BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

TEIL-VERSÄUMNIS- und ENDURTEIL

I ZR 22/05

Verkündet am:
4. Oktober 2007
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

Umsatzsteuerhinweis

UWG §§ 3, 4 Nr. 11; PAngV § 1 Abs. 2 und 6;
BGB-InfoV § 1 Abs. 4 Nr. 3b

a) Wer im Fernabsatz für Waren oder Leistungen unter Angabe von Preisen wirbt, muss darauf hinweisen, dass der geforderte Preis die Umsatzsteuer enthält.

b) Gelten bei einem Fernabsatzgeschäft über die Lieferung von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen die gesetzlichen Gewährleistungsvorschriften, braucht ein Unternehmer den Verbraucher nicht nach § 1 Abs. 4 Nr. 3b BGB-InfoV auf diesen Umstand und auf den Inhalt der gesetzlichen Bestimmungen hinzuweisen.

BGH, Teil-Versäumnis- und Endurteil v. 4.10.2007 - I ZR 22/05 - OLG Hamburg
LG Hamburg

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 4. Oktober 2007 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Bornkamm und die Richter Pokrant, Prof. Dr. Büscher, Dr. Bergmann und Dr. Kirchhoff

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg, 5. Zivilsenat, vom 23. Dezember 2004 insoweit aufgehoben, als die Beklagte nach dem Klageantrag zu 1g (Unterlassungsantrag ohne Insbesondere-Teil) sowie nach dem Klageantrag zu 2 verurteilt worden ist.

Im Umfang der Aufhebung wird die Berufung der Klägerin gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, KfH 16, vom 19. Dezember 2003 zurückgewiesen.

Das weitergehende Rechtsmittel der Beklagten, das sich gegen die Verurteilung zur Unterlassung nach dem Insbesondere-Teil des Klageantrags zu 1g ("es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken gegenüber Verbrauchern für Produkte, die im Wege des Fernabsatzes abgesetzt werden, in Printmedien mit Ausnahme von Katalogen, im Fernsehen oder im Radio unter Angabe der Telefonnummer oder Internetadresse, wie in den Anlagen K 1, K 2 oder K 3 geschehen, zu werben oder diese anzubieten") richtet, wird zurückgewiesen.

Von den Kosten des ersten und zweiten Rechtszuges fallen der Klägerin 97/100 und der Beklagten 3/100 zur Last. Von den Kosten der Revision trägt die Klägerin 3/4 und die Beklagte 1/4.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Parteien vertreiben im Inland im Wege des Fernabsatzes Oberbekleidung und Accessoires.

2 Die Beklagte warb in der Ausgabe Mai 2003 des H. Kulturmagazins "K. " für Kaschmirpullover und eine Armbanduhr. In der Anzeige war der jeweilige Verkaufspreis ohne einen Hinweis auf die im Preis enthaltene Umsatzsteuer angeführt. Zur Kontaktaufnahme mit der Beklagten waren deren Internetadresse und Telefonnummer angegeben.

3 Für die gleichen Produkte warb die Beklagte am 12. Mai 2003 in einem Werbespot im Rundfunk-Lokalsender "Radio H. " und im TV-Kanal "H. 1" mit den Angaben aus der Anzeigenwerbung.

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

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile

ANDROID APP ON Google play
JLaw – für Android

Available on the App Store
JLaw – für iOS

4 Die Klägerin hat die in der Anzeigenwerbung und den Werbespots der Beklagten enthaltenen Angaben als wettbewerbswidrig beanstandet. Sie hat geltend gemacht, die Werbung der Beklagten verstoße gegen die Preisangabenverordnung, weil ein Hinweis auf die im Verkaufspreis enthaltene Umsatzsteuer fehle. Ein Verstoß gegen die Informationspflichten im Fernabsatzhandel ergebe sich daraus, dass die Beklagte - was im Übrigen unstreitig ist - nicht spätestens bei Lieferung der Ware in Textform über die für den Verbraucher maßgeblichen Gewährleistungsregelungen informiere. Ein entsprechender Hinweis sei auch dann erforderlich, wenn mangels besonderer Vereinbarung die gesetzlichen Gewährleistungsvorschriften zur Anwendung kämen.

