



BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 104/99

Verkündet am:
5. Juli 2001
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ : nein
BGHR : ja

Fernflugpreise

PAngV § 1 Abs. 1 Satz 1

Wird für Flugreisen unter Angabe von Preisen geworben, sind die Endpreise anzugeben unter Einschluß der bei der Flugreise anfallenden Steuern sowie der Entgelte für solche Leistungen Dritter, die bei jeder Flugreise in Anspruch genommen werden müssen (Flughafen-, Sicherheitsgebühren u.ä.).

UWG § 13 Abs. 2 Nr. 2

Zur Frage, unter welchen Voraussetzungen eine Werbung für Flugreisen, die gegen Vorschriften der Preisangabenverordnung verstößt, geeignet ist, den Wettbewerb auf dem Markt für Flugreisen wesentlich zu beeinträchtigen.

BGH, Urte. v. 5. Juli 2001 - I ZR 104/99 - OLG München

- 2 -

LG München I

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 5. Juli 2001 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Dr. v. Ungern-Sternberg, Starck, Prof. Dr. Bornkamm und Pokrant

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 29. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 11. Februar 1999 unter Zurückweisung des Rechtsmittels im übrigen im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als dieses den Unterlassungsantrag in seiner - auf Anlage K 7 bezogenen - zweiten Alternative abgewiesen hat.

Im Umfang der Aufhebung wird die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landgerichts München I, 1. Kammer für Handelssachen, vom 17. Juni 1998 mit der Maßgabe zurückgewiesen, daß das Urteil im Kostenpunkt abgeändert und die Verurteilung der Beklagten zur Unterlassung unter Beibehaltung der Androhung von Ordnungsmitteln wie folgt neu gefaßt wird:

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr mit dem Letztverbraucher in Zeitungsanzeigen oder sonst werblich ohne Angabe des Endpreises wie in Anlage K 7 für Flugreisen unter Angabe von Preisen und des Zusatzes "Alle Preise zzgl. Steuer" zu werben.

Die Kosten des Rechtsstreits werden zu 51 % der Klägerin, zu 49 % der Beklagten auferlegt.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

Die Beklagte, ein Reisebüro, warb am 4. März 1997 in der "S. Zeitung" für Linienflüge nach Kuala Lumpur, Bangkok, Johannesburg und Harare. In der - nachfolgend verkleinert wiedergegebenen - Anzeige (Anlage K 1) war jeweils der Preis für den Flug selbst herausgestellt. Durch ein deutlich sichtbares Sternchen wurde auf eine Fußnote verwiesen, in der es einleitend hieß: "Preise gültig ab allen deutschen Flughäfen zzgl. Steuern und Gebühren von 20 bis 71,50 Mark".

GANZ WEIT WEG!

Jetzt supergünstige Lufthansa Angebote, z. B.:

Kuala Lumpur	1.099,-*
Bangkok	1.299,-*
Johannesburg	1.299,-*
Harare	1.499,-*

* Preise gültig ab allen deutschen Flughäfen zzgl. Steuern und Gebühren von 20 bis 71,50 Mark.
Buchungszeitraum - Kuala Lumpur 31.3.-30.4.97. Bangkok 31.3.-30.6.97
(mindest. 7/maxim. 30 Tage, Vorausbuchungsfrist 7 Tage).
Harare und Johannesburg bis 19.3.97. Reisezeitraum 29.3.-18.6.97 (mindest.10/maxim. 30Tage).

a REISEBÜRO

15 x in M
Tel.

In einem am 11. Juli 1997 in Me. verteilten Prospekt (Anlage K 7) warb die Beklagte u.a. für Linienflüge zu einer Reihe von Fernzielen - wie nachfolgend verkleinert wiedergegeben - mit der Angabe der Preise für den Flug als solchen und dem auf alle entsprechenden Angebote bezogenen, hervorgehobenen Zusatz "Alle Preise zuzüglich Steuer".



Wer jetzt abhebt, landet an den schönsten Plätzen!

