

## Wettbewerbsverstoß durch Angabe eines um den Umweltbonus reduzierten Kaufpreises

**Ein Kraftfahrzeughändler verstößt gegen § 1 I 1 PAngV in der vor dem 28.05.2022 geltenden Fassung und handelt daher wettbewerbswidrig (§ 3a UWG i. V. mit § 1 I 1 PAngV a.F.), wenn er – hier: in einem „mobile.de“-Inserat – nicht den tatsächlich für ein elektrisch betriebenes Neufahrzeug zu zahlenden Kaufpreis, sondern einen um den Umweltbonus reduzierten Kaufpreis angibt.**

LG Leipzig, Urteil vom 04.11.2022 – [05 O 555/22](#)

**Sachverhalt:** Der Kläger, ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher Interessen, macht gegen die in Chemnitz ansässige, gewerblich mit Kraftfahrzeugen handelnde Beklagte einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch geltend.

Die Beklagte bot auf der Internetplattform „mobile.de“ einen Pkw Renault ZOE Life R110 für 22.789 € zum Kauf an. Tatsächlich waren beim Kauf des Fahrzeugs jedoch 28.789 € an die Beklagte zu zahlen. Dem lag zugrunde, dass die Beklagte bei der Angabe des Kaufpreises in dem „mobile.de“-Inserat den – nach dem Erwerb des Pkw vom Käufer beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) zu beantragenden – Umweltbonus in Höhe von 6.000 € bereits berücksichtigt hatte, ohne darauf in dem Inserat hinzuweisen.

Der Kläger mahnte die Beklagte deshalb mit Schreiben vom 13.01.2022 ab und forderte sie auf, bis zum 27.01.2022 eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben. Die Beklagte lehnte die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ab. Sie begründete ihre Weigerung im Wesentlichen damit, dass die Angabe des den Umweltbonus berücksichtigenden Kaufpreises der Fehler einer einzelnen Person – der Mitarbeiterin *M* – gewesen sei. *M* sei in einem Meeting am 09.03.2021 darauf hingewiesen worden, Fahrzeugpreise ohne Berücksichtigung eines Umweltbonus anzugeben.

Nach Auffassung des Klägers hat die Beklagte wettbewerbswidrig gehandelt. Der Kläger bestreitet, dass die Mitarbeiterin *M* einen einmaligen Fehler begangen und einer internen Absprache zuwider gehandelt hat, indem sie in dem streitgegenständlichen Inserat nicht den tatsächlich an die Beklagte zu zahlenden Kaufpreis, sondern den um den Umweltbonus reduzierten Kaufpreis angegeben hat. Er bestreitet außerdem, dass – wie die Beklagte behauptet – am 09.03.2021 ein Meeting oder eine Mitarbeiter-schulung stattgefunden hat und die Mitarbeiter der Beklagten angewiesen wurden, Fahrzeugpreise ohne Berücksichtigung eines Umweltbonus auszuweisen. Im Übrigen verweist der Kläger auf [§ 8 II UWG](#). Danach ist ein wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsanspruch auch gegen den Inhaber eines Unternehmens begründet, wenn die Zuwiderhandlung von einem Mitarbeiter oder Beauftragten begangen wurde.

Mit seiner Klage hat der Kläger über den Unterlassungsanspruch hinaus den Ersatz von Abmahnkosten in Höhe von 374,50 € (brutto) nebst Zinsen verlangt. Die tatsächlichen Kosten, die ihm durch eine Abmahnung entstehen, hat er mit durchschnittlich 1.164,97 € (netto) beziffert.

Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten und hat auf ein – angeblich auch von *M* unterzeichnetes – Besprechungsprotokoll vom 09.03.2021 verwiesen. Danach sei festgelegt worden, dass die Preise aller Neuwagen ohne Berücksichtigung einer Prämie anzugeben sind. Dass *M* davon abgewichen sei, sei ein einmaliger Fehler („Blackout“), sodass keine Wiederholungsgefahr bestehe. Da von dem „Blackout“ der *M* nur ein Fahrzeug betroffen gewesen sei, sei auch keine hohe Zahl an potenziellen Käufern erreicht worden. Sie, die Beklagte, verkaufe Tausende von Fahrzeugen; dass ihr (nur) bei einem einzigen Pkw ein Fehler unterlaufen sei, führe daher nicht zu einer Absatzsteigerung. Vielmehr sei der „Blackout“ der *M* im Hinblick auf die Gesamtzahl der Fahrzeugverkäufe schon nicht geeignet, die Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen. Einem bestimmten Verbraucher sei es auch möglich gewesen, Preisangaben zu vergleichen, denn *M* habe in E-Mails und telefonisch gegenüber diesem Verbraucher ausgeführt, dass über den angegebenen Kaufpreis hinaus zunächst (weitere) 6.000 € zu zahlen seien, die dann als Umweltbonus vonseiten des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle erstattet würden. Damit sei der Verbraucher über den zu zahlen Gesamtpreis informiert gewesen, zumal einem durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher bekannt sei, dass der Kaufpreis für ein Elektrofahrzeug einen Umweltbonus in Höhe von 6.000 € enthalte. In einem Verkaufsgespräch wäre deshalb sicherlich die Frage aufgekommen, wann dieser Betrag in Abzug zu bringen, wie hoch also letztlich der Gesamtpreis des Fahrzeugs sei.

Die Klage hatte Erfolg.

**Aus den Gründen:** II. Die Klage ist begründet, denn der Kläger hat gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch gemäß [§ 8 I, III Nr. 2](#), [§§ 3 I](#), [3a UWG](#) i. V. mit [§ 1 I 1 PAngV](#); [§§ 3 I](#), [5a II 1](#) und [II 2 Nr. 3](#), [IV UWG](#) und gemäß [§§ 3 I, V 1 1](#), [V 2 Nr. 2 UWG](#) (in der jeweils bis zum 27.05.2022 geltenden Fassung). Dem Kläger steht ferner ein Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten in Höhe von 374,50 € gemäß [§ 13 III UWG](#) zu.

1. Der Kläger ist nach [§ 8 III Nr. 2 UWG](#) aktivlegitimiert.
2. Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch im beantragten Umfang.

Nach [§ 8 I UWG](#) kann bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer eine nach [§ 3 UWG](#) unzulässige geschäftliche Handlung vorgenommen hat. Nach [§ 3 UWG](#) ist eine geschäftliche Handlung unzulässig, wenn sie unlauter ist.

a) Eine geschäftliche Handlung nach [§ 2 I Nr. 1 UWG](#) (seit dem 28.05.2022: [§ 2 I Nr. 2 UWG](#)) liegt vor.

Danach ist eine geschäftliche Handlung jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt. Das Merkmal des objektiven Zusammenhangs ist funktional zu verstehen und setzt voraus, dass die Handlung bei objektiver Betrachtung darauf gerichtet ist, durch die Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung der Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer den Absatz oder Bezug von Waren oder Dienstleistungen des eigenen oder eines fremden Unternehmens zu fördern (BGH, Urt. v. 06.06.2019 – [I ZR 216/17](#), [GRUR 2019, 1202](#) Rn. 13 – Identitätsdiebstahl; Urt. v. 31.03.2016 – [I ZR 160/14 GRUR 2016, 710](#) Rn. 12 – Im Immobiliensumpf). Entscheidend ist allein, ob nach den objektiven Gegebenheiten ein Zusammenhang zwischen dem beanstandeten Verhalten und der günstigen Beeinflussung des Absatzes im Sinne einer Absatzsteigerung besteht (MünchKomm-UWG/□*Bähr*, 3. Aufl. [2020], § 2 Rn. 107).

