

VuR Verbraucher und Recht

Zeitschrift für Wirtschafts- und Verbraucherrecht

Anlegerschutz ■ Konsumentenkredit ■ Versicherung ■ private Altersvorsorge ■ Verbraucherinsolvenz ■ Verbraucherschutz

In Verbindung mit
Verbraucherzentrale
Bundesverband und
Bund der Versicherten

herausgegeben von
Prof. Dr. Hans-W. Micklitz
Prof. Dr. Udo Reifner
Prof. Dr. Hans-Peter Schwintowski
Prof. Dr. Klaus Tonner

Prof. Dr. Joachim Bornkamm
Dr. Friedrich Bultmann
Prof. Dr. Peter Derleder
Dr. Stefan Ernst
Dr. Günter Hörmann
Prof. Dr. Wolfhard Kohte
Dr. Rainer Metz
Prof. Dr. Norbert Reich
Prof. Wolfgang Römer
Prof. Dr. Astrid Stadler
Prof. Dr. Dirk Staudenmayer
Walter Stillner
Andreas Tilp

2/2008

Jahrgang 23 · Seiten 41–80
ISSN 0930-8369 · E 20025

www.vur-online.de



Nomos

Aus dem Inhalt

Editorial

Die Verbraucherverbandsklage
Von RA Walter Stillner, Stuttgart III

Aufsätze

Die internationale Zuständigkeit bei
Verbraucherverbandsklagen
Von RA Dr. Benjamin Stillner, Stuttgart 41

Verbraucherschutz im Wettbewerbsrecht –
Rechtsprechung im Jahre 2007
Von RA Walter Stillner, Stuttgart 47

Rechtsprechung

Wettbewerbsrecht

Telefonwerbung, formularmäßige Einwilligung
OLG Hamm, Beschl. v. 15.11.2007, Az.: 4 U 23/07 54

Fernabsatz bei eBay, Widerrufsbelehrung
OLG Düsseldorf, Urt. v. 30.10.2007, Az.: I-20 U 107/07 55

E-Mail-Werbung
OLG Hamm, Urt. v. 16.10.2007, Az.: 4 U 91/07 59

PreisangabenV, Großhändlerwerbung
OLG München, Urt. v. 11.10.2007, Az.: 29 U 2636/07 61

Unzulässige Einflussnahme durch Gewinnspiel
OLG Köln, Urt. v. 12.09.2007, Az.: 6 U 63/07 63

Schwerpunktheft
Wettbewerbsrecht

IMPRESSUM

Schriftleitung:
Priv.-Doz. Dr. Kai-Oliver Knops (V.i.S.d.P.),
e-mail: schriftleitung@vur-redaktion.de

Redaktion:
Institut für Finanzdienstleistungen e.V. (iff)
Rödingsmarkt 31–33, 20459 Hamburg
Telefon (0 40) 30 96 91 26
Telefax (0 40) 30 96 91 22
e-mail: redaktion@vur-redaktion.de

Die redaktionelle Arbeit der Zeitschrift wird durch den Verbraucherzentrale Bundesverband und den Bund der Versicherten finanziert.

Druck und Verlag:
Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
Waldseestraße 3-5, D-76530 Baden-Baden,
Telefon 07221/2104-0, Fax 07221/2104-27

Anzeigen:
sales friendly, Verlagssdienstleistungen,
Bettina Roos, Siegburger Straße 123,
53229 Bonn, Telefon 0228/978980,
Telefax 0228/9789820,
E-Mail: roos@sales-friendly.de

Die Zeitschrift, sowie alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags.
Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

Erscheinungsweise:
monatlich

Bezugspreis 2008: jährlich 149,-€ (inkl. MwSt), Einzelheft 18,-€; Die Preise verstehen sich incl. MwSt zzgl. Versandkosten. Bestellungen nehmen entgegen: Der Buchhandel und der Verlag. Kündigung: Drei Monate vor Kalenderjahresende. Zahlungen jeweils im Voraus an: Nomos Verlagsgesellschaft, Postbank Karlsruhe, Konto 73636-751 (BLZ 660 100 75) und Stadtparkasse Baden-Baden, Konto 5-002266 (BLZ 662 500 30).

ISSN 0930-8369



Zeitschrift für Verbraucher und Unternehmen

23. Jahrgang, S. 41-80
2/2008

EDITORIAL

Die Verbraucherverbandsklage
RA Walter Stillner, Stuttgart III

AUFSÄTZE

Die internationale Zuständigkeit bei Verbraucherverbandsklagen
RA Dr. Benjamin Stillner, Stuttgart . . 41
Verbraucherschutz im Wettbewerbsrecht – Rechtsprechung im Jahre 2007
RA Walter Stillner, Stuttgart 47

VERBRAUCHERRECHT
AKTUELL 52

RECHTSPRECHUNG

WETTBEWERBSRECHT
Telefonwerbung, formulärmäßige Einwilligung
OLG Hamm, Beschl. v. 15.11.2007,
Az.: 4 U 23/07 54
Fernabsatz bei eBay, Widerrufsbelehrung
OLG Düsseldorf, Urt. v. 30.10.2007,
Az.: I-20 U 107/07 55
E-Mail-Werbung
OLG Hamm, Urt. v. 16.10.2007,
Az.: 4 U 91/07 59
PreisangabenV, Großhändlerwerbung
OLG München, Urt. v. 11.10.2007,
Az.: 29 U 2636/07 61
Unzulässige Einflussnahme durch Gewinnspiel
OLG Köln, Urt. v. 12.09.2007,
Az.: 6 U 63/07 63
PreisangabenV, Überführungskosten
OLG Düsseldorf, Urt. v. 04.09.2007,
Az.: I-20 U 178/06 65
PreisangabenV, Angabe des Endpreises
OLG Köln, Urt. v. 23.03.2007,
Az.: 6 U 227/06 LG 67
Haustürgeschäft, deutliche Gestaltung der Widerrufsbelehrung
LG Hamburg, Urt. v. 16.11.2007,
Az.: 406 O 174/07 LG 69
Haustürgeschäft, PreisangabenV
LG Rottweil, Urt. v. 11.05.2007,
Az.: 5 O 33/06 KfH 70

VERSICHERUNGSRECHT

Versicherungsmakler, Beratungspflichten
AG Esslingen, Urt. v. 18.09.2007,
Az.: 8 C 451/07 71

SONSTIGES

Illegale Musiktitel im Internet, Störerhaftung
OLG Frankfurt, Beschl. v. 20.12.2007,
Az.: 11 W 58/07 73
Versandhandel, Unzulässigkeit einer Versandkostenpauschale für Hin-sendekosten
OLG Karlsruhe, Urt. v. 05.09.2007,
Az.: 15 U 226/06 75

RECHTSPRECHUNGS-
ÜBERSICHT 78

WETTBEWERBSRECHT 78
BANKRECHT 78
VERSICHERUNGSRECHT 78
VERBRAUCHERINSOLVENZRECHT 79
SONSTIGES 79

BUCHBESPRECHUNG

Breuer, Wolfgang, Insolvenzrechts-Formularbuch, Verlag C. H. Beck, 3. Auflage 2007
Prof. Dr. Wolfhard Kohte,
Halle/Saale 80

INFORMATIONEN

Verbraucherzeitschriften im Ausland V
Veranstaltungshinweise VI

Vorschau auf Heft 3/2008

AUFSÄTZE
Die Restschuldversicherung in der Äquivalenzprüfung des Darlehensvertrages
Timm Geßner, Bremen

Auswirkungen von Scoring und risikoorientiertem Pricing auf Verbraucher
Roland Bäumler und Dr. Jörg Gutsche, Nürnberg

Die Verbraucherverbandsklage

RA Walter Stillner, Stuttgart



RA Walter Stillner, Stuttgart

Die klassischen Aufgaben eines Verbraucherverbandes werden herkömmlich in der Aufklärung und Beratung der Verbraucher gesehen. Der Verband vermittelt Informationen und gibt Ratschläge. Um die Durchsetzung seiner Ansprüche muss der Verbraucher sich selbst kümmern. § 13 UWG a.F. brachte das zum Ausdruck, indem er solchen Verbänden ein eigenes Klagerecht zugestand, die die Interessen der Verbraucher „durch Aufklärung und Beratung“ wahrnehmen.

Immerhin war durch diese Entscheidung des Gesetzgebers der „militante“ Verbraucherschutz geboren. Aus dem Berater Dritter wurde ein Kläger aus eigenem Recht, der Bittsteller erhielt Kombattanten-Status.

Seither hat sich viel verändert. Der Verbraucher ist „Marktteilnehmer“ geworden (§ 2 Nr. 2 UWG). Der Kläger eines Wettbewerbsprozesses hat heute, auch wenn er Mitbewerber ist, kein Problem, seinen Angriff nicht mehr mit dem Wettbewerbsnachteil zu begründen, den er durch den Wettbewerbsverstoß erleidet, sondern mit der Verletzung von Verbraucherinteressen, und die VuR hat ihren Untertitel von „Zeitschrift für Verbraucherrecht“ geändert in „Zeitschrift für Wirtschafts- und Verbraucherrecht“.

Erweitert hat sich, zumindest was die Gesetzeslage angeht, auch das Spektrum dieses „militanten“ Verbraucherschutzes, um den Begriff noch einmal zu verwenden. Das AGB-Gesetz erweiterte das Klagerecht der Verbraucherverbände auf AGB-Verstöße (jetzt im Unterlassungsklagengesetz geregelt), das Rechtsberatungsgesetz erlaubt es dem Verbraucherverband, sogar Zahlungsansprüche von Verbrauchern zur Geltendmachung zu übernehmen. Und § 10 UWG ermöglicht dem Verband die Gewinnabschöpfung bei vorsätzlichen Wettbewerbsverstößen.

Darüber hinaus erweitert das bereits erwähnte Unterlassungsklagengesetz die Klagezuständigkeit des Verbraucherverbandes auch auf Bereiche außerhalb des UWG bei der Verletzung von Verbraucherschutzgesetzen.

Die Umsetzung dieser Möglichkeiten in die Praxis ist nicht immer befriedigend verlaufen. Die Bereiche Wettbewerbsrecht und Allgemeine Geschäftsbedingungen sind gut aufgestellt. Hier wird das vorhandene Instrumentarium regelmäßig genutzt. Der Rest ist aber kaum der Rede wert.

Die Gewinnabschöpfung, die mit großen Erwartungen auf den Weg gebracht wurde, entwickelte sich ausgesprochen kümmerlich. Bekannt wurde bisher nur ein einziges Urteil (OLG Stuttgart, VuR 2007, 70).

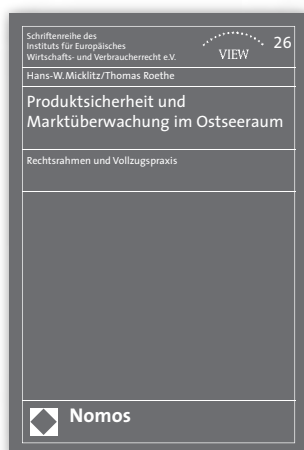
Die Anspruchsbündelung startete mit entmutigenden Urteilen durch Landgericht und Oberlandesgericht Düsseldorf (NJW-RR 2006, 127), wo der klagenden Verbraucherzentrale ins Stammbuch geschrieben wurde, sie möge sich auf ihren Bildungsauftrag konzentrieren, bei der Anspruchsdurchsetzung kämen die Verbraucher schon alleine zurecht. Deshalb wurde das Erfordernis „besonderer Umstände“ in den Gesetzestext hinein interpretiert und die Klage abgewiesen. Zwar hat der BGH diese Entscheidung mittlerweile korrigiert (NJW 2007, 593). Aber inzwischen war wertvolle Zeit vertan. Denn welcher Verbraucherverband kann seriöserweise bei den betroffenen Verbrauchern Hoffnungen wecken, wenn ihm gleichzeitig von den Gerichten (wenn auch noch nicht rechtskräftig) bescheinigt wird, dass der von ihm ins Auge gefasste Weg nicht gangbar ist!