<p>a Flugmarkt</p> <p>Wir erschließen Ihnen durch unseren Flugeinkauf die Welt zu günstigen Preisen, bei guter Qualität. Z. B.</p> <table border="0" style="width: 100%;"><tr><td>Miami</td><td style="text-align: right;">DM 939,-</td></tr><tr><td>Bangkok</td><td style="text-align: right;">DM 1.049,-</td></tr><tr><td>Sydney</td><td style="text-align: right;">DM 1.699,-</td></tr><tr><td>Los Angeles</td><td style="text-align: right;">DM 1.139,-</td></tr><tr><td>Mexico City</td><td style="text-align: right;">DM 1.269,-</td></tr><tr><td>Rio de Janeiro</td><td style="text-align: right;">DM 1.499,-</td></tr><tr><td>Vancouver</td><td style="text-align: right;">DM 1.539,-</td></tr><tr><td>Orlando</td><td style="text-align: right;">DM 1.199,-</td></tr></table> <p>Angebote gelten zu best. Reisezeiten. Zwischenverkauf vorbehalten. Alle Preise zuzüglich Steuer.</p> <p style="text-align: center;">Last-Minute Hotline</p>	Miami	DM 939,-	Bangkok	DM 1.049,-	Sydney	DM 1.699,-	Los Angeles	DM 1.139,-	Mexico City	DM 1.269,-	Rio de Janeiro	DM 1.499,-	Vancouver	DM 1.539,-	Orlando	DM 1.199,-	<p>Rhodos, Faliraki DM 4.532,- *** Hotel, Doppelzimmer, Halbpension, am 14.8.97, 2 Wochen 2 Erw. + 2 Kinder, ab Stuttgart</p> <p>Portugal, Algarve DM 4.562,- ** Hotel, Doppelzimmer, Halbpension, am 20.8.97, 2 Wochen 2 Erw. + 2 Kinder, ab Stuttgart</p> <p>Türkei, Belek DM 4.788,- *** Clubanlage, Doppelzimmer, Halbpension, am 12.8.97, 2 Wochen 2 Erw. + 2 Kinder, ab Stuttgart</p> <p>Samos, Mykali DM 5.173,- *** Hotel, Doppelzimmer, Halbpension, am 18.8.97, 2 Wochen 2 Erw. + 2 Kinder, ab Stuttgart</p> <p>Gran Canaria, Playa del Ingleo DM 5.278,- * App. Anlage, Doppelzimmer, Halbpension, am 9.8.97, 2 Wochen 2 Erw. + 2 Kinder, ab Stuttgart</p>
Miami	DM 939,-																
Bangkok	DM 1.049,-																
Sydney	DM 1.699,-																
Los Angeles	DM 1.139,-																
Mexico City	DM 1.269,-																
Rio de Janeiro	DM 1.499,-																
Vancouver	DM 1.539,-																
Orlando	DM 1.199,-																

Die klagende Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. ist der Ansicht, daß die Beklagte durch diese Art der Preisangabe gegen die Preisangabenverordnung (PAngV) verstoßen habe. Darin liege auch ein Wettbewerbsverstoß, der geeignet sei, den Wettbewerb auf dem Reisemarkt wesentlich zu beeinträchtigen.

Die Klägerin hat die Beklagte abgemahnt und ein Verfahren vor der Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten bei der Industrie- und Handelskammer für M. durchgeführt. Dadurch sind ihr Kosten in Höhe von 476,15 DM entstanden.

Die Klägerin hat beantragt,

- I. der Beklagten unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in Zeitungsanzeigen oder sonst werblich für Flugreisen unter Angabe eines Preises und dem Hinweis zu werben, daß zusätzlich Kosten für Steuern und Gebühren in einer Marge anfallen, z.B. zwischen 20,-- DM und 71,50 DM, und/oder unter Angabe von Preisen zu werben, ohne gleichzeitig in bezifferter Form darauf hinzuweisen, daß zusätzlich Kosten für Sicherheitsgebühren/Steuern anfallen, und
- II. die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin 476,15 DM zu bezahlen.

