

Nachschlagewerk: ja

BGHZ: nein

UWG § 3; PreisangabenVO (VO PR Nr. 3/73 vom 10. Mai 1973,
BGBl I S. 461) § 1 Abs. 1 und 5

4 Monate Preisschutz

Die Werbung beim Verkauf von Kraftfahrzeugen, "Sie haben 4 Monate Preisschutz" erweckt bei einem nicht unerheblichen Teil des Publikums den Eindruck eines besonderen - von der Konkurrenz nicht ohne weiteres gebotenen - Vorteils; sie ist irreführend, weil jedem Händler bei Lieferfristen bis zu 4 Monaten Änderungsvorbehalte bei Preisangaben in der Werbung und in Angeboten untersagt sind.

BGH, Urt. v. 24. Oktober 1980 - I ZR 74/78 - OLG Hamm
LG Essen

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 74/78

URTEIL

Verkündet am

24. Oktober 1980
Köhler,
Justizsekretär
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V.,
L[REDACTED]straße [REDACTED], B[REDACTED], vertreten durch ihr
geschäftsführendes Vorstandsmitglied Dr. Marcel K[REDACTED],

Klägerin und Revisionsklägerin,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

gegen

die Firma A[REDACTED] L[REDACTED] KG, B[REDACTED]straße [REDACTED], H[REDACTED],

Beklagte und Revisionsbeklagte,

- Prozeßbevollmächtigter: Rechtsanwalt Dr. [REDACTED] -

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. Juni 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 10. Januar 1978 aufgehoben.

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 2. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Essen vom 24. Juni 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 betreibt einen Handel mit Kraftfahrzeugen. Am 29. Januar 1977 veröffentlichte sie im "Ruhranzeiger", einer Lokalausgabe der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung in H[REDACTED], ein Inserat mit folgendem Wortlaut:

"ACHTUNG !
PREISERHÖHUNG IN SICHT !

Bestellen Sie jetzt Ihren neuen Ford!
Sie haben 4 Monate Preisschutz
u. günstige Finanzierungsmöglichkeit!

A [REDACTED] L [REDACTED] KG"

Die Klägerin, eine Vereinigung gegen unlauteren Wettbewerb, beanstandet an dieser Anzeige die Erklärung: "Sie haben 4 Monate Preisschutz". Sie meint, die Beklagte werbe insoweit mit einer Selbstverständlichkeit, weil sie nach den Vorschriften der Preisangabenverordnung vom 10. Mai 1973 (PreisangabenVO) ohnehin verpflichtet sei, ihre Preise für die Dauer von 4 Monaten ab Bestellung zu halten. Eine Werbung mit Selbstverständlichkeiten verstoße aber gegen § 3 UWG, da sie beim Publikum den irrigen Eindruck hervorrufe, daß hier ein besonderer, sonst nicht ohne weiteres zu erwartender Vorteil geboten werde.

Die Klägerin hat beantragt, der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verbieten,

im geschäftlichen Verkehr für den Verkauf von Pkw mit dem Hinweis zu werben: "Sie haben 4 Monate Preisschutz".

Die Beklagte hält die Beanstandungen der Klägerin für ungerechtfertigt. Sie ist der Ansicht, ihre Werbung enthalte keine Selbstverständlichkeit. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs hinderten die Vorschriften der PreisangabenVO den Anbieter von Waren auch bei Lieferfristen von weniger als 4 Monaten nicht, Tagespreisklauseln zu vereinbaren. Wenn also die Beklagte mit ihrer Anzeige trotz der angekündigten Preiserhöhung ein Festhalten an den im Zeitpunkt der Bestellung gültigen Preisen zugesagt habe, könne dieses Entgegenkommen nicht als Selbstverständlichkeit angesehen werden. Im übrigen sei die Werbung auch deshalb nicht irreführend, weil im Autohandel vielfach Gebrauchtwagen in Zahlung gegeben würden, was ohnehin dazu führe, daß die Preise frei ausgehandelt würden.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Es hat im wesentlichen darauf abgestellt, daß der beanstandete Werbehinweis eine Selbstverständlichkeit zum Ausdruck bringe, da die Beklagte den versprochenen "Preisschutz" schon nach § 1 Abs. 5 PreisangabenVO gewähren müsse.

