

Volltext zu MIR Dok.: 371-2007
Veröffentlicht in: MIR 10/2007
Gericht: LG Krefeld
Aktenzeichen: 12 O 12/07
Entscheidungsdatum: 04.09.2007
Vorinstanz(en):

Permanenter Link zum Dokument: http://www.medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=1396

www.medien-internet-und-recht.de

ISSN: 1861-9754

MEDIEN INTERNET und RECHT und alle in der Publikation/Zeitschrift enthaltenden Inhalte, Beiträge, Abbildungen und Veröffentlichungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Verlagsrechte erstrecken sich auch auf die veröffentlichten Gerichtsentscheidungen und deren Leitsätze, die urheberrechtlichen Schutz genießen, soweit sie vom Einsender oder von der Schriftleitung/Redaktion redigiert bzw. erarbeitet sind. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Nutzungs-/Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechtsübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM, Dateikopien oder andere Verfahren in Online- und Printmedien etc.) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Mit Namen (Autor/Gericht/Quelle) gekennzeichnete Beiträge stellen ausdrücklich nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar.

Inhaltliche oder redaktionelle Fehler vorbehalten.

LANDGERICHT KREFELD

Im Namen des Volkes

URTEIL

In dem Rechtsstreit

Das Versäumnisurteil vom 14.05.2007 bleibt aufrechterhalten.

Der Beklagte trägt auch die weiteren Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 5.000,- € vorläufig vollstreckbar. Die Vollstreckung aus dem Versäumnisurteil darf nur gegen Leistung dieser Sicherheit fortgesetzt werden.

Tatbestand:

Die Parteien streiten über einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch.

Der Kläger ist ein Wettbewerbsverein auf dem Gebiet des Kraftfahrzeuggewerbes. Der Beklagte betreibt in B einen Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen.

Am 20.10.2006 bewarb der Beklagte im Internet unter "www.X" den Pkw "Smart ForTwo Passion *Coupe*" zu einem Preis von 9.989,- €. Dabei war die Detailansicht der Anzeige im Internet derart aufgebaut, dass nach Nennung des Preises zunächst die Fahrzeugdaten (wie z.B. kW/PS und Außenfarbe) und dann die Ausstattung (wie z.B. ABS und Wegfahrsperre) folgten. Unter "Weitere Informationen" hieß es dann auszugsweise am Ende der Anzeige (vgl. Bl. 13 GA):

"Mitnahmepreis inkl. aller Kosten!!! Auslieferung direkt ab Smart Center Holland. ... Mitnahmepreis inkl. aller Kosten!!! Auslieferung direkt ab Zentrallager Holland. ... Frei Haus Lieferung oder Abholung in B gegen Aufpreis möglich, ..."

Als Fahrzeuganbieter ist der Beklagte mit seiner Geschäftsadresse in B angegeben.

Der Kläger sieht in dieser Werbung einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung (PAngV). Die Kammer hat durch ihren Vorsitzenden am 14.05.2007 im schriftlichen Vorverfahren antragsgemäß ein Versäumnisurteil erlassen, durch das der Beklagte verurteilt worden ist, "es zu unterlassen im geschäftlichen Verkehr ... für den Verkauf von Kraftfahrzeugen unter Angabe von Preisen zu werben, ohne den tatsächlichen Endpreis des Fahrzeugs anzugeben, und zwar einschließlich der anfallenden Überführungskosten, insbesondere dann, wenn hierdurch die Möglichkeit besteht, im Internet in einer günstigeren Preiskategorie zu werben" (vgl. Bl. 38 f. GA).

Gegen dieses Versäumnisurteil hat der Beklagte fristgerecht Einspruch eingelegt. Er meint, seine Werbung verstoße nicht gegen die PAngV. Er werbe ja nicht mit der Lieferung des Wagens ab seiner Betriebsstätte in B sondern mit der Lieferung ab dem Lager in Holland. Für die Lieferung ab dem Lager in Holland sei der Endpreis inklusive aller Kosten ausgewiesen.

Der Beklagte beantragt,

das Versäumnisurteil vom 15.05.2007 aufzuheben und die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

das Versäumnisurteil zu bestätigen.

Der Kläger sieht nach wie vor einen Verstoß gegen die PAngV, da der Beklagte eben nicht die Höhe der anfallenden Überführungskosten nenne. Preiswahrheit und Preisklarheit seien nicht gewahrt.

Entscheidungsgründe:

Das Versäumnisurteil der Kammer vom 15.05.2007 ist aufrecht zu erhalten. Es ist zu Recht ergangen ist.

