

Grundpreisangabe bei Werbung für Joghurtverpackungen mit getrennten Kammern erforderlich

Oberlandesgericht Frankfurt a.M.

Beschluss vom 15.07.2016

Az.: 14 U 87/15

Gründe

I.

Die Beklagte ist ein Handelsunternehmen im Lebensmitteleinzelhandel. Der Kläger, ein nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugter Verband zur Förderung gewerblicher Interessen, verlangt von ihr die Unterlassung von Produktwerbung für Joghurtverpackungen mit getrennten Kammern ohne Grundpreisangabe. Im Wesentlichen streiten die Parteien darüber, ob eine Ausnahmeregelung von der Verpflichtung zur Angabe des Grundpreises einschlägig ist.

Die Beklagte warb in einem der Zeitung „X“ vom 15.11.2014 beigefügten Werbeprospekt für A Joghurt „B mix“ und „C mix“ wie folgt:

(Von der Darstellung wurde abgesehen – die Red.)

Mit Abmahnschreiben vom 05.12.2014 forderte der Kläger erfolglos die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung und warf der Beklagten in diesem Zusammenhang vor, entgegen § 2 Abs. 1, 3 Preisangabenverordnung (PAngV) den vorgeschriebenen Grundpreis je Mengeneinheit nicht angeben zu haben. Die Beklagte berief

sich hingegen im Antwortschreiben vom 17.12.2014 auf die Ausnahmeregelung in § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV.

Mit seiner Klage verlangt der Kläger nunmehr die Unterlassung der aus seiner Sicht wettbewerbswidrigen Werbung sowie Aufwendungsersatz nach § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG. Die Beklagte hat weiter die Ausnahmevorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV für einschlägig gehalten. Bei den beworbenen A-Erzeugnissen handele es sich nach ihrer Ansicht um eine Kombination von A – Joghurt und Schokoriegeln der Firma B in einer Fertigpackung, die nicht miteinander vermischt oder vermengt seien. Auf das Co-Branding werde prominent auf der Packung hingewiesen. Die Verpackung der Erzeugnisse sei in der Werbung so dargestellt, dass deutlich zu erkennen sei, dass die Schale aus zwei voneinander getrennten Kammern bestehe, die nur oben mit einer gemeinsam zu öffnenden Folie verbunden seien. Durch diese Kombination sei ein Preisvergleich anhand des Grundpreises der unterschiedlichen Produkte, „A Joghurt“ einerseits und Schokoriegel „B“ und „C“ der Firma B andererseits nicht möglich. Es komme auch nicht auf einen Preisvergleich zu einer willkürlich vom Kläger geschaffenen Produktgruppe an, soweit dieser die Auffassung vertreten habe, dass es um einen Preisvergleich von Joghurt-Mischprodukten gehe.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhaltes und der erstinstanzlich gestellten Anträge wird gemäß § 522 Abs. 2 Satz 4 ZPO auf das Urteil der 6. Zivilkammer – Kammer für Handelssachen – des Landgerichts Fulda vom 27.04.2015 (Bl. 121 – 128 d. A.) Bezug genommen.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß zur Unterlassung der Werbung für Joghurt in Fertigpackungen, insbesondere Joghurt „A C Mix“ und Joghurt „A B Mix“ ohne Grundpreisangabe sowie zur Zahlung der geltend gemachten Abmahnkostenpauschale in Höhe von 178,50 Euro verurteilt.

Zur Begründung hat es ausgeführt, dass der Kläger gemäß §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2 Abs. 3, Abs. 4 Nr. 11 UWG die begehrte

Unterlassung verlangen könne. Die angegriffene Werbemaßnahme der Beklagten stelle eine unlautere geschäftliche Handlung dar, weil sie einer gesetzlichen Vorschrift zuwider handle, die dazu bestimmt sei, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Die Regelungen der Preisangabeverordnung (PAngV) stellten Marktverhaltensregelungen zum Schutz der Verbraucher und sonstiger Marktteilnehmer dar, so dass sie unter § 4 Nr. 11 UWG fielen. Die Werbemaßnahme der Beklagten stelle einen Verstoß gegen § 2 Abs. 1 PAngV dar, weil die Beklagte den Preis je Mengeneinheit (Grundpreis) nicht angegeben habe. Die Ausnahmegvorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV liege insoweit nicht vor. Der Beklagten sei zuzugestehen, dass die Tatbestandsvoraussetzungen formal vom Wortlaut her erfüllt seien, weil der Joghurt mit der Soße in der einen Kammer und die Schokostückchen in der anderen Kammer für sich genommen verschiedenartige Erzeugnisse darstellten, die im Zeitpunkt des Verkaufs nicht miteinander vermischt seien.

§ 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV sei jedoch als Ausnahmetatbestand eng auszulegen. Berücksichtigt werden müssten Zielsetzung und Sinn und Zweck der PAngV, der darin bestehe, dem Verbraucher auf einfache Weise die Möglichkeit zu bieten, die Preise von Erzeugnissen zu beurteilen und miteinander zu vergleichen. Grund der Ausnahmegvorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV liege hingegen darin, dass durch die Verbindung verschiedener Produkte in einer Packung, die nicht miteinander vermischt oder vermengt seien, ein Preisvergleich mit anderen Waren ohnehin erschwert oder nicht möglich sei und daher durch die Angabe eines Grundpreises auch nicht nennenswert erleichtert werde. Bei den vorliegenden Joghurtprodukten könne jedoch eine einheitliche Grundpreisangabe den Zielen des § 2 Abs. 1 PAngV entsprechen, weil der Verbraucher in diesem Fall tatsächlich einen sinnvollen Preisvergleich vornehmen könne. Auf dem Markt gebe es eine Flut von Joghurtprodukten, die eine separate Kammer enthielten, aus der weitere Zutaten in den Joghurt geschüttet und untergerührt werden könnten. Auch wenn es für

diese Produktgruppe keinen offiziellen Namen geben sollte, ändere dies nichts daran, dass sie tatsächlich existiere. Diese Gruppe der Joghurts mit zwei Kammern konkurriere mit den Joghurts, bei denen eine weitere Zutat bereits ab Werk untergerührt sei.

Auch wenn die Firma A ihre Produkte mit „B“ und „C“ als einmalig ansehe, ändere dies nichts daran, dass sie aus Verbrauchersicht mit einer Flut von ähnlichen Produkten im Wettbewerb stehe. Ob kleine „B“ und „C“ oder aber andere Schoko- und Gebäckstückchen untergerührt werden sollen, sei aus Verbrauchersicht austauschbar. Würde man den Begriff der vergleichbaren Produktgruppen so eng auslegen, wie es die Beklagte meine, würde dies auf eine Flut weiterer Produkte anderer Hersteller genauso zutreffen mit der Folge, dass die Zielsetzung des § 2 Abs. 1 PAngG gänzlich ausgehöhlt werde. Dies würde den Interessen der Verbraucher und des Wettbewerbs konträr entgegenstehen.

Das gelte umso mehr, weil das Unterrühren jener kleinen „B“ und „C“ in den Joghurt dem bestimmungsgemäßen Gebrauch entspreche. Ferner benenne der Hersteller die Nährwertangaben pro 100 g gemeinsam und einheitlich für alle Bestandteile zusammen, so dass es widersprüchlich sei, eine solche gemeinsame 100 g-Angabe beim Grundpreis abzulehnen. Vielmehr zeige sich daran, dass der Joghurt zusammen mit den Zutaten in getrennten Kammern ein einheitliches Produkt darstellen soll, so dass der Bezugspunkt der Verpflichtung zur Grundpreisangabe auch nur das Gesamtprodukt sein könne. Solche Zwei-Kammer-Joghurts unterschieden sich damit qualitativ nicht einmal von Joghurts, bei denen eine weitere Zutat bereits ab Werk untergerührt sei. Im Ergebnis folge daraus, dass solche Joghurts mit zwei Kammern, bei denen die Zutaten vermischt verzehrt werden sollen, nach Sinn und Zweck nicht unter die Ausnahmevorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV fielen. Der Kläger habe vor diesem Hintergrund die Beklagte zu Recht gemäß § 8 Abs. 1 UWG auf Unterlassung in Anspruch genommen. Gemäß §

12 Abs. 1 Satz 2 UWG könne er hierfür auch Ersatz der erforderlichen Kosten verlangen.

Gegen dieses Urteil richtet sich die Berufung der Beklagten, mit der sie weiterhin eine Abweisung der Klage erstrebt. Sie wendet sich im Wesentlichen gegen die Annahme des Landgerichtes, wonach die Ausnahnevorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngG nicht anwendbar sein soll. Insofern habe das Landgericht fehlerhaft angenommen, dass die Vorschrift eng auszulegen sei. Einen allgemeinen Rechtsgrundsatz, Ausnahnevorschriften stets eng auszulegen, gebe es nicht. Darüber hinaus habe sich das Landgericht Fulda in Widerspruch zum gesetzgeberischen Willen gesetzt, der in jener Ausnahnevorschrift zum Ausdruck komme. Es habe nicht auf den Grund der Ausnahmeregelung, sondern entscheidend darauf abgestellt, warum der Gesetzgeber die Grundpreisangabe eingeführt habe. Sehe ein Gesetz Ausnahmeregelungen für die Angabe des Grundpreises vor, sei darin eine gesetzgeberische Wertung enthalten, dass diese Ausnahmeregelung nicht dem Sinn und Zweck der Verordnung über Preisangaben widerspreche.

Die vom Landgericht vorgenommene enge Auslegung, die zur Nichtanwendbarkeit der Ausnahnevorschrift trotz Vorliegen der Tatbestandsvoraussetzungen führe, sei contra legem und lasse sich nicht mit dem allgemeinen Sinn und Zweck der Verordnung über Preisangaben rechtfertigen. Es habe sich über die Wortlautgrenze des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV hinweggesetzt, indem es die Ausnahnevorschrift nur dann für anwendbar hält, wenn nicht doch durch die Angabe eines Grundpreises ein sinnvoller Preisvergleich zu vergleichbaren Waren erreicht werden könne. Auch der europäische Gesetzgeber sei nach Erwägungsgrund 10 zur Richtlinie 98/6/EG davon ausgegangen, dass beim Vertrieb verschiedener Erzeugnisse in derselben Verpackung die Angabe des Preises je Maßeinheit für das Erzeugnis insgesamt nicht erforderlich sei. Entgegen der Auffassung des Landgerichts Fulda sei nach dem Sinn und Zweck der Preisangabenverordnung bei der Anwendung des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV zu prüfen, ob die

Angabe eines Grundpreises einen informativen Mehrwert im Hinblick auf die unterschiedlichen Erzeugnisse habe. Entscheidend sei außerdem, dass in der PAngV und in der zugrunde liegenden Preisangabenrichtlinie für die Anwendbarkeit der Ausnahmegvorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV nicht verlangt werde, dass es eine vergleichbare Warengruppe gebe. Ferner werde auch nicht darauf abgestellt, ob die verschiedenartigen Erzeugnisse dazu bestimmt seien, miteinander vermischt verzehrt zu werden. Auch in den Gesetzesbegründungen seien keine Anhaltspunkte dafür gegeben, dass die Ausnahmegvorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV derart restriktiv teleologisch auszulegen sei.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Landgerichtes Fulda vom 27.04.2015 abzuändern und die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung der Beklagten zurückzuweisen.

Er verteidigt die angefochtene Entscheidung und vertritt die Auffassung, dass sich die vom Gesetzgeber getroffene Ausnahmebestimmung erkennbar auf getrennt angebotene und auch getrennt zum Verzehr oder zum Gebrauch bestimmte Produkte, nicht hingegen auf bestimmungsgemäß zu mischende bzw. zu vermengende Erzeugnisse beziehe. Die vom Gesetzgeber bestimmte Grundpreisangabe soll sinnvolle Preisvergleiche ermöglichen. Gemäß des gesetzgeberischen Willens seien nur die Erzeugniskombinationen von einer Verpflichtung zur Grundpreisangabe ausgenommen, bei denen ein Preisvergleich nicht sinnvoll sei, weil es vergleichbare Produktkombinationen im regelmäßigen Angebot nicht gebe oder aber die Grundpreisangabe mangels Aussagekraft keine Bedeutung habe. Unerheblich sei auch, unter welchen Voraussetzungen ein Milchmischerzeugnis als Joghurt bezeichnet werden dürfe. Es stehe nicht die Zulässigkeit einer Produktbezeichnung in Rede,

sondern die Verpflichtung zur Grundpreisangabe. Dass es sich selbst nach dem Verständnis der Herstellerin der Produkte um ein Produkt handele, ergebe sich schon aus den Produktaufmachung.

Wegen des weiteren Parteivorbringens wird auf die im Berufungsrechtszug gewechselten Schriftsätze der Parteien verwiesen.

II.

Die zulässige, insbesondere fristgerecht eingelegte und auch rechtzeitig begründete Berufung der Beklagten hat nach übereinstimmender Auffassung des Senates keine Aussicht auf Erfolg. Die angefochtene Entscheidung des Landgerichtes Fulda beruht weder auf einer Rechtsverletzung noch rechtfertigen die nach § 529 ZPO zugrunde zu legenden Tatsachen eine andere Entscheidung; § 513 Abs. 1 ZPO. Der Vorwurf der Beklagten, das Landgericht habe rechtsfehlerhaft die Ausnahmeregelung aus § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV nicht angewendet, trifft nicht zu.

Der nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugte und aktivlegitimierte Kläger hat gegen die Beklagte einen Anspruch auf Unterlassung der beanstandeten Werbung nach § 8 Abs. 1 Satz 1, § 4 Nr. 11 UWG in der bis zum 09.12.2015 geltenden Fassung (nunmehr § 3a UWG). Hiernach handelt unlauter und ist zur Unterlassung verpflichtet, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, und der Verstoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.

Die Beklagte hat bei ihrer Werbemaßnahme entgegen § 2 Abs. 1, Abs. 3 PAngV den Grundpreis für 100g nicht angegeben. Nach § 2 Abs. 1 Satz 2 PAngV hat das werbende Handelsunternehmen neben dem Endpreis auch den Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben. Das Preisangabenrecht ist formelles

Preisrecht. Im Unterschied zum materiellen Preisrecht, das die Zulässigkeit von bestimmten Preisen oder Preisänderungen regelt, betrifft das formelle Preisrecht allein die Art und Weise der Preisangabe im geschäftlichen Verkehr (Köhler/Bornkamm, UWG, 34. Auflage, vor PAngV, Rn. 1). § 2 Abs. 1 PAngV stellt eine Marktverhaltensregelung zum Schutz der Verbraucher im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG a.F. dar (BGH, NJW-RR 2013, 287 – Traum-Kombi).

Der Senat teilt die Auffassung des Landgerichts, wonach die Voraussetzungen der Ausnahmeregelung aus § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV im Streitfall nicht erfüllt sind. Nach dieser Vorschrift ist § 2 Abs. 1 PAngV nicht anzuwenden auf Waren, die verschiedenartige Erzeugnisse enthalten, die nicht miteinander vermischt oder vermengt sind. Der Vorwurf der Berufung, das Landgericht habe die Ausnahmenvorschrift über den Wortlaut hinaus zu eng ausgelegt, ist unberechtigt. Da es sich bei § 9 PAngV um Ausnahmetatbestände handelt, sind sie grundsätzlich eng auszulegen (Weidert/Völker, in: Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig, UWG, 3. Auflage, § 9 PAngV, Rn. 1). Anders als die Beklagte meint, geht es nicht um eine Werbung für Joghurt als sämiges Milcherzeugnis einerseits und „C Keks- und Karamellstückchen“ bzw. „schokolierten B-Nuggets“ andererseits. In Rede steht vielmehr die Werbung für ein Joghurtprodukt, die nach § 2 Abs. 1, Abs. 3 PAngV zur Angabe eines Grundpreises verpflichtet.

