



## Pressemitteilung

### **Auf den Motor kommt es an Ein qualifiziertes Angebot für ein Kfz muss auch Angaben zu dessen Motorisierung enthalten**

Eine großformatige Printwerbung für ein KFZ, die eine „Aufforderung zum Kauf“ gem. § 5 a Abs. 3 UWG darstellt, muss als wesentliche Information auch Angaben zur Motorisierung enthalten. Das hat der 6. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Köln mit Urteil vom 13.03.2020 entschieden.

Das beklagte Autohaus aus dem Bergischen Land hatte in einer Printwerbung für ein Fahrzeug geworben und im Text genaue Angaben zu Ausstattung, Verbrauch, Emissionen, Energieeffizienzklasse und Preis des Modells, aber keine Angaben zur Motorisierung gemacht. Der Kläger, ein Verein zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, hat die Beklagte nach erfolgloser Abmahnung auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten in Anspruch genommen.

Mit Urteil vom 13.03.2020 hat der 6. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Köln dem Wettbewerbsverband in diesem Punkt Recht gegeben und ein erstinstanzliches Urteil des Landgerichts Köln insoweit teilweise abgeändert. Der Senat führte zur Begründung aus, dass es sich bei der Werbung um ein qualifiziertes Angebote im Sinne von § 5a Abs. 3 UWG, eine sogenannte „Aufforderung zum Kauf“, gehandelt habe. Der Verbraucher könne aufgrund der Angaben im Text der Werbung das KFZ identifizieren und sich eine Meinung über die Beschaffenheit und die Merkmale des Produktes bilden. Er erhalte hinreichende Informationen über die angebotene Ware, um auf dieser Grundlage eine geschäftliche Entscheidung z.B. darüber treffen zu können, das Autohaus der Beklagten aufzusuchen.

Eine „Aufforderung zum Kauf“ gem. § 5 a Abs. 3 UWG müsse als wesentliche Information auch Angaben zur Motorisierung, nämlich zu Leistung, Hubraum und Kraftstoffart, enthalten. Bei einer so komplexen, hochwertigen, langlebigen und teuren Ware wie einem Neuwagen benötige der Verbraucher konkrete und detaillierte Angaben zur Motorisierung insgesamt, um eine informierte Entscheidung treffen zu können. Ohne diese Angaben dürfe die Werbung daher nicht weiter geschaltet werden.

Seite 1 von 2

Aktenzeichen:  
PM 12/20

Datum: 02.04.2020

Dr. Ingo Werner  
Pressedezernent  
Tel. 0221 7711 - 350  
Mobil 0172 9405240  
Fax 0211 87565 112 491  
pressestelle@olg-  
koeln.nrw.de

Reichenspergerplatz 1  
50670 Köln  
Tel. 0221 7711 - 0  
[www.olg-koeln.nrw.de](http://www.olg-koeln.nrw.de)  
Twitter: @OLGKoeln



In einem anderen Punkt hatte das Autohaus dagegen Erfolg. Der Kläger hatte argumentiert, dass die Werbung auch ein qualifiziertes Angebot hinsichtlich des auf dem Bild zu sehenden höherwertigen Fahrzeugmodells mit weiteren Ausstattungsmerkmalen sei. Dem folgte der Senat nicht. Die bloße Abbildung eines Fahrzeugs ohne weitere Informationen stelle kein qualifiziertes Angebot dar. Allein anhand eines Bildes könne sich der Verbraucher keine Meinung über die Beschaffenheit und die Merkmale eines Produkts bilden. Da somit schon kein Angebot vorliege, sei die fehlende Angabe des Preises des höherwertigen Modells in der Werbeanzeige unerheblich.

Der Senat hat die Revision nicht zugelassen. Das Urteil wird demnächst im anonymisierten Volltext unter [www.nrwe.de](http://www.nrwe.de) veröffentlicht.

Urteil des Oberlandesgerichts Köln vom 13.03.2020 – Az. 6 U 267/19.

Dr. Ingo Werner  
Dezernent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit