

Schwerpunkte der Rechtsprechung des I. Zivilsenats zum Marken- und Wettbewerbsrecht

Prof. Dr. Thomas Koch

Vorsitzender Richter am Bundesgerichtshof

Irreführung durch Unterlassen

Vorenthalten wesentlicher Informationen

- **Änderungen** durch das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht
- **Verhältnis** der Irreführung durch Unterlassen zum Vorenthalten wesentlicher Informationen
- **Drei Entscheidungen** aus der neueren Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs:
 - Urteil vom 25. November 2021 - I ZR 148/20, GRUR 2022, 241 = WRP 2022, 315 - **Kopplungsangebot III**
 - Urteil vom 7. April 2022 - I ZR 143/19, GRUR 2022, 930 = WRP 2022, 847 - **Knuspermüsli II**
 - Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21, GRUR 2022, 1163 = WRP 2022, 977 - **Grundpreisangabe im Internet**

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20

Kopplungsangebot III

§ 5 UWG (Irreführende geschäftliche Handlung)

(1) Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

(2) Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält: ...

§ 5a UWG (Irreführung durch Unterlassen)

~~(1) Bei der Beurteilung, ob das Verschweigen einer Tatsache irreführend ist, sind insbesondere deren Bedeutung für die geschäftliche Entscheidung nach der Verkehrsauffassung sowie die Eignung des Verschweigens zur Beeinflussung der Entscheidung zu berücksichtigen.~~

~~(2) Unlauter handelt auch, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher wesentliche Information vorenthält einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm wesentliche Informationen vorenthält, 1. die der Verbraucher oder der sonstige Marktteilnehmer je nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und 2. deren Vorenthalten dazu geeignet ist, den Verbraucher oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.~~

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20

Kopplungsangebot III

Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Markt der **Vermietung von Wasserspendern an gewerbliche Kunden**.

Üblicherweise wird dabei **neben** der **Vermietung des Geräts** auch die **Erbringung von Serviceleistungen** angeboten.

Die Beklagte erteilte ihren Vertriebsmitarbeitern die Weisung, für den Fall, dass im Zusammenhang mit dem Abschluss eines Mietvertrages gleichzeitig ein Vertrag über Serviceleistungen abgeschlossen wird, die **Servicegebühr in den Mietpreis einzukalkulieren** und bei der **Servicegebühr „0,00 €“** (ab 2016) bzw. **„1,00 €“** (ab 2018) einzutragen.

Die Klägerin **beantragt**, der Beklagten zu **verbieten**, beim Abschluss von Mietverträgen über Wasserspender gleichzeitig den Abschluss von gesonderten Verträgen über die Erbringung von Serviceleistungen für die Mietgeräte anzubieten, bei denen die Servicegebühr mit 0,00 € oder 1,00 € ausgewiesen ist, wenn die Servicegebühr zuvor in die Gerätemiete eingerechnet worden ist, sofern nicht üblicherweise tatsächlich eine gesonderte Servicegebühr, die nicht in die Miete einkalkuliert ist, gefordert wird.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20

Kopplungsangebot III

Kopplungsangebote sind **grundsätzlich zulässig**.

Sie **können unzulässig sein** im Falle einer

- **Täuschung** über den tatsächlichen Wert des Angebots (Verstoß gegen das Irreführungsverbot: § 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 UWG aF, jetzt § 5 Abs. 1 und 2 UWG nF)
- **mangelnden Transparenz** des Angebots (Verletzung von Informationspflichten, gegenüber Unternehmern: § 5a Abs. 1 UWG aF; gegenüber Verbrauchern: § 5a Abs. 2 UWG aF; jetzt gegenüber sämtlichen Marktteilnehmern: § 5a Abs. 1 UWG nF)
- **übermäßige Anlockwirkung** des Angebots (Verstoß gegen das Verbot aggressiver geschäftlicher Handlungen: § 4a UWG; Verstoß gegen die Verpflichtung zur unternehmerischen Sorgfalt: gegenüber Unternehmern § 3 Abs. 1 UWG; gegenüber Verbrauchern § 3 Abs. 2 UWG)

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20

Kopplungsangebot III

Täuschung über den tatsächlichen Wert des Angebots (Verstoß gegen das Irreführungsverbot: § 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 UWG aF; jetzt § 5 Abs. 1 und 2 UWG nF)

Kopplungsangebote sind irreführend im Sinne von **§ 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 2 Nr. 2 UWG aF (§ 5 Abs. 1 und 2 Fall 2 Nr. 2 UWG nF)**, wenn sie über den tatsächlichen **Wert des Angebots**, insbesondere über den **Wert der angebotenen Zusatzleistung**, zu täuschen geeignet sind (Täuschung über den Preis oder das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils).

Ermittlung der Verkehrsauffassung aus Sicht eines **durchschnittlichen Mitglieds** des angesprochenen Verkehrskreises; **keine gespaltene Verkehrsauffassung** innerhalb eines einzigen Verkehrskreises.

Verbrauchern ist bekannt, dass Unternehmer etwaige Kosten für Nebenleistungen regelmäßig durch den Preis der Hauptleistung abdecken. **Unternehmern**, denen im Rahmen eines Gesamtangebots vermeintlich kostenlose oder preisgünstige Nebenleistungen angeboten werden, wissen erst recht, dass ein rentables Wirtschaften nur möglich ist, wenn das Entgelt für die Hauptleistung (hier die Gerätemiete) die Kosten der Nebenleistung (hier die Serviceleistung) mitfinanziert.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20

Kopplungsangebot III

mangelnde Transparenz des Angebots (Verletzung von Informationspflichten: gegenüber Unternehmern § 5a Abs. 1 UWG aF; gegenüber Verbrauchern § 5a Abs. 2 UWG aF; jetzt gegenüber sämtlichen Marktteilnehmern § 5a Abs. 1 UWG nF)

Nach **§ 5a Abs. 1 UWG** sind bei der Beurteilung, ob das Verschweigen einer Tatsache irreführend ist, insbesondere deren **Bedeutung für die geschäftliche Entscheidung nach der Verkehrsauffassung** sowie die **Eignung des Verschweigens zur Beeinflussung der Entscheidung** zu berücksichtigen.

Für die Frage, ob das Verschweigen unzulässig, also eine Aufklärung geboten ist, kommt es maßgeblich darauf an, inwieweit der angesprochene **Verkehr** auf die Mitteilung der Tatsache **angewiesen** und dem **Unternehmer** eine Aufklärung **zumutbar** ist.

Den **Unternehmer** trifft **keine allgemeine Aufklärungspflicht** über Tatsachen, die für die geschäftliche Entscheidung des angesprochenen Verkehrs möglicherweise von Bedeutung sind. Unternehmer sind **nicht gehalten**, in der Werbung **die Elemente ihrer Preisbemessung nachvollziehbar darzustellen**. Zumindest anhand des letztlich maßgebenden Gesamtpreises sind Preisvergleiche immer möglich.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20

Kopplungsangebot III

übermäßige Anlockwirkung des Angebots (Verstoß gegen das Verbot aggressiver geschäftlicher Handlungen: § 4a UWG; Verstoß gegen die Verpflichtung zur unternehmerischen Sorgfalt: gegenüber Unternehmern § 3 Abs. 1 UWG; gegenüber Verbrauchern § 3 Abs. 2 UWG)

Dafür gibt es im Streitfall **keinen Anhaltspunkt**.

Urteil vom 7. April 2022 - I ZR 143/19

Knuspermüsli II

Die **Beklagte** stellt das vorverpackte Lebensmittel "Vitalis **Knuspermüsli** Schoko + Keks" her und vertreibt dieses in einer quaderförmigen Kartonverpackung.

Eine der **Schmalseiten der Verpackung** enthält unter der Überschrift "**Nährwertinformation**" Angaben zum **Brennwert** und zu den Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz, und zwar **bezogen zum einen auf 100 Gramm des Produkts zum Zeitpunkt des Verkaufs** und **zum anderen auf eine Portion des zubereiteten Lebensmittels**, bestehend aus 40 Gramm dieses Produkts und 60 Milliliter Milch mit einem Fettgehalt von 1,5%.

Auf der **Vorderseite der Verpackung** werden die Angaben zum **Brennwert** und zu den Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Zucker und Salz einer solchen **Portion des zubereiteten Lebensmittels** wiederholt, wobei zusätzlich noch das Gewicht einer solchen Portion mit 100 Gramm angegeben ist.

Kläger **beantragt**, der Beklagten zu **verbieten**, für das Müsli wie in der Abbildung mit Nährwertinformationen pro Portion zu werben, **ohne** zusätzlich den **Brennwert bezogen auf 100 Gramm des Produkts zum Zeitpunkt des Verkaufs**, das heißt des **nicht zubereiteten Produkts**, anzugeben.

