

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein

UWG §§ 1, 3

"Unverb. Preisempfehlung"

Zur Frage der irreführenden Werbung in einem - vom Verkehr zugleich als Verkaufswerbung verstandenen - Leasingangebot mit der Angabe des als "Unverb. Preisempfehlung des Importeurs" genannten Betrages ohne den Hinweis auf hinzutretende Überführungskosten.

BGH, Urt. v. 2. März 1989 - I ZR 70/87 - Kammergericht
Landgericht Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

19

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 70/87

URTEIL

Verkündet am:
2. März 1989
Kalus
Justizangestellte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Wolfgang H[REDACTED], handelnd unter der Geschäftsbezeichnung
A[REDACTED] Auto-H[REDACTED], L[REDACTED]straße [REDACTED], S[REDACTED],

Beklagter und Revisionskläger,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

Verband Sozialer Wettbewerb e.V., gesetzlich vertreten durch
den Vorstand, dieser vertreten durch den Geschäftsführer
Karl-Heinz N[REDACTED] und die Bürovorsteherin Enna Sa[REDACTED], K[REDACTED]-
straße [REDACTED], E[REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagter,

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

19

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 2. März 1989 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Frhr. v. Gamm und die Richter Dr. Piper, Dr. Erdmann, Dr. Ullmann und Nobbe

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Beklagten wird das Urteil des 5. Zivilsenats des Kammergerichts vom 12. Dezember 1986 aufgehoben.

Die Sache wird zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

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 ist ein rechtsfähiger Verein, der nach seiner Satzung die Aufgabe hat, die gesetzlichen Interessen seiner Mitglieder zu wahren, insbesondere auf die Einhaltung des lauterer Wettbewerbs im geschäftlichen Verkehr zu achten.

Der Beklagte ist Vertragshändler für Pkws der Marke Alfa Romeo. Er warb in der "S[REDACTED] Zeitung" vom 5. November 1983 mit folgender Anzeige:

DER ALFA 33: LEASING FÜR ANSPRUCHSVOLLE



DM 138,67 monatliche Leasingrate

Wir bieten unseren Kunden im Namen der AMG Autoleasing GmbH an: Alfa 33 1.3. Monatliche Leasingsätze (24 Monate Vertragslaufzeit bei 40.000 km Fahrleistung), DM 138,67. Bei einer einmaligen Sonderzahlung von DM 4.992,- bei Vertragsabschluß (kann mit dem Wert Ihres jetzigen Wagens verrechnet werden). Zu Ihrer Information: Die Kalkulation dieses Leasingangebots der AMG Autoleasing GmbH für den Alfa 33 1.3 beruht auf einem Restwert des Fahrzeugs nach Ablauf des Leasing-Vertrages von DM 8.320,-. Unverb. Preisempfehlung des Importeurs DM 16.640,-.



Alfa Romeo
vertragshändler **auto** 

 + 

Alfa Romeo 

Der Kläger hält die Werbung des Beklagten für irreführend, weil darin die unverbindliche Preisempfehlung des Importeurs von 16.640,-- DM ohne den Hinweis genannt sei, daß in dem Preis die Überführungskosten nicht enthalten seien.

Er hat beantragt,

den Beklagten zu verurteilen, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr für Personenkraftwagen zu werben mit der Nennung der unverbindlichen Preisempfehlung des Importeurs, ohne darauf hinzuweisen, daß darin nicht die Kosten der Fracht zum Ort des Verkaufs enthalten sind, insbesondere zu werben:

"... Preisempfehlung des Importeurs
DM 16.640,-- DM",

hilfsweise,

den Beklagten nach der um den Zusatz "sofern im gleichen Zusammenhang einzelne Leasing-Konditionen für das gleiche Fahrzeug genannt werden" erweiterten Fassung des Hauptantrages zu verurteilen.

Der Beklagte hat geltend gemacht, er habe schon keine sich zu seinem Preis erklärende Händlerwerbung betrieben; aus der Anzeige sei ersichtlich, daß es sich um eine Hersteller- oder Importeurwerbung gehandelt habe. Außerdem habe

auch keine konkrete Verkaufswerbung, sondern nur eine Werbung für das Leasing vorgelegen. Mit der Angabe des unverbindlich empfohlenen Preises sei erkennbar nur eine Orientierungshilfe für die Preiswürdigkeit des Angebots gegeben, nicht aber sein - des Beklagten - Endverkaufspreis. Im übrigen habe er das Fahrzeug selbst unter Einschluß der Frachtkosten durchweg zu niedrigeren Preisen verkauft als zu dem unverbindlich empfohlenen Preis.

