

65

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein

UWG § 1;
PreisangabenVO - VO PR Nr. 3/73 vom 10. Mai 1973,
BGBI I S. 461 - § 1 Abs. 1 Satz 1

Hersteller-Preisempfehlung
in Kfz-Händlerwerbung

- a) Zum Begriff des Anbietens i.S. des § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO.
- b) Zur Frage, ob der Hinweis des Kfz-Händlers in einer Werbeanzeige auf eine unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers eine (Einzel-) Preisangabe ist i.S. des § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternative) PreisangabenVO, die zur Angabe des Endpreises verpflichtet.

BGH, Urt. v. 23. Juni 1983 - I ZR 75/81 - Kammergericht
LG Berlin

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

I ZR 75/81

URTEIL

Verkündet am

23. Juni 1983

Roth

Justizangestellte

als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Auto B [REDACTED] GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer
Joseph B [REDACTED], I [REDACTED] Straße [REDACTED], M [REDACTED],

Beklagte und Revisionsklägerin,

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

g e g e n

Verband Sozialer Wettbewerb e.V., vertreten durch den
Vorsitzenden, Kaufmann Ernst K [REDACTED], W [REDACTED]straße [REDACTED],
Be [REDACTED],

Kläger und Revisionsbeklagter,

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

- 2 -

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat
auf die mündliche Verhandlung vom 23. Juni 1983 durch
den Vorsitzenden Richter Dr. Frhr. v. Gama, die Richter
Dr. Zülch, Dr. Piper, Dr. Erdmann und Dr. Scholz-Hoppe

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil
des 5. Zivilsenats des Kammergerichts vom
23. Januar 1981 aufgehoben.

Der Rechtsstreit wird zur anderweiten Ver-
handlung und Entscheidung, auch über die Kosten
der Revision, an das Kammergericht zurück-
verwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte, eine Kraftfahrzeughändlerin, veröffent-
lichte in der Süddeutschen Zeitung zusammen mit sieben
anderen Kraftfahrzeughändlern wiederholt eine Gemeinschafts-
Werbeanzeige folgenden Inhalts:

"De Tomaso Innocenti -
heißersehnt und heißgeliebt:
DM 10.995,- (incl. Mwst.). *
*Unverbindliche Preisempfehlung ohne Über-
führungskosten ab Auslieferungslager
des Importeurs. Wir, Ihre Leyland-Partner
informieren Sie über die individuellen
Händler-Preise."



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



[JLaw - für Android](#)



[JLaw - für iOS](#)

Der klagende Verein, der nach seiner im Zeitpunkt der mündlichen Verhandlung vor dem Berufungsgericht geltenden Satzung sowohl der Förderung gewerblicher Interessen als auch der Wahrnehmung von Verbraucherinteressen dient, hat diese Anzeige als Verstoß gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO (Verordnung über Preisangaben - PR Nr. 3/73 - vom 10.5.1973, BGBl I S. 461) und als wettbewerbswidrig i.S. des § 1 UWG beanstandet, weil sie keine Angaben über den Endpreis des mit ihr zum Verkauf gestellte Fahrzeugs enthalte. Der Hinweis auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellerwerks sei keine Endpreisangabe, sondern nur eine Angabe über den ungefähren Preis des Fahrzeugs. Sie berücksichtige auch nicht die anfallenden Überführungskosten zur Verkaufsstätte des Händlers.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr im Zusammenhang mit dem Angebot von Personenkraftwagen Preise anzukündigen, die die Kosten der Fracht zum Ort des Verkaufs nicht enthalten, insbesondere zu werben:

"De Tomaso Innocenti -
heißersehnt und heißgeliebt:
DM 10.995,- (incl. Mwst.). *
*Unverbindliche Preisempfehlung
ohne Überführungskosten ab Aus-
lieferungslager des Importeurs."