Die Beklagte hat demgegenüber geltend gemacht, sie sei nicht verpflichtet, neben dem Preis für den Flug als solchen die anfallenden Steuern und Gebühren anzugeben. Dies sei auch nicht möglich, weil Steuern und Gebühren (Flughafensteuer, Sicherheits- und Einreisegebühren) je nach Start- und Zielflughafen, Datum der Buchungen, Flugzeit, Fluggesellschaft und Wechselkurs verschieden seien und häufigen, kurzfristigen Schwankungen unterlägen. Die Steuern und Gebühren könnten deshalb jeweils nur für einen bestimmten Flug auf Anfrage beziffert werden. Keinesfalls werde der Wettbewerb durch die beanstandete Art der Preisangabe wesentlich beeinträchtigt.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt.

Gegen dieses Urteil hat die Beklagte Berufung eingelegt. Die Klägerin hat beantragt, die Berufung mit der Maßgabe zurückzuweisen,

daß die Beklagte verurteilt werde, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr mit dem Letztverbraucher in Zeitungsanzeigen oder sonst werblich ohne Angabe des Endpreises wie in Anlage K 1 für Flugreisen zu unterschiedlichen Zielen unter Angabe des jeweiligen Flugpreises und des alle Ziele betreffenden Hinweises zu werben, daß zusätzliche Kosten für Steuern und Gebühren in einer Marge anfallen, z.B. zwischen 20,-- DM oder 71,50 DM, oder

wie in Anlage K 7 für Flugreisen unter Angabe von Preisen und des Zusatzes "alle Preise zzgl. Steuer" zu werben.

Das Berufungsgericht hat das landgerichtliche Urteil abgeändert und die Klage abgewiesen (OLG München OLG-Rep 1999, 221).

Mit ihrer (zugelassenen) Revision, deren Zurückweisung die Beklagte beantragt, begehrt die Klägerin die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen, weil die Klägerin für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch nicht aktivlegitimiert sei.

Die Beklagte habe allerdings durch die Art ihrer Preisangabe in der Anzeige vom 4. März 1997 (Anlage K 1) und in ihrem am 11. Juli 1997 verteilten Prospekt gegen § 1 Abs. 1 PAngV verstoßen, weil sie nicht jeweils den für die Flüge zu zahlenden Endpreis angegeben habe. Die Angabe eines einheitlichen Flugpreises von allen deutschen Flughäfen zu einem ausländischen Zielflughafen und zurück sei zwar praktisch ausgeschlossen, weil von den aus dem Ausland ankommenden Reisenden unterschiedliche Passagier-Gebühren verlangt würden (bei 27 deutschen Flughäfen 14 verschiedene Gebühren zwischen 1,50 DM und 20,50 DM). In der Werbung könne aber ein Mindestpreis, ein Höchstpreis oder eine Preismarge als Endpreis genannt werden.

Der Klägerin stehe jedoch wegen der beanstandeten Handlungen kein Unterlassungsanspruch zu, weil der Wettbewerbsverstoß der Beklagten nicht geeignet sei, den Wettbewerb wesentlich zu beeinträchtigen. Dabei sei zu berücksichtigen, daß die beanstandete Art der Werbung in erheblichem Umfang üblich sei. Dies habe seinen Grund darin, daß sie in anderen Ländern, insbe-

sondere der Europäischen Union, zulässig sei, sowie darin, daß die Angabe des Endpreises für Flüge, die innerhalb eines längeren Zeitraums - noch ohne nähere Bestimmung des Datums und des Flugablaufs - stattfinden sollten, erhebliche Probleme bereite. Der Verkehr sei deshalb weitgehend an die Unterscheidung zwischen dem "reinen" Flugpreis und den hinzukommenden - erst bei der Buchung genau festzustellenden - Steuern und Gebühren gewöhnt.

Die mit den Angeboten von Fernreisen umworbenen Verkehrskreise seien bei einer Werbung wie in Anlage K 1 in der Lage zu erkennen, daß der Endpreis um etwa 20,-- DM bis 70,-- DM über dem herausgestellten Flugpreis liegen werde und innerhalb dieser Marge weder mit einem niedrigen noch mit einem hohen Preis sicher zu rechnen sei. Diese Werbung sei daher nicht geeignet, der Beklagten einen wesentlichen Wettbewerbsvorsprung zu verschaffen. Interessen der Allgemeinheit und der Verbraucher seien nicht ernsthaft beeinträchtigt.

