# BUNDESGERICHTSHOF

## IM NAMEN DES VOLKES

## URTEIL

I ZR 94/01

Verkündet am:
27. November 2003
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

Mondpreise?

UWG § 3

Für die Behauptung, daß eine Werbung mit einer bestehenden unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers im Hinblick auf die Marktverhältnisse zur Irreführung geeignet ist, trägt der Kläger die volle Darlegungs- und Beweislast.

BGH, Urt. v. 27. November 2003 - I ZR 94/01 - OLG Köln
LG Köln

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 27. November 2003 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Ullmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Prof. Starck, Pokrant und Dr. Büscher

für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 2. März 2001 wird auf Kosten des Klägers zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte, die als Einzelhandelsunternehmen u.a. Geräte der Unterhaltungselektronik vertreibt, warb in einer Beilage zum "K. Wochenspiegel" vom 2. September 1998 - wie aus dem nachstehend wiedergegebenen Klageantrag ersichtlich - für Lautsprechermodelle der Firma C. (Modell "C. Nestor 802 DC") und der Firma M. (Heimkino-Lautsprecher system "M. Cubus 5", "M. Bandit 200" und "M. Power Bull 250"). Dabei stellte sie ihren eigenen Preisen jeweils ganz erheblich höhere unverbindliche Preisempfehlungen der Hersteller gegenüber.

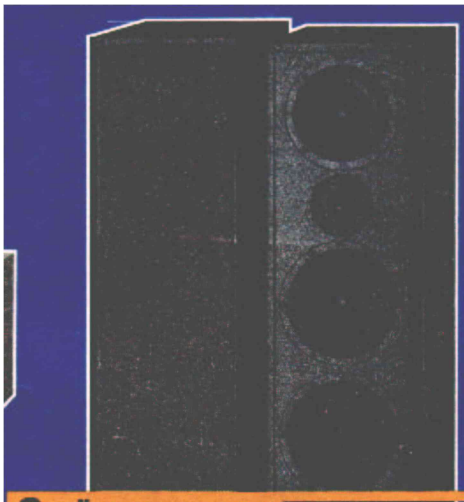
Der klagende Verein zur Förderung gewerblicher Interessen hat diese Werbung als irreführend beanstandet. Die angegebenen Preisempfehlungen der Hersteller seien nicht mehr gültig gewesen und hätten nicht den marktüblichen Durchschnittspreisen entsprochen. Die Werbung mit solchen Phantasiepreisen ("Mondpreisen") sei geeignet, die Verbraucher über die Preiswürdigkeit der Angebote zu täuschen.

Der Kläger hat beantragt,

die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen, in der an den Endverbraucher gerichteten Werbung, wie nachstehend wiedergegeben, Lautsprecher unter Angabe des Verkaufspreises und der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers anzukündigen:

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
JLaw – für Android
JLaw – für iOS



STÜCKPREIS

**499,-**

Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers pro Stück DM 1500,-

SIE HABEN DM 1001,- PRO STÜCK GESPART.

[redacted] Nestor 802 DC

3-Wege-Baßreflex Standlautsprecher, Spitzenmodell der Nestorserie mit zwei 20 cm Tieftönern, 150/250 Watt Nenn-/Musikbelastbarkeit, Ausführung in Esche Schwarz 5 Jahre Garantie

DOLBY SURROUND PRO • LOGIC

S[redacted] PREIS

**399,-**

Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers DM 1699,-

SIE HABEN DM 1300,- GESPART.

M[redacted] Cubus 5

Heimkino Lautsprechersystem bestehend aus einem Baßmodul, einem Center und 4 gleichen Satelliten für optimalen Kino-Sound, 100/150 Watt Nenn-/Musikbelastbarkeit

Zudem hat der Kläger den Ersatz der Abmahnkosten in Höhe von 250,56 DM nebst Zinsen verlangt.

Die Beklagte hat vorgebracht, die in ihrer Werbung genannten unverbindlichen Preisempfehlungen der Hersteller seien damals marktübliche Abgabepreise gewesen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben.

Auf die Berufung der Beklagten hat das Berufungsgericht das landgerichtliche Urteil abgeändert und die Klage abgewiesen (OLG Köln GRUR-RR 2001, 239).

Mit seiner (zugelassenen) Revision, deren Zurückweisung die Beklagte beantragt, begehrt der Kläger die Wiederherstellung des Urteils des Landgerichts.

Entscheidungsgründe:

Die Revision des Klägers bleibt ohne Erfolg.