Zutreffend weist die Klägerseite darauf hin, dass das abgemahnte Verhalten der Beklagten bei objektiver Betrachtung darauf gerichtet war, die geschäftliche Entscheidung der Verbraucher zu beeinflussen und dadurch den Absatz zu fördern. Denn das streitgegenständliche Inserat auf „mobile.de“, womit für den Verkauf eines Pkw geworben wurde, ermöglicht es der Beklagten, eine hohe Zahl an potenziellen Kunden anzusprechen, um diese zu einem Kauf zu motivieren. Durch ein Inserat auf „mobile.de“ erhöht sich demzufolge die Chance, das jeweilige angebotene Fahrzeug zu verkaufen. Das streitgegenständliche Inserat auf „mobile.de“ dient mithin der günstigen Beeinflussung des Absatzes im Sinne einer Absatzsteigerung und stellt daher eine geschäftliche Handlung dar.

Die geschäftliche Handlung entfällt nicht dadurch, dass die Beklagte nur ein Fahrzeug unter Tausenden irreführend beworben hat. Dadurch fällt der Absatz gering aus, aber dennoch sollte durch das Angebot zum Kauf der Absatz des Unternehmens gefördert werden. Auch durch eine fehlerhafte, angeblich versehentliche, weisungswidrige, jedoch weiterhin irreführende Bepreisung zielt das im Inserat enthaltene Angebot zum Verkauf eines Fahrzeugs auf eine Absatzförderung.

b) Mit dem im Inserat auf „mobile.de“ angebotenen Kauf des Fahrzeugs, ohne den zutreffenden zu zahlenden Gesamtpreis anzugeben, hat die Beklagte gleich mehrere – drei – Tatbestände einer unlauteren geschäftlichen Handlung im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) realisiert, der jeder für sich einen Unterlassungsanspruch des Klägers begründet.

aa) Die Beklagte hat damit zum einen wettbewerbswidrig gemäß [§ 3a UWG](#) i. V. mit § 1 I 1 PAngV gehandelt.

Indem die Beklagte für den Verkauf des Pkw unter Angabe von Preisen geworben hat, ohne den für das konkret beworbene Fahrzeug tatsächlich zu zahlenden Gesamtpreis anzugeben, hat sie gegen § 1 I 1 PAngV verstoßen.

Gemäß § 1 I 1 PAngV hat, wer Verbrauchern gemäß [§ 13 BGB](#) gewerbs- oder geschäftsmäßig oder wer ihnen regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Verbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt, die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Gesamtpreise).

Bei § 1 I 1 PAngV handelt es sich auch um eine marktverhaltensregelnde Norm i. S. des [§ 3a UWG](#).

Der tatsächlich zu zahlende Gesamtpreis betrug 28.789 € und nicht wie inseriert 22.789 €. Die Umweltprämie in Höhe von 6.000 € durfte die Beklagte nicht vom Gesamtpreis abziehen, denn hierdurch wird der Kaufpreis nicht per se herabgesetzt.

Diese Zuwiderhandlung ist auch geeignet, wie von [§ 3a UWG](#) gefordert, die Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen. Die Verbraucher werden durch die streitgegenständliche Preisangabe der Beklagten demnach daran gehindert, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Zudem indiziert der Verstoß gegen eine Marktverhaltensregelung im Regelfall die Eignung zur spürbaren Beeinträchtigung der Interessen der Marktteilnehmer.

bb) Zum anderen handelte die Beklagte nach [§ 5 I 1 und I 2 Nr. 2 UWG](#) wettbewerbswidrig.

Nach [§ 5a II Satz 1 UWG](#) handelt unlauter, wer Verbrauchern wesentliche Informationen vorenthält, die benötigt werden, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und darüber hinaus für ihre Entscheidungsfähigkeit im Hinblick auf das Produkt von Bedeutung sind.

Die Angabe des Gesamtpreises ist eine wesentliche Information i. S. des [§ 5a II 1, IV UWG](#). Denn bei den Bestimmungen des § 1 PAngV handelt es sich um solche, die auf den unionsrechtlichen Vorgaben der Preisangaben-Richtlinie<sup>1</sup>Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16.02.1998 über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse, Abl. 1998 L 80, 27. beruhen.