5 Die Klägerin hat - soweit für die Revisionsinstanz noch von Bedeutung - beantragt, die Beklagte zu verurteilen,

> es zu unterlassen,
>
> 1. im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken gegenüber Verbrauchern für Produkte, die im Wege des Fernabsatzes abgesetzt werden, in Printmedien mit Ausnahme von Katalogen, im Fernsehen oder im Radio unter Angabe der Telefonnummer oder Internetadresse - insbesondere wie in den Anlagen K 1, K 2 oder K 3 - zu werben oder diese anzubieten,
>
> ...
>
> g) ohne bei jedem angegebenen Preis darauf in unmittelbarem Zusammenhang mit diesem hinzuweisen, dass es sich um den Preis inklusive Mehrwertsteuer handelt;
>
> ...
>
> 2. im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken bei im Wege des Fernabsatzes abgesetzter Ware den Verbraucher nicht spätestens bei Lieferung der Ware in Textform über die Gewährleistungsregelungen zu informieren.

6 Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Auf die Berufung der Klägerin hat das Berufungsgericht das landgerichtliche Urteil abgeändert und der Klage mit den vorstehenden Anträgen stattgegeben (OLG Hamburg GRUR-RR 2005, 236).

7 Mit der (vom Senat zugelassenen) Revision verfolgt die Beklagte ihren Antrag auf Abweisung der Klage weiter.

Entscheidungsgründe:

8 I. Über die Revision ist - da die Klägerin trotz ordnungsgemäßer Ladung im Revisionsverhandlungstermin nicht vertreten war - auf Antrag der Beklagten durch Teilversäumnisurteil zu entscheiden, soweit zum Nachteil der Klägerin erkannt wird. Das Urteil beruht allerdings auch insoweit auf einer Sachprüfung (vgl. BGHZ 37, 79, 81).

9 II. Das Berufungsgericht hat die mit den Klageanträgen zu 1g und 2 verfolgten Unterlassungsansprüche nach §§ 3, 4 Nr. 11, § 8 Abs. 1 und 3 Nr. 1 UWG als begründet erachtet und hierzu ausgeführt:

10 Die Beklagte habe gegen die sich aus § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 PAngV im Fernabsatzhandel ergebende Verpflichtung verstoßen, bei einem in der Werbung angegebenen Preis darauf hinzuweisen, dass dieser die Umsatzsteuer enthalte.

11 Nach § 1 Abs. 3 Nr. 3 BGB-InfoV (a.F.) sei die Beklagte beim Handel im Fernabsatz gehalten, spätestens bei Lieferung der Ware in Textform über die Gewährleistungsregelungen einschließlich der gesetzlichen Gewährleistungsregeln zu informieren. Dieser Verpflichtung sei die Beklagte nicht nachgekommen.

12 III. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision der Beklagten hat teilweise Erfolg.

13 1. Unterlassungsantrag zu 1g

14 Die gegen die Verurteilung nach dem Klageantrag zu 1g gerichtete Revision ist nur begründet, soweit die Beklagte über den Insbesondere-Teil hinaus zur Unterlassung verurteilt worden ist. Der Klägerin steht der mit dem Klageantrag zu 1g verfolgte Unterlassungsanspruch nach § 1 UWG a.F., §§ 3, 4 Nr. 11, § 8 Abs. 1 und 3 Nr. 1 UWG i.V. mit § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 PAngV nur insoweit zu, als er gegen die konkrete Werbung gerichtet ist, wie sie in den Anlagen K 1, K 2 und K 3 wiedergegeben ist.

15 a) Entgegen der Ansicht der Revision ist der Klageantrag zu 1g allerdings hinreichend bestimmt i.S. von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

16 Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Verbotsantrag nicht derart undeutlich gefasst sein, dass Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 Abs. 1 Satz 1 ZPO) nicht erkennbar abgegrenzt sind, sich der Beklagte deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und letztlich die Entscheidung darüber, was dem Beklagten verboten ist, dem Vollstreckungsgericht überlassen bliebe (st. Rspr.; BGHZ 156, 1, 8 f. - Paperboy;

BGH, Urt. v. 4.5.2005 - I ZR 127/02, GRUR 2005, 692, 693 = WRP 2005, 1009 - "statt"-Preis). Aus diesem Grund sind insbesondere Unterlassungsanträge, die lediglich den Wortlaut eines Gesetzes wiederholen, grundsätzlich als zu unbestimmt und damit unzulässig anzusehen. Etwas anderes kann gelten, wenn entweder bereits der gesetzliche Verbotstatbestand selbst entsprechend eindeutig und konkret gefasst oder der Anwendungsbereich einer Rechtsnorm durch eine gefestigte Auslegung geklärt ist, sowie auch dann, wenn der Kläger hinreichend deutlich macht, dass er nicht ein Verbot im Umfang des Gesetzeswortlauts beansprucht, sondern sich mit seinem Unterlassungsbegehren an der konkreten Verletzungshandlung orientiert (BGH, Urt. v. 16.11.2006 - I ZR 191/03, GRUR 2007, 607 Tz. 16 = WRP 2007, 775 - Telefonwerbung für "Individualverträge").

