

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 1; PreisangabenVO (VO PR Nr. 3/73 vom
10. Mai 1973, BGBl. I 461) § 1 Abs. 1 und Abs. 7

- Kfz-Endpreis -

Zur Frage, ob bei der Werbung für - aus EG-Ländern
bezogene - Kraftfahrzeuge unter Angabe von Preisen
der anzugebende Endpreis auch die zu zahlenden
Überführungskosten sowie die Kosten für die Um-
rüstung und die TÜV-Abnahme zwecks Zulassung auf dem
deutschen Markt enthalten muß.

BGH, Urt. v. 16. Dezember 1982 - I ZR 155/80 - Kammergericht
- LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 155/80

URTEIL

Verkündet am

16. Dezember 1982

Mehrhof
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Firma Auto-F[REDACTED] GmbH, vertreten durch die Geschäfts-
führer Gisela U[REDACTED] und Werner F[REDACTED], H[REDACTED]-E[REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. Röhricht -

gegen

die Kommanditgesellschaft in
Firma K[REDACTED] Cars Automobil-Handels GmbH & Co.
Automobile Vertriebs KG, vertreten durch die persönlich
haftende Gesellschafterin, die K[REDACTED] Cars Automobile-
Handels GmbH, diese vertreten durch den Geschäftsführer
Klaus S[REDACTED], Kl[REDACTED]straße [REDACTED], B[REDACTED] [REDACTED],

Klägerin und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigte: Rechtsanwälte Dr. [REDACTED] und
Dr. [REDACTED] -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 16. Dezember 1982 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Merkel, Dr. Piper, Dr. Erdmann und Dr. Teplitzky

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 5. Zivilsenats des Kammergerichts vom 5. August 1980 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Klägerin ist Vertragshändlerin der amerikanischen Firma G [REDACTED] Motors. Die Beklagte verkauft Fahrzeuge, die sie aus Mitgliedsländern der Europäischen Gemeinschaft bezieht, teils ab Brüssel oder Paris, teils ab ihrem Firmensitz in E [REDACTED] (S [REDACTED]) an Endverbraucher.

Am 19./20. März 1979 warb sie für importierte und re-importierte Fahrzeuge mit einem der "Saarbrücker Zeitung" beigelegten Farbprospekt. Auf der ersten Seite des als Faltblatt gestalteten Prospekts findet sich unter der Überschrift

"Der beste Weg zum
günstigen Auto-Kauf:"



eine Abbildung des Betriebsgeländes der Beklagten. Darunter ist links eine Lageskizze abgedruckt, während der rechts daneben stehende Text darauf hinweist, daß die Beklagte als "eines der ganz großen Autohäuser Südwest-Deutschlands" den kompletten Service rund um das Auto und viele besondere Vorteile biete; beim Neuwagen-Kauf könnten bis zu 6.000,-- DM gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung gespart werden. Nach einem Hinweis auf die Geschäftszeiten und die Zufahrtsmöglichkeiten zur Beklagten befindet sich am unteren Rand der ersten Seite im Fett-
druck der Text:

"Treffpunkt AUTO
preisbewußter Autokäufer F[REDACTED]"

Die Innenseiten des Faltblattes enthalten blickfangartig den Text:

"Preisschlager!
Neuwagen mit Garantie aus EG-Importen"**

Darunter sind in 4 Spalten die angebotenen Fahrzeuge der Marken Ford, Opel, Citroen, Peugeot, Renault, Chrysler-Simca, Fiat und Lada aufgeführt. In einer besonderen Spalte mit der Überschrift "Friesen-Preis*" sind neben den Kfz-Marken und -Typen die jeweiligen Preise genannt. Die beiden Stern-Symbole neben dem herausgestellten Wort "Preisschlager!*" weisen auf folgende fettgedruckte Erläuterung hin:

"Autos kauft man in E[REDACTED].
Ihren Gebrauchtwagen nehmen wir zu
einem guten Preis in Zahlung."

Das Stern-Symbol neben dem Wort "F[REDACTED]-Preis*" wird durch den in der linken unteren Ecke der ersten Innen-seite des Faltblattes kleingedruckten Text wie folgt erklärt:

"Zu den o.a. Preisen kommen neben Fracht ab Brüssel bzw. Paris die bei EG-Importen üblichen Kosten für Umrüstung und TÜV von DM 296,--, sofern diese Leistungen von uns besorgt werden."