Urteil vom 7. April 2022 - I ZR 143/19

Knuspermüsli II



Urteil vom 7. April 2022 - I ZR 143/19

Knuspermüsli II

Ein Verstoß gegen unionsrechtliche **Informationspflichten** in Bezug auf **kommerzielle Kommunikation** konnte nach der **bisherigen ständigen Rechtsprechung** des Senats grundsätzlich **sowohl** nach **§ 5a Abs. 2 Satz 1 und Abs. 4 UWG** (jetzt § 5a Abs. 1 und § 5b Abs. 4 UWG) **als auch** nach **§ 3a UWG** verfolgt werden.

An der gleichrangigen Prüfung von § 3a UWG und § 5a Abs. 2 Satz 1 und Abs. 4 UWG (jetzt § 5a Abs. 1 und § 5b Abs. 4 UWG) hält der Senat in Fällen der Verletzung einer **Informationspflicht** in Bezug auf **kommerzielle Kommunikation** nicht länger fest. In diesen Fällen ist die Unlauterkeit **nunmehr allein** nach **§ 5a Abs. 2 Satz 1 und Abs. 4 UWG** (jetzt § 5a Abs. 1 und § 5b Abs. 4 UWG) zu beurteilen.

Nicht hiervon erfasst sind **Informationspflichten**, die **nicht** die **kommerzielle Kommunikation** betreffen und daher nicht unter Art. 7 Abs. 1 und 5 der Richtlinie 2005/29/EG fallen. Ein Verstoß gegen solche Informationspflichten kann **weiterhin** eine Unlauterkeit nach **§ 3a UWG** begründen.

Urteil vom 7. April 2022 - I ZR 143/19

Knuspermüsli II

§ 5a Abs. 1 UWG (Irreführung durch Unterlassen; § 5a Abs. 2 Satz 1 UWG aF)

Unlauter handelt auch, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm **wesentliche Informationen** vorenthält, 1. die der Verbraucher oder der sonstige Marktteilnehmer nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und 2. deren Vorenthalten dazu geeignet ist, den Verbraucher oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. ...

§ 5b Abs. 4 UWG (Wesentliche Informationen; § 5a Abs. 4 UWG aF)

Als **wesentlich** im Sinne des § 5a Absatz 1 gelten auch solche Informationen, die dem Verbraucher **auf Grund unionsrechtlicher Verordnungen oder nach Rechtsvorschriften zur Umsetzung unionsrechtlicher Richtlinien für kommerzielle Kommunikation** einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen.

Urteil vom 7. April 2022 - I ZR 143/19

Knuspermüsli II

Die von der **Lebensmittelinformationsverordnung** vorgeschriebenen Angaben auf der Verpackung von Lebensmitteln sind wesentliche Informationen im Sinne von Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie 2005/29/EG (§ 5a Abs. 4 UWG), da es sich um im Unionsrecht festgelegte **Informationsanforderungen** in Bezug auf **kommerzielle Kommunikation** handelt.

Im Streitfall wird den Verbrauchern auf der Vorderseite der Verpackung des Produkts der Beklagten entgegen § 5a Abs. 2 Satz 1 und Abs. 4 UWG die **wesentliche Information vorenthalten, welchen Brennwert 100 Gramm des Produkts zum Zeitpunkt des Verkaufs haben.**

Urteil vom 7. April 2022 - I ZR 143/19

Knuspermüsli II

Nach Art. 30 Abs. 1 Unterabs. 1 LMIV enthält die **verpflichtende Nährwertdeklaration** von Lebensmitteln, die - wie das Produkt der Beklagten - in den Anwendungsbereich des Kapitels IV Abschnitt 3 dieser Verordnung fallen (vgl. Art. 29 LMIV), den **Brennwert** (Buchst. a) und die Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Kohlenhydraten, Zucker, Eiweiß und Salz (Buchst. b). Enthält die Kennzeichnung eines vorverpackten Lebensmittels die verpflichtende Nährwertdeklaration gemäß Art. 30 Abs. 1 LMIV, **kann** auf der Verpackung nach Art. 30 Abs. 3 Buchst. b LMIV der **Brennwert** zusammen mit den Mengen an Fett, gesättigten Fettsäuren, Zucker und Salz **wiederholt werden**. Der **Brennwert** und die Nährstoffmengen sind nach Art. 32 Abs. 2 LMIV grundsätzlich **je 100 g** oder je 100 ml anzugeben.