17 Den nach diesen Maßstäben zu stellenden Anforderungen an die Bestimmtheit genügt der Unterlassungsantrag zu 1g. Die zur Umschreibung des Verbots verwendeten Begriffe sind hinreichend konkret gefasst und zwischen den Parteien nicht umstritten. Dies gilt auch für die Formulierung "in unmittelbarem Zusammenhang", in dem sich Preisangabe und Hinweis zur darin enthaltenen Umsatzsteuer befinden sollen. Damit wird eine unmittelbare räumliche Nähe bezeichnet.

18 b) Ohne Erfolg macht die Revision weiter geltend, das Berufungsgericht habe die Beklagte ohne Beschränkung auf bestimmte Werbemedien verurteilt. Dadurch habe das Berufungsgericht entweder gegen § 308 Abs. 1 ZPO verstoßen, indem es der Klägerin etwas zugesprochen, was sie nicht beantragt habe, oder einem unschlüssigen Klageantrag stattgegeben.

19 Der Klageantrag zu 1g und die darauf beruhende Verurteilung durch das Berufungsgericht sind jedoch auf ein Verbot beschränkt, das sich gegen eine Werbung in Printmedien (ohne Kataloge), im Radio und im Fernsehen richtet. Entgegen der Ansicht der Revision wird etwa eine Werbung im Internet vom Klageantrag nicht umfasst. Das folgt aus dem eindeutigen Wortlaut des Klageantrags und der Urteilsformel, auf den zunächst für die Auslegung der Reichweite des Verbotsausspruchs abzustellen ist (BGH, Urt. v. 14.11.2002 - I ZR 199/00, GRUR 2003, 231, 232 = WRP 2003, 279 - Staatsbibliothek). Für eine vom Wortsinn abweichende Auslegung zeigt die Revision keine Gesichtspunkte auf.

20 c) Die Klägerin kann nicht gemäß § 1 UWG a.F., §§ 3, 4 Nr. 11, § 8 Abs. 1 und 3 Nr. 1 UWG i.V. mit § 1 PAngV von der Beklagten verlangen, dass diese eine Werbung in den näher bezeichneten Medien unterlässt, weil ein Hinweis auf die in den Preisen enthaltene Umsatzsteuer in unmittelbarem Zusammenhang mit der Preisangabe fehlt.

21 aa) Die Bestimmungen der Preisangabenverordnung sind gesetzliche Vorschriften, die im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten regeln (vgl. BGH, Urt. v. 15.1.2004 - I ZR 180/01, GRUR 2004, 435, 436 = WRP 2004, 490 - FrühlingsgeFlüge; Urt. v. 2.6.2005 - I ZR 252/02, GRUR 2006, 164 Tz. 18 = WRP 2006, 84 - Aktivierungskosten II; Urt. v. 4.10.2007 - I ZR 143/04, GRUR 2008, 84 = WRP 2008, 98 Tz. 25 - Versandkosten).

22 bb) Eine Verpflichtung, den entsprechenden Hinweis in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der Preisangabe wiederzugeben, ergibt sich jedoch nicht aus § 1 PAngV.

23 Die Vorschrift des § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 PAngV bestimmt nicht, wie der Hinweis auf die im Preis enthaltene Umsatzsteuer beschaffen sein muss. Ein entsprechendes Gebot, in unmittelbarem Zusammenhang mit dem angegebenen Preis auf die darin enthaltene Umsatzsteuer hinzuweisen, folgt auch nicht aus § 1 Abs. 6 Satz 1 und 2 PAngV. Weder die Grundsätze der Preisklarheit und Preiswahrheit nach § 1 Abs. 6 Satz 1 PAngV noch das Gebot des § 1 Abs. 6 Satz 2 PAngV, wonach die nach der Preisangabenverordnung notwendigen Angaben eindeutig zuzuordnen, leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar sein müssen, erfordern, dass ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen dem angegebenen Preis und dem in Rede stehenden Hinweis besteht (vgl. BGH GRUR 2008, 84 Tz. 29 - Versandkosten). Vielmehr reicht es in der Anzeigenwerbung aus, wenn der Hinweis zur Umsatzsteuer räumlich eindeutig dem Preis zugeordnet ist. Dies kann auch durch einen klaren und unmissverständlichen Sternchenhinweis geschehen, wenn dadurch die Zuordnung des Hinweises zum Preis gewahrt bleibt (BGHZ 139, 368, 377 - Handy für 0,00 DM). Auch für die Werbespots ergibt sich keine Verpflichtung, Preis und Hinweis in unmittelbarem Zusammenhang wiederzugeben.

