

von Rechtsanwalt **Phil Salewski**

## BGH: Beim Grundpreis werden Gratis-Zugaben mit einberechnet

Mit Urteil vom 31.10.2013 (Az.: I ZR 139/12) hat der BGH entschieden, dass der Grundpreis durch das Einkalkulieren der zum Angebot kostenlos beigefügten Einheiten berechnet werden darf und in diesem Verhalten kein Verstoß gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften zu sehen ist.

Sowohl im Online- als auch im stationären Handel ist es weit verbreitet, beim Kauf einer gewissen Menge einzelner Produkte Gratis-Zugaben werbewirksam anzubieten. Diese Praxis soll den Kunden die besondere Einträglichkeit von Mengenkäufen suggerieren und durch die Gewährung von Rabatten der Förderung des Absatzes dienen. Insbesondere Mengenangebote sind mit Blick auf ihre Zulässigkeit aber an der Einhaltung gesetzlicher Informationspflichten zu bemessen, die unter anderem aus der Preisangabenverordnung (PAngV) hervorgehen und so beispielsweise stets die Angabe eines Grundpreises pro Einheit nebst dem Endpreis vorsehen.

### 1. Der Sachverhalt

Der Entscheidung des BGH lag die Revision der ursprünglichen Klägerin, der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg, zu Grunde, die von dem Betreiber einer Einzelhandelskette Unterlassung begehrte. Letzterer hatte mit Angeboten von Getränke-Kombi-Kisten der Marken Coca Cola, Fanta und Sprite zum Preis von je 7,99€ durch **Hinzugabe zweier Gratis-Flaschen** geworben und dabei nach Meinung der Klägerin einen falschen Grundpreis angegeben.

Der Beklagte hatte diesen nämlich nicht aus den 12 im Kasten enthaltenen Literflaschen berechnet, sondern durch Miteinbeziehung der zwei Gratis-Flaschen ermittelt, also **bezogen auf 14 Flaschen** ermittelt.

In diesem Verhalten sah die Klägerin einen Verstoß gegen den § 2 Abs. 1 und Abs. 3 PAngV, der als Wettbewerbsverstoß über § 4 Nr. 11 UWG und § 5a Abs. 4 UWG geltend gemacht werden könne, und zusätzlich gegen die Nummer 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG verstoßen solle.

### 2. Die Entscheidung des BGH

Der BGH wies die Revision zurück und lehnte einen Verstoß gegen § 2 Abs. 1 und Abs. 3 der PAngV ab. Nach § 2 Abs. 1 hat ein Verkäufer, der Letztverbrauchern gewerbsmäßig Waren in Fertigpackungen nach Volumen anbietet, neben dem Endpreis auch den Preis pro Mengeneinheit (Grundpreis) anzugeben. Nach Abs. 3 ist die Mengeneinheit, für die der Grundpreis gefordert wird, grundsätzlich 1 Liter, ein Kilogramm etc.

Zwar erklärte der BGH die einschlägige Vorschrift als Marktverhaltensnorm, deren Verstoß sowohl über § 4 Nr. 11 UWG als auch über § 5a Abs. 4 UWG geahndet werden könne, stellte für die Beurteilung einer

Zuwiderhandlung aber maßgeblich auf den Sinn und Zweck des § 2 Abs. 1 PAngV ab.

Durch das Erfordernis des Grundpreises solle dem Verbraucher im Hinblick auf die **Preisklarheit** die Preisgestaltung des Angebots übersichtlicher zugänglich gemacht werden und gerade in Hinblick auf vergleichbare Angebote der Konkurrenz die Möglichkeit des preislichen Abgleichs vereinfacht werden. Da es sich im vorliegenden Fall um 1-Liter-Flaschen handle, könne der **Preisklarheit** und damit dem Interesse der Verbraucher an einer Vergleichsmöglichkeit zu Konkurrenzangeboten nur dann sinnvoll Rechnung getragen werden, **wenn auch die kostenlos hinzugegebenen Flaschen in den Grundpreis pro Flasche einbezogen würden.**

In Ermangelung von Vorschriften der PAngV zur spezifischen Berechnung des Grundpreises sei für die Bewertung eines etwaigen Verstoßes ferner aber stets auf das Verständnis eines durchschnittlichen Verbrauchers abzustellen. Zwar lägen insofern die als „gratis“ betitelten Flaschen **grundsätzlich außerhalb** der Sphäre der Preisbildung für den 12-Liter-Kasten. Für einen Verbraucher sei aber ohne weiteres ersichtlich, dass auch die kostenlose Beigabe von 2 Litern für die Grundpreisbildung maßgeblich gewesen sein müsse, **da diese für ihn denselben Gegenwert haben müssten wie 2 bezahlte Flaschen.**

Er erkenne somit, durch das Angebot 14 Flaschen zum Preis von lediglich 12 zu erhalten und verstehe den Terminus „gratis“ wertungsgemäß eben so und nicht als vom Grundpreis losgelöstes, wertunabhängiges Geschenk. Aus diesem Grunde müsste ein durchschnittlich informierter und adäquat aufmerksamer Verbraucher den Grundpreis stets als **ein Resultat der Grundmenge des Angebots in Verbindung mit etwaig hinzugegebenen Mengen** verstehen.

Im gleichen Zuge verneinte der BGH einen Verstoß gegen Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG, welcher unabhängig von etwaiger Spürbarkeit stets wettbewerbswidrig ist. Nach Nr. 21 stellt das Angebot einer Ware oder Dienstleistung als "gratis" eine unzulässige geschäftliche Handlung dar, wenn hierfür gleichwohl Kosten zu tragen sind.

Dieser Tatbestand sei ersichtlich nicht erfüllt, da im vorliegenden Fall dem Verbraucher bei Zahlung des Preises für 12 Flaschen 2 kostenlose Einheiten und mithin ein „Mehr“ hinzugegeben würden. Insofern erfolge eine Steigerung der Mengengröße bei gleichbleibendem Preis und gerade keine vermeintlich kostenfreie, aber tatsächlich gebührenpflichtige Leistung.

### 3. Fazit

Nach der Rechtsprechung des BGH-Urteils ist die Miteinbeziehung der einem Angebot hinzugefügten zusätzlichen Mengen in die Grundpreisberechnung nicht nur zulässig, sondern grundsätzlich auch erforderlich. Der Grundpreis soll gegenüber dem Verbraucher die Möglichkeit des effektiven Preisvergleichs zu Angeboten der Konkurrenz schaffen und müsste dementsprechend als Preisdurchschnitt aus der insgesamt abzugebenden Menge inklusive der Gratis-Beigaben hervorgehen.

Etwas anderes gilt jedoch immer dann, wenn das kostenlose Extra mit dem eigentlichen Angebot nicht produktgleich und so logisch einer anderen Preisgestaltung- und Klasse zuzuordnen ist.

Autor:

**RA Phil Salewski**

Rechtsanwalt