I.

Dem Kläger steht gegen den Beklagten der in dem Versäumnisurteil tenorierte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsanspruch zu.

1. Der Kläger ist als Wettbewerbsverein auf dem Gebiet des Kraftfahrzeugsgewerbes nach § 8 Abs.3 Nr.2 UWG berechtigt, einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch geltend zu machen. Ihm gehört eine erhebliche Zahl von Unternehmen an, die Waren- oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art – hier Kraftfahrzeuge – auf demselben Markt wie der Beklagte vertreiben.

2. Die Werbung des Beklagten auf der Internetplattform unter "www.X" betreffend den Pkw "Smart ForTwo Passion Coupe" stellt eine unlautere Wettbewerbshandlung gemäß §§ 3, 4 Nr.11 UWG in Verbindung mit § 1 Abs.1 S.1 PAngV dar. Der Beklagte ist nach § 8 Abs.1 UWG zur Unterlassung verpflichtet, weil er § 3 UWG zuwider gehandelt hat, indem er eine unlautere Wettbewerbshandlung vorgenommen hat, die auch geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil der Verbraucher nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen.

a) Die in der Einstellung der Werbung in das Internet liegende Wettbewerbshandlung des Beklagten ist nach § 4 Nr.11 UWG unlauter, weil er damit einer gesetzlichen Vorschrift zuwider gehandelt hat, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Die Vorschriften der PAngV sind in diesem Sinne wettbewerbsbezogen, weil sie jedenfalls auch dazu bestimmt sind, das Marktverhalten im Interesse der Verbraucher zu regeln. Nach dem Zweck dieser Verordnung soll nämlich dem Verbraucher Klarheit über die Preise und deren Gestaltung verschafft und zugleich verhindert werden, dass er seine Preisvorstellungen anhand nicht vergleichbarer Preise unterschiedlicher Anbieter gewinnen muss (vgl. BGH WRP 2004, 490, 491; GRUR 2001, 1166, 1168; OLG Hamm, Urteil vom 25.11.2004 - 4 U 137/04 - Rn. 7 bei juris).

b) Der Beklagten hat durch die beanstandete Werbung gegen § 1 Abs.1 S.1 PAngV verstoßen. Nach dieser Vorschrift hat derjenige, der als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer oder sonstiger Preisbestandteile unabhängig von einer Rabattgewährung zu zahlen sind (Endpreise). Zu den "sonstigen Preisbestandteilen" gehören im Kfz-Handel nach ganz überwiegender Meinung die Überführungskosten für Kraftfahrzeuge zumindest dann, wenn sie auf jeden Fall, also obligatorisch anfallen, weil der Händler dem Kunden nicht anbietet, das Fahrzeug selbst beim Hersteller abzuholen (vgl. nur OLG Celle, Urteil vom 14.10.2004 - 13 U 187/04 - Rn. 8 bei *juris*; OLG Hamm, Urteil vom 25.11.2004 - 4 U 137/04 - Rn. 8 bei *juris*; OLG Schleswig, Urteil vom 23.01.2007 - 6 U 65/06 - Rn. 4 bei *juris*).

Hier liegt allerdings kein Fall vor, in der die Überführungskosten auf jeden Fall anfallen. Ausweislich der Werbung des Beklagten kommen die Frachtkosten nur hinzu, wenn der Kunde das Fahrzeug beim Beklagten in B abholen oder sogar nach Hause geliefert bekommen haben will. Ist ein Kunde des Beklagten willens und in der Lage, das Fahrzeug im Lager in Holland abzuholen, muss er nur die in der Anzeige genannten 9.989,- € zahlen. Die Überführungskosten fallen also nur fakultativ an. Zu der Frage, ob in Fällen einer nur fakultativen Überführung durch den Händler die Einberechnung der Frachtkosten in den Endpreis erforderlich ist, hat sich – soweit ersichtlich – bislang noch keine gefestigte Rechtsprechung gebildet (offen gelassen: BGH NJW 1983, 1558, 1559; OLG Celle, Urteil vom 14.10.2004 - 13 U 187/04 - Rn. 19 bei *juris*; verneinend [ohne Begründung]: OLG Schleswig, Urteil vom 23.01.2007 - 6 U 65/06 - Rn. 5f. bei *juris*). Nach Auffassung der Kammer besteht jedenfalls unter den Umständen des vorliegenden Falles kein Grund, die nur fakultativ anfallenden Überführungskosten wettbewerbsrechtlich anders zu behandeln als die obligatorisch anfallenden Frachtkosten:

Maßgebend ist dabei der Sinn und Zweck der PAngV. Bei einem Verstoß gegen die PAngV geht es nicht – jedenfalls nicht vorrangig – um irreführende Werbung und den Vorwurf, die Verbraucher würden darüber getäuscht, dass zusätzlich Überführungskosten anfielen. Die PAngV soll vielmehr sicherstellen, dass der Verbraucher sich zutreffend und erschöpfend durch Preisvergleiche über den Preisstand unterrichten kann, ferner soll sie einen sachbezogenen Wettbewerb fördern (vgl. nur OLG Celle a.a.O. Rn. 16 bei *juris* m.w.N). Dadurch, dass in der beanstandeten Werbung des Beklagten nur auf zusätzliche Überführungskosten hingewiesen wird, ohne diese zu beziffern, werden diese Schutzzwecke verletzt: Die Interessenten, die den (u.U. weiten) Weg nach Holland scheuen, um sich das Fahrzeug dort abzuholen, wissen allein auf Grund der Werbung des Beklagten nicht, welche Überführungskosten auf sie zukommen werden; sie können die Kosten auch nicht selbst ausrechnen. Mag man das u.U. wettbewerbsrechtlich noch unbeanstandet lassen, wenn das Abholen der Fahrzeuge in Holland die Regel und die Anlieferung zum Beklagten nach B (oder gar nach Hause zum Kunden) die Ausnahme wären. Das ist aber nach Einschätzung der Kammer nicht der Fall. Vielmehr wird es umgekehrt sein: Nur der kleinere Teil der Interessenten wäre bei einem Kauf bereit, das Fahrzeug irgendwo (!) in Holland abzuholen. Die meisten würden es beim Beklagten in B abholen wollen. Die Frachtkosten nach B und zurück sind nämlich Kosten, die sie beim Preisvergleich klar abschätzen und kalkulieren können. Nicht aber die Kosten bei einem Abholen in Holland: Hier wären sie auf weitere Informationen des Beklagten angewiesen, wie insbesondere die, wo in Holland dieses in der Anzeige genannte "Zentrallager" oder "Smart-Center" überhaupt liegt. Es macht einen merklichen Unterschied, ob es direkt hinter der Grenze liegt oder etwa an der Nordsee.

Nach dem Schriftsatz des Beklagten vom 24.08.2007 gibt es in Holland sogar verschiedene "Service-Center", ohne dass er dem Kunden vorher sagen könnte, welches Center konkret das bestellte Fahrzeug bereitstellen würde. Das erhöht die finanziellen Unwägbarkeiten des Abholens in Holland und wird einen Interessenten noch mehr dazu bewegen, dass Fahrzeug beim Beklagten nach B liefern zu lassen und dort abzuholen. Dann aber fallen Frachtkosten an. Im Regelfall und nicht nur in Ausnahmefällen müsste sich der Beklagte also dem Preisvergleich mit den Händlern stellen, die ausschließlich ein Abholen beim Händler anbieten, und zwar jeweils zuzüglich genau bezifferter Überführungskosten. Der Beklagte kann sich insoweit nicht darauf berufen, die Überführungskosten von Holland nach B stünden nicht von vornherein fest. Nur ihr Anfall, nicht aber ihre Höhe hängen vom Kundenverhalten ab (vgl. zu diesem Prüfungsansatz: OLG Schleswig, Urteil vom 23.01.2007 - 6 U 65/06 - Rn. 6 bei *juris*).

Dadurch, dass der Beklagte mit einer Anlieferung ab Lager in Holland wirbt, erreicht er zwei Ziele, die nicht mit dem Sinn und Zweck der PAngV vereinbar sind:

(1) Er bleibt mit dem vermeintlichen Endpreis von 9.989,- € unter der "magischen" Grenze von 10.000,- €. Das hat wiederum zwei vom Beklagten sicherlich so gewünschte Effekte: (a) Zum einen fällt er bei Anwendung der Suchmaske der Internetplattform "www.X" mit dem Pkw "Smart ForTwo Passion *Coupe*" bei der Preisangabe "bis zu 10.000,- €" nicht durchs Raster. Das erhöht seine Wettbewerbschancen, da er trotz regelmäßig anfallender Frachtkosten in einer preisgünstigeren Kategorie gelistet wird und damit in ein