Für die Werbung der Beklagten in ihrem Prospekt (Anlage K 7), in dem auf hinzukommende Steuern und Gebühren nur mit dem unbezifferten Zusatz "Preise zzgl. Steuer" hingewiesen worden sei, gelte nichts anderes.

II. Die Revision der Klägerin hat teilweise Erfolg.

1. Die Klägerin kann gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch aus § 13 Abs. 2 Nr. 2, § 1 UWG i.V. mit § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV nur insoweit geltend machen, als sie sich gegen eine Werbung wie in dem am 11. Juli 1997 verteilten Prospekt der Beklagten (Anlage K 7) wendet.

a) Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, daß die Beklagte, auch wenn sie nur Vermittler gewesen sein sollte (vgl. Völker, Preisangabenrecht, 1996, § 1 PAngV Rdn. 28 m.w.N.), gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV verstoßen hat, weil sie in ihrer Anzeige vom 4. März 1997 und in ihrem Prospekt für Flugreisen mit Preisangaben geworben hat, ohne die für die Flüge zu zahlenden Endpreise anzugeben. Endpreise sind nach der Legaldefinition des § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV die Preise, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile unabhängig von einer Rabattgewährung zu zahlen sind. Nach dem Zweck der Preisangabenverordnung soll dem Verbraucher Klarheit über die Preise und deren Gestaltung verschafft werden und zugleich verhindert werden, daß er seine Preisvorstellungen anhand untereinander nicht vergleichbarer Preise gewinnen muß (vgl. BGHZ 108, 39, 40 f. - Stundungsangebote; BGH, Urt. v. 2.2.1995 - I ZR 13/93, GRUR 1995, 274, 275 = WRP 1995, 392 - Dollar-Preisangaben; Köhler/Piper, UWG, 2. Aufl., Einf. PAngV Rdn. 7, jeweils m.w.N.). Dementsprechend ist dann, wenn unter Angabe von Preisen für Leistungen geworben wird, die aus der Sicht der Letztverbraucher als einheitliches Leistungsangebot und Gegenstand eines einheitlichen Vertragsschlusses erscheinen, ein sich auf das einheitliche Leistungsangebot insgesamt beziehender Endpreis anzugeben (vgl. BGH, Urt. v. 6.6.1991 - I ZR 291/89, GRUR 1991, 845, 846 = WRP 1991, 652 - Nebenkosten, m.w.N.). Die Werbung der Beklagten enthält aus der Sicht der Letztverbraucher einheitliche Leistungsangebote, die nicht nur den Flug selbst umfassen, sondern auch die Begleichung derjenigen Leistungen Dritter, die bei jeder Flugreise in Anspruch genommen werden müssen (Flughafen-, Sicherheitsgebühren u.ä.) sowie der bei der Flugreise anfallenden Steuern (vgl. dazu auch - zur PreisangabenVO a.F. - BGH, Urt. v. 17.10.1980 - I ZR 132/78, GRUR 1981, 140, 141 = WRP 1981, 23 - Flughafengebühr). Von der Pflicht zur Endpreisangabe wurde die Beklagte

auch nicht dadurch befreit, daß ihre Flugpreise genehmigte Beförderungsentgelte als Bestandteile einschließen, da diese nur die Preise für den Flug als solchen und nicht die zu zahlenden Endpreise sind. Auf die Vorschrift des § 1 Abs. 3 PAngV in ihrer früheren - durch Art. 1 Nr. 1 Buchst. b der Dritten Verordnung zur Änderung der Preisangabenverordnung vom 22.7.1997 (BGBl. I S. 1910) aufgehobenen - Fassung kann sich die Beklagte daher nicht berufen.

