Preisangaben bei Fachmesse nicht erforderlich

Oberlandesgericht Frankfurt am Main

Beschluss vom 29.11.2013

Az.: 6 W 111/13

Tenor

Die Beschwerde wird auf Kosten der Antragstellerin zurückgewiesen.

Beschwerdewert: 50.000,- €

Entscheidungsgründe

I.

Die Antragstellerin ist ein bekannter Sportwagenhersteller. Die Antragsgegnerin ist ein Unternehmen, das sich auf das Tuning von ...-Serienfahrzeugen spezialisiert hat. Neben der Leistung des Tunings bietet sie auch den Verkauf von getunten Komplettfahrzeugen an. In der Zeit vom 12. bis 22.09.2013 stellte die Antragsgegnerin auf der Internationalen Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt die im Verfügungsantrag näher bezeichneten Fahrzeuge aus, ohne dabei Preisangaben zu machen. Darin sieht die Antragstellerin einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung und verlangt Unterlassung.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Das Landgericht hat den Eilantrag zu Recht zurückgewiesen.

1. Es kann dahingestellt werden, ob es – wie das Landgericht

angenommen hat – am Verfügungsgrund fehlt, weil die Antragstellerin wegen der gleichen Messepräsentation bereits mehr als 2 Wochen vor dem vorliegenden Antrag einen Eilantrag wegen Verstoßes gegen die Pkw-EnVKV eingereicht hatte. Jedenfalls besteht kein Verfügungsanspruch.

2. Die Antragstellerin kann von der Antragsgegnerin nicht Unterlassung des sichtbaren Ausstellens von Personenkraftwagen, Fahrzeugveredelungsprogrammen und Fahrzeugveredelungsprodukten ohne Angabe von Preisen verlangen (§§ 3, 4 Nr. 11, 8 I UWG i.V.m. § 1PAngVO).

a) Nach § 1 PAngV ist zur Angabe von Preisen verpflichtet, wer Letztverbrauchern Waren oder Leistungen anbietet. Unter einem „Angebot von Waren“ i.S. des § 1 PAngV ist eine Aufforderung zum Kauf zu verstehen (BGH GRUR 2010, 248Rn. 16 – Kamerakauf im Internet). Bedarf es noch weiterer Verhandlungen, um ein Geschäft zum Abschluss zu bringen, handelt es sich lediglich um Werbung (BGHGRUR 2004, 960, 961). Wer nur wirbt, muss keine Preise angeben. Entgegen der Ansicht der Antragstellerin kann für die Auslegung des Begriffs des „Angebots“ nicht auf die Definition des „Verkaufsorts“ in § 2 Nr. 4 der PKW EnVKV zurückgegriffen werden. Der Begriff des „Verkaufsorts“ kommt in § 1 PAngV nicht vor.

b) Die Antragsgegnerin hat ihre Fahrzeuge auf der IAA nicht zum Verkauf an Letztverbraucher ausgestellt. Wie sich aus den von der Antragstellerin vorgelegten Internetauszügen ergibt, handelt es sich bei der Messe um eine Leistungsschau der Automobilindustrie, bei der insbesondere Produktpremierer präsentiert werden. Die Messe richtet sich nicht vorrangig an Letztverbraucher. Vielmehr handelt es sich um eine Fachmesse, die nur an besonderen Tagen für Endverbraucher geöffnet ist. Es gibt deshalb keinerlei Anhaltspunkte dafür, dass die ausgestellten Fahrzeuge und Leistungen der Antragsgegnerin von Verbrauchern unmittelbar als Angebot zum Kauf aufgefasst wurden. Es mag zutreffen, dass – wie die Antragstellerin spekuliert – die Antragsgegnerin im Falle eines unmittelbaren

Kaufangebots eines Messebesuches für ein Ausstellungsstück nicht ablehnend reagiert hätte, sondern in Verhandlungen eingetreten wäre. Dies reicht jedoch gerade nicht aus, um den Anwendungsbereich der PAngV zu eröffnen.

c) Es trifft schließlich auch nicht zu, dass die Antragsgegnerin mit vorprozessualen Schreiben vom 11.10.2013 eingeräumt hätte, sie habe auf der Messe Veredelungsprogramme Letztverbrauchern zum Kauf angeboten.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 I ZPO.

Der Beschwerdewert entspricht dem Interesse der Antragstellerin an der Eilentscheidung. Auch insoweit folgt der Senat der Bewertung des Landgerichts.