

# Pflicht zur Grundpreisangabe bei Tee- oder Kaffeekapseln

Landgericht Düsseldorf

Urteil vom 09.09.2015

Az.: 12 0 465/14

## Tenor

1.

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für Kaffee- und/ oder Teekapseln und/ oder Kaffee- und/ oder Teepads zu werben, ohne Angabe des Grundpreises (Preis je Mengeneinheit einschließlich Umsatzsteuer oder sonstiger Preisbestandteile, welcher umgerechnet für 100 g zu zahlen ist), wenn dies geschieht, wie nachstehend wiedergegeben und aus den Anlage K 3 und K 13 ersichtlich:

X

2.

Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen das unter Ziff. 1. genannte gerichtliche Verbot ein Ordnungsgeld von bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken an ihrem gesetzlichen Vertreter, angedroht.

3.

Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 178,50 € nebst Zinsen in Höhe von 5 % Punkten über dem Basiszinssatz seit dem 21.01.2015 zu zahlen.

4.

Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

5.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 36.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

## **Tatbestand**

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Achtung auf die Einhaltung der Regeln des lautereren Wettbewerbs, zählen, wobei zu seinen Mitgliedern insbesondere die in der Klageschrift (Bl. 7, 8 GA) unter Bezugnahme auf die Mitgliederliste (Anlage K 1) genannten Mitglieder gehören.

Die Beklagte, ein bekanntes Einzelhandelsunternehmen, schaltete im Jahre 2014 in einem mit „B informiert“ bezeichneten Werbeflyer, gültig ab Montag dem 06.10., die als Anlage K 3 vorgelegte Anzeige, die das Produkt „Kaffeekapseln“ der Marke „F“ betrifft. Hierbei gab die Beklagte den Gesamtpreis des Produkts mit „je 16 Kapseln 2,79“ an. Die Angabe eines auf eine konkrete Menge bezogenen Preises erfolgte im Zusammenhang mit der Werbung nicht. Wegen der genauen Aufmachung der Anzeige wird auf diese Bezug genommen.

Der Kläger, der in der fehlenden Angabe des Grundpreises einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung erblickt, mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 13.10.2014 ab und forderte diese erfolglos zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf.

Mit dem Werbeprospekt „B informiert...“, gültig ab dem 16.02., warb die Beklagte im Jahre 2015 für von ihr angebotene Teekapseln, ebenfalls von der Marke „F“. Auch in dem Zusammenhang mit dieser Werbung lautete die Preisangabe: „je 16 Kapseln für 2,79“, ohne dass zusätzlich ein Grundpreis erkennbar wurde. Wegen des weiteren Inhalts der Werbung wird

auf die Anlage K 13 Bezug genommen.

Die Beklagte bietet in ihren Verkaufsräumen Kaffee- und Teekapseln der genannten Marke an, indem sie das Gewicht pro Kapsel nennt und neben dem Verkaufs- auch den Grundpreis angibt. Wegen der näheren Gestaltung des Angebots wird auf die vorgelegten Ablichtungen der Angebote Bezug genommen (Anlage K 8 und Anlagenkonvolut K 14).

Der Kläger hat sein Unterlassungsbegehren zunächst allein gegen die Bewerbung der Kaffeekapseln gerichtet. Nach Zustellung der Klage an die Beklagte am 20.01.2015 hat er sein Unterlassungsbegehren auf die Bewerbung der Teekapseln erweitert. Zudem begehrt der Kläger Abmahnkosten in Form einer Kostenpauschale, welche er anhand der Gesamtkosten für die Abmahnungen im Jahre 2013 ermittelt hat. Insoweit wird auf die konkrete Berechnung Bl. 14 GA Bezug genommen.

Der Kläger beantragt,

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Ansicht, die Klage sei bereits unschlüssig, soweit sie sich auf „Kaffee- oder Teepads“ bezieht, weil die angegriffenen Angebote auf „Kaffee- bzw. Teekapseln“ beschränkt sind.