Das Landgericht hat der Klage nach Beweisaufnahme durch Einholung eines demoskopischen Gutachtens mit dem Hauptantrag stattgegeben. Die Berufung ist ohne Erfolg geblieben.

Mit der - zugelassenen - Revision verfolgt der Beklagte seinen Antrag auf Klageabweisung weiter. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat die Klage nach §§ 1, 3 UWG für begründet erachtet und dazu ausgeführt: Der Beklagte habe für den Inhalt der Anzeige einzustehen, da sie dem Verkehr als eigene Händlerwerbung und nicht als Werbung des Herstellers oder Importeurs erscheine. Nach der Meinungsumfrage sei davon auszugehen, daß der Verkehr die Anzeige überwiegend sowohl als Leasing- als auch als Verkaufswerbung verstehe. Es könne dahinstehen, ob der Beklagte das Fahrzeug - wie der Kläger behauptet habe - zu dem als unverbindliche

Preisempfehlung ausgewiesenen Betrag zuzüglich Überführungskosten oder - wie der Beklagte behauptet habe - auch unter Einschluß dieser Kosten noch zu einem unter der Preisempfehlung liegenden Betrag verkauft habe. Im ersten Falle sei der Unterlassungsanspruch aus § 1 UWG begründet; denn der Beklagte habe das Fahrzeug durch Nennung des unverbindlich empfohlenen Preises, den der Verkehr als Endpreis verstanden habe, ohne Hinweis auf die Überführungskosten als preisgünstiger hingestellt als er tatsächlich gewesen sei. Im zweiten Falle sei der Unterlassungsanspruch nach § 3 UWG wegen irreführender Werbung in bezug auf die Preisbemessung des Leasinggeschäfts gegeben; denn bei einem Verkauf unter dem als unverbindliche Preisempfehlung genannten Preis stelle sich das Leasinggeschäft - abweichend vom Inhalt der Anzeige - als teurer als das Kaufgeschäft dar.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg. Sie führen zur Aufhebung und Zurückverweisung.

1. Das Berufungsgericht hat dahinstehen lassen, ob der Beklagte - wie er unter Beweisantritt behauptet hat - den in der Anzeige angebotenen Pkw-Typ zu einem die Überführungskosten einschließenden Preis veräußert hat, der unter dem als unverbindliche Preisempfehlung genannten Betrag liegt. Die Annahme des Berufungsgerichts, der Unterlassungsanspruch sei auch auf der Grundlage dieses - für die Prüfung in der Revisionsinstanz zu unterstellenden - Vorbringens nach § 3 UWG begründet, hält jedoch der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

a) Das Berufungsgericht ist davon ausgegangen, der Verkehr werde in diesem Falle über die Preisbemessung des Leasinggeschäfts irregeführt. Nach dem Inhalt des Inserats entspreche der im Falle des Leasings insgesamt anfallende Betrag von 16.640,08 DM (24 Raten á 138,67 DM = 3.328,08 DM zuzüglich einer Sonderzahlung von 4.992,-- DM und eines Restwertes von 8.320,-- DM) dem als unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis genannten Vergleichswert von 16.640,-- DM. Diese Übereinstimmung habe dem Leasinggeschäft eine besondere Attraktivität verliehen, weil es ohne zusätzliche Kosten bei zeitlich gestreckter Verteilung des Kapitalaufwands letztlich denselben Erwerbseffekt wie beim Kauf versprochen habe. Dieser verlockende Eindruck, der geeignet gewesen sei, dem Leasinggeschäft näherzutreten, habe aber auf einer falschen Grundlage beruht, wenn der Beklagte einschließlich Frachtkosten billiger verkauft habe als zu der als unverbindliche Preisempfehlung genannten Summe. Dann sei die die Attraktivität des Leasings begründende Übereinstimmung des Gesamtaufwands mit dem Kaufpreis in Wahrheit nicht vorhanden und das Leasing doch teurer als der Kauf und nicht von vorneherein als günstig einzuschätzen.