Auf die Berufung der Beklagten hat das Oberlandesgericht das Urteil des Landgerichts abgeändert und die Klage abgewiesen. Dagegen richtet sich die - zugelassene - Revision der Klägerin, die ihr Klagebegehren weiterverfolgt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht führt aus: Ein Verstoß gegen § 3 UWG könne auch in einer Werbung mit Selbstverständlichkeiten liegen, wenn sie beim Publikum den irreführenden Eindruck hervorrufe, daß die Waren oder Leistungen des Anbieters gegenüber denen seiner Mitbewerber Besonderheiten aufwiesen. Um eine solche Werbung handele es sich hier aber nicht. Nach § 1 Abs. 5 PreisangabenVO dürften zwar bei Lieferfristen bis zu 4 Monaten Preisangaben nicht mit Änderungsvorbehalten versehen werden. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (GRUR 1974, 416 = WRP 1974, 270 - Tagespreis) sei aber davon auszugehen, daß diese Bestimmung der individuellen Vereinbarung einer Tagespreisklausel nicht entgegenstehe. Die PreisangabenVO enthalte kein materielles Preisrecht im Sinne von Höchstpreisvorschriften, die den Verkäufer hinderten, im Einzelfall Tagespreisklauseln auch bei Lieferfristen unter 4 Monaten zu vereinbaren. Infolgedessen habe die Beklagte mit der beanstandeten Zeitungsanzeige nichts versprochen, worauf der jeweilige Kaufinteressent bereits einen gesetzlichen Anspruch habe.

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

II. Zutreffend ist das Berufungsgericht in Übereinstimmung mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs davon ausgegangen, daß eine Werbung, die Selbstverständlichkeiten herausstellt, trotz objektiver Richtigkeit der Angaben gegen § 3 UWG verstößt, wenn dem Publikum nicht bekannt ist, daß es sich bei der betonten Eigenschaft um einen gesetzlich vorge-

schriebenen oder zum Wesen der Ware gehörenden Umstand handelt, und das Publikum deshalb annimmt, daß mit der Werbung ein Vorzug gegenüber anderen Erzeugnissen gleicher Gattung und den Angeboten von Mitbewerbern hervorgehoben wird (BGH GRUR 1956, 550, 553 - Tiefenfurter Bauernbrot; 1961, 288, 293 - Zahnbürsten; 1963, 371, 375 - Wäschestärkemittel; 1973, 481, 483 - Weingeist). Soweit aber das Berufungsgericht meint, daß die beanstandete Werbeangabe der Beklagten "Sie haben 4 Monate Preisschutz" keine solche Selbstverständlichkeit sei, ist das Urteil nicht frei von Rechtsirrtum.

1. Nach den Ausführungen des Berufungsgerichts und den von ihm in Bezug genommenen Darlegungen des Landgerichts ist in der Revisionsinstanz davon auszugehen, daß die Werbung der Beklagten mit der Angabe "Sie haben 4 Monate Preisschutz" von den angesprochenen Verkehrskreisen dahin verstanden wird, daß die Beklagte damit einen bei anderen Händlern nicht ohne weiteres zu erwartenden Vorteil in Aussicht gestellt hat. Diese tatsächlichen Feststellungen zum Erklärungsinhalt der Werbeanzeige der Beklagten sind aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Dem an eine freie Preisgestaltung und freie Preisvereinbarungen generell gewöhnten Verkehr ist nicht allgemein bekannt, daß es dem Kaufmann durch § 1 Abs. 1 und 5 PreisangabenVO untersagt ist, bei Preisangaben in der Werbung oder bei Angeboten seine Preise mit einem Änderungsvorbehalt zu versehen, wenn Lieferfristen von nicht mehr als 4 Monaten bestehen. Eine Werbeanzeige wie die vorliegende wird daher zumindest nicht von allen angesprochenen Verkehrskreisen dahin verstanden, daß das Publikum lediglich auf die gesetzlich zulässige oder vorgeschriebene Preisgestaltung hingewiesen wird und nicht auf Vorteile, die gerade der Werbende zu bieten hat. Auch informiert nach Auf-

