

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

BGH: Werbung mit Nettopreisen auch bei beabsichtigtem B2B-Verkauf unzulässig, sofern für Verbraucher zugänglich

Mit kürzlich veröffentlichtem **Urteil vom 29.04.2010 (Az.: I ZR 99/08)** hatte der Bundesgerichtshof u.a. über die Vereinbarkeit der Werbung unter Angabe von Nettopreisen mit der Preisangabenverordnung zu entscheiden.

Der relevante Leitsatz der Entscheidung lautet:

"Wer in einer an die Allgemeinheit gerichteten Werbung Preise für die von ihm beworbenen Gebrauchtfahrzeuge nennt, muss den Endpreis i.S. von § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV angeben. Er kann sich nicht darauf berufen, dass er mit privaten Letztverbrauchern keine Verträge schließt und deshalb die Vorschriften der Preisangabenverordnung nicht zur Anwendung kommen."

Besonders interessant sind die vom BGH herausgearbeiteten Kriterien zur Abgrenzung der Ausrichtung des Angebots: Wie zu erwarten war, stellte er auch in diesem Fall hohe Anforderungen an die (wirksame) Ausgrenzung von Verbrauchern und damit die Ausrichtung der Werbung rein an gewerbliche Abnehmer.

II. Hintergrund

Der BGH hatte sich mit einem "altbekannten" Problem zu beschäftigen: Wann richtet sich eine Werbung bzw. ein Angebot ausschließlich an Gewerbetreibende?

Der Entscheidung liegt im Wesentlichen die Vorschrift des § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV zu Grunde:

"Wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, hat die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Endpreise)."

Maßgeblich war also die Frage, ob sich die Werbung des Beklagten (auch) an Letztverbraucher richtete.

III. Sachverhalt

Die Klägerin, die ebenso wie der Beklagte mit Gebrauchtfahrzeugen handelt nahm den Beklagten wegen einer Werbung für gebrauchte Kraftfahrzeuge, bei der die Preise ohne Umsatzsteuer angegeben waren auf Unterlassung in Anspruch.

Die angegriffene Werbung bestand im Angebot von zehn gebrauchten Fahrzeugen auf der Internetplattform mobile.de im August 2006 durch den Beklagten.

Die dem jeweiligen Fahrzeugangebot vorangestellte Preisangabe enthielt keine Umsatzsteuer und war vom übrigen Fließtext abgesetzt. Im Fließtext der jeweiligen Fahrzeuganzeigen befanden sich unter der Überschrift "Beschreibung" die Angaben "Preis Export-FCA" oder "Preis-Händler-Export-FCA". Die Klägerin sah in den Preisangaben ohne Umsatzsteuer einen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung und eine Irreführung der Werbeadressaten.

Der Beklagte wandte ein, er verkaufe die Gebrauchtfahrzeuge ausschließlich an Händler oder biete diese nur für den Export an. Die Vorschriften der Preisangabenverordnung seien daher auf seine Angebote nicht anwendbar. Privatkunden würden auch nicht getäuscht. Aus den Zusätzen "Preis Export-FCA" oder "Preis-Händler-Export-FCA" ergebe sich für jeden Leser der Anzeigen, dass kein Verkauf an Privatkunden erfolge.

IV. Entscheidung

Der BGH folgte der Ansicht der Klägerin. Nach Ansicht des Revisionsgerichts richtete sich die beanstandete Werbung an die Allgemeinheit, und damit nicht nur an Gewerbetreibende. In der Folge war wegen der Adressierung auch an private Letztverbraucher ein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung zu bejahen.

Zur Abgrenzung der Ausrichtung der Werbung nannte der BGH in seiner Begründung folgende Kriterien:

1. Darauf kommt es an:

- Entscheidend für die Beurteilung, ob sich die Werbung nur an Gewerbetreibende oder (auch) an private Letztverbraucher richtet, ist die Sicht der Werbeadressaten.
- Für jedermann zugängliche Internetangebote sprechen zumindest immer auch private Letztverbraucher an.
- Dies gilt nur dann nicht, wenn diese Angebote eine für den Adressatenkreis eindeutige, unmissverständliche und deutliche Beschränkung auf Wiederverkäufer enthalten.
-

Selbst bei einer eindeutigen Ausrichtung des Angebots ausschließlich an Gewerbetreibende trifft den Werbenden die Pflicht, durch geeignete Kontrollmaßnahmen im Ergebnis sicherzustellen, dass ausschließlich gewerbliche Abnehmer betrieblich verwendbare Waren erwerben können.