Marktsegment vorstößt, in das er mit seinem wirklichen Endpreis eigentlich nicht gehört. (b) Zum anderen ist auch unabhängig von der Listung im Internet ein vermeintlicher Endpreis von 9.989,- € verkaufspsychologisch bedeutsam. Das Nichtüberschreiten der Grenze von 10.000,- € kann nämlich Einfluss auf die Preisvorstellung des umworbenen Durchschnittsverbrauchers nehmen. Denn sein Augenmerk wird zunächst auf einen Preis gelenkt, der meist auch unter psychologischen Gesichtspunkten kalkuliert worden ist und eine bestimmte "magische" Grenze - wie hier 10.000,- € - nicht überschreitet. Einen so "günstigen" Preis kann der Beklagte nur deshalb in den Vordergrund stellen, weil er die Überführungskosten für den Regelfall ausgespart und zudem offen gelassen hat. Dadurch verschafft er sich beim Preisvergleich einen unzulässigen Vorteil.

(2) Es werden einige Interessenten bei dem Beklagten anrufen, um von ihm zu erfahren, wo das Zentrallager bzw. das Smart-Center in Holland liegt und/oder welche Überführungskosten ggf. auf ihn zukommen. Die PAngV soll aber für Preisklarheit sorgen, ohne dass der Verbraucher beim Unternehmer nachfragen muss. Dahinter steckt die Überlegung, dass der Verbraucher die Preise in Ruhe und unbehelligt von Überzeugungs- und Überredungsversuchen des Unternehmers vergleichen soll. Die angegriffene Werbung des Beklagten – die auf mögliche zusätzliche Überführungskosten hinweist, ohne deren Höhe mitzuteilen – erschwert einen solchen unbehelligten und sachlichen Preisvergleich.

c) Es liegt auch nicht nur ein Bagatelverstoß vor. Unlautere Wettbewerbshandlungen sind nach § 3 UWG unlässig, wenn sie geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen. Durch diese Regelung soll lediglich die Verfolgung von Bagatellfällen ausgeschlossen werden. Die Schwelle ist nicht zu hoch anzusetzen. Die Werbemaßnahme muss nur von einem gewissen Gericht für das Wettbewerbsgeschehen und die Interessen der geschützten Personengruppen sein. Diese Voraussetzung ist hier erfüllt: Auch wenn sich die Überführungskosten von Holland nach B dem Beklagten zufolge nicht genau kalkulieren lassen, weil nicht feststeht, welches Smart-Center konkret ein bestelltes Fahrzeug bereitstellen werde, geht es sicherlich um Überführungskosten von mehreren hundert Euro. Das ist zumindest bei einem Pkw mit einem Kaufpreis von ca. 10.000,- € jenseits der Bagatellgrenze.

Hier ist zudem erneut zu berücksichtigen: Der Verbraucher ist bei der Werbung des Beklagten nicht in der Lage ist, sich den für die Vergleiche mit den Angeboten anderer Autohändler wichtigen Endpreis aus der Anzeige selbst zu errechnen, weil die Höhe der Überführungskosten weder genannt noch allgemein bekannt ist. Er kann allenfalls darüber spekulieren, in welcher Größenordnung sich solche weiteren Kosten bewegen könnten, wobei er aber jedenfalls weiß, dass es sich um keinen unbedeutenden Kostenfaktor handelt. Der Verbraucher müsste somit mit dem Beklagten erst Kontakt aufnehmen, um den genauen Endpreis zu erfahren. Gerade weil der Verbraucher hier nicht – auch nicht unter Erschwernissen – den genauen Endpreis erkennen kann, ist ein Fall gegeben, der wie ein Verstoß gegen den Grundsatz der Preiswahrheit eine nicht unwesentliche Beeinträchtigung der Verbraucher mit sich bringt (vgl. ausführlich zur Verneinung einer nur unerheblichen Beeinträchtigung: OLG Hamm, Urteil vom 25.11.2004 - 4 U 137/04 - Rn. 9 ff. bei *juris*).

3. Die für einen Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs.1 UWG notwendige Wiederholungsgefahr liegt vor. Ist es – wie hier – zu einem Wettbewerbsverstoß gekommen, wird die Wiederholungsgefahr nach ständiger Rechtsprechung vermutet. Diese kann in der Regel nur durch eine (strafbewehrte) Unterwerfungserklärung ausgeräumt werden. Eine solche hat der Beklagte nicht abgegeben. Im Gegenteil: Er bestreitet nach wie vor ein wettbewerbswidriges Verhalten.

II.

Die Nebenentscheidungen beruhen auf den §§ 91 Abs.1, 709 S.1, 2 ZPO.

Streitwert: 16.000,- €