Weitgehend ungenutzt ist bisher die Chance der Verbandsklage bei der Verletzung von Verbraucherschutzvorschriften außerhalb der Bereiche UWG und AGB (§ 2 UKlaG) – immerhin, ein aktuelles Beispiel ist in diesem Heft abgedruckt. Das mag teilweise daran liegen, dass über § 4 Nr. 11 UWG häufig bereits das (gewohnte) Instrumentarium des UWG greift und in der Praxis auch genutzt wird, wie die veröffentlichten Entscheidungen etwa zur Widerrufsbelehrung zeigen. Wenn es aber an einer Wettbewerbshandlung fehlt (man denke nur an die Gewährleistung im Verbrauchsgüterkauf), bestünde noch ein weites Betätigungsfeld.

Die Herausgeber wollen einmal im Jahr – vorgesehen ist ab 2009 immer das März-Heft – den Schutz der Interessen des Marktteilnehmers „Verbraucher“ durch UWG und Verbandsklage in den Mittelpunkt stellen. Beim Wettbewerbsrecht werden viele Ent-

scheidungen durch Mitbewerber herbeigeführt. In anderen Bereichen kommt der Verbraucherverbandsklage besondere Bedeutung als Regulativ zu. Entscheidungen und Textbeiträge zur gesamten Thematik werden gerne entgegengenommen.

Schriftenreihe des Instituts für Europäisches Wirtschafts- und Verbraucherrecht e.V.



Produktsicherheit und Marktüberwachung im Ostseeraum

Rechtsrahmen und Vollzugspraxis
 Von Prof. Dr. Hans-W. Micklitz, Institut für Europäisches Wirtschafts- und Verbraucherrecht e.V. – VIEW und Dr. Thomas Roethe
 2008, Band 26, 298 S., brosch., 63,- €, ISBN 978-3-8329-3240-4

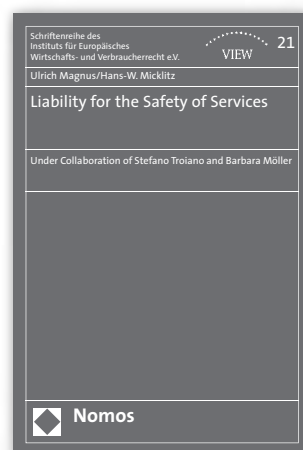
Die grenzüberschreitende Zusammenarbeit der Marktüberwachungsbehörden ist ein wesentliches Instrument für die Funktionsfähigkeit des europäischen Binnenmarkts. Das vorliegende Gutachten vergleicht die nationalen Ausprägungen des europäisch geformten Produktsicherheitsrechts und die Verwaltungspraxis der Mitgliedsländer, an die die beteiligten Behörden bei der Durchführung gebunden sind.



Die Rückabwicklung von Kartenzahlungen

Auswirkungen der Existenz oder Ausübung von Vertragslösungsrechten des Karteninhabers gegenüber dem Vertragsunternehmen auf Kredit- und ec-Kartentransaktionen
 Von RA Dr. Dennis Voigt
 2007, Band 22, 333 S., brosch., 69,- €, ISBN 978-3-8329-2862-9

Das Buch arbeitet den Diskussionsstand zur Auswirkung von Vertragslösungsrechten des Karteninhabers im trilateralen Vertragsverhältnis der ec- und Kreditkartentransaktionen heraus. Es wird überdies ein Normierungsansatz zur Rückabwicklung von Kartenzahlungen aus kartenspezifischen europäischen, internationalen und US-amerikanischen Regelungen entwickelt.



Liability for the Safety of Services

Under Collaboration of Stefano Troiano and Barbara Möller
 Von Ulrich Magnus und Prof. Dr. Hans-W. Micklitz, Institut für Europäisches Wirtschafts- und Verbraucherrecht e.V. – VIEW
 2006, Band 21, 580 S., brosch., 98,- €, ISBN 978-3-8329-1849-1

Die Untersuchung stellt eine rechtsvergleichende Studie zu den unterschiedlichen Haftungsregelungen bei Verletzungen, die durch Dienstleistungen auf dem privaten Sektor verursacht werden, dar. Das Hauptziel der Arbeit ist es, Ähnlichkeiten und Unterschiede der verschiedenen Rechtssysteme aufzuzeigen, um die Basis für ein gemeinsames europäisches Recht zu erarbeiten.

Bitte bestellen Sie bei Ihrer Buchhandlung oder bei Nomos | Telefon 07221/2104-37 | Fax -43 | www.nomos.de | sabine.horn@nomos.de



Nomos

Die internationale Zuständigkeit bei Verbraucherverbandsklagen

Von Rechtsanwalt Dr. Benjamin Stillner, Stuttgart

Den Schutz von Verbrauchern vor unlauteren Geschäftspraktiken, Verstößen gegen Verbraucherschutzgesetze und vor der Verwendung unzulässiger AGB sichern im deutschen Recht traditionell Verbraucherverbände. In Zeiten stetig wachsender Globalisierung sehen sie sich dabei immer häufiger mit grenzüberschreitenden Sachverhalten konfrontiert. Dieser Beitrag soll aufzeigen, wann und unter welchen Voraussetzungen für Verbraucherverbandsklagen der heimische Gerichtsstand zur Verfügung steht.

A. Einleitung

War das ursprüngliche UWG noch als reiner Mitbewerberschutz konzipiert,¹ setzte sich im Laufe der Zeit die Auffassung durch, dass das deutsche Lauterkeitsrecht neben Mitbewerbern auch Verbraucher² und alle übrigen Marktteilnehmer schützt.³ Dahinter steht die Überlegung, dass die Lauterkeit des Wettbewerbs nicht nur zugunsten einzelner Mitbewerber oder Unternehmer gewahrt werden müsse; Schutzgut sei vielmehr die Gesamtheit aller im Wettbewerb aufeinander stoßenden Interessen auf der Grundlage objektiver Verhaltensnormen – dies betreffe aber eben nicht nur die jeweiligen Mitbewerber im klassischen Horizontalverhältnis *business to business* (b2b), sondern auch das vertikale Leistungsverhältnis zwischen Anbieter und Nachfrager (*business to consumer* – b2c).⁴ Den vorläufigen Abschluss dieses Paradigmenwechsels bildete die Schutzzweckbestimmung des § 1 UWG 2004, in der Verbraucher als eines dieser drei Schutzsubjekte ausdrücklich genannt sind.⁵

Dessen ungeachtet fehlt wie schon nach alter Rechtslage ebenso im neuen UWG eine Bestimmung, die dem wie auch immer verletzten Verbraucher die Möglichkeit eingeräumt hätte, den Verletzer auf Unterlassung, Beseitigung oder Schadenersatz in Anspruch zu nehmen; § 8 Abs. 3 UWG, in dem Verbraucher als Anspruchsgläubiger nicht aufgeführt sind, ist nach dem erklärten Willen des Gesetzgebers abschließend.⁶ Unter Hinweis auf den lediglich kollektivrechtlichen Verbraucherschutz des UWG zum Schutz der Wirtschaft vor übermäßiger Belastung durch eine Vielzahl von Klagen einzelner Verbraucher⁷ mag diese Entscheidung konsequent sein.⁸ Ebenso zahlreich sind jedoch die Stimmen, die sie als Bruch der inneren Logik des Reformgesetzes mit der Begründung ansehen, dass durch die Versagung von Abwehr- und Schadenersatzansprüchen auch des Verbrauchers (§§ 8 Abs. 3,

1 Baumbach, Wettbewerbsrecht, 1929, S. 128.

2 Die von § 1 UWG – anders als bei den „sonstigen Marktteilnehmern“ – vorgenommene Unterscheidung zwischen „Verbrauchern“ und „Verbraucherinnen“ wird zu Recht als überflüssige Aufblähung des Gesetzestextes angesehen und ist sachlich ohne Gewinn, vgl. Piper/Ohly-Piper, UWG, § 1, Rn. 9. Aus diesem Grund wird im weiteren Verlauf auf diese Unterscheidung verzichtet und einheitlich von „Verbrauchern“ gesprochen.

3 Sog. Schutzzwecktrias; s. BGHZ 123, 330, 334 – Folgeverträge I; 140, 134, 138 – Hormonpräparate; 144, 255, 265 – Abgasemissionen; BVerfG GRUR 2003, 965, 966 – Interessenschwerpunkt.

4 Piper, a.a.O., § 1, Rn. 5; allgemein zur Entstehungsgeschichte mit zahlreichen Nachweisen aus der Rechtsprechung: Hefermehl/Köhler/Bornkamm-Köhler, Wettbewerbsrecht, § 1, Rn. 1 ff.

5 Vgl. Begr. RegE zu § 1 UWG, BT-Drucks. 15/1487, S. 15 f.; kritisch Engels/Salomon, WRP 2004, 32 ff.

6 Vgl. Begr. RegE zu § 8 UWG, a.a.O., S. 22.

7 S. Fn. 6.

8 Köhler, a.a.O., § 1, Rn. 34; ders. GRUR 2003, 265, 267; Engels/Salomon, a.a.O., 33.

9 UWG) die mit § 1 UWG erklärte Parität des Schutzes von Verbrauchern und übrigen Mitbewerbern untergraben werde.⁹ Letztendlich bleibt der Praxis aber gar nichts anderes übrig, als diese gesetzgeberische Wertentscheidung – und mag man sie auch für rechtspolitisch verfehlt halten – zu akzeptieren. Dann erscheint es aber vor dem Hintergrund der nicht mehr zu leugnenden Schutzsubjektsqualität der Verbraucher umso wichtiger, neben den einzelnen Anspruchsvoraussetzungen der §§ 3 ff. UWG auch klar und eindeutig bestimmen zu können, an welchem Gerichtsstand die in § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG genannten Verbände gleichsam als Wächter der Verbraucherinteressen¹⁰ diese schützen können.

Wie aufzuzeigen sein wird, fällt diese Bestimmung bei Wettbewerbsklagen von Verbraucherverbänden gegen Gesellschaften¹¹ mit Auslandsbezug nicht immer leicht. Die nachfolgende Darstellung unternimmt deshalb den Versuch, nach einer Einführung in die bedeutsamsten Rechtsquellen für die internationale Zuständigkeitsbestimmung (B.) die unterschiedlichen Konstellationen systematisch nach Sitz, Niederlassung und Hauptverwaltung des Schuldners im Inland, Mitglied- und Drittstaat zu ordnen (C.).

Neben der Geltendmachung unlauterer Geschäftspraktiken dürfte zwar die Beanstandung unzulässiger AGB und sonstiger Verstöße gegen Verbraucherschutzgesetze mindestens ebenso häufig Gegenstand von Verbraucherverbandsklagen sein (vgl. §§ 1, 2, 3 Abs. 1 S. 1 Nr. 1, 5 ff. UKlaG). Ihrer gesonderten Darstellung bedarf es allerdings nicht, da die Bestimmung der internationalen Zuständigkeit für alle Fallgruppen weitgehend parallel verläuft. Nachfolgend wird daher lediglich auf die Unterschiede zwischen den Klagen nach UWG und UKlaG an den betreffenden Stellen hingewiesen.

