

18

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

UWG § 3

Teilzahlungspreis II

Eine Werbung für einen finanzierten Kauf, die den Teilzahlungspreis nicht nennt, kann als irreführende Preisangabe gemäß § 3 UWG zu beanstanden sein, wenn aufgrund der konkreten Gestaltung der Angaben zum angegebenen (Bar-)Preis und zur Zahl und Höhe der Raten des finanzierten Kaufes ein nicht unerheblicher Teil der Verbraucher annimmt, der beworbene Preis sei der Teilzahlungspreis.

BGH, Urt. v. 22. Oktober 1992 - I ZR 284/90 - LG Köln

BUNDESGERICHTSHOF
IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 284/90

Verkündet am:
22. Oktober 1992
Breskic
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Heinrich G [REDACTED] GmbH & Co. KG, vertreten durch die persönlich haftende Gesellschafterin, die Heinrich G [REDACTED] GmbH, diese vertreten durch deren Geschäftsführer Giesbert G [REDACTED], Günter R [REDACTED], Theo S [REDACTED] und Hans B [REDACTED], S [REDACTED] Straße [REDACTED], K [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

g e g e n

Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe K [REDACTED] e.V., vertreten durch den Vorstandsvorsitzenden Rolf J [REDACTED], W [REDACTED]-[REDACTED]straße [REDACTED], K [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagter,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 22. Oktober 1992 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Piper und die Richter Dr. Mees, Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Dr. Ullmann und Starck

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln vom 16. Oktober 1990 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen



JLaw – Gesetze und Urteile
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
[\(mobile App\)](#)



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Der Kläger, ein Verein zur Förderung von gewerblichen Interessen im Sinne des § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG, hat die im nachstehenden Verbotstenor des landgerichtlichen Urteils wiedergegebene Werbeanzeige der Beklagten beanstandet.

Die Beklagte wirbt darin neben der Angabe von "Abholpreisen" als Barpreise für die dargestellten Möbel auch für den "Finanzkauf". Sie bietet die Vermittlung des Kredits durch "ihre Hausbank" an, nennt einen effektiven Jahreszins in Höhe von 4,6 % und gibt - unter die jeweiligen Barpreise gesetzt - die Zahl und die Höhe der monatlichen Ratenzahlungen an.

Der Kläger hat die Ansicht vertreten, die Beklagte verstoße gegen die Regeln der Preisangabenverordnung, weil in der Werbeanzeige der Endpreis für einen finanzierten Kauf nicht genannt sei. Wer für die Finanzierungsmöglichkeit des Kaufpreises der angebotenen Waren werbe und dabei Preisbestandteile, wie Barpreis, effektiven Jahreszins sowie Zahl und Höhe der monatlichen Raten, nenne, sei zur Angabe des Teilzahlungsendpreises verpflichtet.

Jedenfalls sei die Anzeige irreführend, weil sie den unzutreffenden Eindruck vermittele, der genannte Abholpreis sei der Endpreis für den finanzierten Kauf.

Das Landgericht hat der Klage unter dem rechtlichen Gesichtspunkt des wettbewerbswidrigen Verstoßes gegen die Preisangabenverordnung stattgegeben und die Beklagte außer zur Zahlung der Aufwendungen für die Abmahnung in Höhe von 171,-- DM dazu verurteilt, es zu unterlassen,

in der an den Endverbraucher gerichteten Werbung beim Angebot von Waren bei Nennung des Verkaufspreises, wie nachstehend wiedergegeben, einen Finanzkauf anzukündigen:

Möbel

Wahl



18

Wahl

Mit
Vitrinenbeleuchtung!

**DIE AUSWAHL
DIE ANGEBOTE
DIE PREISE**

1998

Klassische Anbauwand mit furnierter Front in Esche-perlmutter; Korpus Kunststoff-Oberflächen, Esche-perlmutter-Nachbildung. Einen schönen Blickfang bilden die indirekt beleuchtete Erker-Vitrine und die Nischenbeleuchtung. Ca. 315 cm breit.

Book No. 53075.0

2298

3er-Sofa, 2er-Sofa und Sessel

Zeitlos moderne Sitzgruppe in echtem Leder. Mit aufwendig gesteppten Sitz- und Rückenflächen und gutem Polsterkomfort.

Recd. Mr. 41753 ON

Mit der Revision verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Die Revision ist im Ergebnis nicht begründet.

1. Nicht gefolgt werden kann der Beurteilung des Landgerichts, die Werbeanzeige der Beklagten verstoße gegen § 1 PAngV. Dabei ist von der vom Landgericht unanfechtbar (§ 566 a Abs. 3 Satz 2 ZPO) getroffenen Feststellung auszugehen, daß die Beklagte den Kredit für den "Finanzkauf" nicht selbst gewährt, sondern lediglich einen Kredit ihrer Hausbank zur Finanzierung des Kaufpreises vermittelt. Wie der Senat in seinem nach Erlaß der angefochtenen Entscheidung ergangenen Urteil vom 11. Juni 1992 - I ZR 161/90 - Teilzahlungspreis (zur Veröffentlichung bestimmt) ausgeführt hat, ist ein Handelsunternehmen, das den Kredit zur Finanzierung des Kaufpreises nicht selbst gewährt, sondern lediglich dessen Vermittlung anbietet, nicht gemäß § 1 PAngV zur Angabe eines Teilzahlungspreises als Endpreis verpflichtet. § 1 PAngV verlangt die Angabe des Preises, der von demwerbenden Unternehmer dem Verbraucher in Rechnung gestellt wird. Die Verpflichtung zur Angabe des Endpreises kann sonach nur den treffen, der den Preis gegenüber dem Letztverbraucher festsetzt bzw. von ihm fordert. § 1 PAngV schreibt einemwerbenden Unternehmen die Angabe von Endpreisen, die nicht seinem wirklichen Angebot entsprechen und von ihm des-