Sowohl im Fall **verpflichtender**, als auch im Fall **freiwilliger wiederholender** Angaben sind grundsätzlich gemäß Art. 31 Abs. 3 Unterabs. 1 LMIV der **Brennwert** und die Nährstoffmengen **des Lebensmittels zum Zeitpunkt seines Verkaufs** anzugeben. **Davon abweichend** können sich diese Informationen gemäß Art. 31 Abs. 3 Unterabs. 2 LMIV **"gegebenenfalls"** auf das **zubereitete Lebensmittel** beziehen, **sofern** ausreichend genaue **Angaben über die Zubereitungsweise** gemacht werden **und** sich die Informationen auf das **verbrauchsfertige Lebensmittel** beziehen.

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Der Kläger stellte am 13. Oktober 2019 fest, dass der Beklagte im Internet **Kraftfahrzeugzubehör - ein Hydro-Stößel-Additiv mit einem Volumen von 300 ml und eine Keramik-Paste mit einem Gewicht von 50 g - anbot, ohne den Grundpreis anzugeben.**

Er hat **beantragt**, dem Beklagten zu **verbieten, Kraftfahrzeugzubehör anzubieten oder zu bewerben, ohne den Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben**, wenn dies wie in dem beanstandeten Angebot erfolgt.

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Nach § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV hat 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.

Die **Voraussetzungen** dieser Vorschrift **liegen vor**. Die **Beurteilung** des Berufungsgerichts, das in § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV vorgesehene Erfordernis, den Grundpreis "**in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises**" anzugeben, sei im Hinblick auf Art. 3 Abs. 5 Satz 1 der Richtlinie 2005/29/EG seit dem 12. Juni 2013 **nicht mehr anzuwenden, hält** der rechtlichen Nachprüfung **nicht stand**.

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Die Mitgliedstaaten dürfen **im Anwendungsbereich der Richtlinie 2005/29/EG keine strengeren Maßnahmen** erlassen als die, die in der Richtlinie festgelegt sind und zwar selbst dann nicht, wenn die Maßnahmen ein höheres Verbraucherschutzniveau bezwecken (vgl. **Art. 4 der Richtlinie 2005/29/EG**).

Die Mitgliedstaaten konnten **in dem durch die Richtlinie 2005/29/EG angeglichenen Bereich (nur) für einen Zeitraum von sechs Jahren** ab dem 12. Juni 2007 **nationale Vorschriften** beibehalten, **die restriktiver oder strenger waren als die Richtlinie** und zur **Umsetzung von Richtlinien erlassen worden waren, die Klauseln über eine Mindestangleichung enthalten** (vgl. **Art. 3 Abs. 5 Satz 1 der Richtlinie 2005/29/EG aF**).

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Das Gebot, den Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben, fällt zwar in den **durch die Richtlinie 2005/29/EG angeglichenen Bereich**.

Der **durch die Richtlinie 2005/29/EG angegliche Bereich** im Sinne von **Art. 3 Abs. 5 Satz 1 der Richtlinie 2005/29/EG aF** betrifft nach Art. 3 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG **unlautere Geschäftspraktiken** im Sinne von Art. 5 dieser Richtlinie **von Unternehmen gegenüber Verbrauchern vor, während und nach Abschluss eines auf ein Produkt bezogenen Handelsgeschäfts**.

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Das Gebot, den Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben, beruht aber **nicht** auf einer **Klausel über eine Mindestangleichung**.

Auch soweit § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV bestimmt, dass der Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben ist, hat diese Vorschrift ihre **unionsrechtliche Grundlage** in **Art. 3 Abs. 1 Satz 1 und Art. 4 Abs. 1 Satz 1 der Richtlinie 98/6/EG**. Sie beruht insoweit **nicht** auf der Regelung des **Art. 10 der Richtlinie 98/6/EG** und **damit nicht** auf einer **Klausel über eine Mindestangleichung** im Sinne von Art. 3 Abs. 5 Satz 1 der Richtlinie 2005/29/EG, also nicht auf einer Vorschrift, die über die Mindestharmonisierung hinausgehende nationale Vorschriften zulässt.