B. Rechtsquellen

Die internationale Zuständigkeit ist als selbstständige Prozessvoraussetzung in jeder Lage des Verfahrens grundsätzlich von Amts wegen¹² zu prüfen;¹³ auf sie sind die §§ 513 Abs. 2, 545 Abs. 2 ZPO nicht anwendbar.¹⁴ Sie ist nicht gleichbedeutend mit der örtlichen Zuständigkeit. Letztere betrifft die Frage, welches erstinstanzliche (nationale) Gericht mit einer Streitsache befasst werden kann, während die internationale Zuständigkeit bei Streitigkeiten mit „Auslandsberührung“¹⁵ – gleichsam einen Schritt vorher – entscheidet, ob deutsche Gerichte überhaupt zu einer Entscheidung befugt sind.¹⁶

Ein einheitlicher Normenkomplex zur Bestimmung der internationalen Zuständigkeit existiert nicht. Hierfür kommt man nicht umhin, dem betreffenden Sachverhalt zunächst die passende Rechtsquelle zuzuordnen, um diese anschließend auf allgemeine und besondere Zuständigkeitsvorschriften zu untersuchen, unter die sich der Sachverhalt subsumieren lässt. Nach allgemeiner Meinung ist dabei die Richtigkeit des Klagevorbringens zu unterstellen, falls die Behauptungen, die die Zuständigkeit begründen, zugleich notwendige Tatbestandsmerkmale des Anspruchs selbst sind.¹⁷

I. EuGVVO/EuGVÜ

Die für Deutschland wohl praxisrelevanteste Rechtsquelle zur Bestimmung der internationalen Zuständigkeit innerhalb der EU stellt die *Verordnung (EG) Nr. 44/2001 des Rates vom 22. Dezember 2000 über die gerichtliche Zuständigkeit und die Aner-*

kennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen (EuGVVO)¹⁸ dar. Gem. Art. 76 trat sie am 1. März 2002 in Kraft und löste damit – zunächst mit Ausnahme für Dänemark¹⁹ – das bislang geltende *Brüsseler Übereinkommen über die gerichtliche Zuständigkeit und die Vollstreckung gerichtlicher Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen* vom 27. September 1968 (EuGVÜ)²⁰ ab (Art. 68 Abs. 1 EuGVVO). Seit 1. Juli 2007 ist aufgrund des *Abkommens vom 19. Oktober 2005 zwischen der Europäischen Gemeinschaft und dem Königreich Dänemark über die gerichtliche Zuständigkeit und die Anerkennung und Vollstreckung von Entscheidungen in Zivil und Handelssachen*²¹ die EuGVVO auch für und im Verhältnis zu Dänemark verbindlich. Sie ist gem. Art. 249 Abs. 2 EGV, 76 Abs. 2 EuGVVO in den Mitgliedstaaten unmittelbar anwendbar, sodass sich der Anwendungsbereich des EuGVÜ heute auf Altfälle vor den jeweiligen Beitrittszeitpunkten der Mitgliedstaaten und auf einige überseeische Gebiete beschränkt (Art. 66 Abs. 1, 68 Abs. 1 EuGVVO).²²

Als sekundäres Gemeinschaftsrecht genießt die EuGVVO Vorrang gegenüber dem nationalen Zivilprozessrecht, was seit der grundlegenden Entscheidung *Costa/E.N.E.L.* des EuGH²³ inzwischen unstrittig ist.²⁴ Gleiches gilt in Altfällen für das EuGVÜ.²⁵

II. LugÜ

Für die Zuständigkeitsbestimmung steht als dritte bedeutsame Rechtsquelle das *Lugano-Übereinkommen über die gerichtliche Zuständigkeit und die Vollstreckung gerichtlicher Entscheidungen in Zivil- und Handelssachen* vom 16. September 1988

9 Fezer, WRP 2003, 127, 128; Säcker, WRP 2004, 1199, 1219.

10 Zur rechtsschutzsystematischen Einordnung der Verbandsklage eingehend Ahrens, WRP 1994, 649 ff.

11 Die Abmahn- und Klagetätigkeit von Verbraucherverbänden, namentlich des Verbraucherzentrale Bundesverbandes und der Verbraucherzentralen der Länder, beruht zum allergrößten Teil auf Wettbewerbsverstößen von Gesellschaften, seltener von natürlichen Personen. Anlässlich dieser Praxis werden aus Gründen der Übersichtlichkeit natürliche Personen nicht ausdrücklich erwähnt, da die Ausführungen für sie entsprechend gelten.

12 Soweit Art. 24 EuGVVO/EuGVÜ, 18 LugÜ allerdings die internationale Zuständigkeit des Gerichtsstaates durch rügelose Verhandlung begründen, erfolgt eine Überprüfung nur auf Rüge des Beklagten, s. Geimer/Schütze-Geimer, Europäisches Zivilverfahrensrecht, A.1 Art. 24, Rn. 63 f.

13 BGHZ 153, 82, 84 f.; BGH GRUR 2005, 431, 432 – Hotel Maritime; BGH WRP 2006, 736, 738 – Arzneimittelwerbung im Internet.

14 *Teplitzky*, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Verfahren, Kap. 45, Rn. 7, 22; BGHZ 44, 46, 48 ff.; BGH NJW 2004, 1456 f.; BGH GRUR 2005, 519 – Vitamin-Zell-Komplex; BGH WRP 2006, 736, 738 – Arzneimittelwerbung im Internet; a.A. OLG Stuttgart MDR 2003, 352 m. Anm. Braun.

15 Zu diesem Begriff *Kropholler*, Europäisches Zivilprozessrecht, vor Art. 2, Rn. 6 ff.; EuGH Entsch. v. 01.03.2005 – 281/02, Nr. 25 – Owusu.

16 BGHZ (GSZ) 44, 46, 47. Wie noch zu zeigen sein wird, ist diese Unterscheidung für die vorliegende Thematik aber von geringerer Relevanz, als dies zunächst den Anschein haben mag, weil die insoweit bedeutsame Vorschrift des Art. 5 Nr. 3 EuGVÜ/EuGVVO/LugÜ neben der internationalen Zuständigkeit ohnehin gleichzeitig die örtliche regelt.

17 BGH GRUR 1987, 172, 173 – Unternehmensgesellschaft I; BGH GRUR 2005, 431, 432 – Hotel Maritime; BGH WRP 2006, 736, 738 – Arzneimittelwerbung im Internet; Köhler, a.a.O., Einl. UWG, Rn. 5.37.

18 ABl. EG L 12 v. 16.01.2001, S. 1 ff.

19 Vgl. Art. 1 Abs. 3 EuGVVO a.F.; hierzu Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig-Glöckner, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, Einl. D, Rn. 7.

20 ABl. EG L 299 v. 26.01.1998, S. 32 ff.

21 ABl. EU L 299 v. 16.11.2005, S. 62 ff. und ABl. EU L 94 v. 04.04.2007, S. 70.

22 BGH WRP 2006, 736, 738 – Arzneimittelwerbung im Internet.

23 EuGH Entsch. v. 15.07.1964 – 6/64 – Slg. 1964, 1251 (1270).

24 S. für alle Geimer, a.a.O., A.1 Art. 2, Rn. 220.

25 EuGH Entsch. v. 15.11.1983 – 288/82 – Slg. 1983, 3663, 3674 – Duijnste/Goderbauer; EuGH NJW 2002, 1635, 1638 (Nr. 59) – Herbert Weber/Universal Ogden Services Ltd.; dies gilt unabhängig von der Rechtsnatur des EuGVÜ (s. *Kropholler*, a.a.O., Einl., Rn. 32): Sieht man in ihm Gemeinschaftsrecht, folgt die Verdrängung des nationalen Zuständigkeitsrechts aus dem Grundsatz „Gemeinschaftsrecht bricht nationales Recht“. Betrachtet man das Übereinkommen dagegen als völkerrechtlichen Vertrag, gilt das Prinzip der völkerrechtsfreundlichen Auslegung; vgl. hierzu auch Geimer, a.a.O., A.1 Art. 2, Rn. 222.

(LugÜ)²⁶ zur Verfügung. Dieses Übereinkommen, das sich weitgehend am EuGVÜ orientiert, wurde ursprünglich zum Zwecke einer europarechtlichen Harmonisierung zwischen den Mitgliedstaaten der EG und den damaligen Mitgliedern der EFTA geschlossen und verdrängt insoweit das autonome Recht.²⁷ Durch die Erweiterung der EU auf nunmehr 27 Mitgliedstaaten und insbesondere die Aufnahme von Österreich, Schweden und Finnland hat das LugÜ heute freilich stark an Bedeutung verloren und gilt nur noch für und im Verhältnis zu Island, Norwegen und der Schweiz (Liechtenstein ist zwar ebenfalls Mitglied der EFTA, hat das LugÜ aber (noch) nicht ratifiziert). Denn gem. Art. 54b LugÜ (i.V.m. Art. 68 Abs. 2 EuGVVO) sind das EuGVÜ und die EuGVVO in deren Anwendungsbereich für die Gerichte der Mitgliedstaaten allein maßgebend. Praktische Bedeutung für Deutschland dürfte das LugÜ daher gegenwärtig vor allem noch im Verhältnis zur Schweiz haben.²⁸

III. Deutsches IPR

Im Verhältnis zu Staaten, die weder unter die EuGVVO noch unter das LugÜ fallen, bestimmt sich die internationale Zuständigkeit nach den Vorschriften über die innerstaatliche örtliche Zuständigkeit, vorliegend also nach § 14 UWG bzw. § 6 UKlaG. Nach der Rechtsprechung des BGH kommt diesen Normen insoweit eine Doppelfunktion zu.²⁹

C. Die einzelnen Fallgruppen

Nachfolgend werden unter dem Aspekt der internationalen Gerichtszuständigkeit³⁰ die unterschiedlichen Konstellationen anhand eines Grundfalls dargestellt, in dem eine Tele-shopping-Gesellschaft ihre Dauerwerbesendungen bundesweit auf deutschen Kanälen ausstrahlt und dabei in wie auch immer gearteter Weise irreführend wirbt.

I. Schuldnerin mit Sitz in Deutschland ohne ausländische Hauptniederlassung und -verwaltung

Keine Schwierigkeiten bereitet die Konstellation, in der die Gesellschaft sowohl ihren satzungsmäßigen Sitz³¹ als auch den Mittelpunkt ihrer Geschäftstätigkeit in Deutschland hat. Für derartige reine Inlandsfälle gibt allein § 14 UWG³² die Lösung vor: Der sog. fliegende Gerichtsstand des § 14 Abs. 2 S. 1 UWG, wonach es dem Gläubiger grundsätzlich überlassen bleibt, Klage auch am „Begehungsort“ der wettbewerbswidrigen Handlung – also entweder am Erfolgs- oder am Handlungsort³³ – einzureichen, findet wegen § 14 Abs. 2 S. 2 i.V.m. § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG bei Verbraucherverbandsklagen keine Anwendung; ausschließlich zuständig³⁴ ist vielmehr das Gericht, in dessen Bezirk sich die Niederlassung bzw. der Sitz der Schuldnerin befindet (§ 14 Abs. 1 UWG). Bei mehreren inländischen Zweigniederlassungen ist entscheidend, welcher Niederlassung der Verstoß zuzuordnen ist. Besteht nach dieser Maßgabe eine Zuordnung zu nur einer von mehreren Zweigniederlassungen, existieren daneben nicht auch noch Gerichtsstände in den Bezirken der Hauptniederlassung und der anderen Zweigniederlassungen.³⁵

Eine „Auslandsberührung“³⁶ ergibt sich im Übrigen nicht aus der Ausländereigenschaft einer Gesellschaft. Deren „Staatsangehörigkeit“³⁷ ist für die Bestimmung der internationalen Zuständigkeit stets bedeutungslos (§ 14 UWG und Art. 2 ff. EuGVÜ/EuGVVO/LugÜ i.V.m. Art. 60 EuGVVO/53 EuGVÜ/LugÜ).

II. Schuldnerin mit Sitz im Geltungsbereich von EuGVVO, EuGVÜ oder LugÜ ohne Niederlassung in Deutschland

1. Begriff des (Wohn-) Sitzes

Wie bereits an anderer Stelle aufgezeigt wurde,³⁸ haben EuGVVO, EuGVÜ und LugÜ in ihrem jeweiligen Anwendungsbereich Vorrang vor dem nationalen Recht. Ihr jeweiliges Zuständigkeitssystem greift ein, wenn der künftige Beklagte seinen Wohnsitz in einem der Mitglied- bzw. Vertragsstaaten hat (Art. 2 Abs. 1, 3 Abs. 1 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ). Die EuGVVO verfügt nun insoweit mit Art. 60 über eine eigene Legaldefinition. „Wohnsitz“ der juristischen Person oder Gesellschaft ist hiernach in Anknüpfung an Art. 48 EGV sowohl („oder“) der satzungsmäßige Sitz als auch der Ort, an dem die grundlegenden unternehmerischen Entscheidungen getroffen werden (Hauptverwaltungssitz)³⁹ als auch dort, wo sich die wesentlichen Personal- und Sachmittel befinden (Hauptniederlassung).⁴⁰

Im Widerspruch zur ursprünglichen Zielsetzung des Gemeinschaftsgesetzgebers, negative *und* positive Kompetenzkonflikte zu vermeiden, ist Folge dieser alternativen Wohnsitzbestimmung ein Wahlrecht des Klägers, wenn die Anknüpfungspunkte auf verschiedene Mitgliedstaaten verweisen.⁴¹ Vereinzelt wird aus dieser Regelung die Gefahr eines gesteigerten Anreizes zum *forum shopping* in das europäische Ausland gefolgert.⁴² Zumindest für Verbraucherverbandsklagen dürfte aber genau das Gegenteil der Fall sein: Wo der Verband die Möglichkeit haben wird, am heimischen Gerichtsstand zu klagen, wird er das nicht zuletzt auch aus Gründen begrenz-

26 ABl. EG L 319 v. 25.11.1988, S. 9 ff.

27 Rauscher-Staudinger, Europäisches Zivilprozessrecht, Einl. Brüssel I-VO, Rn. 74.

28 Reichelt-Schnyder, Europäisches Kollisionsrecht, 1993, S. 65 ff.

29 Nachstehend Ziffer III. 3.

30 Für die Behandlung des materiellen internationalen Wettbewerbsrechts sei beispielhaft verwiesen auf die umfassenden Ausführungen: Münch.KommBGB-Drexler, Bd. 11, IntUnlWettbR.