Die nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV bestehende Verpflichtung zur Angabe der Endpreise ist unabhängig davon, ob der Verkehr bei Angeboten einer bestimmten Art daran gewöhnt ist, den Endpreis anhand angegebener Preisbestandteile zusammenzurechnen (vgl. dazu BGH GRUR 1981, 140, 141 - Flughafengebühr), oder davon, ob die Errechnung des Endpreises anhand der Preisbestandteile, die in der Werbung genannt sind, für einen durchschnittlichen Letztverbraucher einfach oder schwierig ist (vgl. BGH, Urt. v. 25.2.1999 - I ZR 4/97, GRUR 1999, 762, 763 = WRP 1999, 845 - Herabgesetzte Schlussverkaufspreise; Völker aaO § 1 PAngV Rdn. 39). Die Pflicht der Beklagten, Endpreise anzugeben, entfällt auch nicht deshalb, weil die Flugreisen zu bestimmten Zielen je nach dem Reisetag, den Abflugs- und Ankunftszeiten und der Reiseroute unterschiedlich mit Steuern und Gebühren belastet sind. Die Beklagte bewirbt der Sache nach nicht bestimmte, stets völlig gleiche Leistungen, sondern Leistungen, die wegen Abweichungen in der Flugroute, den Flugdaten usw. jeweils einen etwas unterschiedlichen Inhalt haben können. Jeder einzelne Flug hat jedoch einen bestimmten Preis, da die Preisbestandteile insoweit jeweils feststehen. Wenn die Beklagte unter diesen Umständen mit Preisbestandteilen wirbt, hat sie den im Einzelfall tatsächlich zu entrichtenden Endpreis anzugeben (zur Angabe von Preisen mit variablen - insbesondere verbrauchsabhängigen - Bestandteilen vgl. dagegen BGH, Urt. v. 8.10.1998 - I ZR 7/97, GRUR 1999, 261, 262 = WRP 1999, 94 - Handy-Endpreis, m.w.N.).

Dies bedeutet entgegen der Ansicht der Beklagten nicht, daß sie im Ergebnis auf Werbung für die von ihr angebotenen Flugreisen verzichten müßte. So kann sie z.B. - wie dies andere Fluggesellschaften tun - in der Weise werben, daß sie Flüge "ab" einem bestimmten Preis anbietet und in der Werbung erläutert, warum ein bestimmter Preis nicht genannt wird. Die Verpflichtung zur Endpreisangabe bedeutet demgemäß nicht, daß der Beklagten - über den begrenzten Zweck der Preisangabenverordnung hinaus - vorgeschrieben würde, Endpreise zu bilden oder anzugeben, die sie als Unternehmen nicht fordern will (vgl. BGH, Urt. v. 11.6.1992 - I ZR 161/90, GRUR 1992, 857, 858 = WRP 1992, 696 - Teilzahlungspreis I; Urt. v. 22.10.1992 - I ZR 284/90, GRUR 1993, 127 = WRP 1993, 108 - Teilzahlungspreis II; BGH GRUR 1995, 274, 275 - Dollar-Preisangaben).

b) Die beanstandeten Verstöße gegen die Preisangabenverordnung sind auch als Verstöße gegen § 1 UWG zu werten. Eine Verletzung der Ordnungsvorschrift des § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV ist allerdings nicht ohne weiteres wettbewerbswidrig, auch wenn diese unmittelbar das Marktverhalten regelt (vgl. BGH, Urt. v. 21.5.1992 - I ZR 9/91, GRUR 1993, 62, 63 = WRP 1992, 693 - Kilopreise III; Urt. v. 11.11.1993 - I ZR 315/91, GRUR 1994, 311, 312 = WRP 1994, 177 - Finanzkaufpreis "ohne Mehrkosten"). Die Beklagte hat jedoch nicht nur versehentlich, sondern bewußt und planmäßig unter Verstoß gegen die Preisangabenverordnung geworben. Sie hat damit nicht nur möglichen Kunden den Vergleich mit den Preisen von gesetzestreuen Mitbewerbern erschwert, sondern ihre Preise - jedenfalls auf den ersten Blick - als günstiger erscheinen lassen, als dies tatsächlich der Fall war. Dies gilt auch für die Werbung in der Zeitungsanzeige vom 4. März 1997 (Anlage K 1), in der die Preisangabe durch den Text einer Sternchen-Fußnote ergänzt worden ist. Dieses Vorgehen war

geeignet, der Beklagten einen - wenn auch im Fall der Zeitungsanzeige nur geringen - Wettbewerbsvorsprung zu verschaffen.

c) Wie das Berufungsgericht zu Recht entschieden hat, ist der Verstoß gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV, den die Beklagte mit ihrer Anzeige vom 4. März 1997 (Anlage K 1) begangen hat, jedoch nicht geeignet, den Wettbewerb auf dem maßgeblichen Markt für Flugreisen wesentlich zu beeinträchtigen (§ 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG).