I. Das Berufungsgericht hat die Unterlassungsklage, die auf die Behauptung gestützt ist, die Beklagte habe irreführend mit unverbindlichen Herstellerpreisempfehlungen geworben, und die Klage auf Ersatz der Abmahnkosten als unbegründet abgewiesen. Dazu hat es ausgeführt:

Bei Erscheinen der Werbebeilage seien die darin angegebenen unverbindlichen Preisempfehlungen in den aktuellen Preislisten der Hersteller noch enthalten und damit gültig gewesen. Dies habe die dafür darlegungs- und beweispflichtige Beklagte bewiesen.

Dem Vorbringen des Klägers ließen sich keine zuverlässigen Anhaltspunkte dafür entnehmen, daß die unverbindlichen Preisempfehlungen "Mondpreise" gewesen seien und Werbung mit ihnen nur bezweckt habe, die Preise der Beklagten entgegen den tatsächlichen Marktverhältnissen als besonders

günstig erscheinen zu lassen. Der Umstand, daß die eigenen Preise der Beklagten ganz erheblich - bis zu etwa 80 % - unter den Preisempfehlungen der Hersteller gelegen hätten, könne zwanglos damit erklärt werden, daß es der Beklagten als einem der bedeutenden Einzelhändler für Unterhaltungselektronik gelungen sei, einen großen Bestand der beworbenen Geräte zu einem besonders günstigen Preis zu beziehen. Eine abweichende Beurteilung ergebe sich auch nicht daraus, daß die in der Werbung vom 2. September 1998 genannte unverbindliche Preisempfehlung von 1.699 DM für das Heimkino-Lautsprechersystem "M. Cubus 5" in der ab dem 15. September 1998 geltenden Preisliste der Firma M. nur noch auf 999 DM gelautet habe. Dies habe zwar zusammen mit dem Umstand, daß dieses Modell in beiden Preislisten mit denselben EAN- und Artikelnummern gekennzeichnet gewesen sei, eine tatsächliche Vermutung dafür begründet, daß der "Mondpreis"-Vorwurf zutreffe, die Beklagte habe aber bewiesen, daß der niedrigere Preis des neueren Modells seinen Grund im Einsatz billigerer Lautsprecher habe.

Die Darlegungs- und Beweislast dafür, daß die angegebenen unverbindlichen Preisempfehlungen unrealistische Phantasiegrößen seien, treffe den Kläger. Dieser habe jedoch zu den tatsächlichen Marktverhältnissen nicht vorgetragen, obwohl ihm diese ebenso zugänglich seien wie der Beklagten.

II. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung stand. Das Berufungsgericht hat rechtsfehlerfrei entschieden, daß der Kläger nicht nachgewiesen habe, daß die Beklagte irreführend mit unverbindlichen Preisempfehlungen von Herstellern geworben hat (§ 3 UWG).

1. Die Bezugnahme auf eine kartellrechtlich zulässige (§ 23 GWB) unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers ist auch wettbewerbsrechtlich

grundsätzlich zulässig. Sie ist allerdings dann als irreführend anzusehen, wenn nicht klargestellt wird, daß es sich bei der Herstellerempfehlung um eine unverbindliche Preisempfehlung handelt, wenn die Empfehlung nicht auf der Grundlage einer ernsthaften Kalkulation als angemessener Verbraucherpreis ermittelt worden ist oder wenn der vom Hersteller empfohlene Preis im Zeitpunkt der Bezugnahme nicht als Verbraucherpreis in Betracht kommt (vgl. BGH, Urt. v. 15.9.1999 - I ZR 131/97, GRUR 2000, 436, 437 = WRP 2000, 383 - Ehemalige Herstellerpreisempfehlung; Urt. v. 14.11.2002 - I ZR 137/00, GRUR 2003, 446 = WRP 2003, 509 - Preisempfehlung für Sondermodelle).

2. Die Revisionsangriffe gegen die Feststellung des Berufungsgerichts, daß der Kläger auch hinsichtlich des Heimkino-Lautsprechersystems "M. Cubus 5" nicht bewiesen habe, daß die Werbung mit der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers zur Irreführung geeignet sei, haben keinen Erfolg. Die Revision würdigt den festgestellten Sachverhalt lediglich anders als das Berufungsgericht, ohne Verfahrensfehler darzulegen oder geltend machen zu können, daß die Beurteilung des Berufungsgerichts erfahrungswidrig ist. Die Revision hat nicht aufzeigen können, daß das Berufungsgericht relevantes tatsächliches Vorbringen zu den maßgeblichen Marktverhältnissen im Einzelhandel mit Unterhaltungselektronik (vgl. BGH, Urt. v. 1.10.1980 - I ZR 142/78, GRUR 1981, 137, 139 = WRP 1981, 86 - Tapetenpreisempfehlung), insbesondere zur Preisgestaltung der Wettbewerber, übergangen habe. Von einer weiteren Behandlung der Revisionsrügen wird gemäß § 565a Satz 1 ZPO a.F. abgesehen.

