

# **Verbrauchs- und Emissionsangaben auch in Werbung für noch nicht bestellbare Pkw erforderlich**

**Oberlandesgericht Frankfurt am Main**

**Beschluss vom 24.04.2014**

**Az.: 6 U 10/14**

## **Tenor**

In dem Rechtsstreit ...beabsichtigt der Senat, die Berufung der Klägerin gegen das am 27.11.2013 (Datum berichtigt – die Red.) verkündete Urteil der 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Frankfurt a. M.zurückzuweisen, da die Berufung offensichtlich keine Aussicht auf Erfolg hat und auch die weiteren Voraussetzungen des § 522 II ZPO erfüllt sind.

## **Entscheidungsgründe**

Wie das Landgericht mit Recht angenommen hat, steht der Beklagten der zuerkannte Unterlassungsanspruch aus §§ 3, 4 Nr. 11,8 III Nr. 3 UWG i.V.m. §§ 1 I, 5 I PKW-EnVKV i.V.m. Abschnitt I Nr.2 der Anlage 4 zu § 5 PKW-EnVKV zu.

Der vierseitige Einhefter gemäß Anlage B 1 stellt eine Werbeschrift (§ 5 I PKW-EnVKV) der Klägerin dar, in der u.a. das Modell „X1“ als „neuer Personenkraftwagen“im Sinne von § 1 I PKW-EnVKV angeboten wird. In dem Einhefter werden unter der gemeinsamen Überschrift „Der Autofrühling von seinen schönsten 4 Seiten“ insgesamt drei Modelle der Klägerin – neben dem „X1“ auch der „X2“ und der „X3“ – vorgestellt. Zu dem auf mehreren Fotos wiedergegebenen Modell „X1“heißt es ergänzend auf der

ersten Seite „Frisch von der Weltpremiere auf dem Genfer Autosalon: Der X1“ und auf der vierten Seite „Der neue X1 ...“. Diese Angaben können vom angesprochenen Verkehr nur dahin verstanden werden, dass das Modell „X1“ – ebenso wie die anderen beiden Modelle – entweder bereits zum Zeitpunkt der Werbung am 18.4.2013 oder jedenfalls in absehbarer Zeit käuflich erworben werden kann. Der streitgegenständliche Einhefter lässt jedenfalls weder nach den genannten Angaben noch auf Grund seines Gesamtinhalts erkennen, dass es sich bei dem Modell „X1“ etwa nur um eine Studie oder einen nicht marktreifen Prototypen handeln soll.

Unter diesen Umständen steht der Einstufung des Einhefters als Werbung für einen „neuen Personenkraftwagen“ im Sinne von § 1 I PKW-EnVKV nicht entgegen, dass das Modell „X1“ zum Zeitpunkt der Werbung tatsächlich noch nicht bestellt werden konnte und auch erst ab Oktober 2013 in Serie hergestellt worden ist.

Mit der in § 2 Nr. 1 PKW-EnVKV enthaltenen Definition des „neuen Personenkraftwagens“ soll lediglich die – hier nicht interessierende – Abgrenzung zu einem Gebrauchtwagen vorgenommen werden. Die Abgrenzung erfolgt dabei in der Weise, dass der Neuwagen noch nicht zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Auslieferung verkauft worden sein darf. Daraus kann nicht etwa geschlossen werden, dass ein Neuwagen allein deshalb nicht vorliegt, weil er noch nicht verkauft werden kann.

Auch aus Sinn und Zweck der in Abschnitt I der Anlage 4 zu § 5 PKW-EnVKV enthaltenen Informationspflichten über den Kraftstoffverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen ist nicht zu entnehmen, dass diese Informationen innerhalb der Werbung für ein als Neuwagen angebotenes Modell dann entbehrlich sind, wenn dieses Modell zum Zeitpunkt der Werbung noch nicht bestellt werden kann. Mit der Vorschrift soll erreicht werden, dass ein Verbraucher, der sich für ein Fahrzeugmodell selbst in ganz allgemeiner Form interessiert, dessen Verbrauchs- und Emissionswerte unmittelbar zur Kenntnis nehmen kann. Anders