2. Unbeachtlich ist dagegen:

- An welchen Abnehmerkreis der Werbende die Anzeige richten will.
- Der bloße Wille des Werbenden, keine Verträge mit Letztverbrauchern schließen zu wollen.
- Dass der Werbende die beworbene Ware tatsächlich nicht an private Letztverbraucher veräußert.
- Die Verwendung von Formulierungen, die der Durchschnittsverbraucher nicht zu kennen braucht bzw. die er nicht dahingehend verstehen muss, dass sich das Angebot ausschließlich an Gewerbetreibende richtet (hier: "Preis Export-FCA" oder "Preis-Händler-Export-FCA").

Konkret hatte der Beklagte nach Ansicht des Gerichts schon versäumt, seine von vorneherein wegen der Allgemeinzugänglichkeit des Angebots auch an Letztverbraucher gerichtete Werbung durch klare, für den Verbraucher eindeutige und unmissverständliche Hinweise auf eine Ausrichtung ausschließlich an Gewerbetreibende zu beschränken. Die vom Beklagten dazu im Fließtext des Angebots platzierten kryptischen Formulierungen ("Preis Export-FCA" und "Preis-Händler-Export-FCA") waren hierfür jedenfalls ungeeignet.

Daher durfte der Durchschnittsverbraucher davon ausgehen, dass sich die gegenständlichen Angebote des Beklagten auch an ihn richten. Bei einer (auch) an Letztverbraucher gerichteten Werbung hätte der Beklagte die Vorschriften der Preisangabenverordnung zu beachten gehabt - was er hier nicht tat, indem er Nettopreise und keine Endpreise angab.

V. Fazit

Von der Rechtsprechung werden hohe Anforderungen an die Gestaltung von Angeboten gestellt, die als ausschließlich an Gewerbetreibende gerichtet gelten sollen.

Auf die Sichtweise und den Willen des Werbenden kommt es insoweit nicht an. Vielmehr wird vom Werbenden verlangt, vorausschauend zu berücksichtigen, wie seine Werbung von Verbraucherkreisen aufgefasst werden wird.

Auf dieses Kriterium ist insbesondere in Hinsicht auf die Beschränkung eines in aufgrund seiner allgemeinen Zugänglichkeit von vorneherein auch an Verbraucher gerichteten Angebots zu achten: Hier muss zwingend eine für den Verbraucher ausreichend eindeutige und unmissverständliche Beschränkung

des Angebots auf Gewerbetreibende erfolgen. Fachjargon und nur für Händlerkreise verständliche Abkürzungen sind dort deplatziert.

Schließlich trifft den Anbieter darüberhinaus die Pflicht, durch geeignete Kontrollmaßnahmen sicherzustellen, dass sich kein Verbraucher "einschleust" und es tatsächlich nur zu einer Veräußerung betrieblich verwendbarer Waren ausschließlich an Gewerbetreibende kommt.

Zu diesem Themenkomplex finden Sie vertiefende Informationen in folgenden Artikeln der IT-Recht Kanzlei:

"Verkauf ausschließlich an Gewerbetreibende! - Oder: Die Vorteile des B2B-Handels abmahnsicher nutzen."

und

"Verkauf nur an Gewerbetreibende! - Möglichkeiten für eine wirksame Beschränkung des Erwerberkreises"

Sie möchten Ihren Verkaufsauftritt künftig professionell anwaltlich absichern lassen? Vertrauen Sie - wie bereits mehr als 40.000 Internetpräsenzen - auf die abmahnsicheren Rechtstexte der IT-Recht Kanzlei!

Sichern Sie eine Verkaufspräsenz im **Starter-Paket** bereits für 9,90 Euro zzgl. MwSt. monatlich und bis zu 5 verschiedene Verkaufspräsenzen im **Premium-Paket** für 24,90 Euro zzgl. MwSt. ab.

Denken Sie bereits jetzt an die neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)! Stichtag für die Anpassung der Datenschutzerklärung an das neue Datenschutzrecht ist der 25.05.2018. Selbstverständlich erhalten Update-Service-Mandanten der IT-Recht Kanzlei rechtzeitig eine an die neuen Vorgaben der DSGVO angepasste Datenschutzerklärung zur Verfügung gestellt.

Autor:

RA Nicolai Amereller
Rechtsanwalt