Die letzte Seite des Faltblattes enthält einen Hinweis auf die verschiedenen Service-Leistungen der Beklagten und endet mit dem fettgedruckten Text:

"Treffpunkt	6650 H[REDACTED]-E[REDACTED]	
preisbewußter	Telefon ([REDACTED]) [REDACTED]	AUTO
Autokäufer	Telex [REDACTED] f[REDACTED] d [REDACTED]	F[REDACTED]"

Die Klägerin hält diese Werbung für wettbewerbswidrig im Sinne des § 1 UWG, weil in den "F[REDACTED]-Preis" entgegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO die Kosten für Fracht, Umrüstung und TÜV-Abnahme nicht einbezogen seien.

Sie hat beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung von Ordnungsmitteln zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Zusammenhang mit dem Angebot von Personenkraftwagen Preise anzukündigen, die die Kosten der Fracht zum Ort des Verkaufs und/oder die Kosten für Umrüstung und TÜV zwecks Zulassung des Fahrzeugs auf dem deutschen Markt nicht enthalten.

Demgegenüber meint die Beklagte, die angegriffene Werbung verletze die Vorschriften der PreisangabenVO nicht. Frachtkosten brauchten nicht in den Endpreis

einberechnet zu werden, weil es sich bei der Überführung um eine zusätzliche Leistung handele, die von ihr selbst nur erbracht werde, wenn ein besonderer Auftrag des Käufers erteilt sei. Diesem stehe es frei, das Fahrzeug ab Paris oder Brüssel zu kaufen und es dort auch selber abzuholen.

Weil deutlich darauf hingewiesen werde, daß es sich um importierte Modelle handele, brauche sie in den Endpreis auch nicht die Kosten für Umrüstung und TÜV-Abnahme aufzunehmen. Auch diese Leistungen seien zudem nur dann von ihr zu erbringen, wenn der Käufer sie hierzu beauftrage.

Ein Wettbewerbsverstoß liege aber auch deshalb nicht vor, weil sie sich über die Vorschriften der PreisangabenVO nicht bewußt und planmäßig hinweggesetzt habe mit dem Ziel, sich einen sachlich ungerechtfertigten Vorteil vor Mitbewerbern zu verschaffen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben.

Die Berufung der Beklagten hat das Kammergericht zurückgewiesen. Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter. Die Klägerin beantragt, das Rechtsmittel zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat zutreffend die Klagebefugnis der Klägerin gem. § 13 Abs. 1 UWG bejaht. Dazu hat es von der Revision unbeanstandet festgestellt, daß zwischen den Parteien als Angehörigen desselben Geschäfts-

zweiges ein Wettbewerbsverhältnis bestehe; die räumliche Entfernung der Niederlassungen beider Parteien (Saarland und Berlin) stehe dem nicht entgegen, weil die Beklagte gerade durch ihre Fahrzeug-Importe aus EG-Ländern in ein Wettbewerbsverhältnis zu den Vertragshändlern der Marken zu treten versuche, die von ihr importiert und angeboten würden. Dabei seien - wie das Berufungsgericht weiter rechtsfehlerfrei angenommen hat - die nach der Werbung gebotenen Preisvorteile auch für einen Interessenten in Berlin beachtlich und könnten ihn bewegen, seinen Bedarf bei der Beklagten in E[REDACTED] zu decken.

II. 1. In der Sache hat das Berufungsgericht die Klage für begründet erachtet, weil die Beklagte mit ihrer Werbung gegen §§ 1, 3 UWG i.V.m. § 1 Abs. 1 und 7 PreisangabenVO (Verordnung über Preisangaben vom 10. Mai 1973 - BGBl. I 461 -, wörtlich übereinstimmend mit der Berliner Verordnung über Preisangaben vom 19. Juni 1973 - GVBl. für Berlin, Teil I, S. 884 ff) verstoßen habe. Dazu hat es ausgeführt: Die Frachtkosten für den Transport eines Fahrzeuges von Brüssel oder Paris zum Lager der Beklagten in Einöd seien "sonstige Preisbestandteile" im Sinne von § 1 Abs. 1 S. 1 PrVO; gleiches gelte für die Kosten der Umrüstung und TÜV-Abnahme. Nach Inhalt und Ausgestaltung des Prospekts erwarte der die Werbung mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit lesende Verbraucher, daß er bei der Beklagten einen Preis zu zahlen habe, der sowohl die Fracht ab Paris oder Brüssel als auch die Kosten der Umrüstung und TÜV-Abnahme enthalte. Für die Einbeziehung der Frachtkosten sei unerheblich, daß es dem Käufer freistehe, das Fahrzeug im Ausland abzuholen. Denn der größte Teil aller angesprochenen Interessenten wolle schon wegen der andernfalls entstehenden Mühen und Aufwendungen den Wagen am Sitz der Beklagten übernehmen.