Die Beklagte hat Klageabweisung beantragt und dazu ausgeführt: Ebenso wie die anderen an der Gemeinschaftsanzeige beteiligten Kraftfahrzeughändler habe auch sie weder gegen die PreisangabenVO noch gegen das UWG verstoßen. Zur Angabe des Endpreises nach § 1 Abs. 1 Satz 1 Preisan-

gabenVO habe keine Verpflichtung bestanden. Die angegriffene Anzeige sei weder ein Angebot noch enthalte sie mit der Bezugnahme auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellerwerks eine händlerseitige Einzelpreisangabe. Insoweit handle es sich lediglich um einen Hinweis auf Angaben eines Dritten, die ausschließlich zu Zwecken der Information an den Verbraucher weitergegeben worden seien. Darin liege keine Preisangabe des Händlers, da aus der Anzeige hervorgehe, daß die Hersteller-Preisempfehlung nicht der individuelle Händlerpreis sei. Überführungskosten seien zudem kein notwendiger Bestandteil des Endpreises i.S. des § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO. Im Übrigen sei es wirtschaftlich nicht sinnvoll und den verbenden Händlern auch nicht zumutbar, in einer Gemeinschaftswerbung ihre voneinander abweichenden Preise anzugeben. Gegen die Angabe übereinstimmender Preise der an einer Gemeinschaftsanzeige Beteiligten bestünden kartellrechtliche Bedenken.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß zur Unterlassung verurteilt. Zur Begründung hat es ausgeführt: Die Beklagte habe mit dem Hinweis auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellerwerks mit Einzelpreisangaben i.S. des § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO geworben, ohne den Endpreis anzugeben. Solche Hinweise fasse der Verkehr nicht nur als Information über die Preisempfehlung des Herstellers auf, sondern auch als Preisangabe des Verbenden, um das interessierte Käuferpublikum über den in Betracht kommenden Endpreis des Verkäufers annäherungsweise zu unterrichten. Eine solche Anzeige verstoße gegen die Vorschrift des § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO und vorliegend auch gegen § 1 UWG.

Die Berufung gegen dieses Urteil hat das Kammergericht zurückgewiesen. Dagegen richtet sich die Revision der Beklagten, die ihren bisherigen Antrag, die Klage abzuweisen, weiterverfolgt. Der Kläger beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ausgeführt: Die angegriffene Anzeige verstoße in doppelter Hinsicht gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO. Mit ihr habe die Beklagte dem interessierten Teil des Publikums ein Angebot i.S. der 1. Alternative dieser Vorschrift zum Kauf eines Pkw unterbreitet. Sie habe dabei hinreichend deutlich ihre Bereitschaft zum Abschluß eines Vertrages zum Ausdruck gebracht. Gleichwohl habe sie vorschriftswidrig keinen Endpreis angegeben. Der Hinweis auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers sei keine Endpreisangabe. Mit diesem Hinweis habe die Beklagte die Preisempfehlung des Herstellers nicht als eigenen Preis übernommen. Darüber hinaus habe sie auch gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO verstoßen. Mit dem Hinweis auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers habe sie unter Angabe von Preisen i.S. dieser Bestimmung geworben. Da sie den danach in mehrfacher Hinsicht zu bejahenden Verstoß gegen die PreisangabenVO planmäßig und in der Absicht begangen habe, sich einen sachlich nicht gerechtfertigten Vorsprung vor Mitbewerbern zu verschaffen, habe sie zugleich wettbewerbswidrig i.S. des § 1 UWG gehandelt.

II. Die Revision hat Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des angefochtenen Urteils und zur Zurückverweisung der Sache in die Berufungsinstanz.