b) Es kann auf sich beruhen, ob die beanstandete konkrete Anzeige im Hinblick auf das Leasingangebot als irreführend zu beurteilen ist. Denn das Berufungsgericht hat die Irreführung nicht im Fehlen eines Hinweises auf die Überführungskosten, sondern allein darin gesehen, daß der Beklagte mit seinem Verkaufspreis (die Überführungskosten eingeschlossen) unter dem als unverbindliche Preisempfehlung genannten Betrag geblieben ist. Auf ein solches Unterschreiten der unverbindlichen Preisempfehlung hat der Kläger sein

Unterlassungsbegehren aber nicht gestützt. Er beanstandet vielmehr ausschließlich, daß in der als unverbindliche Preisempfehlung genannten Summe die Überführungskosten nicht enthalten seien. Nur dies kommt auch in seinem Hauptantrag zum Ausdruck, dem Beklagten die Werbung mit der unverbindlichen Preisempfehlung des Importeurs zu verbieten, "ohne darauf hinzuweisen, daß darin nicht die Kosten der Fracht zum Ort des Verkaufs enthalten sind". Für den Hilfsantrag gilt nichts anderes, da dieser nur einen den Hauptantrag ergänzenden Zusatz enthält.

Soweit die beanstandete Anzeige darüber hinausgehend nicht nur als Leasing-, sondern auch als Verkaufswerbung zu beurteilen ist (dazu nachfolgend unter II. 2. b), scheidet eine Irreführung bei Zugrundelegung des Beklagtenvorbringens von vorneherein aus. Denn liegt der tatsächliche Kaufpreis des Beklagten einschließlich der Überführungskosten unter dem als unverbindliche Preisempfehlung genannten Betrag, so wird der an einem Kauf interessierte Leser der Anzeige durch das vom Kläger allein beanstandete Fehlen eines Hinweises auf die Überführungskosten auch nicht im Sinne des § 3 UWG getäuscht. Ihm wird durch die Nichtangabe der Frachtkosten kein günstigerer Preis vorgespiegelt als der Beklagte in Wahrheit verlangt.

2. Die danach grundsätzlich gebotene weitere Sachaufklärung über die tatsächliche Verkaufspraxis des Beklagten könnte nur dann unterbleiben, wenn - wie die Revision meint - der Unterlassungsanspruch auch auf der Grundlage des Klagevorbringens unbegründet wäre. Das ist indessen nicht der Fall. Das Berufungsgericht hat die Werbung des Beklagten zu Recht als nach § 1 UWG wettbewerbswidrig beanstandet, so-

fern der als unverbindliche Preisempfehlung genannte Betrag die Überführungskosten nicht enthält, diese vielmehr im Falle des Verkaufs hinzuzurechnen sind.

a) Die Revision beanstandet ohne Erfolg, daß das Berufungsgericht in der Werbeanzeige eine vom Beklagten zu verantwortende eigene Händlerwerbung und nicht eine Werbung des Herstellers oder Importeurs gesehen hat. Das Berufungsgericht hat zu Recht darauf hingewiesen, daß sich dies schon aus dem äußeren Bild der Anzeige ergebe. Als Anlaufstelle für den Interessenten wird deutlich der Beklagte in seiner Eigenschaft als Vertragshändler mit Anschrift und Rufnummer herausgestellt. Den Namenszug "Alfa Romeo" am Schluß der Anzeige hat das Berufungsgericht zutreffend nur als eine werbende Bezugnahme des Beklagten auf das Warenzeichen des Fahrzeugherstellers gewertet.

b) Die weitere Annahme des Berufungsgerichts, die Werbeanzeige enthalte - obwohl auf Leasing zugeschnitten - zugleich eine Verkaufswerbung des Beklagten, ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Maßgebend ist das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise. Das Berufungsgericht hat sich insoweit auf das Ergebnis des vom Landgericht eingeholten demoskopischen Gutachtens des EMNID-Instituts gestützt. Danach haben insgesamt 52 % der befragten 1.016 Pkw-Fahrer auf die Frage "Wird mit dieser Anzeige für Leasing, für Kauf oder für beides geworben?" angegeben, es werde sowohl für Leasing als auch für Kauf geworben. Anhaltspunkte, die Zweifel an der Verlässlichkeit des Umfrageergebnisses begründen könnten, sind nicht ersichtlich. Der Einwand der Revision, das Umfrageergebnis sei unzureichend, weil nicht danach ge-