Weiter ist sie der Ansicht, für die streitgegenständliche Werbung bestehe keine Pflicht zur Angabe des Grundpreises, weil die Angabe „nach Gewicht“ lediglich erläuternd sei, während bei einer richtlinienkonformen Auslegung lediglich eine Angabepflicht für solche Waren bestehe, die typischerweise unter Angabe des Gewichts angeboten werden würden. Dies sei bei den streitgegenständlichen Produkten nicht der Fall.

Schließlich helfe dem Verbraucher auch die Angabe eines auf 100 g bezogenen Preises nicht, da es sich dabei um keine Angabe für eine vergleichbare Konsumeinheit handele. Denn die maßgebliche Konsumeinheit sei eine Kapsel.

Wegen des weiteren Sach- und Streitstandes wird auf die Schriftsätze nebst Anlagen sowie das Protokoll zur Sitzung vom 26.08.2015 verwiesen.

## **Entscheidungsgründe**

Die Klage des nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugten Klägers hat Erfolg.

I.

Die zulässige Klage ist begründet.

1.

Dem Kläger steht im Hinblick auf die angegriffene Bewerbung der Kaffee- und Teekapseln jeweils ein Unterlassungsanspruch nach Maßgabe von §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i. V. m. § 2 Abs. 1 Satz 2, Abs. 3 PAngV zu.

a)

Bei den Vorschriften der Preisangabenverordnung handelt es sich um Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG (Köhler, in: Köhler/ Bornkamm, UWG, Kommentar, 33. Auflage, 2015, § 4, Rn. 11.142).

b)

Diese Marktverhaltensregelung, insbesondere die Vorschrift des § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV, hat die Beklagte verletzt, indem sie ohne Angabe des Grundpreis für die Tee- und Kaffeekapseln warb.

Die Vorschrift des § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV löst eine Pflicht zur Grundpreisangabe aus, wenn (a.) an Letztverbraucher, (b.)

gewerbsmäßig, (c.) Waren u. a. in Fertigpackungen, (d.) u. a. nach Gewicht, (e.) angeboten werden. Satz 2 der Vorschrift erstreckt die Pflicht auch auf Werbung für solche Waren, wenn in der Werbung Preise angegeben werden.

Diese Voraussetzungen liegen hier vor, was die Parteien auch nicht in Abrede stellen.

c)

Nach Ansicht der Beklagten ist die Kennzeichnungspflicht jedoch auf solche Waren zu beschränken, bei denen die Angabe von Gewicht- oder Größeneinheiten üblich ist, wobei die Beklagte sodann behauptet, dass eine dahingehende Üblichkeit im Hinblick auf die streitgegenständliche Ware nicht bestehe.

Die Kammer tritt dieser von der Beklagten vertretenen einschränkenden Auslegung des § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV nicht bei.

Gegen ein einschränkendes Verständnis der Vorschrift sprechen sowohl ihr Wortlaut als auch der Inhalt und der Schutzzweck der Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und Rates vom 16.02.1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse (im Folgenden: PreisangabenRL), auf der die Vorschrift basiert (vgl. dazu auch Köhler, ebd., § 2 PAngV, Rn. 1).

Der Wortlaut des § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV knüpft die Pflicht zur Grundpreisangabe daran, dass die Ware „nach Gewicht, Länge oder Fläche angeboten wird“. Dies ist vorliegend unstreitig der Fall. Denn in den Räumlichkeiten der Beklagten werden die streitgegenständlichen Produkte unter der Angabe des Gewichts angeboten. Der Umstand, dass die angegriffene Werbung ohne die Angabe des Gewichts auskommt, lässt die Pflicht zur Grundpreisangabe nicht entfallen. § 2 Abs. 1 Satz 2 PAngV erstreckt die Pflicht zur Grundpreisangabe auch auf die Bewerbung „dieser“ – mithin der in § 2 Abs. 1 Satz 2 PAngV genannten – Produkte, wenn – dies ist die einzige dem Wortlaut

des § 2 Abs. 1 Satz 2 PAngV zu entnehmende Bedingung – die Werbung auch Preisangaben enthält – was vorliegend der Fall ist.

