

Nachschlagewerk: ja

BGHZ : nein

Dollar-Preisangaben

UWG §§ 1, 3; PAngV 1985 § 1

Ein ausländisches Unternehmen, das im Inland in einer deutschsprachigen Zeitschrift für im Ausland zu bestellende und in ausländischer Währung zu bezahlende Ware wirbt, handelt grundsätzlich nicht wettbewerbswidrig, wenn es nicht statt oder neben dem tatsächlich verlangten Preis einen Preis in Deutscher Mark angibt.

BGH, Urt. v. 2. Februar 1995 - I ZR 13/93 - OLG Hamburg
LG Hamburg

BUNDESGERICHTSHOF
IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 13/93

Verkündet am:
2. Februar 1995
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 2. Februar 1995 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Piper und die Richter Dr. Teplitzky, Dr. Erdmann, Dr. v. Ungern-Sternberg und Starck

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 3. Zivilsenats des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg vom 3. Dezember 1992 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Hinweis: Auch Teile der Urteilsammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand:

Die Beklagte verlegt die Zeitschrift "P."
In den Heften August und September 1991 dieser Zeitschrift erschienen Anzeigen von Versandhandelsunternehmen mit Sitz in den USA, in denen Geräte, Programme und Zubehör für die elektronische Datenverarbeitung angeboten wurden. Die Ware, deren Preis in US-Dollar angegeben wurde, war in den USA (in einem Fall in der Schweiz) zu bestellen und nach den Anzeigen in US-Dollar zu bezahlen.

Der klagende Wettbewerbsverein beanstandet die Preisangabe in ausländischer Währung als wettbewerbswidrig, weil diese nicht der allgemeinen Verkehrsauffassung entspreche.

Soweit dies im Revisionsverfahren noch von Bedeutung ist, hat der Kläger beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen,

Anzeigen US-amerikanischer Unternehmen in der von ihr verlegten Zeitschrift "P." zu veröffentlichen, die sich auf das Angebot von Hard- und/oder Software für Computer beziehen, für welche Preise ausschließlich in US-Dollar genannt werden.

Die Beklagte hat einen Wettbewerbsverstoß in Abrede gestellt. Die Preisangabenverordnung verpflichtete nicht dazu, Preise in deutscher Währung zu nennen. Zudem beschränke sich ihre wettbewerbsrechtliche Haftung als Zeitschriftenverlag auf grobe und offenkundige Gesetzesverstöße.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die Berufung des Klägers ist ohne Erfolg geblieben (OLG Hamburg AfP 1993, 491). Nachdem seine Revision im übrigen nicht angenommen worden ist, verfolgt der Kläger im Revisionsverfahren noch den genannten Unterlassungsantrag weiter. Die Beklagte beantragt, die Revision insoweit zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Die Prozeßführungsbefugnis des Klägers ist gegeben.

Maßgebend für die Beurteilung der Prozeßführungsbefugnis ist § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG in der Fassung des am 1. August 1994 in Kraft getretenen Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 25. Juli 1994 (BGBl. I S. 1738), da die Neufassung auch schon in anhängigen Verfahren anzuwenden ist. Die Voraussetzungen dieser Vorschrift erfüllt der Kläger jedenfalls deshalb, weil ihm der Verband der Zeitschriftenverlage sowie Fachverbände von Unternehmen der Bürowirtschaft und Großversandhäuser, die Waren gleicher Art vertreiben, angehören (vgl. BGH, Urt. v. 10.11.1994 - I ZR 147/92, Umdr. S. 5 - Schlußverkaufswerbung II, zur Veröffentlichung vorgesehen).

II. Nach Ansicht des Berufungsgerichts stellt es keinen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung und demgemäß auch keinen Wettbewerbsverstoß dar, wenn ein Unternehmen mit Sitz und Versandanschrift in den USA oder sonst im Ausland die Preise für seine EDV-Angebote ausschließlich in US-Dollar angibt, sofern die Preise tatsächlich in dieser Währung zu zahlen sind. Das Berufungsgericht hat dazu ausgeführt, der Kläger habe nicht hinreichend dargetan, daß diese Preisangabe mit der allgemeinen Verkehrsauffassung nicht in Einklang stehe. Ebenso folge aus den Grundsätzen der Preisklarheit und Preiswahrheit kein Verbot der Preisangabe in US-Dollar. Wenn ein Preis in dieser Währung entrichtet werden müsse, diene eine Angabe in Deutscher Mark nicht der Preiswahrheit und Preisklarheit. Die Preisangabenverordnung verlange nicht, daß Preise ausschließlich in Deutscher Mark gefordert würden.

III. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung stand. Der geltend gemachte Unterlassungsanspruch ist unbegründet. Auf die Frage, ob die Anzeige eine Handlung betrifft, die geeignet ist, den Wettbewerb auf dem betreffenden Markt wesentlich zu beeinträchtigen, wie § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG n.F. fordert, kommt es dabei nicht mehr an.