fassung des Verkehrs eine solche Werbeanzeige erfahrungsgemäß nicht lediglich über Umstände, die alle Wettbewerber betreffen, sondern dient regelmäßig dazu, das Angebot des Werbenden selbst als vorteilhaft erscheinen zu lassen. Im Streitfall wird diese Verkehrsauffassung noch dadurch verstärkt, daß die Beklagte die Angabe "Sie haben 4 Monate Preisschutz" mit dem Hinweis auf eine - bei ihr zu erlangende - günstige Finanzierungsmöglichkeit verbunden hat. Dieser Hinweis betont den Eindruck, daß der in Aussicht gestellte Preisschutz von 4 Monaten ebenfalls ein Vorteil sei, den das Publikum - wie die günstige Finanzierung - bei der Beklagten, nicht aber ohne weiteres auch bei anderen Händlern zu erwarten habe.

2. Bei der Beurteilung der von der Klägerin beanstandeten Angabe "Sie haben 4 Monate Preisschutz" ist es unerheblich, daß die Werbeanzeige der Beklagten keine Preisangaben enthält und den Vorschriften des § 1 Abs. 1 und 5 PreisangabenVO deshalb nicht unterliegt. Denn im Streitfall geht es nicht darum, ob die Beklagte Vorschriften der PreisangabenVO übertreten hat, sondern um die Frage, ob es - unter dem Gesichtspunkt der Werbung mit einer Selbstverständlichkeit - als unzulässig anzusehen ist, wenn mit der Einhaltung dieser Vorschriften - nämlich mit der Zusage, 4 Monate lang Preisschutz zu gewähren - geworben wird und zwar in einer Weise, die den angesprochenen Verkehrskreisen den Eindruck vermittelt, hier werde ein bei anderen Händlern nicht ohne weiteres zu erwartender Vorteil in Aussicht gestellt.

Mit Recht hat die Klägerin darin eine irreführende, nach § 3 UWG unzulässige Werbung mit einer Selbstverständlichkeit erblickt.

a) Nach § 1 Abs. 1 und 5 PreisangabenVO sind bei Preisangaben Änderungsvorbehalte nur zulässig, wenn für die angebotenen Waren oder Leistungen Lieferfristen von mehr als 4 Monaten bestehen. Bei kürzeren Lieferfristen dürfen - wie daraus folgt - nur feste Preise angegeben werden, d.h. nur solche, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile unabhängig von einer Rabattgewährung zu zahlen sind und keinen Änderungsvorbehalt enthalten. Die Angabe von Tagespreisen, die die Höhe des Kaufpreises von der Preisentwicklung abhängig machen und damit den letztlich zu zahlenden Preis ins Ungewisse rücken, ist bei diesen Lieferfristen schlechthin unzulässig (siehe die Amtliche Begründung zur PreisangabenVO - VO PR Nr. 3/73 - BAnz 1973, Nr. 97 S. 4, Ziff. 8 i.V.m. der Amtlichen Begründung zur Preisauszeichnungs-ÄnderungsVO - VO PR Nr. 4/71 - BAnz 1971, Nr. 202 S. 4; BGH GRUR 1974, 416, 417 - Tagespreis). Zuwiderhandlungen dagegen sind gemäß § 6 PreisangabenVO nach den Vorschriften des Wirtschaftsstrafgesetzes 1954 mit Strafe oder Buße bedroht. Auch ohne eine besondere Ankündigung oder Zusage ist daher der Händler unter den Voraussetzungen des § 1 PreisangabenVO gehalten, bei Lieferfristen bis zu 4 Monaten von der Angabe von Tagespreisen abzu-
sehen.

Diese Regelung gilt allgemein und uneingeschränkt und trifft jeden Wettbewerber. Sie bezieht sich auch auf Preisangaben aus Anlaß solcher Verkaufsgespräche oder Geschäftsabschlüsse, für die die Beklagte mit der beanstandeten Anzeige geworben hat. Denn das Verbot, bei Lieferfristen bis zu 4 Monaten Tagespreise oder sonstige Änderungsvorbehalte anzugeben, ist nicht auf die Fälle der Preisauszeichnung im Schaufenster oder sonst im Geschäftslokal oder der Abgabe von Angeboten im Sinne des § 145 BGB beschränkt.

