

A

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 1; PreisangabenVO (VO PR Nr. 3/73 vom 10. Mai 1973,
(BGBl I S. 461) § 1 Abs. 1 Satz 1, Abs. 4

Effektiver Jahreszins bei
Kreditangeboten

Der Begriff des "Anbietens" nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO umfaßt über Vertragsanträge nach § 145 BGB hinaus in einem rein tatsächlichen Sinne jede Erklärung eines Kaufmanns, die der Verkehr üblicherweise als Angebot auffaßt.

Bei Kreditangeboten in diesem Sinne muß daher der effektive Jahreszins auch dann angegeben werden, wenn der Kredit durch Kreditvermittler angeboten wird und das Angebot in einer überregionalen Zeitschrift mit Massenauflage erscheint.

BGH, Urt. v. 16. Januar 1980 - I ZR 25/78 - OLG Hamm

LG Essen

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 25/78

URTEIL

Verkündet am

16. Januar 1980

Schnurr,

Justizhauptsekretärin

als Urkundsbeamter

der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

2

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 16. Januar 1980 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Alff, Dr. Merkel, Dr. Zülch und Dr. Piper

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm vom 29. November 1977 aufgehoben.

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 2. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Essen vom 29. April 1977 wird zurückgewiesen.

Die Beklagte hat die Kosten beider Rechtsmittel zu tragen.

Von Rechts wegen



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



[JLaw – für Android](#)



[JLaw – für iOS](#)

Tatbestand

Die Beklagte befaßt sich mit der Vermittlung von Krediten. Im Mai 1976 veröffentlichte sie in der Rundfunk- und Fernsehzeitschrift "Hör-Zu" ein Inserat, dem in Postkartengröße der nachfolgend wiedergegebene "Anforderungsscheck für Barauszahlungen" beigelegt war:

Barkredit Anforderungs-Scheck

Mit diesem Scheck können jetzt alle Familien und Einzelpersonen Barkredite bis DM 12.000,- anfordern. Die Auszahlung erfolgt durch die DEUTSCHE BUNDESPOST. Damit ist eine persönliche Vorsprache bei der Bank nicht mehr erforderlich.

Hinweis: Für diesen Barkredit benötigen Sie keinen Bürgen. Das Geld wird zur freien Verfügung ausbezahlt und kann somit auch zur Erledigung bestehender Schulden verwendet werden.

Kredit-Betrag	Monatsrate
☐ DM 2.000,-	☐ DM 75,-
☐ DM 4.000,-	☐ DM 125,-
☐ DM 6.000,-	☐ DM 175,-
☐ DM 8.000,-	☐ DM 225,-
☐ DM 10.000,-	☐ DM 275,-
☐ DM 12.000,-	☐ DM 325,-

☐ Gewünschte Beträge ankreuzen

Antwort
Drucksache

Nicht
frankieren!
Karte einfach
abheften.

An



Allgemeine Verbraucher-Kredit GmbH
- Beschaffungsgesellschaft -

aus "Hör-Zu" 20. Woche 1976

Kredit-Nr. 03116000 Kennziffer 0537618

Allgemeiner Verbraucher-Kredit
- Anforderungsscheck für Barauszahlungen -



Ich bitte um Auszahlung eines Barkredits in Höhe von

DM (bis 12.000,- DM)

Deutsche Mark in Buchstaben

Ich wünsche Zustellung direkt ins Haus und bitte um Abwicklung und Auszahlung im Laufe der kommenden Woche (werktags) von

☐ 7.00-9.00 Uhr (Frühdienst) ☐ 13.00-17.00 Uhr ☐ 19.30-22.00 Uhr (Spätdienst) ☐ oder samstags um ... Uhr

☐ 9.00-13.00 Uhr ☐ 17.00-19.30 Uhr (Spätdienst)

(Die Bearbeitungsgebühr von Frh. 80,- oder Samstagsdienst ist gebührenfrei. Die Gebühr beträgt DM 1,- und wird vom Auszahlungsbetrag abgezogen.)

