

Grundpreis muss auch bei KaffEEKapseln angegeben sein

Bundesgerichtshof

Urteil vom 28.03.19

Az.: I ZR 85/18

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 24. Januar 2019 durch den Vorsitzenden Richter (...) für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 9. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Koblenz vom 23. April 2018 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Der Kläger, der Verband Sozialer Wettbewerb e.V., ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder und insbesondere die Achtung der Regeln lauterer Wettbewerbs gehört. Er beanstandet, dass die Beklagte in dem von ihr in K. betriebenen Elektromarkt am 23. November 2016 unter Verwendung eines Aufstellers KaffEEKapseln verschiedener Hersteller für das Kapsel-System „Nespresso“ in Packungen zu je zehn Stück anbot. Auf dem Aufsteller waren die jeweilige Art der Kapseln, die Menge von zehn Stück je Packung und der Preis pro Packung angegeben, nicht dagegen ein Grundpreis für das in den Kapseln enthaltene Kaffeepulver. Auf den Packungen war das Füllgewicht aller in einer Packung enthaltenen Kapseln angegeben.

Der Kläger beanstandet dieses Angebot unter dem Gesichtspunkt des Rechtsbruchs wegen Verstoßes gegen die Pflicht zur Angabe eines Grundpreises gemäß § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV als

wettbewerbswidrig.

Nach erfolgloser Abmahnung hat der Kläger die Beklagte auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten in Anspruch genommen. Er hat beantragt, die Beklagte unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Kaffeekapseln in Fertigpackungen unter Preisangaben anzubieten, ohne dabei neben dem Endpreis auch den Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Endpreises anzugeben, wenn dies geschieht wie aus den Anlagen K 3a und K 3b ersichtlich.

Weiterhin hat der Kläger beantragt, die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger 178,50 eten Zinsen zu zahlen.

Das Landgericht hat der Klage antragsgemäß stattgegeben (LG Koblenz, MD 2018, 87). Die dagegen gerichtete Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben (OLG Koblenz, MD 2018, 532). Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision, deren Zurückweisung der Kläger beantragt, verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat ebenso wie zuvor bereits das Landgericht angenommen, dem Kläger stünden die geltend gemachten Ansprüche auf Unterlassung und Ersatz von Abmahnkosten zu. Dazu hat es ausgeführt:

Die Vorschrift des § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV, deren Verletzung der gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugte Kläger beanstande, sei eine Marktverhaltensregelung im Sinne von § 3a UWG, gegen die die Beklagte mit dem beanstandeten Anbieten der Kaffeekapseln ohne Angabe eines Grundpreises verstoßen habe.

Die Beklagte habe die Kaffeekapseln nach Gewicht angeboten. Die Kapseln stellten Fertigpackungen dar und seien daher unabhängig von der Verkehrsauffassung zwingend nach Gewicht zu kennzeichnen. Dafür spreche insbesondere auch die Regelung in Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie 98/6/EG über den Schutz der

Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse (Preisangabenrichtlinie – PAngRL) sowie der Regelungszusammenhang zwischen der Preisangabenverordnung und der Fertigpackungsverordnung. Jedenfalls aber entspreche es der Verkehrserwartung, dass die Kaffeekapseln nach Gewicht gekennzeichnet würden. Die entsprechenden Regelungen der Fertigpackungsverordnung stünden im Einklang mit der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel (Lebensmittelinformationsverordnung – LMIV). Die Nummer 1 Buchst. c des Anhangs IX zu Art. 24 Abs. 3 LMIV begründe keine Ausnahme, nach der vorliegend keine Nettofüllmenge anzugeben wäre. Die entsprechende Ausnahme betreffe den Kaffee als Lebensmittel, nicht die Kaffeekapseln. Für diese sei die Nummer 4 des Anhangs IX zu Art. 24 Abs. 3 LMIV einschlägig, die wiederum inhaltlich dem § 6 Abs. 4 FertigPackV entspreche.

Der Ausnahmetatbestand nach § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV sei gleichfalls nicht erfüllt. Die Kaffeekapseln seien kein zusammengesetztes Angebot. Die Grundpreisangabe bezwecke, den Verbrauchern eine leichtere Übersicht über die Preisgestaltung zu verschaffen. Den Verbrauchern gehe es um die Vergleichbarkeit der Preise verschiedener Kaffeekapseln, nicht um die Preise für die Kapsel und für deren Inhalt.

Der von der Beklagten begangene Verstoß sei geeignet, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern und Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen. Die Preisvergleichsmöglichkeiten der Verbraucher würden erheblich erschwert. Wegen der nicht unerheblichen Nachahmungsgefahr sei die Bagatellgrenze überschritten. Außerdem seien die nach § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV zu machenden Angaben wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 4 UWG.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision der Beklagten hat keinen Erfolg. Das Berufungsgericht hat zu Recht angenommen, dass die Beklagte nach § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV verpflichtet war, bei dem beanstandeten Angebot der

Kaffeekapseln auch den Grundpreis, das heißt den Preis je 100 Gramm oder je Kilogramm des in den Kapseln enthaltenen Kaffees, anzugeben. Der insoweit gegebene Verstoß stellt ein nach § 3a UWG unlauteres Verhalten dar und begründet die vom Kläger geltend gemachten Ansprüche auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten nach § 8 Abs. 1 Satz 1 Fall 2 und § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG.

1. Die Beurteilung des Berufungsgerichts, der Kläger sei gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG als Wettbewerbsverband klagebefugt, lässt keinen Fehler erkennen und wird auch von der Revision nicht angegriffen.

2. Die Regelung in § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV, wonach derjenige, der Verbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet, neben dem Gesamtpreis (§ 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV) auch den Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben hat, hat ihre unionsrechtliche Grundlage in der Preisangabenrichtlinie und insbesondere in dem dortigen Artikel 3 Absatz 1 Satz 1. Danach ist bei Erzeugnissen, die Verbrauchern von Händlern angeboten werden, neben dem Verkaufspreis (Art. 2 Buchst. a PAngRL) der Preis je Maßeinheit (Art. 2 Buchst. b PAngRL) anzugeben. Diese Bestimmung soll gemäß Art. 1 Halbsatz 2 und Erwägungsgrund 6 PAngRL für eine bessere Unterrichtung der Verbraucher sorgen und diesen einen Preisvergleich erleichtern. Sie stellt daher eine Marktverhaltensregelung im Interesse der Verbraucher im Sinne des § 3a UWG dar (zu § 4 Nr. 11 UWG aF vgl. BGH, Urteil vom 7. März 2013 – I ZR 30/12, GRUR 2013, 850 Rn. 13 f. = WRP 2013, 1022 – Grundpreisangabe im Supermarkt; Urteil vom 31. Oktober 2013 – I ZR 139/12, GRUR 2014, 576 Rn. 19 f. = WRP 2014, 689 – 2 Flaschen GRATIS, jeweils mwN).

3. Die Beklagte hat gegen § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV verstoßen,

indem sie es unterlassen hat, in das beanstandete Angebot auch den Grundpreis für das in den Kapseln enthaltene Kaffeepulver aufzunehmen.

a) Das Berufungsgericht hat zu Recht angenommen, dass das von der Beklagten in Kaffeekapseln angebotene Kaffeepulver aufgrund einer gesetzlichen Kennzeichnungspflicht nach Gewicht angeboten werden muss und dies zugleich die Pflicht zur Grundpreisangabe nach § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV auslöst. Danach kommt es nicht auf die hiernach hilfsweise angestellte Erwägung des Berufungsgerichts an, jedenfalls würden Kaffeekapseln unabhängig von einer solchen Kennzeichnungspflicht nach der Verkehrsanschauung nach dem Gewicht des enthaltenen Kaffees angeboten.

aa) Bei den angebotenen Kaffeekapseln handelt es sich um Fertigpackungen im Sinne von § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV. Für den Begriff der Fertigpackung im Sinne dieser Vorschrift gilt die Legaldefinition in § 42 Abs. 1 des am 1. Januar 2015 in Kraft getretenen Gesetzes über das Inverkehrbringen und die Bereitstellung von Messgeräten auf dem Markt, ihre Verwendung und Eichung sowie über Fertigpackungen (Mess- und Eichgesetz – MessEG; vgl. Weidert in Harte/Henning, UWG, 4. Aufl., § 2 PAngV Rn. 4). Danach sind Fertigpackungen Verpackungen beliebiger Art, in die in Abwesenheit des Käufers Erzeugnisse abgepackt und die in Abwesenheit des Käufers verschlossen werden, wobei die Menge des darin enthaltenen Erzeugnisses ohne Öffnen oder merkliche Änderung der Verpackung nicht verändert werden kann.

bb) Die Beklagte hat das Kaffeepulver in den Kaffeekapseln im Sinne von § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV nach Gewicht angeboten. Das Berufungsgericht hat mit Recht angenommen, dass dann, wenn eine spezielle gesetzliche Kennzeichnungsregelung für die Angabe einer vorgeschriebenen Verkaufseinheit besteht und die Verkaufseinheiten nach Gewicht zu kennzeichnen sind, es nicht darauf ankommt, ob die fraglichen Erzeugnisse lediglich nach Stückzahl verkauft werden.

(1) Soweit eine spezialgesetzliche Pflicht zur Angabe der Füllmenge nach Gewicht einer im Sinne von § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV angebotenen Fertigpackung besteht, wird die Ware im Sinne dieser Vorschrift nach Gewicht angeboten (vgl. BR-Drucks. 1800/100, S. 23 f.) Die Pflicht zur Angabe eines Grundpreises nach dieser Vorschrift knüpft an die Verpflichtung zur Angabe von Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche der in einer Verkaufseinheit angebotenen Ware an. Die Angabe des Grundpreises, also eines auf eine leicht vergleichbare Größe der Verkaufseinheit umgerechneten Preises, soll den Verbraucher im Interesse der Preisklarheit in die Lage versetzen, einen Preisvergleich ohne Schwierigkeiten anzustellen, indem er das in der Grundpreisangabe verpackungsneutral ausgedrückte Preis-Mengen-Verhältnis einfach erfassen kann (BGH, GRUR 2014, 576 Rn. 20 – 2 Flaschen GRATIS; Sosnitzka in Ohly/Sosnitzka, UWG, 7. Aufl., § 2 PAngV Rn. 3; Jacobi, WRP 2010, 1217, 1219 f.). Dementsprechend ist der Grundpreis immer dann anzugeben, wenn eine Angabe zur Füllmenge der in einer Verkaufseinheit angebotenen Ware gemacht werden muss. Insbesondere kann die Pflicht zur Grundpreisangabe nicht dadurch vermieden werden, dass Waren nicht nach der Füllmenge, sondern beispielsweise nach der Stückzahl der Verpackungen angeboten werden, obwohl nach spezialgesetzlichen Vorschriften die Füllmenge der Verpackungen angegeben werden muss (vgl. Köhler in Köhler/Bornkamm/ Feddersen, UWG, 37. Aufl., § 2 PAngV Rn. 2; Ambs in Erbs/Kohlhaas, Strafrechtliche Nebengesetze, Lief. August 2018, § 2 PAngV Rn. 12; Gelberg in Landmann/Rohmer, Gewerbeordnung, Lief. Juni 2018, § 2 PAngV Rn. 4).

(2) Die Rüge der Revision, Kennzeichnungsvorschriften wie etwa die §§ 6 und 7 FertigPackV stellten keine verbindliche Leitlinie für die Auslegung des § 2 Abs. 1 PAngV dar, greift demnach nicht durch. Solche Kennzeichnungsvorschriften stellen zwar kein Auslegungsmaterial für § 2 Abs. 1 PAngV dar, eröffnen aber den Anwendungsbereich dieser Vorschrift, soweit sie die Verpflichtung zur Angabe der Füllmenge begründen. Für

die Pflicht zur Grundpreisangabe kommt es dann nicht mehr darauf an, ob das konkrete Angebot tatsächlich dieser Kennzeichnungspflicht genügt.

cc) Das Berufungsgericht hat zu Recht angenommen, dass das in Kaffeekapseln angebotene Kaffeepulver als Lebensmittel stets nur unter Angabe der Füllmenge nach Gewicht angeboten werden darf.

(1) Die vom Berufungsgericht für insoweit anwendbar gehaltenen Kennzeichnungsvorschriften der §§ 6 und 7 FertigPackV sind allerdings mit dem Geltungsbeginn der Lebensmittelinformationsverordnung am 13. Dezember 2014 von der in ihrem Anwendungsbereich dem nationalen Recht vorgehenden Regelung in Art. 9 Abs. 1 Buchst. e und Art. 23 LMIV verdrängt worden. Die Mitgliedstaaten konnten zwar nach Art. 42 Unterabs. 1 LMIV vor dem 12. Dezember 2011 erlassene einzelstaatliche Vorschriften zur Angabe der Nettofüllmenge für bestimmte Lebensmittel aufrechterhalten. Die hierfür gemäß Art. 42 Unterabs. 2 LMIV erforderliche, der Kommission bis zum 13. Dezember 2014 zu machende Mitteilung solcher nationalen Vorschriften hat die Bundesrepublik Deutschland für § 6 FertigPackV allerdings nur in Bezug auf deren Absätze 4 und 5 vorgenommen (Mitteilung der Bundesregierung vom 1. Dezember 2014, BAnz vom 3. Dezember 2014, Amtl. Teil, S. 1). Damit kann die Kennzeichnungspflicht für den Anwendungsbereich der Lebensmittelinformationsverordnung, das heißt für Lebensmittel, nicht mehr auf die übrigen Vorschriften der Fertigpackungsverordnung gestützt werden (Rathke in Zipfel/Rathke, Lebensmittelrecht, C 113, 161. Lief. Juli 2015, Art. 23 LMIV Rn. 4).

(2) Die Angabe der Nettofüllmenge des Lebensmittels ist jedoch nach Art. 9 Abs. 1 Buchst. e LMIV verpflichtend. Die Einzelheiten zur verpflichtenden Angabe der Nettofüllmenge sind in Art. 23 LMIV geregelt. Für andere als flüssige Erzeugnisse ist nach Art. 23 Abs. 1 Buchst. b LMIV die Nettofüllmenge in Masseinheiten anzugeben. Danach ist bei

Kaffeepulver die Nettofüllmenge grundsätzlich nach dem Gewicht anzugeben.

(3) Die Beklagte war im Streitfall nicht nach Art. 23 Abs. 3 in Verbindung mit Nr. 1 Buchst. c des Anhangs IX der LMIV von der Pflicht zur Angabe der Nettofüllmenge befreit. Nach dieser Regelung ist die Angabe der Nettofüllmenge nicht verpflichtend bei Lebensmitteln, die normalerweise nach Stückzahlen in den Verkehr gebracht werden, sofern die Stückzahl von außen leicht zu sehen und einfach zu zählen oder andernfalls in der Kennzeichnung angegeben ist. Die Frage, ob ein Lebensmittel „normalerweise nach Stückzahlen in den Verkehr“ gebracht wird, beurteilt sich dabei nach der Verkehrsauffassung aus Sicht eines verständigen Durchschnittsverbrauchers (vgl. Hagenmeyer, LMIV, 2. Aufl., Art. 23 Rn. 10; Grube in Voit/Grube, LMIV, 2. Aufl., Art. 23 Rn. 56; Zechmeister, ZLR 2014, 43, 55). Das Berufungsgericht hat mit Recht angenommen, dass die Regelung in Nr. 1 Buchst. c des Anhangs IX der LMIV nur Lebensmittel und damit im Streitfall nur das Kaffeepulver betrifft, nicht dagegen die Kaffeekapseln. Kaffeepulver wird im Gegensatz zu Kaffeekapseln nicht nach Stückzahlen in den Verkehr gebracht.

(4) Im Streitfall ist vielmehr die Regelung des Art. 23 Abs. 3 in Verbindung mit Nr. 4 Satz 1 des Anhangs IX der LMIV anwendbar. Danach ist in Fällen, in denen eine Vorverpackung aus zwei oder mehr Einzelverpackungen besteht, die nicht als Verkaufseinheiten anzusehen sind, die Nettofüllmenge in der Weise anzugeben, dass die Gesamtnettofüllmenge und die Gesamtzahl der Einzelpackungen angegeben werden. Das Berufungsgericht hat mit Recht angenommen, dass diese Regelung den vorliegenden Fall erfasst, weil die in der Packung (Vorverpackung) enthaltenen Kaffeekapseln (Einzelverpackungen) nicht einzeln angeboten wurden und deshalb nicht als Verkaufseinheiten anzusehen sind. Der aus dieser Bestimmung folgenden Verpflichtung zur Angabe der Nettofüllmenge ist im Streitfall zwar genügt. Auf den angebotenen Packungen sind jeweils das Gesamfüllgewicht und die Gesamtzahl der in einer

Packung enthaltenen Kaffeekapseln angegeben. Der daran anknüpfenden Verpflichtung aus § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV zur Angabe des Grundpreises hat die Beklagte aber nicht entsprochen.

b) Das Berufungsgericht hat angenommen, der Tatbestand des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV, wonach keine Pflicht zur Angabe des Grundpreises nach § 2 Abs. 1 PAngV bei Waren besteht, die verschiedenartige nicht miteinander vermischte oder vermengte Erzeugnisse enthalten, sei nicht erfüllt. Was in diesem Sinne verschiedenartig sei, lasse sich nur unter Berücksichtigung des Zwecks der Grundpreisangabe und der Ausnahmenvorschrift im Einzelfall entscheiden. Zweck der Grundpreisangabe sei es, Verbrauchern eine einfache Möglichkeit zum Preisvergleich zu verschaffen. Dem Verbraucher gehe es um die Vergleichbarkeit der Preise verschiedener Kaffeekapseln und nicht der Preise für die Kapsel und ihren Inhalt, weswegen die Kaffeekapseln kein zusammengesetztes Angebot seien. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

aa) Die Auslegung des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV hat dem Zweck der Pflicht zur Angabe des Grundpreises dadurch Rechnung zu tragen, dass von verschiedenartigen Erzeugnissen und damit vom Nichtbestehen dieser Pflicht auszugehen ist, wenn der Preisvergleich durch die Verbindung der Produkte in einer Packung ohnehin erschwert ist und die Angabe des Grundpreises daran nichts ändern, sondern umgekehrt die Angabe eines Grundpreises den Verbraucher zu falschen Schlüssen bei der Beurteilung der Preiswürdigkeit des Angebots veranlassen könnte (vgl. Weidert in Harte/Henning aaO § 9 PAngV Rn. 24; Sosnitza in Zipfel/ Rathke aaO C 119, Lief. März 2018, § 9 PAngV Rn. 10). Danach ist die Bestimmung des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV im Streitfall nicht einschlägig. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts kommt es dem Verbraucher darauf an, den Preis verschiedener Kaffeekapseln nach dem Grundpreis des darin enthaltenen Kaffeepulvers zu vergleichen. Ein solcher Preisvergleich erlaubt eine Beurteilung der Preiswürdigkeit

des Angebots, auch wenn sich der Preis der gefüllten Kaffeekapsel aus dem Preis für die Kapsel und dem Preis für das darin enthaltene Kaffeepulver zusammensetzt.

bb) Die Revision rügt vergeblich, das Berufungsgericht habe das Vorbringen der Beklagten zu der Bedeutung der Kaffeekapsel als Funktionseinheit unberücksichtigt gelassen. Es ist auch nicht ersichtlich, dass das Berufungsgericht bei seiner Beurteilung entscheidungserhebliches Vorbringen der Beklagten etwa zur Bedeutung der Konstruktion der in Rede stehenden Kaffeekapseln und ihrer Bestandteile für die Funktionsfähigkeit der Kapseln gehörswidrig übergangen hat.

4. Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass der von der Beklagten begangene Verstoß gegen § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern und Mitbewerbern gemäß § 3a UWG spürbar zu beeinträchtigen.

a) Auch wenn ein Verstoß gegen eine Marktverhaltensregelung darin besteht, dass dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthalten wird, ist dieser Verstoß nicht ohne weiteres, sondern nur dann spürbar im Sinne von § 3a UWG, wenn er die ihm vorenthaltene wesentliche Information je nach den Umständen benötigt, um eine informierte Entscheidung zu treffen, und deren Vorenthalten geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (BGH, Urteil vom 31. Oktober 2018 – I ZR 73/17, GRUR 2019, 82 Rn. 31 = WRP 2019, 68 – Jogginghosen). Das gilt insbesondere dann, wenn dem Verbraucher eine Information vorenthalten wird, die das Unionsrecht als wesentlich einstuft. Erst recht gilt dies, wenn dem Verbraucher eine unwesentliche Information vorenthalten wird.

b) Den Unternehmer, der geltend macht, dass der Verbraucher – abweichend vom Regelfall – eine ihm vorenthaltene wesentliche Information für eine Kaufentscheidung nicht benötigt und dass das Vorenthalten dieser Information den Verbraucher nicht zu

einer anderen Kaufentscheidung veranlassen kann, trifft insoweit allerdings eine sekundäre Darlegungslast (BGH, GRUR 2019, 82 Rn. 32 – Jogginghosen).

c) Nach Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie 2005/29/EG (§ 5a Abs. 4 UWG) gelten die im Unionsrecht festgelegten Informationsanforderungen in Bezug auf kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung oder Marketing, auf die in der nicht erschöpfenden Liste des Anhangs II verwiesen wird, als wesentlich. In der Liste des Anhangs II wird zwar lediglich die Pflicht zur Angabe des Grundpreises bei der Werbung unter Angabe von Preisen (Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie 98/6/EG, § 2 Abs. 1 Satz 2 PAngV), nicht aber die – hier in Rede stehende – Pflicht zur Angabe des Grundpreises beim Angebot von Waren (Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 98/6/EG, § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV) genannt. Dennoch gilt nach Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie 2005/29/EG nicht nur die Pflicht zur Angabe des Grundpreises bei der Werbung unter Angabe von Preisen, sondern auch die Pflicht zur Angabe des Grundpreises beim Angebot von Waren als wesentlich. Auch bei dieser Pflicht handelt es sich um eine im Unionsrecht festgelegte Informationsanforderung in Bezug auf kommerzielle Kommunikation. Da die Liste des Anhangs II nicht erschöpfend ist, steht einer Einstufung dieser Pflicht als wesentlich nicht entgegen, dass sie in dieser Liste nicht ausdrücklich genannt ist.

d) Danach trifft die Beklagte die Darlegungslast, dass der Verbraucher die ihm bei dem beanstandeten Angebot der Kaffeekapseln vorenthaltene Information über den Grundpreis des in den Kapseln enthaltenen Kaffees für eine Kaufentscheidung nicht benötigte und dass das Vorenthalten dieser Information den Verbraucher nicht zu einer anderen Kaufentscheidung veranlassen konnte. Die Beklagte hat keinen in diese Richtung gehenden Sachvortrag gehalten. Danach ist davon auszugehen, dass das Vorenthalten der Grundpreisangabe geeignet war, die Interessen der Verbraucher im Sinne von § 3a UWG spürbar zu beeinträchtigen. Den Verbrauchern wurde dadurch

ein Preisvergleich nicht unerheblich erschwert (vgl. BGH, Urteil vom 28. Juni 2012 – I ZR 110/11, GRUR 2013, 186 Rn. 17 = WRP 2013, 182 – Traum-Kombi). Darauf, dass der Verbraucher den Stückpreis für die einzelne Kapsel vergleichen konnte, kommt es insoweit nicht an. Besteht – wie im Streitfall – eine Pflicht zur Angabe des Grundpreises des in den Kapseln enthaltenen Kaffees, ist davon auszugehen, dass der Verbraucher ein berechtigtes Interesse hat, bei einem Preisvergleich auf den Preis im Verhältnis zur Füllmenge abstellen zu können.

III. Da von der Beklagten, die zu der Frage der Spürbarkeit des in Rede stehenden Verstoßes umfangreich vorgetragen hat und in dieser Hinsicht kein neuer Sachvortrag zu erwarten ist, ist die Sache im Sinne der Bestätigung des mit der Revision angefochtenen Urteils zur Endentscheidung reif.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

Vorinstanzen

LG Koblenz, Entscheidung vom 24.10.2017 – 4 HKO 4/17 –

OLG Koblenz, Entscheidung vom 23.04.2018 – 9 U 1240/17 –