Die UWG-Novelle 1994 hat das Erfordernis der wesentlichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs als Voraussetzung für die Klagebefugnis von Wettbewerbern, die mit dem Antragsgegner nicht in einem konkreten Wettbewerbsverhältnis stehen, eingeführt, um die wettbewerbsrechtliche Verfolgung von Bagatelverstößen, die für das Wettbewerbsgeschehen insgesamt oder für einzelne Wettbewerber allenfalls eine marginale Bedeutung haben, zu unterbinden (vgl. Begründung des Entwurfs eines UWG-Änderungsgesetzes, BT-Drucks. 12/7345 S. 4, 5 f., 10 ff. u. 13 f., abgedruckt WRP 1994, 369; BGHZ 133, 316, 322 - Altunterwerfung I). Die Ausübung der im allgemeinen Interesse gewährten Klagebefugnis nach § 13 Abs. 2 UWG sollte auf solche Fälle beschränkt werden, in denen die Auswirkungen des Wettbewerbsverstoßes auf das Wettbewerbsgeschehen so erheblich sind, daß seine Verfolgung auch wirklich im Interesse der Allgemeinheit liegt (vgl. dazu auch Melullis, Handbuch des Wettbewerbsprozesses, 3. Aufl., Rdn. 382; Pastor/Ahrens/Jestaedt, Der Wettbewerbsprozeß, 4. Aufl., Kap. 23 Rdn. 32). Dementsprechend kann es für die Bejahung einer wesentlichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs nicht genügen, daß dem Wettbewerbsverstoß die Verletzung eines gesetzlichen Ge- oder Verbots zugrunde liegt oder der Verstoß geeignet ist, irgendeinen geringfügigen Wettbewerbsvorsprung zu begründen (vgl. BGH, Urt. v. 5.10.2000 -

I ZR 210/98, GRUR 2001, 258, 259 = WRP 2001, 146 - Immobilienpreisangaben; Melullis aaO Rdn. 384, 388).

Der beanstandete Verstoß gegen die Preisangabenverordnung in der Zeitungsanzeige ist zwar geeignet, der Beklagten einen gewissen Wettbewerbsvorsprung zu verschaffen, dieser ist aber so geringfügig, daß die Verfolgung des Wettbewerbsverstoßes durch die nach § 13 Abs. 2 UWG klagebefugten Wettbewerber und Verbände nicht mehr im Interesse der Allgemeinheit liegt. Abweichend von der Ansicht des Berufungsgerichts kann sich die Beklagte allerdings nicht darauf berufen, daß ein erheblicher Teil der Wettbewerber bei der Angabe von Flugpreisen ebenso verfährt wie sie selbst bei der Zeitungsanzeige vom 4. März 1997. Diejenigen Wettbewerber, die sich an die vorgeschriebene Form der Preisangabe halten, werden durch den beanstandeten Verstoß gegen die Preisangabenverordnung um so mehr beeinträchtigt, je häufiger solche Verstöße sind. Denn herausgestellte Endpreise werden auf den ersten Blick um so weniger werbewirksam sein, je mehr der Verkehr daran gewöhnt ist, daß mit dieser Preisangabe noch nicht der Endpreis genannt ist. Dieser Nachteil für die gesetzestreuen Wettbewerber ist bei einer Art der Preisangabe wie in Anlage K 1 jedoch nicht so erheblich, daß von einer wesentlichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs auf dem Markt für Flugreisen zu sprechen wäre.