24 d) Die Revision hat dagegen keinen Erfolg, soweit sie sich auch gegen die Verurteilung nach dem Insbesondere-Antrag zu 1g richtet.

25 aa) Mit diesem Teil des Unterlassungsantrags zu 1g wendet sich die Klägerin dagegen, dass die Beklagte, wie in der in den Anlagen K 1, K 2 und K 3 aufgeführten Werbung geschehen, ohne Hinweis auf die in den Preisen enthaltene Umsatzsteuer geworben hat.

26 Der Insbesondere-Teil des Unterlassungsantrags zu 1g ist als Minus in dem weitergehenden verallgemeinernden Teil des Unterlassungsantrags enthalten (vgl. BGH, Urt. v. 10.12.1998 - I ZR 141/96, GRUR 1999, 509, 511 = WRP 1999, 421 - Vorratslücken; Urt. v. 3.12.1998 - I ZR 74/96, GRUR 1999, 760 = WRP 1999, 842 - Auslaufmodelle II; Urt. v. 2.10.2003 - I ZR 117/01, GRUR 2004, 247, 248 = WRP 2004, 337 - Krankenkassenzulassung). Dies ergibt sich aus der Klagebegründung, die zur Auslegung des Klageantrags heranzuziehen ist (BGHZ 152, 268, 274 - Dresdner Christstollen). Dem Klagevortrag ist zu entnehmen, dass die Klägerin die konkrete Werbung mit Preisangaben auch deshalb beanstandet, weil die Umsatzsteuer überhaupt nicht genannt wird.

27 bb) Der gegen die konkrete Werbung gerichtete Unterlassungsanspruch ergibt sich aus § 1 UWG a.F., §§ 3, 4 Nr. 11, § 8 Abs. 1 und 3 Nr. 1 UWG i.V. mit § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 PAngV. Nach § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 PAngV hat derjenige, der dem Letztverbraucher gewerbsmäßig Waren oder Leistungen zum Abschluss eines Fernabsatzvertrages anbietet, anzugeben, dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer enthalten.

28 Zu Recht ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, dass die Vorschrift auch die Werbung für konkrete Waren oder Leistungen unter Angabe von Preisen erfasst (Harte/Henning/Völker, UWG, § 1 PAngV Rdn. 37; Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Aufl., § 2 PAngV Rdn. 15; MünchKomm.UWG/Ernst, Anh. §§ 1-7 UWG G, § 1 PAngV Rdn. 33). Dies folgt aus einer richtlinienkonformen Auslegung des § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 PAngV. Nach Art. 5 Abs. 2 der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr im Binnenmarkt haben die Mitgliedstaaten, soweit Dienste der Informationsgesellschaft auf Preise Bezug nehmen, zumindest dafür Sorge zu

tragen, dass insbesondere angegeben wird, ob Steuern in den Preisen enthalten sind. Nach der Begründung zur Vierten Verordnung zur Änderung der Preisangabenverordnung sollte - um unnötige Nachfragen und Missverständnisse zu vermeiden - durch den neugefassten § 1 Abs. 2 PAngV eine generelle Pflicht der Anbieter begründet werden, im Fernabsatz anzugeben, dass die Umsatzsteuer im Preis enthalten ist (BR-Drucks. 579/02, S. 7).

29 Entgegen der Ansicht der Revision ist ein Hinweis auf die im Preis eingeschlossene Umsatzsteuer auch nicht wegen einer Werbung mit Selbstverständlichkeiten irreführend i.S. von § 3 UWG a.F., §§ 3, 5 UWG. Als eine in diesem Sinne irreführende Werbung mit Selbstverständlichkeiten ist eine Preiswerbung mit dem Hinweis auf eine darin enthaltene Umsatzsteuer nur anzusehen, wenn der Umsatzsteuerhinweis werbemäßig als Besonderheit herausgestellt wird (BGH, Urt. v. 5.7.1990 - I ZR 217/88, GRUR 1990, 1029, 1030 = WRP 1991, 29 - incl. MwSt. III; Urt. v. 15.11.1990 - I ZR 30/89, GRUR 1991, 323 = WRP 1991, 221 - incl. MwSt. IV). Die Beklagte kann daher in einer Art und Weise auf die im Preis enthaltene Umsatzsteuer hinweisen, ohne gegen das Irreführungsverbot zu verstoßen.