fragt worden sei, wessen Verkäufe die Anzeige ankündige, ist unbegründet. Die ganze Umfrage beruht, wie die übrigen Fragestellungen, die das Landgericht im Termin vom 11. Dezember 1984 mit den Parteien und dem Sachverständigen erörtert hat, erkennen lassen, darauf, daß es sich um die Anzeige eines Autohändlers handelt. Es kann deshalb davon ausgegangen werden, daß die ermittelten 52 % der Befragten die Anzeige als Leasing- und Verkaufswerbung des Beklagten verstanden haben. Die Auffassung der Revision, der Werbetext "Unverbindliche Preisempfehlung des Importeurs DM 16.640,--" stehe der Annahme einer Händlerverkaufswerbung entgegen, stellt sich letztlich als eine abweichende Tatsachenwürdigung dar, mit der sie in der Revisionsinstanz nicht gehört werden kann. Von der Frage, ob die Anzeige vom Verkehr auch als Händlerverkaufswerbung des Beklagten verstanden wird, ist die weitere Frage zu trennen, ob der Verkehr den als unverbindliche Preisempfehlung des Importeurs genannten Betrag zugleich auch als echten Endpreis des Beklagten ansieht (dazu nachfolgend unter II. 2. c).

Das von der Revision angeführte Urteil des Berufungsgerichts vom 17. April 1984 - 5 U 680/84 - ist für das vorliegende Verfahren unbeachtlich. Es kann auf sich beruhen, ob dem dortigen Verfahren eine identische Anzeige zugrundelag. Die dort getroffene Feststellung, es handele sich um keine Händlerverkaufswerbung, begründet schon deshalb keine Zweifel an der in diesem Verfahren getroffenen Feststellung, weil diese auf einem jetzt erstmals eingeholten demoskopischen Gutachten beruht.

c) Es ist aus Rechtsgründen auch nicht zu beanstanden, daß das Berufungsgericht - für den insoweit zu unterstellenden Fall, daß zu dem als unverbindlich empfohlenen Preis die Überführungskosten hinzutreten - die mit dem Hauptantrag beanstandete Verkaufswerbung des Beklagten deshalb als unlauter im Sinne des § 1 UWG angesehen hat, weil nicht unerhebliche Teile der angesprochenen Verkehrskreise darüber getäuscht werden, daß zu dem als unverbindliche Preisempfehlung genannten Betrag noch die Überführungskosten hinzutreten.

Zwar sehen die Verbraucher in einer Werbung mit der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers bzw. Importeurs regelmäßig - worauf die Revision zu Recht hinweist - eine Preisinformation, die ihnen bei der Bildung der Preisvorstellung zustatten kommt und sie in die Lage versetzt, das Angebot des Händlers in preislicher Hinsicht besser prüfen zu können. Bei einer Anzeige, bei der - wie hier - der Händler die Preisempfehlung des Importeurs in seine Werbeaussage einbezieht, kann allerdings - und das verkennt die Revision - in Betracht kommen, daß der Verbraucher - weil es der Händler ist, der im Zusammenhang mit einer seinen geschäftlichen Interessen dienenden Anzeige eine Preisempfehlung des Herstellers herausstellt - diese Information nicht nur als neutrale, objektive Unterrichtung des Publikums über die Importeur-Preisempfehlung ansieht, sondern als eine Preisangabe, die sich der Händler zu eigen macht (vgl. BGH, Urt. v. 23.6.1983 - I ZR 75/81, GRUR 1983, 658, 660 f - Hersteller-Preisempfehlung in Kfz-Händlerwerbung; Urt. v. 18.4.1985 - I ZR 220/83, GRUR 1985, 983, 984 f - Kraftfahrzeug-Rabatt). Eine solche Annahme liegt insbesondere dann

nahe, wenn der Händler - wie vorliegend - der Importeur-Preisempfehlung keinen eigenen Preis gegenüberstellt und auch sonst keine Hinweise (wie zum Beispiel Händlerpreis auf Anfrage) auf einen abweichenden Händlerpreis gibt.