Die beanstandete Art der Preisangabe wird einen verständigen Durchschnittsverbraucher, der die Entscheidung für das Angebot eines Fernfluges erst nach reiflicher Überlegung treffen wird, nicht irreführen. In der Anzeige wird zwar der für den Flug als solchen zu zahlende Preis herausgestellt, der Anmerkungsstern verweist aber unstreitig deutlich sichtbar auf die Fußnote, aus der sich ergibt, daß zu dem genannten Preis Steuern und Gebühren von

20,-- DM bis 71,50 DM hinzukommen. Wer an den angebotenen Fernflügen interessiert ist, wird bei einer Anzeige in der vorliegenden Gestaltung - auch im Hinblick auf den erheblichen Preis solcher Flüge - sogleich auch auf den Text der Sternchen-Fußnote aufmerksam werden, aus dem sich ergibt, daß der letztlich zu zahlende Preis höher ist als der herausgestellte Preis. Dies gilt um so mehr, als der Verkehr nach der nicht angegriffenen Feststellung des Berufungsgerichts weitgehend daran gewöhnt ist, zwischen dem "reinen" Flugpreis und den hinzukommenden Steuern und Gebühren zu unterscheiden. Ein Interessent hat - wie das Berufungsgericht festgestellt hat - keinen vernünftigen Anlaß, sicher damit zu rechnen, daß der Zuschlag für Steuern und Gebühren eher im unteren Bereich der Marge liegen wird.

Das von der Preisangabenverordnung ebenfalls geschützte Interesse der Verbraucher an optimalen Preisvergleichsmöglichkeiten (vgl. dazu BGH GRUR 1999, 762, 763 - Herabgesetzte Schlußverkaufspreise) kann von einem Verband zur Förderung gewerblicher Interessen nur geltend gemacht werden, soweit es sich mit dem Interesse am Wettbewerb auf dem Markt deckt. Es wird hier nur geringfügig betroffen, weil bei einer Preisangabe wie in Anlage K 1 die Spanne der möglichen Flugpreise sehr einfach zu errechnen ist. Angesichts des Umstands, daß es sich hier um einen recht geringfügigen Gesetzesverstoß handelt, kommt auch der von der Revision hervorgehobenen Nachahmungsgefahr keine Bedeutung bei der Beurteilung der Frage zu, ob die beanstandete Art und Weise der Preisangabe geeignet ist, den Wettbewerb auf dem Markt wesentlich zu beeinträchtigen. Der Nachahmungsgefahr wird allerdings in diesem Zusammenhang dann Gewicht beizumessen sein, wenn von dem wettbewerbswidrigen Verhalten eine Sogwirkung in der Weise ausgeht, daß Wettbewerber veranlaßt werden, ein solches Verhalten deshalb zu übernehmen, weil sie sonst erhebliche Nachteile im Wettbewerb befürchten müßten (vgl. OLG

Karlsruhe NJW-RR 1996, 1326, 1327). Davon kann hier jedoch keine Rede sein.

Ein Interesse der Allgemeinheit an der wettbewerbsrechtlichen Verfolgung von Verstößen gegen die Preisangabenverordnung, wie sie Gegenstand des Rechtsstreits sind, ist hier um so weniger gegeben, als die zuständigen Behörden eine solche Nichteinhaltung der Vorschriften der Preisangabenverordnung nach pflichtgemäßem Ermessen gegebenenfalls auch als Ordnungswidrigkeiten ahnden können (§ 10 Abs. 1 Nr. 1 PAngV n.F.; BGH GRUR 2001, 258, 259 - Immobilienpreisangaben).

d) Die Revision rügt dagegen mit Erfolg, daß das Berufungsgericht auch bei der beanstandeten Form der Preisangabe in dem am 11. Juli 1997 verteilten Prospekt der Beklagten (Anlage K 7) eine wesentliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs verneint hat.