31 § 14 Abs. 1, Abs. 2 S. 2 UWG spricht zwar nur von „Wohnsitz“. Es ist allerdings seit Langem anerkannt, dass bei juristischen Personen und parteifähigen Verbänden (vor allem Personenhandelsgesellschaften) an die Stelle des Wohnsitzes der Gesellschaftssitz im Sinne von § 17 ZPO tritt; vgl. in: Großkommentar zum UWG-Erdmann, § 24 a.F., Rn. 22; Köhler, a.a.O., § 14, Rn. 11; KG WRP 1994, 868; für die Parallelvorschrift des § 6 UKlaG vgl. Ulmer/Brandner/Hensen-Hensen, AGB-Recht, § 6 UKlaG, Rn. 3.

32 A.A. Geimer, a.a.O., A.1 Art. 2, Rn. 102 (Art. 2 Abs. 1 EuGVVO als Grundlage für die internationale Zuständigkeitsbestimmung auch bei reinen Inlandsfällen; so wohl auch für Art. 2 Abs. 1 EuGVÜ/LugÜ). Da man aber auch nach dieser Auffassung über Art. 2 Abs. 1 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ zur örtlichen Zuständigkeitsvorschrift des § 14 UWG gelangt, hat der Streit keine praktische Bedeutung. Bei der Verwendung unzulässiger AGB und Verstößen gegen nationale Verbraucherschutzvorschriften ist insoweit § 6 UKlaG die maßgebliche nationale Vorschrift.

33 Zu diesen Begriffen vgl. für das nationale Recht: Fezer-Büschler, Lauterkeitsrecht, Bd. II, § 14, Rn. 23 ff.; Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig-Retzler, a.a.O., § 14, Rn. 48 ff. und für die EuGVVO, das EuGVÜ und LugÜ unten III. 2. b.

34 So die ganz herrschende Meinung unter Hinweis auf § 14 Abs. 2 S. 1: „außerdem nur“; Teplitzky, a.a.O., Kap. 45, Rn. 7; Retzer, a.a.O., § 13, Rn. 48; BGH GRUR 1986, 325, 328 – Peters; infolgedessen kann weder eine Gerichtsstandsvereinbarung (§ 38 ZPO) noch eine rügelose Vereinbarung in der Hauptsache (§ 39 ZPO) eine andere örtliche Zuständigkeit begründen (§ 40 Abs. 2 ZPO).

35 RGZ 44, 361, 363; OLG Karlsruhe WRP 1998, 329; Büschler, a.a.O., § 14, Rn. 15; a.A. Ahrens-Bär, Der Wettbewerbsprozess, Kap. 17, Rn. 12.

36 Zu diesem Begriff vgl. oben Fn. 15.

37 Die Ausländereigenschaft einer Gesellschaft ist je nach Zweck der anzuwendenden Vorschrift entweder anhand formaler Kriterien wie Gründungsstatut oder Sitz zu beurteilen („Strukturtheorie“). Vor allem bei multinationalen Unternehmen wird jedoch im Wege einer Gesamtschau auf die Nationalität der Gesellschafter bzw. Organmitglieder abzustellen sein („Kontrolltheorie“). Vgl. hierzu vertiefend Kübler, Gesellschaftsrecht, 6. Aufl. 2006, § 35 III. und IV.

38 Oben II. 1. und 2.

39 Geiger, EUV/EGV, Art. 48 EGV, Rn. 8.

40 S. Fn. 39.

41 Micklitz/Rott, EuZW 2001, 325, 327; Piltz, NJW 2002, 789, 792.

42 Michailidou, IPPrax 2003, 223, 225.

ter Personal- und Sachmittel regelmäßig tun.⁴³ Auch der europäische Gesetzgeber selbst dürfte derartigen Bedenken eher geringe Bedeutung beigemessen haben. Andernfalls hätte er den ursprünglichen Vorschlag der Kommission, die drei Anknüpfungsmomente als Stufenverhältnis auszugestalten,⁴⁴ nicht zu Gunsten der Alternativlösung verworfen.

Im Gegensatz zur EuGVVO überlassen das EuGVÜ und LugÜ die Definition des Sitzbegriffs der *lex fori*, genauer: dem IPR des Gerichtsortes (Art. 53 Abs. 1 S. 2 EuGVÜ/LugÜ).⁴⁵ Im Verhältnis zu Island, Norwegen und der Schweiz hat dies die unbefriedigende Folge, dass sich die Sitzbestimmung in Ermangelung besonderer Kollisionsvorschriften für das Gesellschaftsstatut im deutschen IPR nach dem ungeschriebenen Kollisionsrecht richtet.⁴⁶ In diesem Zusammenhang stehen sich bekanntlich die früher ganz herrschende „(Verwaltungs-) Sitztheorie“ und die seit der *Überseering*-Entscheidung des EuGH⁴⁷ mittlerweile auch vom BGH jedenfalls für EU.⁴⁸ und EWR-Mitgliedstaaten⁴⁹ favorisierte „Gründungstheorie“ gegenüber. Ob der BGH im Falle von Nicht-EU- und Nicht-EWR-Staaten bei der Sitztheorie bleibt, ist derzeit noch offen.⁵⁰ Keinesfalls kann auf § 17 ZPO (Allgemeiner Gerichtsstand juristischer Personen) abgestellt werden, weil Art. 53 Abs. 1 S. 2 EUGVP/LugÜ allein auf das IPR des Gerichtsstaates verweist, nicht auf dessen Verfahrensrecht.

2. Der deliktische Gerichtsstand nach Art. 5 Nr. 3 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ

Für die folgende Erörterung soll davon ausgegangen werden, dass die Teleshopping-Gesellschaft ihren (nach Art. 60 Abs. 1 EuGVVO bzw. der „Sitz-“ oder „Gründungstheorie“ zu bestimmenden) Sitz im Geltungsbereich von EuGVVO, EuGVÜ oder LugÜ hat und von dort aus auch ihre unlaute TV-Werbe- und Verkaufsaktivitäten auf ganz Deutschland erstreckt. Nach den obigen⁵¹ Ausführungen haben diese Regelungsmaterien Vorrang vor dem nationalen Recht. Auch ist ihr sachlicher Anwendungsbereich eröffnet, da es sich bei der wettbewerbsrechtlichen Verbraucherverbandsklage unproblematisch um eine Zivil- und Handelssache im Sinne von Art. 1 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ handelt und keine Katalogausnahme nach dessen Absatz 2 eingreift.

Einigkeit besteht darüber, dass die Art. 15 ff. EuGVVO bzw. Art. 13 ff. EuGVÜ/LugÜ – auch wenn der Wortlaut von Art. 15 Abs. 1 EuGVVO/Art. 13 Abs. 1 EuGVÜ/LugÜ zunächst anderes vermuten lässt – grundsätzlich nicht für Verbraucherverbandsklagen gelten. Der Verband ist eben nicht Verbraucher.⁵² Auch bedarf es insoweit keiner extensiven Auslegung des Verbraucherbegriffs, wenn und weil sich Wettbewerbsklagen von Verbraucherverbänden unter den Deliktstatbestand des Art. 5 Nr. 3 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ subsumieren lassen:⁵³ Schon aus Gründen einer einheitlichen Rechtsanwendung müssen die Begriffe „unerlaubte Handlung“ und „Handlung, die einer unerlaubten Handlung gleichgestellt sind“ gemeinschaftsrechtlich autonom ausgelegt werden.⁵⁴ Konsequenterweise lehnt es der EuGH ab, bei der Begriffsbestimmung auf die *lex fori* des Gerichtsstaates oder die betreffende *lex causae* abzustellen. Maßgeblich sei vielmehr, dass die Schadenshaftung nicht aus einem Vertrag im Sinne von Art. 5 Nr. 1 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ herrühre.⁵⁵ Der „Ort“ des schädigenden Ereignisses sei dabei – vergleichbar der Auslegung des § 14 Abs. 2 S. 1 UWG⁵⁶ und folglich für den deutschen Rechtsanwender ohne weitere Verständnisschwierigkeiten – sowohl der Ort, an dem der Schaden

eingetreten ist (Erfolgsort), als auch der Ort des ursächlichen Geschehens (Handlungsort).⁵⁷ Indem Art. 5 Nr. 3 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ somit nicht nur die internationale Zuständigkeit, sondern daneben auch den *locus delicti commissi* regelt, bleibt für das nationale Zuständigkeitsrecht keinerlei Raum mehr. Auch den Begriff des „schädigenden Ereignisses“ selbst legt der EuGH weit aus. Gemeint seien damit nicht nur individuelle Schäden Einzelner, sondern auch die (drohende) Verletzung von Allgemeininteressen oder die Verletzung von Normen mit verbraucherschützender Zielsetzung.⁵⁸

Angesichts dieser extensiven Begriffsauslegung des EuGH bedarf es für den Beispielfall keiner weiteren Erläuterung, dass die Verbandsklage gem. Art. 5 Nr. 3 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ (unter anderem) bei jedem Landgericht eingelegt werden kann, wo die irreführende TV-Werbung bestimmungsgemäß zu empfangen ist (Erfolgsort).⁵⁹

III. Schuldnerin mit Sitz in einem Drittstaat ohne zusätzliche Hauptniederlassung oder -verwaltung in einem EU-Mitgliedstaat

Fehlt es am persönlichen Anwendungsbereich von EuGVVO, EuGVÜ und LugÜ, weil die Teleshopping-Gesellschaft unseres Beispielfalles ihren Sitz in Liechtenstein und – relevant für die EuGVVO – auch keine Hauptniederlassung oder -verwal-