Das Berufungsgericht hat es dahinstehen lassen, ob der Verkehr anhand des Gesamteindrucks der Anzeige die Bezugnahme auf die Importeur-Preisempfehlung vorliegend nicht nur als objektive Information über diese Preisempfehlung, sondern auch als Händlerpreisangabe des Beklagten selbst auffaßt. Dies ist nicht zu beanstanden.

Das Berufungsgericht hat verfahrensfehlerfrei festgestellt, daß die durch die Anzeige neben den Leasingkunden mitangesprochenen Kaufinteressenten seit langem daran gewöhnt seien, wenn sie wie hier von einem Händler umworben werden, Preisangaben zu begegnen, bei denen es sich um Endpreise handele, zu denen keine Aufschläge mehr hinzutreten. Im Verkehr zwischen Händler und Letztverbraucher habe sich als allgemeines Grundverständnis durchgesetzt, daß auch Preisangaben im Rahmen einer Preisempfehlung als empfohlene Händlerendpreise anzusehen seien. Diese Annahme entspricht der bereits in anderen Verfahren getroffenen Feststellung, daß der Verkehr grundsätzlich von einer Einbeziehung der Überführungskosten in den Endpreis des Händlers ausgeht, wenn in der Werbung nicht unmißverständlich auf ihre gesonderte Berechnung hingewiesen wird (vgl. BGH, Urt. v. 16.12.1982 - I ZR 155/80, GRUR 1983, 443, 445 - Kfz-Endpreis; 1983, 658, 661 - Hersteller-Preisempfehlung in Kfz-Händlerwerbung). Diese Feststellungen werden auch durch das Ergebnis der Meinungsumfrage im vorliegenden Verfahren be-

stätigt, wonach die Befragten überwiegend davon ausgegangen sind, daß die Überführungskosten in dem angegebenen Betrag enthalten sind.

Auf der Grundlage dieser Feststellungen hat das Berufungsgericht zu Recht angenommen, daß der Teil des Verkehrs, der die Angabe der unverbindlichen Preisempfehlung zugleich als Angabe des eigenen Händlerpreises des Beklagten versteht, erwartet, das Fahrzeug zu dem genannten Betrag erwerben zu können; dadurch sei es preisgünstiger erschienen als es bei der Hinzurechnung der Überführungskosten bei dem Beklagten tatsächlich gewesen sei. Weiter ist das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei davon ausgegangen, daß auch dem Teil des Verkehrs, der in der Preisangabe eine bloße Information über die unverbindliche Preisempfehlung des Importeurs erblickt, gleichermaßen eine preisgünstigere Erwerbsmöglichkeit als tatsächlich gegeben vorgetäuscht worden sei. Vertraut mit den Gepflogenheiten der alle Bestandteile einschließenden Endpreisangabe habe er erwarten können, auch hier den empfohlenen Händlerendpreis vor sich zu haben und zu diesem Betrag das Fahrzeug erwerben zu können.

Ohne Rechtsverstoß hat das Berufungsgericht weiter ausgeführt, daß bei einem nicht unerheblichen Teil des Verkehrs ein solch falscher Eindruck von Preiswürdigkeit hervorgerufen werde. Dies ergäbe sich allein schon aus der durch die Verkehrsüblichkeit von Endpreisangaben begründeten hohen Täuschungsgefahr und werde zusätzlich auch durch das Ergebnis des demoskopischen Gutachtens gestützt.

d) Schließlich hat das Berufungsgericht ohne Rechtsfehler angenommen, daß das zu beanstandende Wettbewerbsverhalten dem Beklagten auch vorwerfbar sei. Dazu reicht die aus

Rechtsgründen nicht zu beanstandende Feststellung des Berufungsgerichts aus, der Beklagte habe gewußt, daß nach den herrschenden Gepflogenheiten in der Händlerwerbung Endpreisangaben erwartet würden; er hätte bei der gebotenen Sorgfalt zumindest erkennen können, daß die Nennung der unverbindlichen Preisempfehlung ohne Hinweis auf die hinzukommenden Frachtkosten nach dem üblichen Verständnis der Preisangabe den Pkw billiger erscheinen lassen konnte, als es den Tatsachen entsprochen habe.

III. Das Berufungsurteil ist nach alledem aufzuheben, weil die tatsächliche Verkaufspraxis des Beklagten einer weiteren Aufklärung bedarf. Die Sache ist zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

Piper

Erdmann

Ullmann

Nobbe