Vorname _____ Name _____

Geb. am _____

Wohnort _____ Straße _____

Eingang am ☒ Sachbearbeiter ☒ Betrag angewiesen am ☒ Konto ☒ Postüberweisung

36060488J 20H

Die Klägerin, eine Vereinigung gegen unlauteren Wettbewerb, hat beanstandet, daß der Anforderungsscheck keine Angaben über die Zahl der zu erbringenden Monatsraten und den effektiven Jahreszins enthalte. Sie ist der Meinung, daß das Inserat in der vorliegenden Form gegen §§ 1 und 3 UWG und gegen die Vorschriften der Verordnung über Preisangaben (VO PR Nr. 3/73) vom 10. Mai 1973 (BGBl I S. 461) - PreisangabenVO - verstoße.

Die Klägerin hat beantragt,

der Beklagten zu verbieten im geschäftlichen Verkehr

- a) für die Vermittlung von Krediten an Letztverbraucher mit Gegenüberstellungen von Kreditbeträgen und Monatsraten zu werben, ohne die Zahl der zu erbringenden Monatsraten anzugeben und den effektiven Jahreszins herauszustellen,
- b) Letztverbrauchern gegenüber konkrete Kreditvermittlungsangebote mit dem Hinweis zu machen:
"Mit diesem Scheck können jetzt alle Familien und Einzelpersonen Barkredite bis zu 12.000,-- DM anfordern. Die Auszahlung erfolgt durch die Deutsche Bundespost. Damit ist eine persönliche Vorsprache bei der Bank nicht mehr erforderlich",
sofern nicht der "effektive Jahreszins" angegeben ist.

Die Beklagte hat geltend gemacht, die Anzeige sei weder unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten zu beanstanden noch verstoße sie gegen die PreisangabenVO. Es handele sich um eine Werbemaßnahme, wie sie bei zahlreichen Banken und Sparkassen zu beobachten sei. Da das Inserat Einzelangaben über Zinsen oder Unkosten nicht enthalte, sei es auch nicht notwendig, den effektiven Jahreszins anzugeben.

Das Landgericht hat der Klage in vollem Umfang stattgegeben. Mit der Berufung hat die Beklagte lediglich der Verurteilung zu b widersprochen. Den Urteilsausspruch zu a hat sie rechtskräftig werden lassen. Das Oberlandesgericht hat auf die Berufung das Urteil des Landgerichts abgeändert und die Klage zu b abgewiesen. Dagegen richtet sich die Revision der Klägerin, die den Klageantrag zu b weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus, es sei kein Verstoß gegen die Bestimmungen der PreisangabenVO, wenn die Beklagte mit dem im Rahmen des Klageantrags zu b allein noch zu beurteilenden Text ohne Angabe eines effektiven Jahreszinses um Kunden werbe. § 1 PreisangabenVO mache die Angabe von Endpreisen (effektiven Jahreszinsen) nur zur Pflicht, wenn Waren oder Leistungen (Kredite) angeboten würden oder unter Angabe von Preisen (Zinsen) dafür geworben würde. Da der allein noch in Rede stehende Werbetext keine Zinsen enthalte, komme die Angabe des effektiven Jahreszinses nur in Frage, wenn die Beklagte Kredit angeboten hätte. Das sei aber nicht der Fall.