1. Auf der Grundlage der vom Berufungsgericht bislang getroffenen Feststellungen kann die Prozeßführungsbefugnis des Klägers - von der das Berufungsgericht entsprechend seinen denselben Kläger betreffenden Ausführungen in WRP 1978, 51, 53, 54, in WRP 1978, 453, 455, 456 und im Urteil vom 20.2.1981 (5 U 1939/80) ausgegangen ist - nicht bejaht werden. Der Senat hat mit Urteil vom 14.10.1982 - I ZR 81/81 (GRUR 1983, 129, 130 = WRP 1983, 207, 208 - Mischverband) die Klagebefugnis von Verbänden verneint, die gleichrangig sowohl die Interessen von Gewerbetreibenden als auch der Verbraucher fördern, und hat im Hinblick darauf das vorerwähnte Urteil des Berufungsgerichts vom 20.2.1981 aufgehoben und die Sache an dieses zur Klärung der Frage zurückverwiesen, ob der Kläger, der nach seiner Satzung sowohl der Förderung gewerblicher Interessen (§ 13 Abs. 1 UWG) als auch der Wahrnehmung von Verbraucherinteressen (§ 13 Abs. 1 a UWG) dient, ein nicht klagebefugter Mischverband ist oder ob er ungeachtet seiner Satzungsbestimmungen die Voraussetzungen erfüllt, die an einen Verband i.S. des § 13 Abs. 1 oder Abs. 1 a UWG zu stellen sind. Demgemäß war auch im Streitfall, in dem derselbe Kläger wie im Verfahren I ZR 81/81 auf Unterlassung klagt, das Berufungsurteil - da es um die Frage der Prozeßführungsbefugnis geht: von Amts wegen (BGH GRUR 1971, 516 = WRP 1971, 264, 265 - Brockhaus-Enzyklopädie; GRUR 1973, 78, 79 = WRP 1973, 525, 526 - Verbraucherverband) - aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

2. Bei seiner erneuten Prüfung wird das Berufungsgericht - sofern die Prozeßführungsbefugnis des Klägers zu bejahen sein sollte - zu beachten haben, daß das Klagebegehren nach den bislang getroffenen Feststellungen in den Vorschriften der PreisangabenVO und insoweit auch in § 1 UWG keine ausrei-

chende Grundlage findet. Zur Angabe von Endpreisen, deren Fehlen der Kläger bemängelt, wäre die Beklagte nur verpflichtet gewesen, wenn sie entweder Waren angeboten (§ 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO, 1. Alternat.) oder unter Nennung von (Einzel-)Preisen dafür geworben hätte (§ 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO, 2. Alternat.). Um ein Warenangebot handelt es sich jedoch - entgegen der Auffassung des Berufungsgerichts - vorliegend nicht. Ob die Beklagte mit dem Hinweis auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers mit einer (Einzel-) Preisangabe geworben hat, bedarf weiterer tatrichterlicher Feststellungen

a) Wie der Senat in den Entscheidungen "Effektiver Jahreszins" (GRUR 1980, 304, 305, 306 = WRP 1980, 328, 329) und "Sonnenring" (GRUR 1982, 493, 494 = WRP 1982, 411, 412) ausgeführt hat, umfaßt der Begriff des Anbietens i.S. des § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO nicht nur förmliche Angebote i.S. des § 145 BGB, sondern schließt - entsprechend dem üblichen Sprachgebrauch - auch solche Erklärungen ein, durch die der Kunde, wenn auch rechtlich noch unverbindlich, tatsächlich schon gezielt auf den Kauf einer Ware angesprochen wird. Daraus kann aber nicht hergeleitet werden, daß jede Erklärung, mit der sich der Kaufmann zwecks Verkaufs seiner Ware an den Kunden wendet und seine Bereitschaft zum Abschluß eines Vertrages zum Ausdruck bringt, als ein Angebot in dem vorerörterten Sinne verstanden werden müßte. Für die nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO vom "Anbieten" zu unterscheidende Tätigkeit des "Werbens" wäre andernfalls kein Raum.

Für die Frage, ob der Verkehr in einer Zeitungsanzeige wie hier oder in einer sonstigen werbenden Erklärung eines Kaufmanns bereits das Angebot zum Abschluß eines Vertrages erblickt, kann es danach nicht allein darauf ankommen, ob