Auch der Schutzzweck der Preisangabenrichtlinie führt zu keiner einschränkenden Auslegung.

Erwägungsgrund 7 der Preisangabenrichtlinie sieht vor, „allgemein vorzuschreiben, für sämtliche Erzeugnisse sowohl den Verkaufspreis als auch den Preis je Maßeinheit anzugeben“, um – ausweislich des Erwägungsgrundes 6 der Richtlinie – eine schnelle und einfache Möglichkeit zum Preisvergleich herbeizuführen. Der Erwägungsgrund 7 sieht weiter lediglich eine konkrete Ausnahme für bestimmte Waren vor, nämlich für solche, die in losem Zustand veräußert werden. Diese Beschreibung von Regelungsgegenstand und -ziel findet sich in Artt. 1, 3 und 5 PreisangabenRL wieder. Daraus wird erkennbar, dass der Richtliniengeber vom Grundsatz her alle Erzeugnisse erfasst wissen wollte und Ausnahmen von dem Grundsatz ausdrücklich festgelegt bzw. in die Hände des nationalen Gesetzgebers gelegt hat. Ausweislich des Art. 5 Abs. 1 PreisangabenRL können von der Pflicht zur Angabe Ausnahmen bei solchen Waren zugelassen werden, bei denen eine solche Angabe aufgrund der Beschaffenheit oder Zweckbestimmung nicht sinnvoll oder geeignet wäre. Dieser Fall ist aber mit dem Erfordernis der Üblichkeit der Angabe von Menge und Größe nicht gleichzusetzen. Vielmehr kann auch dort, wo eine Angabe nicht üblich ist, eine solche sinnvoll und geeignet sein.

So ist es auch im Fall der hier streitgegenständlichen Ware (Kaffee- und Teekapseln, weshalb sie auch von keiner der in der Preisangabenverordnung, insbesondere in § 9 PAngV, genannten Ausnahmen von der Pflicht zur Grundpreisangabe erfasst wird.

Die Grundpreisangabe eignet sich bei dem Angebot von Kaffee- und Teekapseln zum Preisvergleich. Dafür spricht schon das Angebot der Beklagten selbst, welches eine Gewichtsangabe auch

für die Angebotsform in Kapseln für Kaffee und Tee erkennen lässt (vgl. Anlagenkonvolut K 14). Ein Vergleichsbedürfnis entsteht zum einen im Vergleich der Kapselprodukte untereinander. Ein Vergleichsbedürfnis besteht für den Verbraucher zum anderen aber auch zwischen Kaffee und Tee in Kapselform und Kaffee und Tee in lose verpackter Form, wobei letztere Verpackungsform – gerichtsbekannt – üblicherweise unter der Angabe des Gewichts erfolgt. Die genannten Produkte sind austauschbar, und zwar auch dann, wenn man berücksichtigt, dass unterschiedliche Vorrichtungen für die Zubereitung von Kaffee und Tee in Kapselform bzw. lose verpackt erforderlich sind. Denn es liegt nahe, dass ein nicht nur unerheblicher Teil des angesprochenen Verkehrskreises beide Zubereitungsmöglichkeiten kennt und hat. Die Angabe der Kapselmenge wird dem beschriebenen Vergleichsbedürfnis des Verbrauchers nicht gerecht. Denn bei einer Kapsel handelt es sich um keine festgelegte Gewichts- oder Größenangabe.