Es betrifft darüber hinaus auch alle sonstigen mündlichen oder schriftlichen Preisangaben, die der Händler dem Kaufinteressenten zwecks Anbahnung oder Abschluß eines Geschäfts unterbreitet (siehe die Amtliche Begründung zur PreisangabenVO - VO PR Nr. 3/73 - BAnz 1973, Nr. 97 S. 3, Ziff. I 3). Wie der Senat wiederholt ausgesprochen hat (GRUR 1973, 655 - Möbelauszeichnung; GRUR 1974, 281 - Clipper; GRUR 1979, 553, 554 - Luxus-Ferienhäuser; GRUR 1980, 304, 306 - Effektiver Jahreszins) sollen die Vorschriften über Preisauszeichnung und Preisangaben den Verbraucher schützen. Sie sollen der Preiswahrheit und Preisklarheit dienen (§ 1 Abs. 7 S. 1 PreisangabenVO), Preisvergleiche gestatten und es dem Verbraucher ermöglichen, sich schnell und zuverlässig über das preisgünstigste Angebot zu informieren (siehe die Amtlichen Begründungen zur PreisangabenVO - VO PR Nr. 3/73 - BAnz 1973, Nr. 97 S. 3, Ziff. I 1, und zur PreisauszeichnungsVO - VO PR Nr. 1/69 - BAnz 1969, Nr. 178 S. 3, Ziff. I 1). Diese Gesetzeszwecke erfordern es aber, daß der Händler die Preise, die er dem Kaufinteressenten nennt, vollständig und richtig und - bei Lieferfristen bis zu 4 Monaten - ohne Änderungsvorbehalt angibt, wenn die Bereitschaft zum Vertragsabschluß ausgedrückt wird, also auch bei solchen Verkaufsgesprächen, für die die Beklagte geworben hat.

b) Der Annahme, daß die Beklagte aus diesen Gründen mit einer Selbstverständlichkeit geworben habe, steht nicht entgegen, daß eine Tagespreisklausel - trotz der Regelung in § 1 Abs. 1 und 5 PreisangabenVO - in einem Individualvertrag wirksam vereinbart werden kann (BGH GRUR 1974, 416 - Tagespreis; vgl. ferner das zum Abdruck in der Amtlichen Sammlung bestimmte BGH-Urteil v. 23. April 1980 - VIII ZR 80/79). Wie in der erstgenannten Entscheidung des VIII. Zivilsenats zu § 10 Abs. 3 PreisauszeichnungsVO - den der im wesentlichen inhaltsgleiche.

§ 1 Abs. 5 PreisangabenVO ersetzt hat - ausgeführt ist, handelt es sich bei dieser Regelung ausschließlich um eine Vorschrift im Bereich des Preisordnungsrechts, die lediglich die Verpflichtung des Anbieters zur Angabe von Preisen bei Angeboten und bei der Werbung mit Preisangaben betrifft, nicht aber um eine Bestimmung des materiellen Preisrechts, die die Vertragsfreiheit einschränkt und bei Nichtbeachtung zur Nichtigkeit der Vereinbarung der Tagespreisklausel gemäß § 134 BGB führt. Die Wirksamkeit der Vereinbarung einer Tagespreisklausel beruht daher nicht auf der Erwägung, daß die Vorschriften der PreisangabenVO - ebenso wie die der früheren PreisauszeichnungsVO - etwa überhaupt kein Verbot enthielten, sondern allein darauf, daß sich das - bestehende - Verbot als eine Maßnahme des Preisordnungsrechts lediglich an den Anbieter richtet und allein seine Verpflichtung zur Angabe seiner Preise regelt, jedoch nicht in die Vertragsfreiheit der Beteiligten und die Wirksamkeit der von ihnen getroffenen Vereinbarungen eingreift. Das verkennt das Berufungsgericht, wenn es ausführt, daß die Beklagte mit der beanstandeten Werbeangabe "Sie haben 4 Monate Preisschutz" nichts versprochen habe, worauf der Kaufinteressent bereits einen gesetzlichen Anspruch habe. Denn die materiell-rechtliche Wirksamkeit der Vereinbarung einer Tagespreisklausel ändert nichts daran, daß der Händler, wenn er nicht gegen § 1 Abs. 1 und 5 PreisangabenVO verstoßen und die in § 6 dieser VO vorgesehenen Sanktionen auslösen will, seine Preisangaben nicht mit einem Änderungsvorbehalt versehen darf. Wirbt er - wie hier die Beklagte - gleichwohl mit dem Versprechen, vier Monate Preisschutz zu gewähren, so hebt er eine Leistung hervor, die er - wie jeder andere Händler auch - schon nach dem Gesetz gewähren muß. Ungeachtet der Tatsache, daß die Wirksamkeit der Vereinbarung einer Tagespreisklausel durch die Vorschriften der PreisangabenVO nicht in Frage gestellt ist, wirbt er daher in solchen Fällen mit einer Angabe, die sich im Hinblick