Man könne auch nicht danach unterscheiden, ob der Händler Frachtkosten selbst dann berechne, wenn der Käufer das Fahrzeug beim Hersteller abhole oder ob in diesem Fall der Kunde die Transportkosten spare. Denn die Verkehrsauffassung unterscheide beim Fahrzeugkauf nicht zwischen dem Preis des Automobils und weiteren mit seinem Erwerb verbundenen Kosten besonderer Leistungen. Sie gehe vielmehr davon aus, daß der Kunde das Fahrzeug beim Händler übernehme und die bis dahin entstandenen Frachtkosten Preisbestandteile seien, Da der Kunde ein den Vorschriften der Straßenverkehrszulassungsordnung entsprechendes Fahrzeug übernehmen wolle, erwarte er auch, daß die Kosten von Umrüstung und TÜV-Vorführung Teil des Kaufpreises seien.

Der Verstoß gegen die PreisangabenVO sei auch sittenwidrig, da die Beklagte in Kenntnis der den Gesetzesverstoß begründenden Tatsachen planmäßig gehandelt habe, um sich vor anderen gesetzestreuen Mitbewerbern einen Wettbewerbsvorsprung zu verschaffen.

2. Die gegen diese Ausführungen gerichteten Angriffe der Revision haben keinen Erfolg.

a) Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, daß die Preisangaben im Prospekt der Beklagten gegen § 1 Abs. 1 und Abs. 7 der PreisangabenVO verstoßen, weil die Kosten für die Überführung sowie für die Umrüstung und TÜV-Abnahme gesondert und nicht als Bestandteile des Endpreises ausgewiesen worden sind,

Nach § 1 Abs. 1 S. 1 PreisangabenVO hat, wer Letztverbrauchern gegenüber in Zeitungen oder Prospekten unter Angabe von Preisen für Waren wirbt, die Preise anzugeben,

die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile unabhängig von einer Rabattgewährung zu zahlen sind. Die Angaben müssen nach § 1 Abs. 7 Satz 1 PreisangabenVO der allgemeinen Verkehrsauffassung und den Grundsätzen von Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen

Für die Frage, welcher Endpreis anzugeben ist, kommt es danach - wovon das Berufungsgericht mit Recht ausgegangen ist - entscheidend auf die Verkehrsauffassung an. Maßgebend für die Beurteilung einer Preiswerbung ist, welche Vorstellung von den angegebenen Preisen sie bei den Verbrauchern, an die sie sich wendet, erweckt. Wird eine Werbung für Kraftfahrzeuge so gestaltet, daß der Rechtsverkehr davon ausgeht, die genannten Preise enthielten auch die Entgelte für die Fracht vom Hersteller oder Auslieferungslager zum Händler sowie für Umrüstung und TÜV-Abnahme, so sind diese Kosten in den nach der PreisangabenVO zu nennenden Endpreis aufzunehmen. Daran hat sich die Beklagte im Streitfall nicht gehalten.

Nach den rechtfehlerfrei getroffenen Feststellungen des Berufungsgerichts fassen die Verkehrskreise, an die die Werbung der Beklagten sich wende, den Inhalt und die Ausgestaltung des Prospekts dahin auf, daß sie bei der Beklagten einen Preis zu zahlen haben, der die Fracht ab Paris oder Brüssel und die Kosten der Umrüstung und TÜV-Vorführung enthalte; ein in E. ■■■■ bereitstehendes, für den Verkehr im Inland fertig hergerichtetes Fahrzeug sei Gegenstand ihrer einheitlichen Kaufentscheidung; auf einen solche Wagen beziehe der die Werbung mit durchschnittlicher Aufmerksamkeit lesende Verbraucher den Endpreis.

Diese Feststellungen greift die Revision ohne Erfolg an. Die Beurteilung dessen, was der Verkehrsauffassung entspricht, liegt im wesentlichen auf tatsächlichem Gebiet und ist vom Revisionsgericht nur beschränkt nachprüfbar. Das Berufungsgericht, dessen Mitglieder sich ersichtlich zu den von der Werbung angesprochenen Verkehrskreisen zählen, durfte diese Feststellungen, die der Lebenserfahrung entsprechen, aus eigener Sachkunde selber treffen. Ohne Rechtsverstoß hat es dabei angenommen, daß infolge der Gestaltung des Prospekts, insbesondere wegen der mehrfachen Hinweise auf den Betrieb der Beklagten in Einöd in Verbindung mit der Herausstellung der Endpreise beim Verbraucher die Vorstellung erweckt werde, in den Preisen seien die Nebenkosten enthalten, und daß der unscheinbare Text in der linken unteren Ecke der ersten Innenseite des Faltblatts ungeeignet sei, beim flüchtigen Leser diesen unzutreffenden Eindruck zu verhindern oder wieder zu beseitigen.