der Kaufmann seine ohnehin allgemein vorausgesetzte Verkaufsbereitschaft ankündigt, wie er seine Waren dabei bezeichnet und wie er sie durch Abbildungen oder auf andere Weise dem Publikum vor Augen führt. Vielmehr ist maßgebend, ob die Ankündigung ihrem Inhalt nach so konkret gefaßt ist, daß sie nach der Auffassung des Verkehrs den Abschluß eines Geschäfts auch aus der Sicht des Kunden ohne weiteres zuläßt. Das kommt - beispielsweise - in Betracht bei der Übersendung von Warenkatalogen mit beigefügtem Bestellzettel, bei der Zusage, Kredite auf Abruf lediglich gegen Einsendung einer Werbepostkarte zur Verfügung zu stellen (vgl. Senatsurteil "Effektiver Jahreszins", a.a.O.), und häufig auch bei Schaufensterauslagen, jedoch nicht, wenn der Ankündigung wesentliche, für den Entschluß zum Abschluß des Geschäfts notwendige Angaben fehlen und die Ankündigung deshalb zu unbestimmt ist, um von den angesprochenen Verkehrskreisen bereits als Angebot verstanden zu werden (vgl. Senatsurteil "Sonnenring" a.a.O., für den Fall einer Ankündigung des Verkaufs von Eigentumswohnungen).

Von einem "Anbieten" von Waren i.S. des § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO kann danach im Streitfall nicht ausgegangen werden. Zeitungsanzeigen des hier zu beurteilenden Inhalts lassen, jedenfalls von Seiten des Kunden, den Abschluß eines Geschäfts nicht ohne weiteres zu. Anders als bei der Inanspruchnahme eines Kredits, beim Kauf gängiger Konsumware oder sonstiger Artikel, die nach Beschaffenheit und Qualität allgemein bekannt sind und bei denen die Bedeutung von die Ware kennzeichnender Eigenschaften zurücktritt, hängt der Entschluß zum Kauf eines Pkw von zahlreichen, in der Anzeige unerwähnt gebliebenen Faktoren ab wie Farbe, Motorstärke, Polsterung, sonstige Ausstattung, Verbrauch, Fahrverhalten (Probefahrt), Wartung,

Finanzierung usw. Ohne Kenntnis dieser Umstände wird sich ein Kaufinteressent kaum jemals zum Kauf eines Neufahrzeugs entschließen und eine Anzeige, die - wie hier - zahlreiche den Kaufentschluß beeinflussende Umstände unberücksichtigt läßt, als ein Angebot auffassen, das ohne weitere Angaben und Verhandlungen den Abschluß eines Geschäfts zuläßt.

b) Soweit das Berufungsgericht die Verpflichtung zur Angabe des Endpreises aus § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO hergeleitet hat, ist es - ebenso wie bei der Prüfung der 1. Alternat. dieser Vorschrift - davon ausgegangen, daß in der von der Beklagten zusammen mit anderen Händlern veranstalteten Gemeinschaftsanzeige eine Endpreisangabe nicht enthalten sei, weil sich die Beklagte die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellerwerks nicht zu eigen gemacht, sondern diese lediglich als solche zitiert und ausdrücklich auch das Fehlen der Überführungskosten ab Auslieferungslager des Importeurs genannt habe. Eine Übernahme der Preisempfehlung als des eigenen Preises scheitere auch daran, daß es sich vorliegend um eine Gemeinschaftsanzeige mehrerer Händler gehandelt habe. Die Beklagte habe auch nicht der unverbindlichen Preisempfehlung einen eigenen Preis gegenüber gestellt, sondern habe sich auf die bloße Erwähnung der unverbindlichen Preisempfehlung beschränkt.

Diese Aufführungen des Berufungsgerichts und die darauf gestützte Schlußfolgerung, daß es sich bei der Angabe der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers nicht um eine Endpreisangabe derwerbenden Händler handle, sind nicht zu beanstanden. In der Gemeinschaftsanzeige ist darauf hingewiesen, daß die interessierten Käuferkreise über die individuellen Händler-Preise erst noch unterrichtet

würden, und auch die Revision führt aus, der Verkehr habe keinen Zweifel daran, daß es sich bei dem genannten Preis nicht um den von den Kunden zu zahlenden Endpreis handele. Zwar ist der Kraftfahrzeughändler - wie noch näher auszuführen ist - nicht in jedem Fall gehalten, den nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO anzugebenden Endpreis unter Einbeziehung der Überführungskosten zu bilden. Indessen ändert das nichts daran, daß es vorliegend - auch bei Außerachtlassung von Überführungskosten - an einer Endpreisangabe fehlt. Nach den getroffenen Feststellungen kann nicht davon ausgegangen werden, daß der angegebene, als unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers bezeichnete Preis von 10.995,-- DM der Preis sei, der in den Augen der angesprochenen Verkehrskreise ohne Überführungskosten an den Händler zu zahlen sei.