Diese wesentliche Information wurde den angesprochenen Verbrauchern auch vorenthalten. Als Vorenthalten gilt nach [§ 5a II 2 Nr. 3 UWG](#) auch das nicht rechtzeitige Bereitstellen der Information. Auch wenn von der Zeugin *M* die Angabe gegenüber einem einzelnen potenziellen Käufer auf Nachfrage richtiggestellt wurde, ändert dies nichts daran, dass die Information zum einen nicht rechtzeitig bereitgestellt, zum anderen allen weiteren potenziellen Käufern vorenthalten wurde.

cc) Ferner hat die Beklagte gemäß [§ 5 I 1 und II Nr. 2 UWG](#) wettbewerbswidrig gehandelt. Nach dieser Vorschrift liegt eine irreführende geschäftliche Handlung vor, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird, enthält.

c) Die Beklagte kann sich auch nicht damit entlasten, dass die Zeugin *M* weisungswidrig, da entgegen den Festlegungen im Besprechungsprotokoll vom 09.03.2021 (Anlage B 2), wonach alle Neuwagen ohne die E-Prämie auszupreisen sind, in einer Art „Blackout“ gehandelt habe. Den entsprechenden Beweisangeboten war nicht nachzugehen.

Nach [§ 8 II UWG](#) werden dem Unternehmensinhaber Zuwiderhandlungen seiner Angestellten oder Beauftragten wie eigene Handlungen zugerechnet, weil die arbeitsteilige Organisation seines Unternehmens die Verantwortung für das Verhalten im Wettbewerb nicht beseitigen soll (BGH, Urt. v. 28.06.2007 – [I ZR 153/04](#), [GRUR 2008, 186](#) Rn. 22 – Telefonaktion). Die Vorschrift des [§ 8 II UWG](#) regelt den Unterlassungsanspruch gegen den Unternehmensinhaber bei Zuwiderhandlungen seiner Mitarbeiter und Beauftragten im Sinne einer Erfolgshaftung ohne Entlastungsmöglichkeit (*Köhler/□Feddersen*, in: Köhler/□Bornkamm/□Feddersen, UWG, 40. Aufl. [2022], § 8 Rn. 2.33; MünchKomm-UWG/*Fritzsche*, 3. Aufl. [2022], § 8 Rn. 377). Daher spielt es insbesondere keine Rolle, ob der Mitarbeiter oder Beauftragte eigenmächtig gehandelt hat (MünchKomm-UWG/□*Fritzsche*, a. a. O., § 8 Rn. 374). Das heißt, der Unternehmensinhaber kann sich wegen [§ 8 II UWG](#) nicht darauf berufen, dass der Mitarbeiter weisungswidrig gehandelt habe (OLG Saarbrücken, Urt. v. 07.03.2018 – [1 U 17/17](#), [GRUR 2018, 742](#) Rn. 30; *Köhler/□Feddersen*, in: Köhler/□Bornkamm/□Feddersen, a. a. O., § 8 Rn. 2.33). Mithin hilft es dem Unternehmensinhaber nicht, wenn er seine Mitarbeiter angewiesen hat, bestimmte unzulässige Handlungen nicht vorzunehmen (MünchKomm-UWG/□*Fritzsche*, a. a. O., § 8 Rn. 377).

So hält der BGH in seinem Beschluss vom 04.04.2012 ([I ZR 103/11](#), juris Rn. 9) fest:

