

# Gleich zwei Entscheidungen zur Angabe zu Überführungskosten beim Autoverkauf im Internet

✘ Bereits im Jahr 2007 entschieden die Landgerichte Krefeld und Wuppertal zur Angabepflicht der Überführungskosten beim PKW-Kauf im Internet. Das LG Krefeld sah die fehlende Angabe dieser Kosten als Wettbewerbsverstoß an. Das LG Wuppertal dagegen stufte dies als Bagatelle ein. Nachdem mittlerweile ein neues UWG in Kraft getreten ist, kann eine solche Nichtangabe von Kosten aber keine Bagatelle mehr darstellen.

**Lesen Sie mehr über die Angabe von Überführungskosten.**

Das Landgericht Wuppertal entschied am 11.04.2007 (AZ: 15 O 24/07), dass eine Anzeige im Internet, in der die Überführungskosten nicht mit genannt sind, zwar gegen § 4 Nr. 11 UWG verstoße, allerdings nicht dazu geeignet sei, den Wettbewerb erheblich zu beeinträchtigen. Somit sah das Gericht einen solchen Verstoß als Bagatelle an.

## Über 500 Euro Unterschied sind eine Bagatelle?

Im entschiedenen Fall bewarb ein Händler einen "Peugot 10770 Petit Filou" im Internet zum Preis von 7.450 Euro. Tatsächlich betrug der Kaufpreis jedoch 8.000 Euro, da zum Autopreis noch 550 Euro Überführungskosten hinzu kamen. Diese waren zwar in der Anzeige mit aufgeführt, jedoch nicht mit in den Gesamtpreis eingerechnet. Das LG führte hierzu aus, dass der "mündige Verbraucher" durchaus in der Lage sei, sich auszurechnen, wie hoch der Gesamtpreis ist.

Das Gericht erkennt zwar, dass die Preisangabenverordnung vorschreibt, dass Endpreise anzugeben sind, meint aber, dass bei einer einfachen Addition auch die Angabe der Bestandteile ausreichend ist.

Dem ist zwar grundsätzlich zuzustimmen. Allerdings nicht in diesem besonderen Fall: Der Preis des Fahrzeugs war entscheidend für die Position der Anzeige im Listing der Internetplattform. Durch die Angabe der lediglich 7.450 Euro erschien die Anzeige wesentlich weiter oben als bei Angabe von 8.000 Euro. Hierzu führte das Gericht lediglich aus, dass dieses Listing kein "ranking" sei, anhand dessen man bestimmte Eigenschaften wie Qualität o.Ä. des Produktes erkennen kann.

Ein Unterschied von 500 Euro kann aber bereits über 30 Plätze in diesem Preislisting ausmachen. Gerade wer sich selbst ein Preislimit gesetzt hat, wird hier sehr getäuscht.

Auch ist nicht nachzuvollziehen, wie man einen Preisunterschied von über 7% noch als nicht erhebliche Wettbewerbsbeeinträchtigung bezeichnen kann.

## LG Krefeld entscheidet anders

Das LG Krefeld (Urteil v. 04.09.2007, AZ: 12 O 12/07) hat dagegen entschieden, dass eine Werbung, die auf mögliche zusätzliche Überführungskosten hinweist, ohne deren Höhe mitzuteilen, einen unbehelligten und sachlichen Preisvergleich erschwert und daher einen Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr.11 UWG i.V.m. § 1 Abs.1 S.1 PangV darstellt. Eine Bagatelle nahm das LG Krefeld nicht an.