Zur Angabe des Endpreises ist der werbende Händler - sofern er nicht Waren anbietet (§ 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO, 1. Alternat.) - allerdings nur verpflichtet, wenn er unter Angabe von (Einzel-) Preisen wirbt. Das Berufungsgericht hat auch diese Alternative des § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO bejaht, jedoch ohne ausreichende tatsächliche Grundlage.

aa) § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO verlangt in seiner zweiten Alternative aus Gründen des Verbraucherschutzes die Angabe des Endpreises, wenn der Händler in seiner Werbung dem Verkehr mit Einzelpreisangaben gegenübertritt. Durch die Endpreisangabe soll verhindert werden, daß der Verbraucher seine Preisvorstellungen anhand irgendwelcher untereinander nicht vergleichbarer Preise, anhand von Teilpreisen oder Preisbeispielen bilden muß. Wird der Verbraucher durch eine Werbung mit Preisangaben zu Vorstellungen über die Preiswürdigkeit einer Ware oder zu Preisvergleichen mit Konkurrenzzeugnissen veranlaßt, soll

ihm durch Angabe des tatsächlich geforderten Endpreises auch ein tauglicher Vergleichsmaßstab zur Verfügung stehen. Sinn und Zweck der PreisangabenVO ist es deshalb, unter Beachtung der Grundsätze von Preiswahrheit und Preisklarheit Preisvergleiche zu gestatten und es dem Verbraucher zu ermöglichen, sich schnell und zuverlässig über das auf dem Markt befindliche Warenangebot näher zu informieren.

Ob dazu der Hinweis deswerbenden Händlers auf eine unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers in Widerspruch steht, ist den Ausführungen des Berufungsgerichts insoweit nicht in zureichendem Maße zu entnehmen. Die Kenntnis von der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers ist eine Preisinformation, die dem Verbraucher bei der Bildung seiner Preisvorstellung regelmäßig zustatten kommt und ihn mit in die Lage versetzt, das Angebot des Händlers in preislicher Hinsicht besser prüfen zu können. Hinweise auf unverbindliche Preisempfehlungen des Herstellers können daher mit Ziel und Zweck der gesetzlichen Regelung in § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO durchaus in Einklang stehen. Unbeschadet des Schutzes des Verbrauchers vor Irreführung gem. § 3 UWG enthält es danach nicht ohne weiteres einen Verstoß gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alt. nat.) PreisangabenVO, wenn im Rahmen einer Händlerwerbung - mit oder ohne Endpreisangabe - die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers an den Verbraucher weitergeleitet wird. Die Unterrichtung des Publikums darüber durch den Händler kann vielmehr im Einzelfall ebenso zulässig sein wie die Bekanntmachung der Preisempfehlung durch den Hersteller selber.

Bei einer Anzeige, bei der - wie hier - der Händler die Preisempfehlung des Herstellers in seine Werbeaussage

einbezieht, muß allerdings in Rechnung gestellt werden, 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 eine neutrale, objektive Unterrichtung des Publikums über die Hersteller-Preisempfehlung ansieht, sondern als eine ca.-Preisangabe des Händlers selber, d.h. als einen eigenen "Grundpreis" des Händlers. Wäre die angegriffene Werbeanzeige so zu verstehen, hätte es der Endpreisangabe bedurft, weil die Beklagte in diesem Fall mit einem eigenen ca.-Preis geworben hätte, was mit § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO in Widerspruch stünde. Zwar ist auch eine solche Preisangabe nicht ohne Informationswert für den Kaufinteressenten. Indessen erlaubte sie es nicht in hinreichendem Maße, den Preis für das in der Anzeige bezeichnete Fahrzeug mit den Preisen anderer Händler annähernd genau zu vergleichen, weil ungewiß ist, welche Unkosten zu dem Betrag noch hinzutreten, der in der Anzeige als unverbindliche Herstellerempfehlung bezeichnet worden ist.