„Für die Haftung nach [§ 8 II UWG](#) ist es unerheblich, wie die Beteiligten ihre Rechtsbeziehungen ausgestaltet haben (vgl. für [§ 14 VII MarkenG](#): BGH, Urt. v. 07.10.2009 – [I ZR 109/06](#), [GRUR 2009, 1167](#) Rn. 21 = [WRP 2009, 1520](#) – Partnerprogramm), ob der Beauftragte gegen den Willen des Unternehmensinhabers seine vertraglichen Befugnisse überschritten hat (vgl. BGH, Urt. v. 28.06.2007 – [I ZR 153/04](#), [GRUR 2008, 186](#) Rn. 23 = [WRP 2008, 220](#) – Telefonaktion; *Ohly*, in: Piper/Ohly/Sosnitza, UWG, 5. Aufl., § 8 Rn. 147; *Köhler*, in: Köhler/Bornkamm, UWG, 30. Aufl., § 8 Rn. 2.47) oder ob der Beauftragte ohne Wissen oder sogar gegen den Willen des Unternehmensinhabers gehandelt hat (vgl. für [§ 14 VII MarkenG](#): BGH, Urt. v. 07.10.2009 – [I ZR 109/06](#), [GRUR 2009, 1167](#) Rn. 21 – Partnerprogramm; Urt. v. 18.11.2010 – [I ZR 155/09](#), [GRUR 2011, 617](#) Rn. 54 = [WRP 2011, 881](#) – Sedo; Harte/Henning/Bergmann, UWG, 2. Aufl., § 8 Rn. 254). Die Bestimmung in [§ 8 II UWG](#) regelt vielmehr den Unterlassungsanspruch gegen den Unternehmensinhaber bei Zuwiderhandlungen seiner Mitarbeiter und Beauftragten im Sinne einer Erfolgshaftung ohne jegliche Entlastungsmöglichkeit (vgl. zu § 13 IV UWG a.F.: BGH, Urt. v. 29.06.2000 – [I ZR 29/98](#), [GRUR 2000, 907](#), 909 = [WRP 2000, 1258](#) – Filialleiterfehler; Urt. v. 07.04.2005 – [I ZR 221/02](#), [GRUR 2005, 864](#) = [WRP 2005, 1248](#) – Meißner Dekor II; zu [§ 8 II UWG](#): BGH, Urt. v. 28.10.2010 – [I ZR 174/08](#), [GRUR 2011, 543](#) Rn. 13 = [WRP 2011, 749](#) – Änderung der Voreinstellung III; *Teplitzky*, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Verfahren, 10. Aufl., Kap. 14 Rn. 19; *Ohly*, in: Piper/Ohly/Sosnitza, a. a. O., § 8 Rn. 143; *Köhler*, in: Köhler/Bornkamm, a. a. O., § 8 Rn. 2.33; *Lehmle*, in: Büscher/Dittmer/Schiwy, Gewerblicher Rechtsschutz · Urheberrecht · Medienrecht, 2. Aufl., [§ 8 UWG](#) Rn. 56; *Ingerl/Rohnke*, Markengesetz, 3. Aufl., vor §§ 14–19 Rn. 43; *Hacker*, in: Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 14 Rn. 552).“

Da der BGH bei einem Unterlassungsanspruch bei Zuwiderhandlungen von Mitarbeitern und Beauftragten eine Erfolgshaftung des Unternehmensinhabers ohne jegliche Entlastungsmöglichkeit annimmt, kommt es insoweit nicht darauf an, dass die Zeugin *M* gegen ausdrückliche Weisungen gehandelt hat.

d) Ist es zu einem Wettbewerbsverstoß, wie vorliegend, gekommen, streitet nach ständiger Rechtsprechung eine tatsächliche Vermutung für die Wiederholungsgefahr (nur beispielhaft: BGH, Versäumnisurt. v. 26.10.2000 – [I ZR 180/98](#), GRUR 2001, 453, 455 – TCM-Centrum). An den Fortfall der Wiederholungsgefahr sind strenge Anforderungen zu stellen (BGH, Urt. v. 06.07.1954 – [I ZR 38/53](#), [BGHZ 14](#), [163](#), 167 f.). Die tatsächliche Vermutung ist zwar widerleglich (*Köhler/Bornkamm/Feddersen*, in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, a. a. O., § 8 Rn. 1.44). Diese Widerlegung gelingt im Allgemeinen aber nur dadurch, dass der Verletzer eine bedingungslose und unwiderrufliche Unterlassungsverpflichtungserklärung abgibt unter zusätzlicher Übernahme einer angemessenen Vertragsstrafe für jeden Fall der Zuwiderhandlung (BGH, Urt. v. 15.03.1984 – [I ZR 74/82](#), [GRUR 1984](#), [593](#), 595 – adidas-Sportartikel). Zu Recht geht die Rechtsprechung seit jeher davon aus, dass der bloße Wegfall der Störung, beispielsweise die Änderung der Werbung oder die Zusage des Verletzers, künftig von Wiederholungen Abstand zu nehmen, für sich allein nicht ausreichend sind (BGH, Urt. v. 06.03.1951 – [I ZR 40/50](#), [BGHZ 1](#), [241](#), 248; *Köhler/Bornkamm/Feddersen*, in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, a. a. O., § 8 Rn. 1.49 m. w. Nachw.).