halb tatsächlich auch nicht dem Verbraucher in Rechnung gestellt werden, nicht vor. Eine weiterreichende, wettbewerbsrechtliche Funktion kommt den Regeln der Preisangabenverordnung nicht zu. Die Beklagte verhält sich deshalb nicht verordnungswidrig, wenn sie den Teilzahlungsendpreis bei Inanspruchnahme eines Kredits ihrer Hausbank nicht nennt.

2. Die angefochtene Entscheidung erweist sich aber unter dem vom Kläger des weiteren in seinem Klagebegehren angeführten rechtlichen Gesichtspunkt des Verstoßes gegen § 3 UWG als richtig. Weiterer tatrichterlicher Feststellungen bedarf es hierzu nicht (§ 565 Abs. 3 Nr. 1 ZPO). Die Werbeanzeige in der beanstandeten Form ist erfahrungsgemäß geeignet, einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verbraucher den Eindruck zu vermitteln, der groß herausgestellte Kaufpreis sei als Summe der darunter angeführten Multiplikatoren von Zahl und Höhe der monatlichen Raten der Preis, der bei einem "Finanzkauf" der beworbenen Art zu zahlen sei. Der dahingehende Eindruck des flüchtigen Verbrauchers wird verstärkt dadurch, daß für die angebotenen Sitzmöbel und die Vitrine durchweg mit einem Finanzkauf der dargestellten Art geworben wird und an keiner Stelle des Werbespekts auf den angebotenen Preis als Barpreis hingewiesen wird. Dieser ist als solcher zwar unstreitig, wird in dieser Eigenschaft aber nicht ohne weiteres in der Vorstellung der Verbraucher realisiert. Die Kennzeichnung des Preises als "Abholpreis" verdeutlicht nicht hinreichend den Preis als einen "Barpreis", um eine Fehlvorstellung eines nicht unmaßgeblichen Teils der Verbraucher als ausgeschlossen erscheinen zu lassen, der angegebene Preis sei der Teilzahlungspreis, wie er sich aus den daruntergesetzten Angaben zur

Zahl und Höhe der monatlichen Raten eines finanzierten Kaufs errechne; die Bezeichnung des Preises als "Abholpreis" weist nämlich vorrangig darauf hin, daß bei Zustellung der Möbel ein höherer Preis zu zahlen sei, wirkt aber nicht einer erfahrungsgemäß naheliegenden Verbrauchervorstellung entgegen, bei dem so beworbenen Preis handele es sich um den Preis für die abgeholte Ware, welcher bei einem finanzierten Kauf zu zahlen sei. Auch der Umstand, daß aus der rechnerisch richtigen Summe der angegebenen Monatsraten und der Höhe der monatlichen Verpflichtungen sich ein höherer Preis als der genannte Preis ergibt, steht einer rechtlich relevanten Irreführung im Sinne des § 3 UWG nicht entgegen. Die konkrete Gestaltung der Preisangaben in der Werbeanzeige läßt es vielmehr als naheliegend erscheinen, daß ein nicht unwesentlicher Teil der Verbraucherschaft die Summen der monatlichen Raten gleichsetzt mit dem angegebenen Preis, ohne selbst nachzurechnen. Eine Irreführung im Sinne des § 3 UWG ist nämlich schon dann anzunehmen, wenn die blickfangmäßig herausgestellte Gestaltung der Anzeige bei einem nicht unwesentlichen Teil der Verbraucher einen unzutreffenden Eindruck vermittelt, auch wenn dieser bei näherem Zusehen und Überlegen korrigiert werden kann (BGH, Urt. v. 21.4.1988 - I ZR 82/86, GRUR 1988, 700, 702 - Meßpuffer; Urt. v. 8.6.1989 - I ZR 233/87, GRUR 1989, 855, 856 - Teilzahlungskauf II).

II. Die Revision ist mit der Kostenfolge des § 97 Abs. 1 ZPO zurückzuweisen. Eine Teilung der Kosten kommt nicht in Betracht. Der Kläger hat von Anfang an eindeutig und zweifelsfrei klargestellt, daß er mit seinem Klagebegehren nicht zwei selbständige Streitgegenstände zur Entscheidung ge-

stellt, sondern seinem einheitlichen Antrag zwei Begründungen beigelegt hat (vgl. BGH, Urt. v. 2.4.1992 - I ZR 146/90, GRUR 1992, 552, 554 - Stundung ohne Aufpreis).

Piper

Mees

v. Ungern-Sternberg

Ullmann

Starck