auf die Regelung in § 1 Abs. 1 und 5 PreisangabenVO von selbst versteht. Im Gegensatz zur Auffassung der Beklagten ist es dabei ohne Bedeutung, ob beim Verkauf von Kraftfahrzeugen die Preise vielfach frei ausgehandelt werden, insbesondere dann, wenn der Verkäufer einen Gebrauchtwagen in Zahlung gibt. Denn wie auch immer der Preis zustande kommt, zu dem der Händler seine Ware letztlich anbietet, entscheidend ist nach § 1 Abs. 1 und 5 PreisangabenVO allein, daß er ihn bei Lieferfristen bis zu 4 Monaten fest - ohne Änderungsvorbehalt - angeben muß.

c) Um eine Werbeaussage, die sich nicht schon von selbst versteht, könnte es sich bei der Angabe "Sie haben 4 Monate Preisschutz" freilich dann noch handeln, wenn Mitbewerber der Beklagten im Hinblick auf die materiell-rechtliche Wirksamkeit der Vereinbarung von Tagespreisklauseln auch bei Lieferfristen von weniger als 4 Monaten dazu übergangen, trotz der gesetzlichen Beschränkung von Preisangaben in der Werbung auf Festpreise gleichwohl im Kaufvertrag Änderungsvorbehalte zu vereinbaren. Indessen sind Anhaltspunkte dafür, daß im Kraftfahrzeughandel so verfahren wird, dem Berufungsurteil nicht zu entnehmen und auch von der Revision nicht aufgezeigt. Der Aufnahme solcher Änderungsvorbehalte in allgemeine Geschäftsbedingungen steht überdies § 11 Nr. 1 AGBG entgegen.

3. Bei einer Werbung, die wie hier im Hinblick auf bevorstehende Preiserhöhungen einen Preisschutz von 4 Monaten verspricht, liegt für den Verkehr die Annahme nahe, daß es mit der Herausstellung der Erklärung "Sie haben 4 Monate Preisschutz" eine besondere Bewandtnis habe, weil andernfalls für eine solche Ankündigung kein Anlaß bestünde. Denn erfahrungsgemäß ist, wie schon das Landgericht dargelegt hat, nicht allgemein bekannt, daß ein Preisschutz, wie ihn die Beklagte zugesagt hat, für Preisangaben in der Werbung gesetzlich vorgeschrieben ist

und ohnehin gilt. Die Angabe "Sie haben 4 Monate Preisschutz" erweckt daher jedenfalls bei einem nicht unerheblichen Teil des Publikums die Vorstellung, daß die Beklagte einen Vorteil anzubieten habe, der bei ihren Mitbewerbern nicht ohne weiteres zu erlangen sei. Diese für den Kaufentschluß wesentliche Angabe ist daher irreführend im Sinne von § 3 UWG und somit unzulässig.

III. Auf die Revision der Klägerin war das Berufungsurteil danach aufzuheben und die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landgerichts zurückzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

v. Gamm

Alff

Merkel

Zülch

Piper