- 43 Im Ergebnis auch in: Münch.Komm.BGB-Mankowski, Lauterkeitsrecht, Bd. I, IntWettbR, Rn. 527.
- 44 S. Art. 2 Abs. 2 des Vorschlags für eine Reform des EuGVÜ, KOM (1997) 609 endg., ABl. EG 1998 C 33/20, S. 21.
- 45 Zutreffend weist Geimer, a.a.O., A.1 Art. 2, Rn. 25 darauf hin, dass es nicht zuletzt aus Gründen der Rechtssicherheit kaum hinnehmbar ist, wenn die Gerichtspflichtigkeit eines Staates letztendlich davon abhängt, wie dieser selbst nach seinem jeweiligen autonomen Recht den Wohnsitz bzw. Sitz definiert.
- 46 Geimer/Schütze-Geimer, Europäisches Zivilverfahrensrecht, Kommentar zum EuGVÜ und zum Lugano-Übereinkommen, 1997, Art. 53, Rn. 2 f.
- 47 EuGH NJW 2002, 3614.
- 48 BGH NJW 2003, 1461 f.
- 49 BGH NJW 2005, 3351.
- 50 Dafür im Hinblick auf die Gefahr der Umgehung der strengen Inlandsvorschriften zur Publizität, Kapitalsicherung und Mitbestimmung Wiedemann, Gesellschaftsrecht, Bd. 2, § 1 IV 3 a; MünchKomm.BGB-Kindler, Bd. 11, IntGesR, Rn. 389 f.; dagegen mit Hinweis auf die notwendige Einheitlichkeit der Anknüpfung im internationalen Gesellschaftsrecht: Musielak-Weth, Zivilprozessordnung, § 50, Rn. 50; Eigenmüller, JZ 2003, 526, 528; Staudinger, a.a.O., Art. 60 Brüssel I-VO, Rn. 4; OLG Hamm ZIP 2006, 1822 (Anwendung der „Gründungstheorie“ auf schweizerische Aktiengesellschaft). Für die vorliegende Darstellung sollen diese Vertiefungshinweise genügen.
- 51 III. 1. und 2.
- 52 EuGH NJW 2002, 3617, 3618 (Nr. 33) – Verein für Konsumenteninformationen/Karl Heinz Henkel; Kartzke, NJW 1994, 823, 824 f.; Geimer, a.a.O., A.1 Art. 15, Rn. 20; Neumann/Rosch, IPRax 2001, 257, 259; Hensen, a.a.O., § 6 UKlaG, Rn. 4. Die Ausnahme, die von Vielen (vgl. etwa Staudinger, a.a.O., Art. 15 Brüssel I-VO, Rn. 2 mit weiteren Nachweisen in Fn. 8) für den Fall zugelassen wird, dass der Verband einen Endverbraucher von Gesetzes wegen vertritt, ist für die wettbewerbsrechtliche Verbandsklage bedeutungslos.
- 53 Ganz herrschende Meinung: Geimer, a.a.O., A.1 Art. 5, Rn. 232; Kropholler, a.a.O., Art. 5, Rn. 77; Kartzke NJW 1994, 823, 825; Mankowski, a.a.O., IntWettbR, Rn. 526; Rauscher-Leible, Europäisches Zivilprozessrecht, Art. 5 Brüssel I-VO, Rn. 82; für Verbandsklagen nach dem UKlaG s. EuGH NJW 2002, 3617, 3618 (Nr. 42 ff.) – Verein für Konsumenteninformationen/Karl Heinz Henkel; Hensen, a.a.O., § 6 UKlaG, Rn. 4; Wolf/Horn/Lindacher-Lindacher, AGB-Gesetz, § 14, Rn. 14 („eine der unerlaubten Handlung ähnliche Handlung“).
- 54 EuGH NJW 2002, 3617, 3618 (Nr. 35) – Verein für Konsumenteninformationen/Karl Heinz Henkel; Kropholler, a.a.O., Art. 5, Rn. 72.
- 55 EuGH NJW 1988, 3088, 3089 (Nr. 17 ff.) – Kafelis/Schröder; NJW 2002, 3159 (Nr. 21) – Fonderie Officine Meccaniche Tacconi Spa/Heinrich Wagner Sinto Maschinenfabrik GmbH; EuGHE 1998 I 6511, Nr. 22 – Réunion européenne/Spliethoff's Bevrachtungskantoor.
- 56 Retzer, a.a.O., § 14, Rn. 48 ff.
- 57 EuGH NJW 1977, 493, 494 – Mines de Potasse d'Alsace; EuGHE 1998 I 6511, Nr. 27 f. – Réunion européenne/Spliethoff's Bevrachtungskantoor; BGH WRP 2006, 736, 738 – Arzneimittelwerbung im Internet.
- 58 Mankowski, a.a.O., IntWettbR, Rn. 526; Leible, a.a.O., Art. 5 Brüssel I-VO, Rn. 82; EuGH NJW 2002, 3617, 3619 (Nr. 48) – Verein für Konsumenteninformationen/Karl Heinz Henkel.
- 59 Geimer, a.a.O., A.1 Art. 5, Rn. 251; Rohe, IPRax 1997, 14, 16; BGH WRP 2006, 736, 738 – Arzneimittelwerbung im Internet.

tung in einem Mitgliedstaat hat, bestimmt sich die internationale Zuständigkeit grundsätzlich⁶⁰ nach dem autonomen IZPR des jeweiligen Staates (Art. 4 Abs. 1 EuGVVO/EuGVÜ/LugÜ). Da das deutsche IZPR insoweit keinen besonderen Tatbestand für die internationale Zuständigkeit in Wettbewerbssachen kennt, bleibt nach der Lehre von der „Doppelfunktionalität“ – die Regeln über die örtliche Zuständigkeit gelten *doppelfunktional* auch für die internationale Zuständigkeit⁶¹ – nur der Rekurs auf § 14 UWG analog.⁶²

Im Beispielsfall ist somit, weil die Teleshopping-Gesellschaft weder ihren Sitz noch ihre/eine Niederlassung in Deutschland hat (§ 14 Abs. 2 S. 1, S. 2 HS. 2 UWG), für die Klage der deliktische Gerichtsstand maßgebend, wie er sich nach deutschem Recht darstellt (Handlungs- oder Erfolgsort).

IV. Schuldnerin mit Sitz oder Niederlassung in Deutschland und Hauptniederlassung und / oder -verwaltung in einem anderen EU-Mitgliedstaat

1. Besserstellung des Verbandes durch die EuGVVO im Verhältnis zum nationalen Recht

Aus der oben⁶³ erläuterten alternativen Zuständigkeitsanknüpfung gem. Art. 60 Abs. 1 EuGVVO folgt, dass § 14 Abs. 2 S. 1 und 2 UWG nicht einschlägig ist, wenn der Verletzer zwar seine / eine Niederlassung oder seinen Sitz in Deutschland (vgl. § 14 Abs. 2 S. 2 UWG), hingegen seine Hauptniederlassung und / oder -verwaltung in einem anderen Mitgliedstaat hat.

Beispiel: Die Teleshopping-Gesellschaft hat ihren satzungsmäßigen Sitz in Hamburg, ihre unternehmerische Leitung sowie den Geschäftsschwerpunkt allerdings in Wien, von wo aus sie unter Verwendung deutscher TV-Kanäle bundesweit irreführend wirbt.

Ginge es in dieser Konstellation allein nach § 14 UWG, müsste eine entsprechende Klage vor dem Landgericht Hamburg erhoben werden. Da nämlich die Teleshopping-Gesellschaft ihren Sitz in Hamburg hat, wäre das Wahlrecht gem. § 14 Abs. 2 S. 2 UWG an sich ausgeschlossen.⁶⁴ Hier wirkt sich allerdings zugunsten des Verbandes der Umstand aus, dass die EuGVVO mit ihrer alternativen Zuständigkeitsanknüpfung in Art. 60 Abs. 1 dem deutschen autonomen Zuständigkeitsrecht vorgeht:⁶⁵ Weil die Teleshopping-Gesellschaft ihre Hauptniederlassung und -verwaltung, mithin ihren „Wohnsitz“ im Sinne von Art. Art. 60 Abs. 1 EuGVVO in Österreich hat, ist der Anwendungsbereich der EuGVVO in persönlicher Hinsicht eröffnet. Dies hat wiederum die für den Verband günstige Konsequenz, dass wegen der Bezugnahme auf den deliktischen Begehungsort (Handlungs- oder Erfolgsort) in Art. 5 Nr. 3 EuGVVO *neben* dem Landgericht Hamburg erneut auch der heimische Gerichtsstand zur Verfügung steht.

Wenn nach alledem die zu Lasten des Verbandes nicht unproblematische⁶⁶ Beschränkung des § 14 Abs. 2 S. 2 UWG im Wirkungsbereich der EuGVVO nicht zur Anwendung gelangt, tut jeder Verband gut daran, das Unternehmensprofil des Verletzers nicht nur im Hinblick auf seinen satzungsmäßigen Sitz, sondern auch auf den Ort seiner Hauptverwaltung und -niederlassung zu überprüfen, um auf diese Weise keinen Gerichtsstand am Heimatort zu übersehen. Ein Indiz für eine derartige Divergenz ist zum Beispiel, dass der Schuldner ausweislich seiner Allgemeinen Geschäftsbedingungen seinen satzungsmäßigen Sitz in Liechtenstein hat, der Ver-

sand der Ware aber aus Österreich erfolgt und dorthin auch die Warenrücksendung für den Fall eines Widerrufs oder Rücktritts zu erfolgen hat.

Entsprechend sind die Fälle zu lösen, in denen der Verletzer eine / seine (Haupt-) Niederlassung und / oder Hauptverwaltung in Deutschland hat, sich daneben aber zumindest eine hiervon verschiedene in Art. 60 Abs. 1 lit. a) bis c) EuGVVO genannte Zuständigkeitsanknüpfung in einem anderen EU-Mitgliedstaat befindet. Bei Geltung des EuGVÜ und LugÜ kann es demgegenüber mangels verschiedenartiger Zuständigkeitsanknüpfung zu keiner wie hier aufgezeigten Gerichtsstandsalternativität kommen, da insoweit der Sitz einheitlich nach der Gründungs- bzw. Sitztheorie⁶⁷ zu bestimmen ist (Art. 53 EuGVÜ/LugÜ).

2. Gefährdung der Besserstellung durch den Prioritätsgrundsatz (Art. 27 EuGVVO)

Wie eben erläutert, räumt die EuGVVO dem Kläger mit Art. 5 Nr. 3 die Möglichkeit zur Klage am Deliktort ein. Diese Privilegierung des Deliktsgläubigers vor dem Interesse des Schädigers, an dessen Wohnsitz verklagt zu werden,⁶⁸ droht allerdings an anderer Stelle der Verordnung wieder zu Nichte gemacht zu werden: So übernimmt Art. 27 EuGVVO die Vorgängervorschrift des Art. 21 EuGVÜ praktisch unverändert, wonach bei Klagen „wegen desselben Anspruchs zwischen denselben Parteien“ der Zuständigkeitskonflikt zugunsten der zuerst erhobenen Klage gelöst wird, sofern das erstbefasste Gericht seine Zuständigkeit positiv feststellt. Den Begriff „wegen desselben Anspruchs“ legt der EuGH dabei am Zweck der Vorschrift orientiert, einerseits einander widersprechender Entscheidungen in den Mitgliedstaaten zu vermeiden und andererseits eine geordnete Rechtspflege auf Gemeinschaftsebene zu sichern,⁶⁹ autonom aus. Um diese Ziele erreichen zu können, kommt er im Unterschied zur nationalen Lehre vom zweigliedrigen Streitgegenstandsbegriff⁷⁰ und des Vorrangs der Leistungs- vor der negativen Feststellungsklage⁷¹ folgerichtig zu dem Ergebnis, dass zwei Klagen auch dann „denselben Anspruch“ betreffen, wenn die eine Klage auf Leistung gerichtet ist, die andere den geltend gemachten Anspruch dagegen leugnet; nicht die Identität des Klagantrags sei maßgeblich, sondern des materiellen Kernpunkts beider Verfahren („Kernpunkttheorie“).⁷²

60 Vorbehaltlich gem. Art. 71 EuGVVO/Art. 57 EuGVÜ/LugÜ vorrangiger Spezialübereinkommen (s. den Überblick bei Geimer, a.a.O., A.1 Art. 71, Rn. 28 ff.), die aber allesamt für die vorliegende Thematik keine Bedeutung haben.

61 MünchKomm.-Patzina, Zivilprozessordnung, § 12, Rn. 90; Köhler, a.a.O., Einl. UWG, Rn. 5.28; BGH GRUR 1987, 172, 173 – Unternehmensgesellschaft I; BGHZ 120, 334, 337; BGH NJW 1997, 2245.

62 Köhler, a.a.O., Einl. UWG, Rn. 5.28; Ohly, a.a.O., Einl. B, Rn. 10. Gleiches gilt für § 6 UKlaG: Hensen, a.a.O., § 6 UKlaG, Rn. 4; Lindacher a.a.O., § 14, Rn. 12.

63 II. 2. a.

64 Im Geltungsbereich des UKlaG folgt dieses Ergebnis aus § 6 Abs. 1 S. 1.

65 S. oben II. 1.

66 Zu verfassungsrechtlichen Bedenken im Hinblick auf Art. 14 Abs. 1 S. 1 GG (Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb) vgl. Hösch, WRP 1996, 849, 854.