als etwa die Regelung des § 5a III UWG verlangen die Vorschriften der PKW-EnVKV gerade nicht, dass das Fahrzeugmodell unter Hinweis auf dessen Merkmale und Preis so angeboten wird, dass der durchschnittliche Verbraucher das Geschäft abschließen kann. Die Informationspflicht besteht stattdessen bei jeder Werbung für ein als solches erkennbar gemachtes Fahrzeugmodell (Abschnitt 1 Nr. 4 der Anlage 4 zu § 5 PKW-EnVKV). Das hiermit korrespondierende Informationsbedürfnis besteht daher unabhängig davon, wann der Werbeadressat das Fahrzeug tatsächlich bestellen oder erhalten kann.

Ohne Erfolg beruft sich die Klägerin in diesem Zusammenhang weiter auf die Regelung des § 3 III PKW-EnVKV, die den Hersteller verpflichtet, dem Händler die Daten zur Verfügung zu stellen, die nach der Lieferung eines Modells für die zusätzliche Erteilung der Informationen am Verkaufsort erforderlich sind. Diese Vorschrift soll lediglich sicherstellen, dass der Hersteller den Händler bei der Erfüllung der diesen treffenden Informationspflichten hinreichend unterstützt. Daraus kann nicht gefolgert werden, dass auch der Hersteller selbst etwa in seiner eigenen Werbung die erforderlichen Angaben erst nach der Auslieferung des Modells an den Händler machen müsste.

Es kann dahinstehen, ob eine andere Beurteilung dann geboten sein könnte, wenn der werbende Hersteller entgegen dem Inhalt seiner – unter diesen Umständen grob irreführenden (§ 5 UWG)– Werbeschrift überhaupt nicht die Absicht hat, das beworbene Modell in absehbarer Zeit auf den Markt zu bringen. Denn ein solcher Fall ist hier auch nach dem Vortrag der Beklagten nicht gegeben.

Die demnach gemäß Abschnitt I Nr. 2 der Anlage 4 zu § 5 PKW-EnVKV erforderlichen Angaben über die Verbrauchs- und Emissionswerte des Modells „X1“ enthält die Werbung gemäß Anlage B 1 nicht. Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, fehlt es bereits deshalb an einer „auch bei flüchtigem

Lesen leicht verständlichen und gut lesbaren“ Darstellung der Angaben, weil der Durchschnittswerbeadressat die am unteren Ende der zweiten Seite vorhandenen Verbrauchs- und Emissionsangaben allein auf das auf dieser Seite beworbene Modell „X2“ beziehen wird. Die Möglichkeit, dass die dortigen – wenn auch mit einer erheblichen Spannbreite versehenen – Angaben sich auch auf die anderen Modelle, insbesondere das beim Aufklappen des Einhefters und Betrachten der zweiten Seite nicht sichtbare Modell „X1“ beziehen sollen, erscheint so fernliegend, dass sie jedenfalls bei flüchtigem Lesen nicht nachvollzogen wird.

Da der dargestellte Gesichtspunkt das mit dem Widerklageantrag begehrte Verbot der konkreten Verletzungsform rechtfertigt (vgl. BGH GRUR 2013, 411 – Biomineralwasser; Tz. 24) kommt es auf die weitere Frage, ob – wie das Landgericht weiter gemeint hat – die Angaben am unteren Rand der zweiten Seite des Einhefters nicht hinreichend, nämlich „weniger als der Hauptteil der Werbebotschaft“ (Abschnitt I Nr. 3 der Anlage 4 zu § 5 PKW-EnVKV) hervorgehoben sind, für die Entscheidung nicht an.

Der weiter zuerkannte Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten ist nach § 12 I 2 UWG gerechtfertigt.

Aus den genannten Gründen hat das Landgericht der Klägerin auch mit Recht die Kosten der übereinstimmend für erledigt erklärten negativen Feststellungsklage auferlegt (§ 91a ZPO).

Die Klägerin erhält Gelegenheit zur Stellungnahme bis zum 22.5.2014.