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Nach **Art. 3 Abs. 1 Satz 1 der Richtlinie 98/6/EG** ist bei Erzeugnissen, die Verbrauchern von Händlern angeboten werden, **neben dem Verkaufspreis** (Art. 2 Buchst. a der Richtlinie 98/6/EG) der **Preis je Maßeinheit** (Art. 2 Buchst. b der Richtlinie 98/6/EG) anzugeben. Gemäß **Art. 4 Abs. 1 Satz 1 der Richtlinie 98/6/EG** müssen der Verkaufspreis und der Preis je Maßeinheit **unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar** sein.

Nach **Art. 10 der Richtlinie 98/6/EG** hindert diese Richtlinie die Mitgliedstaaten nicht, unbeschadet ihrer Verpflichtung aus dem Vertrag für die Unterrichtung der Verbraucher und den Preisvergleich **günstigere Bestimmungen** zu erlassen oder beizubehalten.

Der nationale **Verordnungsgeber** hat den **Wortlaut** von Art. 4 Abs. 1 Satz 1 der Richtlinie 98/6/EG, wonach der **Grundpreis klar erkennbar** sein muss, **in zulässiger Weise dahin konkretisiert, dass der Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben ist**, weil damit das Ziel dieser Regelungen und der Zweck der Richtlinie 98/6/EG, die optimale Möglichkeit für einfache Preisvergleiche zu eröffnen, vollständig erreicht wird.

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Das sich aus § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV ergebende Gebot, den Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Gesamtpreises anzugeben, ist auch **nicht restriktiver oder strenger als die Richtlinie 2005/29/EG**.

Die in **Art. 3 Abs. 1 Satz 1 und Art. 4 Abs. 1 Satz 1 der Richtlinie 98/6/EG** geregelten (und durch § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV ins nationale Recht umgesetzten) **Informationspflichten** sind **zugleich** wesentliche **Informationspflichten** gemäß **Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie 2005/29/EG** (der durch § 5a Abs. 4 UWG aF, jetzt § 5b Abs. 4 UWG nF ins nationale Recht umgesetzt wird).

Danach 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. Zu diesen wesentlichen Informationspflichten zählt **nicht nur** die in der Liste des Anhangs II zur Richtlinie 2005/29/EG genannte **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), sondern auch 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).

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Die sich danach aus **Art. 7 Abs. 1 und 5 der Richtlinie 2005/29/EG** in Verbindung mit der Liste des Anhangs II zu dieser Richtlinie ergebende **Verpflichtung**, den Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Verkaufspreises anzugeben, wird **nicht nach Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG** durch die entsprechende **Verpflichtung** aus **Art. 3 Abs. 1 Satz 1 und Art. 4 Abs. 1 Satz 1 der Richtlinie 98/6/EG verdrängt**, weil insoweit **keine Kollision** vorliegt. Soweit die Richtlinie 2005/29/EG über ihren Art. 7 Abs. 5 die Vorschriften der Richtlinie 98/6/EG integriert, fehlt es an einem Kollisionsfall.

Urteil vom 19. Mai 2022 - I ZR 69/21

Grundpreisangabe im Internet

Nichts Anderes gilt für die am 28. Mai 2022 in Kraft tretende **Neuregelung** der Verpflichtung zur Grundpreisangabe in **§ 4 Abs. 1 Satz 1 PAngV**.

Diese enthält **zwar nicht mehr** das Erfordernis einer Grundpreisangabe "**in unmittelbarer Nähe**" des Verkaufspreises.

Die Neuregelung enthält **aber** zum einen nach wie vor das - im Wortlaut der Richtlinie ebenso wenig enthaltene - Erfordernis, dass der Grundpreis "**neben**" dem Gesamtpreis genannt wird. Dieses kann **nicht nur** im Sinne von "**zusätzlich**", **sondern darüber hinaus** im Sinne von "**nebeneinander**" verstanden werden. In die Neuregelung ist zum anderen das sich zuvor aus § 1 Abs. 7 Satz 2 PAngV aF ergebende Gebot eingefügt, dass der Grundpreis (unter anderem) "**klar erkennbar**" sein muss.

Die Vorgabe, dass der Grundpreis **neben** dem Gesamtpreis **klar erkennbar** anzugeben ist, ist **unter Berücksichtigung des Zwecks der Richtlinie**, Verbrauchern auf einfachste Weise optimale Möglichkeiten zu bieten, **Preise** von Erzeugnissen zu **beurteilen** und miteinander zu **vergleichen**, dahin zu verstehen, dass **Gesamtpreis und Grundpreis** auch weiterhin **auf einen Blick wahrnehmbar** sein müssen.