Es könne offen bleiben, ob nur ein Einzelangebot im Sinne des allgemeinen Vertragsrechts (§ 145 BGB) zur Angabe des Endpreises oder des effektiven Jahreszinses nach § 1 Abs. 1, 4 PreisangabenVO verpflichte. Für ein solches Angebot spreche zwar die Bezeichnung als Anforderungsscheck, seine Herauslösbarkeit aus der Zeitschrift und der Text, der allen Familien und Einzelpersonen Barkredite in Aussicht stelle. Angesichts der Verbreitung in einer überörtlichen Wochenschrift mit Riesenauflage sowie mit Rücksicht darauf, daß es sich bei den angebotenen Leistungen der Beklagten lediglich um nicht individualisierte Kreditverschaffungsdienste handele, könne aber das Inserat nicht als Angebot im Sinne von § 1 Abs. 1 PreisangabenVO verstanden werden. In der angebotenen globalen Vermittlungsleistung liege ebensowenig ein individualisiertes Leistungsangebot wie beispielsweise in der globalen Werbung für ein undifferenziertes Warensortiment in seiner Gesamtheit. Damit entfalle sowohl ein Verstoß gegen die PreisangabenVO als auch gegen § 1 UWG. Aber auch nach § 3 UWG sei das Verhalten der Beklagten nicht als wettbewerbswidrig anzusehen. Da Preisangaben für eine Werbung der vorliegenden Art gesetzlich nicht vorgeschrieben seien, könnten Unklarheiten des Publikums hier nicht als eine wettbewerbsrechtlich relevante Irreführung des Verkehrs angesehen werden. Ein Wettbewerbsverstoß der Beklagten scheide daher unter jedem rechtlichen Gesichtspunkt aus.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg. Sie führen zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Zurückweisung der Berufung.

1. Die bei der Entscheidung der anhängigen Streitsache heranzuziehenden Vorschriften des § 1 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 4 PreisangabenVO hält der Senat für verfassungskonform. Entgegen der Auffassung von Praxl (WM 1979, 2) finden sie ihre gesetz-

liche Stütze in § 2 des Preisgesetzes und entsprechen damit Art. 80 Abs. 1 GG. Das gilt jedenfalls dann, wenn es sich - wie hier - um die Anwendung dieser Vorschriften auf Ratenkredite handelt, bei denen eine Angabe des effektiven Jahreszinses ohne weiteres möglich ist.

2. In der anhängigen Streitsache ist nicht zu prüfen, ob der "Anforderungsscheck für Barauszahlungen" in der vorliegenden Form wettbewerbsrechtlich überhaupt zulässig ist. Nach den Klageanträgen, wie sie im zweiten Rechtszug allein noch zu beurteilen waren, ist nur zu befinden, ob der Scheck mit seinen vor- und rückseitigen Angaben, soweit diese vom Klageantrag zu b erfaßt werden, gegen § 1 Abs. 1 und 4 PreisangabenVO und § 1 UWG verstößt. Die Entscheidung dieser Frage hängt davon ab, wie die in § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO verwendeten Begriffe des "Anbietens" und "Werbens" voneinander abzugrenzen sind.

Nach § 1 Abs. 1 Satz 1 und Abs. 4 PreisangabenVO ist zwischen dem Anbieten von Waren, Leistungen und Krediten und dem Werben dafür zu unterscheiden. Während bei einem Angebot im Sinne dieser Vorschriften die Preisangabe einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Endpreis) stets erforderlich ist, brauchen bei der Werbung die Endpreise bzw. Zinsen nur angegeben zu werden, wenn überhaupt (Einzel-)Preise genannt worden sind (§ 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO). Zutreffend ist deshalb das Berufungsgericht davon ausgegangen, daß der jetzt allein noch zu beurteilende Anzeigentext, weil er keinerlei Angaben über Preise und Zinsen enthält, die Angabe eines effektiven Jahreszinses nur enthalten müßte, wenn er im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO als Angebot und nicht als Werbung zu beurteilen wäre. Soweit das Berufungsgericht dann jedoch das Vorliegen eines Angebots verneint hat, kann dem nicht zugestimmt werden.