In diesem Prospekt ist der für den Flug als solchen zu zahlende Preis deutlich herausgestellt, daneben allerdings unübersehbar darauf hingewiesen, daß die genannten Preise "zuzüglich Steuer" gelten. Trotz dieses Zusatzes ist die Preisangabe aber geeignet, das Angebot auf den ersten Blick günstiger erscheinen zu lassen, als es tatsächlich ist, weil dabei der Zusatz "Alle Preise zuzüglich Steuer" noch nicht wahrgenommen wird. Anders als im Fall der Anzeige vom 4. März 1997 (Anlage K 1) kommt hier hinzu, daß dem Kunden keine weiteren Angaben zu den sonstigen Preisbestandteilen gemacht werden, so daß ihm der Endpreis noch nicht einmal in Form eines Mindest- und eines Höchstpreises genannt wird. Diese unvollständige - in Widerspruch zu § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV stehende - Art der Preisangabe ist geeignet, den Wettbewerb auf dem Markt für Flugreisen wesentlich zu beeinträchtigen. Sie ist

zwar nicht irreführend, erschwert aber erheblich die durch die Preisangabenverordnung geschützte Möglichkeit des Preisvergleichs, der ein unerläßlicher Bestandteil des wirtschaftlichen Wettbewerbs ist (vgl. BGH GRUR 1999, 762, 763 - Herabgesetzte Schlußverkaufspreise).

2. Die Klägerin hat keinen Anspruch auf Erstattung der von ihr geltend gemachten Abmahnkosten in Höhe von 315,65 DM. Die Klägerin verlangt insoweit - unter dem Gesichtspunkt der Geschäftsführung ohne Auftrag (vgl. BGHZ 115, 210, 212 - Abmahnkostenverjährung; BGH, Ur. v. 24.11.1999 - I ZR 171/97, WRP 2000, 633, 636 - Sicherungsschein [insoweit in GRUR 2000, 731 nicht abgedruckt], m.w.N.) - Aufwendungsersatz für ihre Abmahnung vom 6. Mai 1997, die sich nur gegen die Werbung der Beklagten in der Zeitungsanzeige vom 4. März 1997 (Anlage K 1) gerichtet hat. Da ihr - wie dargelegt - hinsichtlich dieser Werbung kein materiell-rechtlicher Unterlassungsanspruch zusteht, kann sie auch nicht die Erstattung ihrer insoweit entstandenen Abmahnkosten verlangen. Abmahnkosten für die zweite Abmahnung mit Schreiben vom 15. Juli 1997 - betreffend die Prospektwerbung der Beklagten (Anlage K 7) - hat die Klägerin mit der Klage nicht geltend gemacht.

3. Die Klägerin hat ebenfalls keinen Anspruch auf Ersatz der Kosten, die ihr infolge der Durchführung des Verfahrens vor der Einigungsstelle für Wettbewerbsstreitigkeiten entstanden sind. Ein Anspruch auf Ersatz dieser Aufwendungen aus Geschäftsführung ohne Auftrag (§ 683 Satz 1, §§ 677, 670 BGB) steht der Klägerin schon deshalb nicht zu, weil die Durchführung des Verfahrens vor der Einigungsstelle nach den erfolglosen Abmahnungen nicht mehr dem mutmaßlichen Willen der Beklagten entsprach, sondern ein Versuch der Klägerin war, im eigenen Interesse einen Rechtsstreit zu vermeiden (vgl. OLG Hamm GRUR 1988, 715 f.; vgl. weiter Großkomm/Köhler, § 27a UWG

Rdn. 119; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 22. Aufl., Einl. UWG Rdn. 555; Melullis aaO Rdn. 84 f.; Nieder, Außergerichtliche Konfliktlösung im gewerblichen Rechtsschutz, 1998, S. 80 f.).

III. Auf die Revision der Klägerin war danach das Berufungsurteil im Kostenpunkt und insoweit aufzuheben, als dieses unter Abänderung des landgerichtlichen Urteils den Unterlassungsantrag in seiner - auf die Anlage K 7 bezogenen - zweiten Alternative abgewiesen hat.

Im Umfang der Aufhebung war die Berufung der Beklagten gegen das landgerichtliche Urteil mit der Maßgabe zurückzuweisen, daß dieses im Kostenpunkt abgeändert und die Verurteilung der Beklagten zur Unterlassung entsprechend dem im Berufungsverfahren geänderten Unterlassungsantrag der Klägerin neu gefaßt wird.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 1, § 97 Abs. 1 ZPO.

Erdmann

v. Ungern-Sternberg

Starck

Bornkamm

Pokrant