Da der Kläger lediglich eine einzige Zuwiderhandlung gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) darlegen und beweisen muss, damit die Wiederholungsgefahr vermutet wird (vgl. MünchKomm-UWG/*Fritzsche*, a. a. O., § 8 Rn. 47), kann die Beklagte die Wiederholungsgefahr auch nicht mit der Argumentation aus dem Weg räumen, es habe nur ein einziger Verstoß vorgelegen.

Auch der eventuelle Wegfall der Prämie ändert nichts daran, dass die Wiederholungsgefahr nicht entfällt, weil dann eine Bewerbung mit einem Gesamtpreis unter Abzug der Umweltprämie nicht mehr erfolgen werde. Hierbei wird verkannt, dass diese auch derzeit noch beantragt werden kann und dass der Unterlassungstitel auch kerngleiche Verstöße umfasst.

3. Dem Kläger steht ferner ein Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten in Höhe von 374,50 € zu.

Dem Abmahnenden sind gemäß [§ 13 III UWG](#) die erforderlichen Aufwendungen zu ersetzen. Als Verband zur Förderung gewerblicher Interessen kann die Klägerin vom Beklagten dabei den anteiligen Ersatz der Personal- und Sachkosten in Form einer Kostenpauschale verlangen (vgl. *Bornkamm/Feddersen*, in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 40. Aufl. [2022], § 13 Rn. 132).

Eine Kostenpauschale in Höhe von 374,50 € brutto (= 350 € zzgl. 7 % MwSt.) entspricht einem angemessenen Anteil der erforderlichen Aufwendungen des Klägers, auch wenn die Herleitung und die Berechnung im Tatsächlichen von der Beklagten bestritten werden.

Der Kläger hat die ihm momentan durch eine Abmahnung entstehenden tatsächlichen Kosten mit durchschnittlich 1.164,97 € (ohne Mehrwertsteuer) plausibel hergeleitet und berechnet, wenn auch auf das Jahr 2020 bezogen (eine Berechnung aus dem Zahlenmaterial für das Jahr 2022 ist derzeit noch nicht möglich). Das Gericht schätzt die Kosten gemäß [§ 287 II ZPO](#). Der Anwendungsbereich dieser Norm ist eröffnet, weil der Aufwand für die Ermittlung der tatsächlich anfallenden Kosten im Verhältnis zur hier beanspruchten Höhe der Aufwendungsersatzpauschale in keinem Verhältnis steht. Der Kläger hat Kosten dargelegt und hiervon einen abgerundeten Betrag geltend gemacht. Die exakte Aufklärung wäre hier unverhältnismäßig (vgl. LG Münster, Urt. v. 02.08.2021 – [25 O 56/17](#), juris Rn. 145). Die Angemessenheit der Höhe der geltend gemachten Pauschale schätzt das Gericht anhand der anderweitig auf Schätzung beruhenden zugesprochenen Pauschalen in anderen Urteilen der 5. Zivilkammer (etwa 5 O 552/22).

III. Die Kostenentscheidung stützt sich auf [§ 91 ZPO](#), ...

**Probleme beim Autokauf?**

Als spezialisierter Rechtsanwalt helfe ich Ihnen gerne weiter – ganz gleich, ob Sie Käufer oder Verkäufer sind. Interessiert? Nutzen Sie das Kontaktformular auf <https://autokaufrecht.info/sofortberatung/> oder rufen Sie mich unverbindlich an

**(0 23 27) 8 32 59-99.**