Die Ausnahmeregelung des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV gilt nur für zusammengesetzte Angebote (BGH, a.a.O.). Ein zusammengesetztes Angebot liegt aber nicht vor. Erforderlich ist eine Verbindung verschiedener Produkte in einer Packung, bei denen ein Preisvergleich mit anderen Waren ohnehin erschwert und in der Regel durch die Angabe des Grundpreises auch nicht nennenswert erleichtert wird. Exemplarisch wird in der vom Senat geteilten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (a.a.O.) auf ein Gebinde aus einer Flasche Wein und einer Käse- oder Schinkenspezialität als zusammengesetztes Angebot verwiesen.

Verschiedenartig sind demnach Erzeugnisse, die nicht in ihren charakteristischen Merkmalen übereinstimmen und sich dementsprechend in ihrer Anwendung, Funktion, ihren Wirkungen und/oder Geschmack nicht unerheblich unterscheiden. Was in diesem Sinne verschiedenartig ist, lässt sich unter Berücksichtigung des Zwecks der Grundpreisangabe und dieser Ausnahmenvorschrift nur im Einzelfall entscheiden (Weidert/Völker, a.a.O., Rn. 23).

Zweck der Grundpreisangabe ist, den Verbrauchern im Interesse der Preisklarheit eine leichtere Übersicht über die Preisgestaltung für vergleichbare Warenangebote in unterschiedlichen Quantitäten und damit eine vereinfachte Möglichkeit zum Preisvergleich zu verschaffen (Köhler/Bornkamm, a.a.O., § 2 PAngV, Rn. 1). Zu Recht hat das Landgericht darauf abgestellt, dass es um die Vergleichbarkeit verschiedener Joghurtprodukte gehe. Die gegenteilige Auffassung der Beklagten, die darauf verweist, dass ein Preisvergleich anhand des Grundpreises zwischen „A Joghurt“ einerseits und Schokoriegel „B“ und „C“ der Firma B andererseits nicht möglich sei, überzeugt nicht. Sie übersieht bei ihrer Argumentation, dass kein Kombinationsangebot aus Joghurt und Schokoriegel verkauft wird. Vielmehr ergibt sich schon aus der Produktbeschreibung gemäß Anlage BK2 (Bl. 86 d.A.), dass ein Joghurterzeugnis verkauft wird, nämlich „Joghurt gesüßt mit 13% Karamellsauce (110g) und 8% schokolierten C® Keks- und Karamellstückchen (10g)“ und „Joghurt gesüßt mit 13% Karamellsauce (110g) und 8% schokolierten B® Nuggets (10g)“.

Darüber hinaus hat der Kläger auch einen Anspruch auf Zahlung der Abmahnkosten gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG in Höhe von 178,50 EUR. Nach dieser Vorschrift kann der Ersatz der erforderlichen Aufwendungen für eine berechtigte Abmahnung verlangt werden. Berechtigt ist eine Abmahnung dann, wenn sie erforderlich war, um dem Schuldner einen Weg zu weisen, den Gläubiger ohne Inanspruchnahme der Gerichte klaglos zu stellen

(Köhler/Bornkamm, a.a.O., § 12 Rn. 1.80). Diese Voraussetzung ist im Streitfall erfüllt, weil der Kläger mit dem Abmahnschreiben vom 05.12.2014 eine Klaglosstellung ohne Gerichtsverfahren erreichen wollte. Bezüglich der Entschädigungshöhe hat die Beklagte nichts eingewendet.