3. Das Berufungsgericht hat zutreffend entschieden, daß die Behauptungs- und Beweislast dafür, daß eine Werbung mit unverbindlichen Preisempfehlungen geeignet ist, die angesprochenen Verkehrskreise irrezuführen, grund-

sätzlich den Kläger trifft. Es gelten insoweit die allgemeinen Grundsätze zur Verteilung der Darlegungs- und Beweislast, nach denen der Kläger als Verletzter die rechtsbegründenden Tatsachen zu behaupten und zu beweisen hat, der Beklagte (der Verletzer) dagegen diejenigen Umstände, die den rechtsbegründenden Tatsachen ihre Bedeutung oder Grundlage nehmen (vgl. BGH, Urt. v. 19.9.1996 - I ZR 124/94, GRUR 1997, 229, 230 = WRP 1997, 183 - Beratungskompetenz; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Aufl., § 3 UWG Rdn. 119; Köhler/Piper, UWG, 3. Aufl., § 3 Rdn. 527). Für Ansprüche wegen irreführender Werbung mit bestehenden unverbindlichen Preisempfehlungen von Herstellern gilt nichts anderes (vgl. BGH GRUR 2003, 446 - Preisempfehlung für Sondermodelle; vgl. auch Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Verfahren, 8. Aufl., Kap. 47 Rdn. 30).

Dem Kläger können allerdings - wovon auch das Berufungsgericht ausgegangen ist - Darlegungs- und Beweiserleichterungen zugute kommen, wenn es um die Aufklärung von Tatsachen geht, die in den Verantwortungsbereich des Beklagten fallen, und diesen deshalb nach dem Gebot redlicher Prozeßführung (§ 242 BGB) eine prozessuale Erklärungspflicht trifft (vgl. BGH GRUR 1997, 229, 230 - Beratungskompetenz; vgl. auch Baumbach/Hefermehl aaO § 3 UWG Rdn. 120; Köhler/Piper aaO § 3 Rdn. 530; Teplitzky aaO Kap. 47 Rdn. 31 f.). Hinsichtlich der Frage, ob die Werbung mit den unverbindlichen Preisempfehlungen der Hersteller wegen der Marktverhältnisse irreführend war, kommen solche Erleichterungen der Darlegungs- und Beweislast jedoch nicht in Betracht. Der Kläger, der die gewerblichen Interessen von Wettbewerbern der Beklagten vertritt, kann die Marktverhältnisse ebenso ermitteln wie die Beklagte.

Zu Unrecht beruft sich die Revision demgegenüber auf die Darlegungs- und Beweiserleichterungen, die einem Anspruchsteller zugute kommen, der eine Werbung mit einer Gegenüberstellung eigener Preise des Werbenden - des nunmehr geforderten mit einem angeblich früher geforderten Preis - als irreführend beanstandet (vgl. BGH, Urt. v. 28.6.1974 - I ZR 62/72, GRUR 1975, 78, 79 = WRP 1974, 552 - Preisgegenüberstellung). Diese Rechtsprechung beruht darauf, daß ein Kläger bei einer derartigen Preisgegenüberstellung keine genaue Tatsachenkenntnis haben kann, während der Werbende zu seiner eigenen Preisgestaltung und deren Ernsthaftigkeit ohne weiteres - und ihm auch zumutbar - vortragen kann. Ein solches Ungleichgewicht in den Möglichkeiten des Sachvortrags besteht bei der Werbung mit unverbindlichen Preisempfehlungen jedenfalls insoweit nicht, als es um Feststellungen zu den Marktverhältnissen geht.

Der Umstand, daß die Beklagte vor ihrer Werbung gehalten war zu prüfen, ob die unverbindlichen Preisempfehlungen (noch) als Verbraucherpreise in Betracht kommen konnten, rechtfertigt eine Überwälzung von Darlegungs- und Beweispflichten auf die Beklagte ebenfalls nicht.

4. Das Berufungsgericht hat auch den Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten zu Recht als unbegründet angesehen, weil dem Kläger der mit der Abmahnung geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus § 3 UWG nicht zusteht.

III. Danach war die Revision auf Kosten des Klägers zurückzuweisen (§ 97 Abs. 1 ZPO).

Ullmann v. Ungern-Sternberg Starck

Pokrant Büscher