1. Ein Unterlassungsanspruch aus § 1 UWG in Verbindung mit § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV steht dem Kläger schon deshalb nicht zu, weil § 1 PAngV ein ausländisches Unternehmen, das - wie dies hier der Fall ist - für seine im Ausland zu bestellende Ware Bezahlung in ausländischer Währung verlangt, nicht verpflichtet, statt oder neben diesem tatsächlich verlangten Preis einen Preis in Deutscher Mark anzugeben (a.A.

Gimbel/Boest, Die neue Preisangabenverordnung, § 1 Anm. 15; Fuhrmann in Erbs/Kohlhaas, Strafrechtliche Nebengesetze, Preisangabenverordnung, § 1 Anm. 6 d/S. 17; vgl. dazu auch OLG Frankfurt a.M. NJW-RR 1990, 235, 236).

Nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV sind bei einer Werbung gegenüber Letztverbrauchern die Endpreise anzugeben. Die Preisangabenverordnung zwingt ein werbendes Unternehmen nicht, Endpreise zu bilden, die es von sich aus nicht fordern will. Ebensowenig verlangt die Preisangabenverordnung die Angabe von Endpreisen, die nicht dem wirklichen Angebot entsprechen und dem Endverbraucher deshalb auch nicht in Rechnung gestellt werden (vgl. dazu BGH, Urt. v. 11.6.1992 - I ZR 161/90, GRUR 1992, 857, 858 = WRP 1992, 696 - Teilzahlungspreis I; Urt. v. 22.10.1992 - I ZR 284/90, GRUR 1993, 127 = WRP 1993, 108 - Teilzahlungspreis II).

Die von den Letztverbrauchern zu zahlenden Preise sind hier die in US-Dollar angegebenen Preise. Dies wäre auch dann nicht anders, wenn die Vorschrift des § 244 BGB anwendbar sein sollte, wonach die Zahlung auf eine in ausländischer Währung ausgedrückte Geldschuld, die im Inland zu zahlen ist, grundsätzlich auch in Deutscher Mark erfolgen kann. Damit wird dem Schuldner nur eine Zahlungsmodalität eröffnet; für die Höhe der Schuld bleibt der in ausländischer Währung angegebene Betrag maßgebend (§ 244 Abs. 2 BGB).

Eine Pflicht zur Angabe von Preisen in Deutscher Mark ergibt sich hier auch nicht aus dem Ziel der Preisangabenverordnung, dem Verbraucher Klarheit über die Preise und deren Gestaltung zu verschaffen und zugleich zu verhindern,

daß er seine Preisvorstellungen anhand untereinander nicht vergleichbarer Preise gewinnen muß (vgl. BGH, Urt. v. 21.5.1992 - I ZR 141/90, GRUR 1992, 856, 857 = WRP 1992, 695 - Kilopreise IV m.w.N.). Denn diese Zielsetzung bezieht sich auf die Preisangabe als solche, nicht darauf, welche Preise gefordert werden. Aus diesem Grund kommt es bei der Anwendung der Preisangabenverordnung auch nicht darauf an, ob die angesprochenen Verkehrskreise in deutschsprachigen Anzeigen, die in deutschen Zeitschriften erscheinen, Preisangaben in Deutscher Mark erwarten. Eine Preisangabe in Deutscher Mark würde vorliegend zudem, wenn die vertragliche Verpflichtung in ausländischer Währung eingegangen werden soll, weder dem Grundsatz der Preisklarheit noch dem Grundsatz der Preiswahrheit entsprechen (vgl. § 1 Abs. 6 Satz 1 PAngV). Der Preiswahrheit wäre nicht gedient, weil der in ausländischer Währung geschuldete Betrag letztlich dafür maßgebend ist, wieviel gegebenenfalls in Deutscher Mark zu zahlen ist. Die Preisklarheit würde beeinträchtigt, weil das Schwanken der Wechselkurse zu Unsicherheiten führen würde, welcher Preis letztlich zu zahlen ist.

Besondere Umstände, aus denen sich ergeben könnte, daß die Preisangabe in ausländischer Währung im konkreten Fall auch unabhängig von den Vorschriften der Preisangabenverordnung im Sinne des § 1 UWG wettbewerbsrechtlich unlauter ist, sind nicht ersichtlich.

2. Entgegen der Ansicht der Revision ist der Unterlassungsanspruch auch nicht unter dem Gesichtspunkt der irreführenden Werbung (§ 3 UWG) begründet. Der Ansicht, daß eine Preisangabe für Massenartikel in ausländischer Währung zur

Irreführung geeignet ist, wenn sie in einer deutschsprachigen Werbeanzeige einer deutschsprachigen Zeitschrift enthalten ist, kann in dieser Allgemeinheit nicht zugestimmt werden. Ob eine Preisangabe in ausländischer Währung irreführend sein kann, hängt vielmehr von den Umständen des Einzelfalls ab, die vorliegend für die Annahme einer Täuschung der Verbraucher keine hinreichende Grundlage bilden.

IV. Die Revision des Klägers war danach, soweit über sie nicht bereits durch Nichtannahme entschieden worden ist, zurückzuweisen. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

Piper

Teplitzky

Erdmann

v. Ungern-Sternberg

Starck