Maßgeblich für die Frage, ob in der Werbeanzeige eines Händlers, die - wie hier - auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers Bezug nimmt, eine zur Endpreisangabe verpflichtende händlerseitige Einzelpreisangabe zu erblicken ist oder lediglich eine neutrale Information über den Inhalt einer Hersteller-Preisempfehlung, ist die Auffassung des Verkehrs, wie sie sich anhand des Gesamteindrucks der Anzeige bildet. Insoweit enthält das Berufungsgericht keine ausreichenden Feststellungen. Die Ausführungen des Landgerichts, der Verkehr fasse eine Bezugnahme auf eine Hersteller-Preisempfehlung wie hier nicht nur als objektive Information über diese Preisempfehlung auf, sondern als Preisangabe des Werbenden selbst, hat das Berufungsgericht

nicht übernommen. Zwar geht es von einem Verstoß der Beklagten auch gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO aus. Die tatsächliche Grundlage dafür ist aber nicht ersichtlich. Bei der Prüfung der Voraussetzungen der 1. Alternative des § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO hat das Berufungsgericht darauf abgestellt, daß sich die Beklagte die Preisempfehlung des Herstellers nicht zu eigen gemacht habe. Ob davon auch bei der Prüfung der Voraussetzungen der 2. Alternative dieser Vorschrift auszugehen ist oder ob umgekehrt angenommen werden muß, daß es sich bei dem Hinweis auf die Preisempfehlung des Herstellers in den Augen des Publikums um eine händlerseitige Einzelpreisangabe handelt, ist im Tatsächlichen nicht dargelegt. Feststellungen dazu wird das Berufungsgericht, sofern die Prozeßführungsbefugnis des Klägers zu bejahen sein sollte, nachzuholen haben.

bb) Die weitere Aufklärung des Sachverhalts in dieser Richtung ist entgegen der Auffassung der Beklagten nicht deshalb entbehrlich, weil es sich vorliegend um eine Gemeinschaftsanzeige mehrerer Händler handelt. Der Umstand, daß mehrere Händler eine Gemeinschaftsanzeige veröffentlichen, berechtigt für sich allein noch nicht zu Einzelpreisangaben i.S. des § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO ohne Angabe des Händler-Endpreises. Dabei bedarf die zwischen den Parteien streitige Frage keiner Entscheidung, ob Vertragshändler eines Kraftfahrzeugherstellers kartellrechtlich gehindert sind, in einer Gemeinschaftsanzeige einen übereinstimmenden Endpreis anzugeben. Auch wenn von solchen Hinderungsgründen auszugehen wäre, könnte den mit einer Gemeinschaftsanzeige werbenden Händlern eine Werbung unter Angabe von Einzelpreisen ohne Endpreisangabe nicht gestattet werden. Die Preisan-

gabenVO begünstigt eine Gemeinschaftswerbung nicht und stellt nicht von den Verpflichtungen frei, die jeden einzelnwerbenden Händler treffen.

cc) Gegenüber der Unzulässigkeit einer Einzelpreisangabe ohne Endpreisangabe gem. § 1 Abs. 1 Satz 1 (2. Alternat.) PreisangabenVO kann sich die Revision auch nicht mit Erfolg darauf berufen, daß die werbende Bezugnahme auf einen unverbindlich empfohlenen Preis unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten auch dann als zulässig anzusehen sei, wenn kein eigener Preis genannt, sondern nur darauf hingewiesen werde, daß der eigene Preis günstiger sei als der unverbindlich empfohlene. In den Senatentscheidungen "20 % unter empfohlenem Richtpreis" (BGHZ 42, 134 = GRUR 1965, 96 = WRP 1964, 370) und "... unter empf. Preis" (GRUR 1980, 108 = WRP 1980, 72), auf die sich die Revision beruft, ging es - anders als in vorliegender Sache - nicht um die Beurteilung einer Werbung nach Preisordnungsrecht, sondern um die Frage, ob die werbenden Bezugnahmen auf unverbindliche Preisempfehlungen als solche nach § 3 UWG als irreführend oder nach § 1 UWG als unlauter zu beanstanden sind. Unter diesen rechtlichen Gesichtspunkten hat das Berufungsgericht die angegriffene Werbung nicht untersagt.