Im entschiedenen Fall ist der Kläger ein Wettbewerbsverein auf dem Gebiet des Kraftfahrzeuggewerbes. Der Beklagte betreibt in B einen Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen. Am 20.10.2006 bewarb er im Internet 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 und dann die Ausstattung folgten. Unter "Weitere Informationen" hieß es dann auszugsweise am Ende der Anzeige:

*„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, ...“*

LG Krefeld hat entschieden, dass die Werbung des Beklagten eine unlautere Wettbewerbshandlung gemäß §§ 3, 4 Nr.11 UWG i.V.m. § 1 Abs.1 S.1 PAngV darstelle:

*„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 § 1 Abs.1 S.1 PAngV 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). Dazu gehören im Kfz-Handel nach ganz überwiegender Meinung die Überführungskosten für Kraftfahrzeuge zumindest dann, wenn sie auf jeden Fall, also obligatorisch anfallen, so LG Krefeld. Hier allredings kommen die Frachtkosten nur hinzu, wenn der Kunde das Fahrzeug beim Beklagten in B abholen oder nach Hause geliefert bekommen haben will. Holt ein Kunde das Fahrzeug im Lager in Holland ab, muss er nur die in der Anzeige genannten 9.989,- € zahlen. Die Überführungskosten fallen also nur fakultativ an.

## **Überführungskosten sind gleich zu behandeln wie Frachtkosten**

Nach Auffassung des LG Krefeld bestehe jedenfalls unter den Umständen des vorliegenden Falles kein Grund, die nur fakultativ anfallenden Überführungskosten wettbewerbsrechtlich anders zu behandeln als die obligatorisch anfallenden Frachtkosten. Maßgebend sei dabei der Sinn und Zweck der PAngV. Die PAngV solle sicherstellen, dass der Verbraucher sich zutreffend und erschöpfend durch Preisvergleiche über den Preisstand unterrichten könne, ferner solle sie einen sachbezogenen Wettbewerb fördern:

*„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 Fahrtkosten 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. ... 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.“*

# Nichtangabe der Überführungskosten ist ein unzulässiger Vorteil

Weiterhin hat das LG Krefeld deutlich gemacht, dass die vom beklagten verfolgten Ziele mit der PangV nicht 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,- € verkaufpsychologisch 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.“*

## Verbraucher darf zusätzliche Kosten nicht erfragen müssen

Für eine Werbung mit Preisen gilt, dass alle Preisbestandteile sowie Zusatzkosten anzugeben sind. Das gilt auch für Überführungskosten.

*(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.“*

Es liege auch nicht nur ein Bagatellverstoß nach § 3 UWG a.F. vor, so das LG Krefeld. Die Bagatellschwelle sei nicht zu hoch anzusetzen. Die Werbemaßnahme muss nur von einem gewissen Gericht für das Wettbewerbsgeschehen und die Interessen der geschützten Personenkreise sein. Diese Voraussetzung sei hier erfüllt: Auch wenn sich die Überführungskosten von Holland nach B dem Beklagtem zufolge nicht genau kalkulieren lassen, weil nicht fest stehe, welches Smart-Center konkret ein bestelltes Fahrzeug bereitstellen werde, gehe 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. ... 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.“*

# Neue Rechtslage seit 30.12.2008

Am 30.12.2008 trat das neue Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb in Kraft. Die Bagatellschwelle gibt es in diesem faktisch nicht mehr. Vielmehr handelt mittlerweile jemand, der eine Werbung wie im Fall des LG Wuppertal gestaltet in jedem Falle wettbewerbswidrig, da gemäß § 5a Abs. 3 Nr. 3 UWG der Endpreis einer Ware oder Dienstleistung anzugeben ist. Also müssen nunmehr auch anfallende Überführungskosten mit in den Endpreis eingerechnet werden. (mr)

## Lesen Sie hier im Shopbetreiber-Blog über Preisangaben:

OLG Stuttgart: Bei Listung in Preissuchmaschinen reicht Link auf Versandkosten nicht aus  
OLG Frankfurt a.M.: Angabe der Versandkosten nur in AGB ist unzureichend  
LG Berlin: Achtung Abmahngefahr - Fehlende Auslandsversandkosten sind kein Bagatellverstoß  
Vorsicht Falle: 8 häufige Fehler bei Produktbeschreibungen und Preistransparenz