
Datum: 11.09.2009
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 94/09
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2009:0911.6U94.09.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 81 O 35/09

Tenor:

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das am 8. Mai 2009 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln (81 O 35/09) wird zurückgewiesen.

Der Antragsgegnerin werden auch die Kosten des Berufungsverfahrens auferlegt.

Gründe:

I.

Der Antragsteller hat beim Landgericht im Beschlusswege eine einstweilige Verfügung gegen die Antragsgegnerin erwirkt, durch welche dieser angesichts eines Verstoßes gegen § 4 Nr. 11 UWG i.V.m. der Preisangabenverordnung untersagt worden war, wie nachstehend wiedergegeben ein Kraftfahrzeug mit der Ankündigung:

"zum Beispiel Renault Twingo

jetzt schon ab:

€ 5.990,00*"

zu bewerben:

1
2
3
4
5
6
7
8

Auf den Widerspruch der Antragsgegnerin hat das Landgericht die Verfügung mit dem angegriffenen Urteil bestätigt.

Mit ihrer Berufung verfolgt die Antragsgegnerin ihr Begehren, den Verfügungsantrag zurückzuweisen, weiter. Der Antragsteller verteidigt das angefochtene Urteil. 9

II. 10

Die Berufung der Antragsgegnerin ist nicht begründet. 11

1. 12

Gemäß § 1 Abs. 1 PAngV muss bei einer Werbung unter Angabe von Preisen der Endpreis angegeben werden. Dabei müssen gemäß § 1 Abs. 6 PAngV die Angaben den Grundsätzen der Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen und im Falle der Aufgliederung von Preisen die Endpreise hervorgehoben werden. Diesen Anforderungen genügt die beanstandete Werbung nicht. 13

Der Endpreis beträgt im Streitfall mindestens 8.490,00 €, denn er umfasst den – besonders hervorgehobenen – Preisbestandteil von 5.990,00 € und die Abwrackprämie in Höhe von 2.500,00 €. Die Antragsgegnerin hat nämlich einen Anspruch gegen den Kunden auf Zahlung des gesamten, nicht um die Abwrackprämie gekürzten Kaufpreises. Liegen die Voraussetzungen für die Zahlung der Abwrackprämie vor, so reduziert sich nicht der an die Antragsgegnerin zu zahlende Kaufpreis, sondern der Kunde erhält einen Anspruch gegen den Staat auf Auszahlung der Prämie. 14

Der Endpreis von 8.490,00 € ist in der Anzeige zwar bei Auflösung des Sternchenhinweises in kleiner Schrift in deren unterem Teil genannt. Er verschwindet aber visuell hinter dem im Blickfang fett gedruckten Preis von 5.990,00 €; er ist zweifelsfrei nicht im Sinne des § 1 Abs. 6 PAngV "hervorgehoben". Damit steht der Verstoß gegen die Preisangabenverordnung fest, ohne dass es noch darauf ankommt, ob bei der Bildung des Endpreises – was die Antragstellerin nicht eigens angegriffen hat – auch noch die für Transport und Bereitstellung anfallenden Teilkosten in Höhe von 540,00 € mit hätten eingerechnet werden müssen (vgl. insoweit BGH GRUR 1983, 443, 445 – "Kfz-Endpreis"). 15

2. 16

Die Bestimmungen der Preisangabenverordnung sind im Interesse der Marktteilnehmer dazu bestimmt, das Marktverhalten zu regeln (ständige Rechtsprechung seit BGH GRUR 2004, 435 – "FrühlingsgeFlüge"). 17

3. 18

Die demnach unlautere Werbeanzeige stellt auch eine unzulässige geschäftliche Handlung im Sinne des § 3 Abs. 1 UWG dar. Sie ist nämlich geeignet, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen. Der durchschnittlich aufmerksame Leser der Anzeige wird durch deren Gestaltung allerdings darüber ins Bild gesetzt, dass der hervorgehobene "Kaufpreis" von 5.990,00 € seinen Grund in der Existenz der Umweltprämie hat. Er wird – davon geht der Senat aus – angesichts des lebhaften Interesses, dass die Umweltprämie in den Veröffentlichungen in sämtlichen Medien im ersten Halbjahr 2009 gefunden hat, wissen, dass diese Prämie vom Staat aus Konjunkturgründen zur Verfügung gestellt wird und grundsätzlich nicht den Kaufpreis mindert, sondern dem Käufer vom Staat zur Verfügung gestellt wird. Gleichwohl ist die Anzeige geeignet, bei einem relevanten Teil der Verbraucher die (Fehl- 19

)Vorstellung hervorzurufen, dass der Verkäufer das von ihm als gering angesehene Risiko, dass die Abwrackprämie gezahlt wird, dem Käufer abnimmt und deshalb der vom Käufer zu zahlende Preis auf 5.990,00 € begrenzt worden ist. Das liegt zum Einen deshalb nahe, weil der reduzierte Preis im Blickfang besonders hervorgehoben wird, während der Ausgangspreis von 8.490,00 € im weiteren Verlauf des kleingeschriebenen Textes nur versteckt aufgefunden werden kann. Selbst dieser Text bei der Auflösung des Sternchenhinweises nährt das durch die Blickfangwerbung aufgekommene Missverständnis aber weiter, indem dort eine Rechenoperation vorgestellt wird "8.490,00 € abzüglich 2.500,00 € Umweltprämie = Ihr Preis 5.990,00 €". Danach hat auch ein Verbraucher, der die Anzeige nicht nur flüchtig liest, Grund zu der Annahme, sein an den Kfz-Händler zu entrichtender Kaufpreis sei auf 5.990,00 € (zuzüglich der Überführungskosten) "gedeckt"; der Händler nehme ihm den Verwaltungsaufwand und auch das Risiko ab, dass die Abwrackprämie vom Staat zur Auszahlung gelangt.

4. 20

Einer auf § 4 Nr. 11 UWG fußenden Verurteilung stehen im Streitfall auch keine europarechtlichen Vorschriften entgegen. Die UGP-Richtlinie 2005/29/EG sieht allerdings keine Bestimmung vor, die dem § 4 Nr. 11 UWG unmittelbar entspricht. Nach Artikel 5 Abs. 2 UGP-Richtlinie ist indessen eine Geschäftspraxis unlauter, wenn sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht und das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers in Bezug auf das jeweilige in Rede stehende Produkt wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen. Dass die letztgenannten Voraussetzungen gegeben sind, wurde oben unter Ziffer 3. bereits ausgeführt. Die Anzeige der Antragsgegnerin widersprach aber auch den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht. Insoweit kann der Senat offen lassen, ob die beruflichen Sorgfaltspflichten im Sinne der UGP-Richtlinie durch rein nationale Vorschriften festgelegt werden können. Die Bestimmung in § 1 Abs. 6 der Preisangabenverordnung befindet sich nämlich im Einklang mit den europarechtlichen Vorgaben. Nach der Preisangabenrichtlinie 98/6/EG Artikel 2 lit. a ist der Verkaufspreis anzugeben, womit "der Endpreis für eine Produkteinheit" gemeint ist. Nach Artikel 4 Abs. 1 Satz 1 der Richtlinie ist der Verkaufspreis "unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar" anzugeben. Davon kann die Rede nicht sein, wenn – wie im Streitfall – der Endpreis im Vergleich zu einem anderen im Blickfeld genannten Preis versteckt angegeben ist und größtmäßig geradezu verschwindet.

5. 22

Die Berufung war daher mit der Kostenfolge des § 97 ZPO zurückzuweisen. 23

Das Urteil ist mit seiner Verkündung rechtskräftig. 24