67 S. oben III. 2. a.

68 Geimer, a.a.O., A.1 Art. 5, Rn. 201.

69 Kropholler, a.a.O., vor Art. 27, Rn. 1.

70 BGHZ 117, 1, 5; 153, 173, 175.

71 BGH NJW-RR 2004, 397, 398; Zöller-Vollkommer, Zivilprozessordnung, Einl., Rn. 78.

72 EuGH NJW 1989, 665, 666 (Nr. 16) – Gubisch; EuGH EuZW 1995, 309, 312 – Tatro; s. auch BGH ZIP 1995, 947, 948 f.; Geimer, a.a.O. A.1 Art. 27, Rn. 30 mit zahlreichen Nachweisen in Fn. 48.

Die Kehrseite der von Art. 27 EuGVVO beabsichtigten Chancengleichheit von Anspruchsgegner und Prätendent⁷³ ist die Gefahr von vor allem im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes bekannten sog. Torpedoklagen.⁷⁴ Speziell im Wettbewerbsrecht wird der Schuldner aufgrund der Abmahnobliegenheit der §§ 12 Abs. 1 UWG, 93 ZPO in der Regel frühzeitig auf eine drohende Unterlassungsklage aufmerksam gemacht. Art. 27 EuGVVO ermöglicht es ihm nun, dem Gläubiger mit einer negativen Feststellungsklage vor dem Gericht eines anderen Mitgliedstaates zuvorzukommen, um auf diese Weise einer Rechtsverfolgung vor einem deutschen Gericht zu entgehen. Diese Taktik lähmt („torpediert“) vor allem dann die Handlungsfähigkeit des Gläubigers, wenn der Gerichtsstand eines Staates mit einem bekanntermaßen langsam arbeitenden Gerichtssystem⁷⁵ gewählt wird. Selbst wenn der Schuldner dabei den Prozess – unter Umständen gerade wegen der fehlenden internationaler Zuständigkeit! – verlieren sollte, dürfte das angesichts des erheblichen Zeitgewinns kaum ins Gewicht fallen.

Dieses unbefriedigende Ergebnis ist als Preis für die mit Art. 27 EuGVVO gemeinschaftsweit gewährte Rechtssicherheit hinzunehmen. Es erscheint kaum akzeptabel, den insofern eindeutigen Regelungsgehalt von Art. 27 EuGVVO, der den Prioritätsgrundsatz gerade unabhängig von Klageart und zu erwartender Verfahrensdauer statuiert, nachträglich über eine Wertung (Verfahrensmisbrauch ja oder nein?) zu verwässern. Dementsprechend hat der EuGH die Frage, ob das zweitangerufene Gericht die Verfahrensaussetzung nach Art. 27 Abs. 1 EuGVVO mit der Begründung unterlassen darf, die Klage vor dem Erstgericht sei möglicherweise rechtsmissbräuchlich, inzwischen zu recht verneint.⁷⁶ Erwogen wird deshalb, der Blockadewirkung von „Torpedoklagen“ mit der Beantragung einstweiligen Rechtsschutzes zu begegnen. In einem solchen Verfahren, dessen Betreuung durch Art. 27 EuGVVO nicht ausgeschlossen wird (Art. 31 EuGVVO), könne eine evident missbräuchliche „Torpedierung“ durch eine früher erhobene negative Feststellungsklage in die Interessenabwägung des Gerichts einfließen, bei dem um einstweiligen Rechtsschutz nachgesucht wird.⁷⁷

Ob diese Lösung der Sache ernsthaft dient, muss allerdings bezweifelt werden: Ein wesensstypisches Merkmal des „einstweiligen“ Rechtsschutzes gem. § 12 Abs. 2 UWG ist gerade dessen Vorläufigkeit. Bekanntlich darf die Hauptsache nicht vorweggenommen werden, sodass entsprechende Verbote nur für einen eng begrenzten Zeitraum ausgesprochen werden dürften.⁷⁸ Danach wären dem Gläubiger bis zu einer Entscheidung durch das erstangerufene Gericht endgültig die Hände gebunden.

Einzig sinnvoll erscheint daher entweder eine Klage ohne vorherige Abmahnung, um einer negativen Feststellungskla-

ge des Schuldners unter allen Umständen zuvorzukommen, oder zumindest die Absendung der Abmahnung erst nach Klageeinreichung. Je bedeutender dabei die angegriffene Wettbewerbshandlung aus wirtschaftlicher Sicht für den Schuldner ist, desto eher dürfte dieser ohnehin eine gerichtliche Überprüfung wünschen. Von dem her dürfte sich auch das Risiko einer Kostenauflegung nach §§ 12 Abs. 1 UWG, 93 ZPO in Grenzen halten.

D. Fazit

Das Fehlen einer einheitlichen supranationalen Normenquelle zur Regelung der internationalen Zuständigkeit erschwert die Bestimmung der Gerichtszuständigkeit bei Verbraucherverbandsklagen. Hält man jedoch die verschiedenen Zuständigkeitssysteme von EuGVVO, EuGVÜ, LugÜ, UWG und UKlaG nach ihrem jeweiligen Anwendungsbereich strikt auseinander, lassen sich auch sämtliche grenzüberschreitende Sachverhalte in den Griff bekommen. Angesichts der strengen Regelung der §§ 14 Abs. 2 S. 2 UWG, 6 Abs. 1 S. 1 UKlaG, die den Verbraucherverband zur Klage am Sitz des Schuldners zwingen, kann es sich dabei sogar als echten Glücksfall erweisen, wenn der Schuldner neben seinem Sitz oder einer Niederlassung im Inland zusätzlich über eine Hauptniederlassung oder -verwaltung in einem anderen EU-Mitgliedstaat verfügt. Art. 2 Abs. 1, 60 Abs. 1, 5 Nr. 3 EuGVVO ermöglichen unter diesen Voraussetzungen dann doch wieder die Klage am Deliktort. Aus diesem Grund sollte jeder Verbraucherverbandsklage stets der kurze Blick in das Unternehmensprofil des Schuldners vorausgehen.

Mit Blick auf die Gefahr von „Torpedoklagen“ im Geltungsbereich der EuGVVO sollte sich der Verband zudem stets kritisch mit der Frage auseinandersetzen, ob nicht aus taktischen Gründen eine der Klage vorausgehende Abmahnung ausnahmsweise unterbleiben sollte.

73 Kropholler, a.a.O., Art. 27, Rn. 10: Der Anspruchsgegner soll durch schnelle Erhebung einer negativen Feststellungsklage die gleiche Chance haben, sich das streitentscheidende Gericht auszusuchen, wie der Leistungskläger.

74 Hierzu Leitzen, GRUR Int. 2004, 1010 ff.; Bukow, Verletzungsklagen aus gewerblichen Schutzrechten, 2003, S. 283 ff.; Ebner, Markenschutz im internationalen Privat- und Zivilprozessrecht, 2004, S. 215 ff.; Mankowski, a.a.O., IntWettbR, Rn. 516; Teplitzky, a.a.O., Kap. 45, Rn. 21a.

75 Zu diesen Staaten zählten früher vor allem Italien und Belgien, heute einige der neuen Beitrittsländer, vgl. Leitzen, a.a.O., 1011 f.

76 EuGH EuZW 2004, 188, 191 – Erich Gasser GmbH/MISAT Srl; EuZW 2004, 468, 469 f. – Turner/Grovit u.a.; zustimmend Retzer, a.a.O., § 14, Rn. 92; Leitzen, a.a.O., 1013 ff.

77 So Kropholler, a.a.O., Art. 27, Rn. 11; LG Düsseldorf GRUR 2000, 692, 697 – NMR-Kontrastmittel.

78 Retzer, a.a.O., § 12, Rn. 287; Bischer, a.a.O., § 12, Rn. 70.

Verbraucherschutz im Wettbewerbsrecht – Rechtsprechung im Jahre 2007

Von Rechtsanwalt Walter Stillner, Stuttgart

Die nachfolgende Übersicht knüpft an die Veröffentlichung in VuR 2007, 60 ff. an, die das Jahr 2006 behandelt hatte. Ausgewählt wurden Entscheidungen, die für den Verbraucher als Marktteilnehmer interessant sind. Unberücksichtigt blieben damit Bereiche, die primär das Verhältnis der Wettbewerber untereinander betreffen (z. B. vergleichende oder herabsetzende Werbung).

A. Generalklausel

§ 3 UWG verbietet generell unlautere Wettbewerbshandlungen, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil u. a. der Verbraucher nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen. Trotz der um Vollständigkeit bemühten Kasuistik der §§ 4 ff. UWG kommt der Generalklausel als Auffangtatbestand zunehmend Bedeutung zu. Eine rechtsdogmatisch interessante Entscheidung des BGH verdeutlicht dies:

Ein Anbieter hatte über eBay für den Absatz jugendgefährdender Schriften geworben. Der klagende Verband wollte den Betreiber von eBay als Störer in Anspruch nehmen, war aber in zwei Instanzen gescheitert.

Der BGH entwickelte einen ganz neuen Lösungsansatz, den er an § 3 UWG festmacht. Er verurteilte den Betreiber von eBay wegen Verletzung einer wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflicht, also als Täter einer unlauteren Wettbewerbshandlung.¹ Eine wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht trifft denjenigen, der durch sein Handeln im geschäftlichen Verkehr die ernsthafte Gefahr begründet, dass Dritte in ihren durch das Wettbewerbsrecht geschützten Interessen von Marktteilnehmern verletzt werden. Im konkreten Fall bejahte der BGH eine solche Verletzung der Interessen der Verbraucher. Ein gewisses Korrektiv bildet dabei die Frage der Zumutbarkeit: Die Verpflichtung besteht nur im Rahmen der rechtlichen und tatsächlichen Möglichkeiten.

Dieser Lösungsansatz bietet durchaus Entwicklungsmöglichkeiten. Gerade wenn der Anbieter anonym, unter einem Decknamen oder vom sicheren Ausland aus wirbt, wird ein effizienter Verbraucherschutz nur möglich sein, wenn auch der Träger des Werbemediums, z. B. der Zeitungsverlag, persönlich in Anspruch genommen werden kann.

Ebenfalls auf § 3 UWG gestützt hatte das OLG Hamburg seine Entscheidung, mit der es die Werbung mit Testaussagen Dritter ohne Angabe der Fundstelle nach Ort und Datum untersagt hatte.²

Mehrfach beschäftigt waren die Gerichte mit der Werbung von Autoreparaturwerkstätten, die ihren Kunden anboten, ihnen die Selbstbeteiligung (etwa bei der Teilkaskoversicherung) zu erstatten, ohne dass das gegenüber der Versicherung aufgedeckt werden sollte.³ Rechtlich ist das eine Verletzung des Versicherungsvertrages. Denn die Gutschrift der Reparaturwerkstatt vermindert ja die Kosten der Reparatur. Und da die Versicherung nur die tatsächlich entstandenen Kosten

erstatten muss, darf ihr diese Kostenverminderung nicht verschwiegen werden.

§ 4 Nr. 11 UWG passt hier nicht. Dort geht es zwar auch um Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch, aber der Rechtsbruch muss der Verstoß gegen ein Gesetz sein, nicht „nur“ Vertragsunrecht. Folglich musste auf die Generalklausel des § 3 UWG zurückgegriffen werden.

Eigenständige Bedeutung kommt der in § 3 UWG enthaltenen Wesentlichkeitsschwelle zu: Die unlautere Wettbewerbshandlung kann nur verboten werden, wenn sie geeignet ist, den Wettbewerb zum Nachteil u. a. der Verbraucher „nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen.“ Bagatellverstöße sollen nicht zum Gegenstand eines Wettbewerbsprozesses gemacht werden.

Der Hauptanwendungsfall des Bagatellvorbehaltes wird in der Praxis § 4 Nr. 11 UWG sein. Es gibt eine Vielzahl gesetzlicher Vorschriften, die zwar das Marktverhalten regeln, trotzdem aber den Wettbewerb nur geringfügig beeinträchtigen.

So hatte das OLG Koblenz über eine Werbung zu entscheiden, in der ein Einzelhändler eine 250-g-Packung Espresso-Kaffee angeboten hatte. Er hatte zwar den Verkaufspreis der Packung angegeben, nicht aber den Grundpreis. Damit verstieß er gegen § 2 Abs. 1 Satz 1 PreisangabenV. Nach Meinung des Gerichts⁴ wurde durch diesen Formalverstoß aber der Wettbewerb nicht wesentlich beeinträchtigt.