Für die Beurteilung der Frage, unter welchen Voraussetzungen im Unterschied zur Werbung von einem Angebot im Sinne des § 1 PreisangabenVO gesprochen werden kann, ist wesentlich, daß die PreisangabenVO in ihren Regelungsbereich auch solche Angebote einbezieht, durch die über Vertragsanträge im Sinne des § 145 BGB hinaus der Kunde rechtlich zwar noch unverbindlich, tatsächlich aber schon gezielt auf den Kauf einer Ware, die Abnahme einer Leistung oder die Inanspruchnahme eines Kredits angesprochen wird. So trifft § 2 Abs. 1 PreisangabenVO Preisauszeichnungsbestimmungen auch für Waren, die im Schaufenster sichtbar ausgestellt werden. Nach herrschender Meinung ist aber das Ausstellen von Schaufensterware, auch wenn sie mit Preisangaben versehen ist, keine Vertragsofferte im Sinne des § 145 BGB, vielmehr wird der Kunde durch die ausgestellte Ware erst aufgefordert, ein verbindliches Vertragsangebot abzugeben (vgl. Palandt-Heinrichs, 39. Aufl., § 145 Anm. 1). Daraus folgt, daß ein "Anbieten" von Ware, Leistung oder Kredit im Sinne des § 1 PreisangabenVO nicht in dem engeren, rechtstechnischen Sinn des § 145 BGB zu verstehen ist, sondern daß es darüber hinaus entsprechend dem üblichen Sprachgebrauch immer dann anzunehmen ist, wenn mit ihm die Bereitschaft zum Ausdruck kommt, eine bestimmte Ware, Leistung oder Kredit gegen Entgelt zur Verfügung zu stellen. Das Angebot nach § 1 PreisangabenVO umfaßt also in einem rein tatsächlichen Sinn jede Erklärung eines Kaufmanns, die im Verkehr üblicherweise als ein Angebot an den Verbraucher verstanden wird. Das steht in Übereinstimmung mit dem Sinn und Zweck der Preisauszeichnungsvorschriften. Wie der Senat wiederholt ausgesprochen hat (GRUR 1973, 655 - Möbelauszeichnung; GRUR 1974, 281 - Clipper; GRUR 1979, 553, 554 - Luxus-Ferienhäuser) soll die PreisangabenVO den Verbraucher schützen. Sie soll der Preiswahrheit und Preisklarheit dienen (§ 1 Abs. 7 Satz 1), Preisvergleiche gestatten und es dem Verbraucher ermöglichen, sich schnell und zuverlässig

über das preisgünstigste Angebot zu informieren (siehe die amtlichen Begründungen zur PreisangabenVO, BAnz 1973, Nr. 97 S. 3, Ziff. I 1, und zur PreisauszeichnungsVO, BAnz 1969, Nr. 178 S. 3, Ziff. I 1). Diese Gesetzeszwecke erfordern es aber, dem Verbraucher den Preis jedenfalls dann mitzuteilen, wenn ihm durch eine Erklärung, die der Verkehr üblicherweise als Angebot auffaßt, die Bereitschaft zu einem Vertragsabschluß ausgedrückt wird.

Um ein solches Angebot handelt es sich hier. Mit dem "Anforderungsscheck für Barauszahlungen" hat die Beklagte dazu aufgefordert, bei ihr um Kredite ohne irgendwelche weiteren Formalitäten einzukommen. Diese Erklärung hat sie nicht nur in Form einer reinen Werbeanzeige abgegeben, sondern durch Beifügung eines aus der Zeitschrift herausnehmbaren Schecks, der nur noch mit den persönlichen Angaben des Antragstellers und dem gewünschten Kreditbetrag ausgefüllt und abgesandt zu werden brauchte. Die Bereitschaft zur Gewährung eines Kredits war damit hinreichend deutlich zum Ausdruck gelangt. Die Bedeutung dieser Umstände hat auch das Berufungsgericht nicht übersehen, wenn es ausführt, daß für ein Angebot der Beklagten die besondere Aufmachung der Werbung und der Werbetext spreche, der eine ausgeprägte Zielrichtung auf die angesprochenen Interessenten erkennen lasse. Es ist jedoch rechtsfehlerhaft, wenn das Berufungsgericht weiter das Vorliegen eines Angebots verneint, weil es sich bei dem Werbeträger um eine in Massenauflage erscheinende überregionale Wochenzeitschrift handele. Entgegen den Ausführungen im Berufungsurteil ist nicht zu erkennen, warum dem Verbraucher mit einer solchen Zeitschrift ein Angebot in dem hier erörterten Sinne nicht unterbreitet werden könnte. Darüber hinaus ist es ebenfalls rechtsfehlerhaft, wenn das Berufungsgericht das Kreditangebot der Beklagten für nicht hinreichend kon-

kretisiert ansieht und es mit einer "globalen Werbung für ein undifferenziertes Warensortiment in seiner Gesamtheit" vergleicht. Der Anzeigentext ist klar und unmißverständlich und läßt nicht zweifeln, daß der angesprochene Kunde neben seinen persönlichen Angaben nur noch den gewünschten Kreditbetrag einzusetzen braucht. Schließlich spielt es keine entscheidende Rolle, daß die Beklagte Kredite nur vermittelt, aber nicht selber gewährt. Auch Kreditvermittler unterfallen der Verpflichtung, bei Kreditangeboten im Sinne des § 1 PreisangabenVO den effektiven Jahreszins anzugeben. Denn da es sich hierbei um Offerten handelt, die der Verkehr in einem rein tatsächlichen Sinne als Angebot versteht, kommt es nicht darauf an, ob rechtlich der Handelnde selbst oder ein Dritter den angebotenen Kredit gewährt (vgl. die amtliche Begründung zur PreisangabenVO, aaO, Ziff. 2 zu § 1 Nr. 7; OLG Stuttgart, Die Justiz 1978, 245).

Entgegen den Ausführungen des Berufungsgerichts ist daher festzustellen, daß die Beklagte unter Verstoß gegen § 1 Abs. 1 Satz 1, Abs. 4 PreisangabenVO Letztverbrauchern gewerbsmäßig Kredit angeboten hat, ohne den effektiven Jahreszins anzugeben.

3. Der Gesetzesverstoß allein ergibt freilich noch nicht, daß das Verhalten der Beklagten auch wettbewerbswidrig ist. Nicht jede Mißachtung gesetzlicher Vorschriften kann als unlauter im Sinne von § 1 UWG gewertet werden. Zur Frage der Sittenwidrigkeit von Verstößen gegen Preisauszeichnungsvorschriften hat der Senat wiederholt ausgesprochen, daß es sich bei diesen Bestimmungen um wertneutrale Ordnungsvorschriften zum Schutze der Verbraucher handelt, die nicht Ausdruck einer sittlichen Wertung sind (GRUR 1973, 655 - Möbelauszeichnung; GRUR 1974, 281 -

Clipper; GRUR 1979, 553, 554 - Luxus-Ferienhäuser). Eine Verletzung wertneutraler Ordnungsvorschriften kann indessen dann wettbewerbswidrig sein, wenn sich ein Wettbewerber bewußt und planmäßig über solche Vorschriften hinwegsetzt, um sich einen sachlich nicht gerechtfertigten Vorsprung gegenüber gesetzestreuen Mitbewerbern zu verschaffen (BGH, aaO). Ob diese im Berufungsurteil unerörtert gebliebenen Voraussetzungen gegeben sind, kann der Senat im Streitfall abschließend entscheiden. Denn nach den Feststellungen des Berufungsgerichts ist davon auszugehen, daß die Beklagte die von der Klägerin beanstandeten Anzeigen in Kenntnis der Vorschriften der PreisangabenVO veröffentlicht hat. Auf das Bewußtsein der Rechtswidrigkeit kommt es nicht an (BGH GRUR 1974, 281, 282 - Clipper; 1979, 553, 554 - Luxus-Ferienhäuser). Darüber hinaus ist davon auszugehen, daß sich die Beklagte durch die beanstandete Anzeige einen sachlich nicht gerechtfertigten Wettbewerbsvorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern verschafft hat. Denn spricht der Wettbewerber, wie hier die Beklagte, den Kunden mit einem Angebot an, ohne den Preis zu nennen, kann er es sich zunutze machen, daß dieser nach dem Preis erst fragen muß, wenn er Interesse am Angebot hat. Damit aber verschafft er sich die Möglichkeit, das Angebot besonders zu empfehlen und eher zu einem Abschluß zu kommen, als es sonst der Fall wäre (vgl. BGH GRUR 1973, 655, 657 - Möbelauszeichnung).

4. Auf die Revision der Klägerin war daher das Berufungsurteil aufzuheben und die Berufung der Beklagten zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Alff

Merkel

Zülch

Piper