30 2. Unterlassungsantrag zu 2

31 Die Revision hat weiterhin Erfolg, soweit sie gegen die Verurteilung nach dem Unterlassungsantrag zu 2 gerichtet ist.

32 a) Entgegen der Ansicht der Revision ist der Antrag allerdings hinreichend bestimmt i.S. von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Das beantragte Verbot orientiert sich nach dem Klagevorbringen an der konkreten Verletzungsform.

33 b) Der Klägerin steht der begehrte Unterlassungsanspruch nach § 1 UWG a.F., §§ 3, 4 Nr. 11, § 8 Abs. 1 und 3 Nr. 1 UWG i.V. mit § 312 c Abs. 2 BGB, § 1 Abs. 3 Nr. 3 BGB-InfoV a.F., § 1 Abs. 4 Nr. 3b BGB-InfoV indes nicht zu, weil ein Verstoß gegen die Informationspflichten nach diesen Bestimmungen der BGB-InfoV nicht gegeben ist.

34 Mit dem Klageantrag zu 2 beanstandet die Klägerin eine Verletzung der Informationspflichten auch dann, wenn die Beklagte die Verbraucher über gesetzliche Gewährleistungsbestimmungen nicht informiert.

35 Zu einer Information der Verbraucher darüber, dass dem Vertragsverhältnis die gesetzlichen Gewährleistungsvorschriften zugrunde liegen und welchen Inhalt diese Bestimmungen haben, ist die Beklagte nach § 312c Abs. 2 BGB, § 1 Abs. 3 Nr. 3 BGB-InfoV a.F., § 1 Abs. 4 Nr. 3b BGB-InfoV nicht verpflichtet (vgl. Staudinger/Thüsing, BGB [2005], § 312c Rdn. 121; Lütcke, Fernabsatzrecht, (2002), § 312c BGB Rdn. 93; Härting, FernAbsG, (2000), § 2 Rdn. 174; Bamberger/Roth/Schmidt-Räntsch, BGB, 2. Aufl., § 312c Anh. 1, § 1 BGB-InfoV Rdn. 52; a.A. MünchKomm.BGB/Wendehorst, 5. Aufl., § 312c Rdn. 66; Erman/Saenger, BGB, 11. Aufl., § 312c Rdn. 33; HK-VertriebsR-Tonner, 2002, § 312c BGB Rdn. 105; Wilmer/Hahn, Fernabsatzrecht, 2. Aufl., Kap. XIX Rdn. 33; differenzierend Palandt/Grüneberg, BGB, 66. Aufl., BGB-InfoV § 1 Rdn. 22).

36 § 1 Abs. 3 Nr. 3 BGB-InfoV a.F., § 1 Abs. 4 Nr. 3b BGB-InfoV geben keinen Anhalt dafür, dass nicht nur zwischen den Parteien vereinbarte Gewährleistungsbedingungen, sondern auch die gesetzlichen Gewährleistungsvorschriften von der Informationspflicht erfasst sein sollen. Art. 5 Abs. 1 Unterabsatz 2 Spiegelstrich 3 der Fernabsatzrichtlinie, die durch § 1 Abs. 3

Nr. 3 BGB-InfoV a.F. und § 1 Abs. 4 Nr. 3b BGB-InfoV umgesetzt worden ist, führt Informationen über einen Kundendienst und Garantiebedingungen an. Der Verordnungsgeber hat in § 1 Abs. 3 Nr. 3 BGB-InfoV a.F., § 1 Abs. 4 Nr. 3b BGB-InfoV den Richtlinientext nicht wörtlich übernommen, sondern eine Informationspflicht über Gewährleistungsbedingungen ausdrücklich angeführt. Das ändert aber nichts daran, dass es sich bei Bedingungen um typischerweise rechtsgeschäftlich gesetzte Regelungen handelt. An deren Kenntnis hat der Verbraucher ein besonderes Interesse, weil er sich über rechtsgeschäftlich vereinbarte Regelungen nur bei seinem Vertragspartner informieren kann. Dagegen besteht auch unter Berücksichtigung des spezifischen Charakters von Fernabsatzgeschäften kein besonderes Interesse des Verbrauchers an einem besonderen Hinweis, dass die gesetzlichen Gewährleistungsvorschriften gelten und welchen Inhalt diese haben. Auch ein besonderes Schutzbedürfnis der Verbraucher bei Fernabsatzgeschäften besteht in dieser Hinsicht nicht.

37 IV. Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 1 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus § 708 Nr. 2 ZPO.

Bornkamm Pokrant Büscher

Bergmann Kirchhoff

Vorinstanzen:
LG Hamburg, Entscheidung vom 19.12.2003 - 416 O 222/03 -
OLG Hamburg, Entscheidung vom 23.12.2004 - 5 U 17/04 -