Ähnlich wurde entschieden bei einem Verstoß gegen § 49 Abs. 4 Personenbeförderungsgesetz.⁵ Tragstuhltransporte dürfen nur behördlich zugelassene Unternehmer durchführen. Die Vorschrift dient also der Qualität der Beförderung und damit dem Schutz der Verbraucher. Der Wettbewerb wurde durch die Gesetzesverletzung aber nur unwesentlich beeinträchtigt.

In einem anderen Fall hatte ein Einzelhändler von nur regionaler Bedeutung im Internet auch für den „Versand nach Europa“ geworben, dabei aber nur die Kosten des Inlandversandes angegeben, nicht auch die höheren Kosten des Auslandsversandes. Nach Auffassung des Kammergerichts Berlin⁶ blieb der Gesetzesverstoß unter der Wesentlichkeitsschwelle.

Demgegenüber hatte der BGH schon früher gesagt, dass bei Vorschriften, die dem Schutz der Gesundheit dienen, die Wesentlichkeitsschwelle in der Regel überschritten sei.⁷

1 BGH WRP 2007, 1173 – Jugendgefährdende Medien bei eBay.

2 OLG Hamburg, WRP 2007, 557 – Werbung mit Testhinweisen Dritter.

3 OLG Schleswig, GRUR-RR 2007, 242 – Selbstbeteiligung bei Teilkaskoversicherung; OLG Naumburg, WRP 2007, 566 – Autoglasreparatur.

4 OLG Koblenz, GRUR-RR 2007, 23 – Grundpreisangabe.

5 KG WRP 2007, 553 = GRUR 2007, 515 – Sammelfahrten bei Tragstuhltransporten.

6 KG WRP 2007, 1380 (LS) = K&R 2007, 530 = Magazindienst 2007, 1146 – Auslandsversandkosten.

7 GRUR 2005, 778 – Atemtest.

Grundsätzlich nicht anwendbar ist die Bagatellklausel in Fällen der Irreführung (§ 5 UWG) und bei Verstößen gegen § 7.⁸

B. Einzeltatbestände

I. Verletzung von Gesetzen als Wettbewerbsverstoß

Nicht jeder Gesetzesverstoß ist schon eine unlautere Wettbewerbshandlung. Die Vorschrift muss vielmehr dazu bestimmt sein, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.

1. Umsatzsteuergesetz

Die Vorschriften des Umsatzsteuerrechts stellen keine Marktverhaltensregeln dar.⁹

2. Allgemeine Geschäftsbedingungen

Die Vorschriften zum Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (§§ 307 ff BGB) regeln in erster Linie das individuelle Verhältnis der Vertragsparteien zueinander. Anders ist es nur dort, wo die Klausel sich auf die Nachfrageentscheidung des Verbrauchers auswirkt (und nicht erst bei der Durchführung des Vertrages relevant wird).¹⁰

Ein Anbieter hatte in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen eine Klausel, in welcher er darauf hinwies, dass bei der Rücksendung von Waren unfreie Sendungen nicht angenommen würden. Das OLG Hamburg¹¹ sah darin einen Verstoß gegen § 357 Abs. 2 Satz 2 BGB mit der Folge, dass die Klausel wegen Verstoßes gegen § 307 BGB unwirksam war. Die Klausel betrifft Umstände des Vertragsschlusses und regelt damit das Marktverhalten im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG.

Das Marktverhalten wird auch geregelt durch Klauseln, die eine hinreichende Transparenz gewährleisten sollen, beispielsweise § 308 Abs. 1 Nr. 1 BGB und § 1 Abs. 1 Nr. 9 BGB-InfoV.¹²

3. Fernabsatz

Geschäfte über das Internet nehmen immer größeren Raum ein. Dementsprechend wirft die Auslegung der Vorschriften, die den Schutz des Verbrauchers gewährleisten sollen, immer wieder neue Probleme auf.

An erster Stelle ist hier eine sehr wichtige Entscheidung zu nennen, die noch im Berichtszeitraum verkündet, allerdings erst im Januar 2008 veröffentlicht wurde, und die zum wiederholten Male das gewandelte Verbraucherleitbild in Erinnerung ruft, nämlich den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher als Maßstab:

§ 1 Abs. 2 PrAngV schreibt dem Anbieter bei Fernabsatzverträgen vor, ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die geforderten Preise die Umsatzsteuer mit enthalten, ferner ob bzw. dass zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen. Diese Vorschrift wurde weitgehend dahin interpretiert, dass diese Hinweise bereits auf derselben Internetseite gemacht werden müssen, auf der sich auch der Preis befindet.¹³

Dies will der BGH so nicht stehen lassen:¹⁴ Abzustellen ist auf den durchschnittlichen Nutzer des Internets. Dieser ist mit den Besonderheiten des Internets vertraut. Er weiß, dass

Informationen zu den angegebenen Waren auf mehreren Seiten verteilt sein können, die untereinander durch elektronische Verweise (Links) miteinander verbunden sind (Tz. 30). Dem Verbraucher ist auch allgemein bekannt, dass im Versandhandel neben dem Endpreis üblicherweise auch Liefer- und Versandkosten anfallen (Tz. 31), und dass der Preis die Mehrwertsteuer bereits enthält (Tz. 34). Es genügt daher, wenn diese Angaben auf späteren Seiten gemacht werden. Die einzige Einschränkung, die der BGH dazu macht, geht dahin, dass diese Informationen jedenfalls vor Einleitung des Bestellvorgangs gegeben werden müssen (Tz. 31).

Diese Tendenz war schon in einer vorausgegangenen Entscheidung angeklungen.¹⁵

§ 6 TDG verlangt zwar leichte Erkennbarkeit und unmittelbare Erreichbarkeit der vorgeschriebenen Informationen. § 1 BGB-InfoV verlangt klare und verständliche Zurverfügungstellung der vorgeschriebenen Informationen. Beides bedeutet nicht, dass die Angaben schon auf der Startseite oder zwangsläufig aufgerufen werden müssen. Es genügt, wenn diese Informationen über einen Link erreicht werden können.

Gemäß § 1 Abs. 1 Nr. 1 BGB-InfoV muss der Anbieter seinen vollen Namen angeben. In einem vom KG zu entscheidenden Fall hat der Anbieter lediglich seinen Familiennamen mit dem Anfangsbuchstaben seines Vornamens genannt. Zurecht kam das KG zu dem Ergebnis, dass das nicht dem gesetzlichen Erfordernis entspricht.¹⁶ Dass dieser Verstoß nicht unter den Bagatellvorbehalt fallen kann, wurde ausdrücklich betont. Die Vorschrift soll die rechtliche Inanspruchnahme des Anbieters bei Bedarf sicherstellen. Und um Klage zu erheben, muss der Anbieter eben mit Zuname und Vorname bezeichnet werden.

In einem vom OLG Hamburg entschiedenen Fall war es um den Vertrieb von Kontaktlinsen und Kontaktlinsenpflegemitteln im Fernabsatz gegangen.¹⁷ Dabei hatte der Anbieter das Widerrufs- und das Rückgaberecht beschränkt auf Waren, die in ungeöffneter Umverpackung zurückgeschickt wurden. Eine solche Einschränkung des Widerrufs- und Rückgaberechts ist in § 312 d Abs. 1 BGB nicht vorgesehen. Auch einer der Ausnahmetatbestände nach § 312 d Abs. 4 lag nicht vor, sodass ein Verbot ausgesprochen werden musste. Unbeantwortet blieb allerdings die Frage, ob der Anbieter in einem solchen Fall vorschreiben darf, dass – aus hygienischen Gründen – zumindest die Blister-Verpackung, in der die einzelne Linse geliefert wird, unbeschädigt sein muss. Für Audio- und Videoaufzeichnungen schreibt § 312 d Abs. 4 Nr. 2 BGB bekanntlich vor, dass die Ware noch versiegelt sein muss. Eine Parallele dazu liegt nahe. Es fragt sich allerdings, ob eine solche Ausnahmenvorschrift einer Analogie überhaupt zugänglich ist. Das OLG Hamburg war sicherlich nicht unglücklich darüber, diese Frage nicht entscheiden zu müssen.

8 BGH GRUR 2007, 607 – Telefonwerbung; anders OLG Nürnberg, WRP 2007, 201.
9 OLG Oldenburg, WRP 2007, 685 – Knabberohren.

10 OLG Hamburg, GRUR-RR 2007, 287 – Horse-Equipe; ebenso OLG Köln, GRUR-RR 2007, 285 – Schriftformklauseln.

11 OLG Hamburg, GRUR-RR 2007, 289 = WRP 2007, 674 – Rücksendekosten.

12 KG GRUR-RR 2007, 291 – Postwegvorbehalt.

13 OLG Hamburg, GRUR-RR 2007, 167 – Sofort kaufen.

14 BGH WRP 2008, 98 – Versandkosten.

15 BGH GRUR 2007, 159 – Anbieterkennzeichnung im Internet.

16 KG, GRUR-RR 2007, 328 – Angabe der Identität beim Fernabsatz.

17 OLG Hamburg, WRP 2007, 1498 – Ungeöffnete Original-Umverpackungen.

4. Schuldenregulierung

Das Dauerthema Schuldenregulierung hat auch im Berichtszeitraum eine neue Variante geliefert. Die Schuldenregulierung wird von den Gerichten einheitlich als Besorgung fremder Rechtsangelegenheiten angesehen. Die Besonderheit des entschiedenen Falles bestand darin, dass der Anbieter im Ausland saß und vom Ausland aus seine Dienste anbot. Nach Auffassung des BGH¹⁸ ist auch in einem solchen Fall das deutsche Rechtsberatungsgesetz anwendbar.

5. Baden-Württembergisches Feiertagsgesetz

Das Ladenschlussgesetz erfasst bekanntlich nur den Verkauf von Waren, nicht aber auch das Vermieten. Im entschiedenen Fall hatte ein Anbieter einen DVD-Verleihautomaten aufgestellt, der auch an Sonn- und Feiertagen in Anspruch genommen werden konnte. Nach dem baden-württembergischen Feiertagsgesetz (dort § 6) wäre Voraussetzung gewesen, dass der Betrieb des Automaten die Ruhe des Tages beeinträchtigt hätte. Dies wurde vom OLG Stuttgart verneint.¹⁹

II. Unangemessene unsachliche Beeinflussung

Das neue Leitbild des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers ist Maßstab dafür, wann eine Wettbewerbshandlung die Verbraucherentscheidung unsachlich und unangemessen beeinflusst. Der Appell an Gefühle und soziale Verantwortung reicht regelmäßig nicht aus.

Eine Brauerei hatte Kunden damit gelockt, dass mit jedem gekauften Kasten Bier ein Quadratmeter Regenwald geschützt werde. Der WWF Deutschland sollte aus dem Kaufpreis von der Brauerei eine entsprechende Spende erhalten. Der BGH lässt diese Werbung unbeanstandet.²⁰ Erst wenn die Werbung konkrete Angaben zum Sponsoring enthält, und wenn diese Angaben zu relevanten Fehlvorstellungen des Verkehrs führen, kann sich daraus eine Verpflichtung des werbenden Unternehmens zu aufklärenden Hinweisen ergeben. Im Regelfall erwartet der Verkehr bei einer solchen Sponsoring-Werbung lediglich, dass die Leistung zeitnah erbracht wird, und dass sie nicht so geringfügig ist, dass sie eine werbliche Herausstellung nicht rechtfertigen würde.

III. Verschleierung des Werbecharakters

Das Verbot der getarnten redaktionellen Werbung hat in § 4 Nr. 3 UWG seine Kodifizierung erfahren; gegolten hatte es schon nach altem Recht. Der Verbraucher geht bei einem redaktionellen Beitrag von dem Bemühen um Objektivität aus und steht ihm deshalb unkritischer gegenüber als einer Werbeanzeige. Deshalb müssen Werbeanzeigen, die als redaktionelle Artikel aufgemacht sind, deutlich mit dem Wort „Anzeige“ versehen werden. In dem vom LG Stuttgart entschiedenen Fall²¹ hatte ein Verlag die redaktionell ausgestaltete Werbung mehrerer Inserenten auf einer Zeitungsseite zusammengefasst und die ganze Seite nur einmal ganz verschämt rechts oben mit der Angabe „Anzeige“ gekennzeichnet. Die Praxis wurde wegen Verschleierung des werblichen Charakters der Anzeige verboten.