3. Darüber hinaus wird das Berufungsgericht - ggf. - weiter zu prüfen haben, ob die Beklagte auch insoweit zur Unterlassung verurteilt werden kann, als der Kläger auch das Verbot der Ankündigung eines solchen Endpreises verlangt, der die Kosten der Fracht zum Ort des Verkaufs (Überführungskosten) nicht enthält. Zur Einbeziehung der Überführungskosten in den nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenVO anzugebenden Endpreis ist der Kraftfahrzeughändler nicht stets verpflichtet. Im Urteil "Kfz-Endpreis" vom 16.12.1982

(I ZR 155/80) hat der Senat ausgeführt, daß bei fakultativer Überführung - also in den Fällen, in denen der Kunde das Fahrzeug vom Hersteller oder Importeur selber abholen kann - das sonst (bei obligatorischer Überführung des Fahrzeugs durch den Händler) anfallende Frachttentgelt nicht Bestandteil des anzugebenden Endpreises ist, wenn auf ihre gesonderte Berechnung in der Werbung unmißverständlich hingewiesen wird, so daß sich die Vorstellung, der angegebene Preis könne die Überführungskosten einschließen, gar nicht erst bilden kann. Von diesen Rechtsgrundsätzen ist auch vorliegend auszugehen. Durch die PreisangabenVO ist es dem Händler nicht untersagt, seine Werbung für Kraftfahrzeuge auf den Kreis der Selbstabholer der sich nach den Angaben des Klägers bei Mercedes-Pkw im Jahre 1978 auf 15 % aller Mercedes-Käufer belief, abzustellen. Erforderlich ist in diesen Fällen lediglich, daß der Händler - sofern er auch die Überführung anbietet die Preise dafür gem. § 3 Abs. 1 PreisangabenVO verlautbart und dementsprechend seine Werbung gestaltet (vgl. Gelberg, Kommentar zur PreisangabenVO, 1975, Anm. 8.4.1.2 zu § 1 Abs. 1 PreisangabenVO).

Danach kann die Einbeziehung der Überführungskosten in den Endpreis von der Beklagten dann nicht verlangt werden, wenn sie - wie es hier geschehen ist - klarstellt, daß Überführungskosten ab Auslieferungslager darin nicht enthalten sind. Anders wäre es allerdings dann, wenn - wie der Kläger behauptet hat - eine Möglichkeit zur Abholung des Fahrzeugs durch den Käufer vom Importeur nicht bestünde. In diesem Falle wäre die angegriffene Werbung durch das Berufungsgericht auch unter dem Gesichtspunkt des § 3 UWG zu prüfen.

4. Schließlich wird das Berufungsgericht bei seiner erneuten Verhandlung und Entscheidung ggf. noch zu berücksichtigen haben, daß es zusätzlicher Feststellungen und Erörterungen zu der Frage bedarf, inwieweit der Kläger durch die beanstandete Werbung in seinen satzungsgemäßen Aufgaben und Interessen beeinträchtigt worden ist. Im Hinblick darauf, daß sich die Beklagte mit Sitz in M. an einer in der Süddeutschen Zeitung erscheinenden Gemeinschaftsanzeige beteiligt hat, ist nicht ohne weiteres ersichtlich, daß der Kläger, der seinen Sitz in B. hat, dadurch in seiner satzungsgemäßen Interessenverfolgung berührt worden ist.

III. Demgemäß war auf die Revision der Beklagten das Berufungsurteil aufzuheben und die Sache zur anderweiten Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückzuverweisen.

v. Gamm

Zulch

Piper

Erdmann

Scholz-Hoppe