Dies berücksichtigend ist die Gewichtsangabe in dem Zusammenhang mit den streitgegenständlichen Produkten auch nicht lediglich erläuternd. Die Beklagte stützt sich in diesem Zusammenhang auf eine Literaturansicht, die das Angebot von Waren unter einer Gewichtsangabe von der Preisangabenverordnung dann ausnehmen will, wenn diese erkennbar der Erläuterung – und nicht der Herstellung der Vergleichbarkeit mit konkurrierenden Produkten – dienen (Völker, NJW 2000, 2787 (2788)). Als Beispiel werden in diesem Zusammenhang die Angabe von Länge und Breite bei Handtüchern und Bettwäsche, die Angabe der Länge bei Gürteln oder Schnürsenkeln sowie die Angabe des Volumens bei Töpfen und anderen Behältnissen angeführt (a. a. O.). Es besteht offensichtlich ein Unterschied zwischen den von der Literaturansicht beispielhaft genannten Produkten und den hier streitgegenständlichen. Bei den genannten Beispielen dient die Größenangabe jeweils der Auswahl des Produktes als für den Verbraucher passend. Der Verbraucher bringt deshalb auch die Größenangabe dort – jedenfalls nicht vorrangig – in eine

Verbindung mit dem Preis.

Auch unter Heranziehung der – von der Beklagten angeführten – Definition des Preises je Maßeinheit nach Art. 2 lit. b) PreisangabenRL kann ein anderes Auslegungsergebnis der Vorschrift des § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV nicht erzielt werden. In der Vorschrift heißt es zwar, dass die Mengeneinheit anzugeben sei, die „beim Verkauf spezifischer Erzeugnisse in dem betreffenden Mitgliedstaat verwendet wird und üblich ist“. Die Vorschrift dient jedoch schon nach der Regelungssystematik der Richtlinie nicht der Einschränkung der Pflicht zur Preisangabe, sondern der Definition verwendeter Begrifflichkeiten.

d)

Soweit der Antrag sich nicht nur auf die konkrete Verletzungsform (Kaffee-/ Teekapseln) beschränkt, sondern darüber hinaus geht und auch Kaffee- und Teepads erfasst, stellt er sich nicht als zu weitgehend dar.

Bei der Bewerbung von Kaffee- und/ oder Teepads handelt es sich um im Kern gleichartige Verletzungshandlung. Dies ergibt sich daraus, dass die Produkte nahezu identisch sind, und mit der Bezeichnung „Kapsel“ aus der Sicht des Durchschnittsverbrauchers lediglich eine im Vergleich zu „Pads“ festere bzw. stabilere Verpackungsform für das Kaffee- bzw. Teepulver beschrieben wird, die sich allein aus den unterschiedlichen Vorrichtung für die Zubereitung von Kaffee- und Tee mittels „Kapsel- bzw. Padmaschinen“ ergibt.

e)

Die Grundpreisangabe erfasst gem. § 2 Abs. 1 PAngV die Angabe des Preises je Mengeneinheit, einschließlich der Umsatzsteuer sowie weiterer Preisbestandteile. Nach § 2 Abs. 1 Satz 1 u. 3, Abs. 3 Satz 1 PAngV ist die Mengeneinheit für den Grundpreis (Gewicht) grundsätzlich 1 Kilogramm. Gem. § 2 Abs. 3 Satz 2 PAngV kann sich jedoch der Grundpreis bei Waren, deren

Nenngewicht – wie vorliegend – üblicherweise unter 250 Gramm liegt, auch – wie in dem Antrag Ziff. 1. vorgesehen – auf die Mengeneinheit für 100 Gramm beziehen.

2.

Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten besteht gem. § 12 Abs. 2 Satz 2 UWG.

Aufgrund der feststehenden Rechtsverletzung war die Abmahnung erforderlich. Die Höhe der Abmahnkosten, die die Beklagte nicht angreift, bewegt sich innerhalb der üblichen Kostenpauschale.

3.

Der Zinsanspruch folgt aus §§ 291, 288 Abs. 1 Satz 1 ZPO.

II.

Die Ordnungsmittellandrohung hat ihre gesetzliche Grundlage in § 890 Abs. 2 ZPO.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 Satz 1 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus § 709 Satz 1, 2 ZPO.

Streitwert:

bis zum 22.05.2015: 20.000,00 €

ab dem 23.05.2015: 30.000,00 €