Daß die hier in Rede stehenden Entgelte im Endpreis anzugeben sind, entspricht auch den Grundsätzen der Preis Klarheit und Preiswahrheit. Denn sind diese Nebenkosten nach der Verkehrsauffassung Bestandteile des Endpreises, so besteht die Gefahr, daß der Verbraucher Preise, die Entgelte solcher Nebenleistungen nicht enthalten, irrtümlich mit Endpreisen vergleicht, in denen sie berücksichtigt sind. Die Kosten für Fracht, Umrüstung und TÜV-Vorführung sind bei der gebotenen wirtschaftlichen Betrachtungsweise entgegen der Ansicht der Revision auch keine zusätzlichen Kosten, da sie nach den Feststellungen des Berufungsgerichts in der Regel anfallen und im Wert der erworbenen Ware auch dann ihre Entsprechung finden, wenn der Käufer selbst die Nebenleistungen erbracht hat.

Demgegenüber beruft sich die Revision ohne Erfolg auf das Rundschreiben des Bundesministers für Wirtschaft vom 2. März 1978 (Geschäftszeichen: I B 1 - 24 07 02 -). Wenn nach der dort geäußerten Auffassung im Falle einer nur fakultativen Überführung durch den Händler eine Einberechnung der Frachtkosten in den Endpreis nicht erforderlich sein soll, so ist damit ersichtlich nicht eine Werbung gemeint, die, wie im Streitfall, so gestaltet ist, daß der sie flüchtig lesende Verbraucher annimmt, die Überführungskosten seien im angegebenen Endpreis enthalten. Daß die Entgelte für Fracht, Umrüstung und TÜV-Abnahme dann nicht Bestandteile des anzugebenden Endpreises sind, wenn auf ihre gesonderte Berechnung, anders als im Streitfall, deutlich und eindeutig hingewiesen wird, so daß sich eine Vorstellung, wie sie das Berufungsgericht als Wirkung der Werbung vorliegend festgestellt hat, gar nicht erst bildet, bedarf keiner näheren Darlegung.

b) Der Verstoß gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO ergibt allerdings für sich noch nicht, daß das Verhalten der Beklagten auch wettbewerbswidrig ist. Wie der Senat wiederholt entschieden hat (zuletzt in seinem Urteil "Sonnenring", BGH GRUR 1982, 493, 495 m.w.N.), handelt es sich bei dieser Bestimmung um eine wertneutrale Ordnungsvorschrift, deren Verletzung erst dann einen Wettbewerbsverstoß darstellt, wenn sich ein Wettbewerber bewußt und planmäßig über sie hinwegsetzt, obwohl für ihn erkennbar ist, daß er dadurch einen Vorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern erlangen kann. Nach den vom Berufungsgericht rechtsfehlerfrei getroffenen Feststellungen ist davon auszugehen, daß diese Voraussetzungen im Streitfall gegeben sind. Denn danach hat die Beklagte nicht nur versehentlich oder aus bloßer Unachtsamkeit die Kosten des Transports, der Umrüstung und TÜV-Vorführung im Endpreis

nicht genannt, sondern deshalb, weil sie meint, in der beanstandeten Weise - auch zukünftig - werben zu können. Zutreffend hat daher das Berufungsgericht in dem beanstandeten Verhalten ein auf Wiederholung angelegtes, zielbewußtes Vorgehen der Beklagten zu dem Zweck erblickt, durch die Herausstellung der attraktiv-niedrigen "Friesen-Preise" sich Vorteile im Wettbewerb gegenüber Mitbewerbern zu verschaffen, die die Endpreise vorschriftsmäßig angeben.

Insoweit unterscheidet sich der vorliegende Sachverhalt von dem der Entscheidung des Oberlandesgerichts Saarbrücken vom 4. Juli 1979 in dem Verfahren auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung (1 U 15/79) zugrundeliegenden Fall. Dort war aufgrund anderer Feststellungen zur Verkehrsauffassung von der Werbung auch ein auf Erlangung eines Wettbewerbsvorsprungs gerichtetes Verhalten der Beklagten nicht festgestellt worden.

c) Findet das Klagebegehren hiernach seine Rechtfertigung schon in § 1 UWG, kann dahinstehen, ob die Preisangaben der Beklagten im Hinblick auf die gesonderte Ankündigung der Kosten für Fracht, Umrüstung und TÜV-Vorführung auch irreführend im Sinne des § 3 UWG sind.

III. Da das Berufungsurteil auch sonst keinen Rechtsfehler zum Nachteil der Beklagten erkennen läßt, war die Revision mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen.

v. Gamm

Merkel

Piper

Erdmann

Teplitzky