangen. Auf die in der Akte unterbreiteten Rechenbeispiele (vgl. Bl. 23) wird verwiesen. Darauf, ob die Rechenbeispiele zu einem mathematisch exakten Ergebnis gelangen, kommt es nicht an. 15

c) Das Vorbringen der Beklagten, das Landgericht habe den Begriff des "Preisbestandteils" missverstanden, kann nicht überzeugen. Zu Unrecht geht die Beklagte davon aus, Teilpreisangaben betreffen nur abtrennbare Leistungen eines Kaufgeschäftes. Teilpreise würden daher nur angegeben, wenn entweder einzelne Teile des Kaufobjektes mit Preisangaben versehen würden (z.B. die Räder oder die Scheibenwischer) oder wenn der Preis ohne den zu berücksichtigenden Mehrwertsteueranteil angegeben werde. Eine Anzahlung oder eine monatliche Rate sei demgegenüber kein Preisbestandteil, weil er vom Verkäufer nicht als Grundlage für die Kalkulation seines Endpreises herangezogen werde. 16

Die Preisangabenverordnung dient dem Schutz des Verbrauchers. Bei der Auslegung des Begriffs "Preisbestandteil" ist auf sein Verständnis abzustellen. Entscheidend ist daher, ob der Verbraucher den angegebenen Preis als eine Teilangabe über den Kaufpreis versteht. Es kann nicht darauf ankommen, ob sich der angegebene Geldbetrag auf einen gegenständlichen Teil des Kaufobjektes bezieht oder ob er einen rechnerischen Posten in der Kalkulation des Verkäufers (z.B. Mehrwertsteueranteil oder Entgelte für Leistungen an Dritte) darstellt. 17

d) Schließlich vermag die Beklagte auch nicht mit dem Einwand durchzudringen, die Preisangaben bezögen sich nicht auf den Kauf, sondern allein auf das Finanzierungsgeschäft mit der Folge, dass die Angabe des Kaufendpreises entbehrlich sei. Zwar ist der Beklagten zuzugeben, dass sich die streitgegenständliche Werbung von der Anzeige unterscheidet, die dem Urteil des Senats vom 9.3.2005 (AZ 6 U 219/04) zugrunde lag. Während dort die Anzahlung an den Verkäufer des Pkw zu zahlen war, sind hier alle Leistungen an die finanzierende Bank zu erbringen. Trotz dieses Unterschiedes beziehen die angesprochenen Verbraucher die Preisangaben allein auf den Kaufgegenstand, nämlich auf den Pkw, und nicht etwa auf den Kredit. Der Verkehr weiß, dass die Monatsraten und die Schlussrate – selbst wenn sie an die Bank gezahlt werden – das Entgelt für den erworbenen Pkw und nicht etwa für den in Anspruch genommenen Kredit sind. Der Preis für einen Kredit ist allein der effektive Jahreszins. 18

e) Die hier vertretene Ansicht führt entgegen den Befürchtungen der Beklagten nicht zu der Konsequenz, dass nun in jeder Werbung für Finanzdienstleistungen auch der Verkaufspreis des finanzierten Produktes genannt werden muss. Vielmehr besteht diese Pflicht nur dann, wenn die Werbung so aufgemacht ist, dass der Verbraucher sie auch als Werbung für den 19

finanzierten Gegenstand – hier den Pkw – versteht.

3. Schließlich geht die Beklagte zu Unrecht davon aus, die fehlenden Angaben in der Werbung hätten nur zu einer unerheblichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs i.S. von § 3 UWG geführt. Der Kaufpreis hätte durch ein kurzes Telefonat bei der Beklagten in Erfahrung gebracht werden können. 20

Ein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung ist in der Regel nicht als bloß unerhebliche Beeinträchtigung anzusehen (vgl. OLG Frankfurt a.M. GRUR-RR 2005, 355, 356; OLG Hamburg, Urt. v. 3.2.2005 – 5 U 128/04). Die Erheblichkeitsschwelle ist lediglich dann nicht überschritten, wenn der Endpreis unschwer durch einfache Addition zu ermitteln ist (OLG Stuttgart, Urt. v. 10.2.2005 – 2 U 153/04), was hier zu verneinen ist. Gegen die Annahme eines Bagatellverstoßes spricht im übrigen auch die Tatsache, dass die Werbung der Beklagten am 28.4.2005 im L. S.-A. erschienen ist und daher eine große Reichweite hatte. 21

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10, §§ 711 ZPO. 22

Die Voraussetzungen für eine Zulassung der Revision nach § 543 Abs. 1 Nr. 1, Abs. 2 ZPO liegen nicht vor. Der Rechtssache kommt weder grundsätzliche Bedeutung zu noch erfordern Belange der Rechtsfortbildung oder der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung durch den Bundesgerichtshof. Streitentscheidend ist vielmehr eine über den entschiedenen Fall nicht hinausweisende Subsumtion eines individuellen, auch tatrichterlich zu beurteilenden Sachverhalts unter Normen und Rechtsgrundsätze, die in der höchstrichterlichen Rechtsprechung insbesondere durch die oben genannten Entscheidungen bereits eine Klärung erfahren haben. 23