Ebenfalls untersagt hatte das Kammergericht Berlin eine Verschleierung, die darin bestand, dass in einem im Internet veröffentlichten redaktionellen Beitrag ein Link enthalten war, welches zu einer Werbeseite führte, ohne dass der Link den werblichen Charakter bereits erkennen ließ.²²

IV. Verkaufsförderungsmaßnahmen

Bei Verkaufsförderungsmaßnahmen (Preisnachlässe, Zugaben, Geschenke aber auch Preisausschreiben und Gewinnspiele zu Werbezwecken) müssen die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme klar und eindeutig angegeben werden (§ 4 Nr. 4 UWG), bei Preisausschreiben und Gewinnspielen gilt das auch für die Teilnahmebedingungen (§ 4 Nr. 5 UWG). Außerdem dürfen Gewinnspiele nicht mit dem Absatz von Waren oder Leistungen gekoppelt werden (§ 4 Nr. 6 UWG).

Ein Unternehmen hatte mit einer Geld-zurück-Garantie geworben für den Fall, dass dem Kunden das beworbene Getränk nicht schmecken würde. Allerdings waren für die Inanspruchnahme der Garantie Einschränkungen vorgesehen, insbesondere eine mengenmäßige Beschränkung. Diese Bedingungen waren in einem TV-Spot überhaupt nicht genannt worden, bei dem Produkt selbst waren sie nur auf der Innenseite des Etiketts aufgedruckt, konnten also erst zur Kenntnis genommen werden, wenn das Etikett abgelöst wurde. Die Bedingungen für die Inanspruchnahme waren also in der TV-Werbung überhaupt nicht und in der Produktwerbung jedenfalls „nicht klar und eindeutig“ angegeben worden. Das OLG Frankfurt²³ hat deshalb einen Verstoß gegen § 4 Nr. 4 UWG bejaht.

Ebenso als unlauter beurteilt wurde die Werbung eines Möbelhändlers mit „20 % auf alles“, wobei die Werbeaussage durch einen Sternchenzusatz eingeschränkt wurde „ausgenommen Werbeware und in Prospekten und Anzeigen beworbene Ware“, weil der Verbraucher weder wissen konnte, was mit „Werbeware“ gemeint war, noch welche Artikel der Händler in Prospekten und Anzeigen beworben hatte oder noch bewerben würde.²⁴

Kontrovers beurteilt wurde die Werbung eines Elektronikhändlers, der mit einem auf einen Tag beschränkten Rabatt von 19 % auf bestimmte Produktgruppen geworben hatte, ohne darauf hinzuweisen, dass dieser Rabatt nur für vorrätige Waren gewährt werde, während Waren, die erst bestellt werden mussten, nicht rabattiert wurden. Das OLG Karlsruhe hielt die Werbung für zulässig, das OLG Stuttgart erließ ein Verbot.²⁵

Nicht beanstandet wurde die Werbung einer Apotheke, die angeboten hatte, alte Blutzuckermessgeräte kostenlos gegen neue Geräte auszutauschen, wobei in der Anzeige klein und unauffällig um eine „Spende“ von € 0,50 gebeten worden war.²⁶

Ebenfalls als zulässig beurteilt wurde eine TV-Gewinnspielwerbung, bei der zwar die Teilnahmebedingungen in der Sendung selbst nicht genannt worden waren (was einen Verstoß gegen § 4 Nr. 5 UWG nahegelegt hätte), bei der aber der Zuschauer mit dem Text „Teilnahmekarten sind separat im Handel erhältlich“ auf eine, wie das OLG Frankfurt meinte, leicht zugängliche Informationsquelle verwiesen wurde.²⁷

18 BGH, GRUR 2007, 245 – Schulden Hulp.

19 OLG Stuttgart, WRP 2007, 1503 – DVD-Verleih-Automat.

20 BGH, GRUR 07, 247 – Regenwaldprojekt I und BGH GRUR 07, 251 – Regenwaldprojekt II.

21 LG Stuttgart, WRP 2007, 1274 – Anzeigenkennzeichnung.

22 KG Berlin, GRUR 2007, 254 – Getarnte Link-Werbung.

23 OLG Frankfurt, GRUR-RR 2007, 156 – Geld-zurück-Garantie.

24 LG Karlsruhe, WRP 2007, 847 – 20 % auf alles; ebenso LG Dortmund, WRP 2007, 849 – „Ausgenommen Prospektware“.

25 OLG Karlsruhe, WRP 2007, 818; OLG Stuttgart, WRP 2007, 1115.

26 OLG Naumburg, GRUR-RR 2007, 157 – Blutzuckermessgerät.

Was das Verbot der Koppelung von Gewinnspiel und Waren-/Leistungsabsatz betrifft, so hatte die Instanzrechtsprechung einen Gesetzesverstoß auch und gerade dort gesehen, wo die aleatorische Komponente Teil des Warenabsatzes war.

So hatte im Raum Köln ein Händler das „Rabattwürfeln“ entdeckt: Der Kunde, der sich für eine Ware entschieden hatte, bekam an der Kasse einen Würfel, der mit unterschiedlichen Prozentzahlen markiert war. Der Rabatt, den der Kunde sich erwürfelt hatte, wurde dann von seinem Kaufpreis abgezogen.²⁸

In einem anderen Fall hatte dasselbe Gericht die Werbung untersagt: „Jeder 20. Käufer gewinnt“.²⁹

Beide Entscheidungen dürften überholt sein durch ein später veröffentlichtes Urteil des BGH.³⁰ Ähnlich wie in dem vom OLG Köln entschiedenen Fall, hatte eine Bank mit dem Versprechen geworben, einen zusätzlichen Zinsbonus für den Fall zu bezahlen, dass die deutsche Fußballnationalmannschaft bei der Europameisterschaft in Portugal erfolgreich abschneiden würde. Der BGH verneint einen Verstoß gegen § 4 Nr. 6 UWG mit der Begründung, die Bestimmung setze ein von der angebotenen Ware oder Dienstleistung getrenntes Gewinnspiel voraus.

V. Irreführung

Bei der soeben erörterten BGH-Entscheidung³¹ war die Werbung „150 % Zinsbonus“ auch unter dem Gesichtspunkt der Irreführung angegriffen worden. Der Kläger hatte geltend gemacht, die Werbung werde vom Verbraucher dahin verstanden, dass die Geldanlage mit 150 % verzinst werde. Tatsächlich bezog die Werbung sich auf den für die Geldanlage versprochenen Zinssatz. Der BGH verneint gleichwohl eine Irreführung mit der Begründung, es liege nach der Lebenserfahrung fern, dass der Verkehr meinen könnte, sein angelegtes Geld werde mit 150 % verzinst. Ein solcher Zinssatz liege außerhalb jeder realistischen Erwartung.

Auch in dieser Entscheidung bringt der BGH übrigens wieder zum Ausdruck, dass er bei der Beurteilung einer Internetwerbung davon ausgeht, dass der durchschnittlich informierte Verbraucher, der als Maßstab zugrunde zu legen ist, über entsprechende Interneterfahrung verfügt (Tz. 25; vgl. oben Fußnote 14). Die beanstandete Werbung war im Internet veröffentlicht worden. Der Verbraucher, der die Internetseite der Beklagten aufsuche, verfüge über die Fähigkeit, einen elektronischen Verweis zu erkennen.

Ebenfalls den Bankbereich betrifft die BGH-Entscheidung „irreführender Kontoauszug“³²: Eine Bank hatte ihrem Kunden einen Kontoauszug übersandt, bei dem im angegebenen Kontostand noch nicht wertgestellte Beträge eingerechnet waren, ohne dass dies auf dem Auszug deutlich gemacht wurde. Wenn nun der Kunde über sein vermeintliches Guthaben verfügte, wurde er mit Sollzinsen belastet, soweit der gutgeschriebene Betrag noch nicht wertgestellt war. Zurecht hat der BGH darin eine Wettbewerbshandlung gesehen und nicht nur einen Vertragsverstoß im Rahmen der vertraglichen Erfüllung. Denn der Kontoauszug war ja geeignet, den Kunden zu einer neuen entgeltlichen Verfügung über sein Bankkonto zu veranlassen. Bei richtiger Information hätte der Kunde über das noch nicht wertgestellte Guthaben noch nicht verfügt.

§ 5 Abs. 5 UWG verbietet ausdrücklich die Täuschung über die Vorratsmenge der beworbenen Ware. Die Firma Rolex als Hersteller hochpreisiger Uhren hatte in einer Imageanzeige ein einzelnes Uhrenmodell abgebildet. Testkauf-Versuche bei 4 Koncessionären im Erscheinungsbereich der Anzeige waren erfolglos geblieben. Die Uhr war nirgendwo vorrätig. Selbst eine kurzfristige Beschaffung der Uhr wäre nach Auskunft des Handels nicht möglich gewesen. Die Werbung wurde deshalb als Täuschung über die Vorratsmenge angegriffen. Der BGH³³ verneint einen Gesetzesverstoß mit der Begründung, es liege eine Herstellerwerbung vor, keine Händlerwerbung.

Liegt ein Anbieter mit seinem Preis unter der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers, unterstreicht er gern die Preisgünstigkeit seines Angebots, indem er seinem eigenen Preis die höhere unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers gegenüberstellt. Dabei muss er zur Vermeidung einer Irreführung klarstellen, dass der Vergleichspreis nicht sein eigener früherer Preis ist, sondern eben die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers. Um (teuren) Anzeigenraum zu sparen, darf der Händler zur Kennzeichnung des Vergleichspreises auch die Abkürzung „UVP“ verwenden.³⁴ Auch die Formulierung „Empfohlener Verkaufspreis“ ist zulässig, also ohne einen ausdrücklichen Hinweis auf die Unverbindlichkeit der Empfehlung. Auch hier stellt der BGH wieder ausdrücklich auf den informierten, durchschnittlich aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher ab und gibt damit seine frühere, strengere Rechtsprechung auf.

Ein Internet-Versandhändler hatte bei den von ihm angebotenen Waren optional einen unversicherten und einen teureren versicherten Versand angeboten. Dies wurde als irreführend beurteilt.³⁵ Der Verbraucher wird dazu neigen, sich „sicherheitshalber“ für den teureren versicherten Versand zu entscheiden, um keinen Schaden für den Fall eines Verlustes auf dem Transportwege zu erleiden. Richtigerweise hätte der Händler darauf hinweisen müssen, dass er ohnehin die Versandgefahr trägt, dass also dem Verbraucher kein Schaden entsteht, wenn die Ware auf dem Postweg verloren geht.

Nicht unproblematisch ist die Verneinung einer Wettbewerbshandlung durch das OLG Frankfurt in folgendem Fall³⁶: Die Zeitschrift Öko-Test hatte Shampoos und Deodorants getestet, allerdings nur auf ökologische und gesundheitliche Unbedenklichkeit, nicht aber auf ihre Wirksamkeit. Sie gestattete den Herstellern der getesteten Produkte gegen Entgelt, ein von ihr angebotenes Testlabel zu verwenden. Das OLG Frankfurt sah zwar die Problematik eines Warentestes ohne Wirksamkeitsprüfung, wies die Klage gleichwohl ab mit der Begründung, die Veröffentlichung des Tests sei keine Wettbewerbshandlung.

Nun ist es sicherlich richtig, dass der redaktionelle Beitrag in einem Druckerzeugnis der Information des Lesers dient und deshalb regelmäßig keine Wettbewerbshandlung darstellt. Zu einer Wettbewerbshandlung wird der Beitrag auch nicht dadurch, dass die Zeitschrift selbst gegen Entgelt vertrieben

27 OLG Frankfurt, WRP 2007, 668 – TV-Gewinnspielwerbung.

28 OLG Köln, WRP 2007, 678 – Rabattwürfeln.

29 OLG Köln, WRP 2007, 102 (LS) = GRUR-RR 2007, 48 – „Jeder 20. Käufer gewinnt“.

30 BGH, WRP 2007, 1337 – 150% Zinsbonus, vgl. Tz. 31.

31 BGH, WRP 2007, 1337 – 150% Zinsbonus, vgl. Tz. 24.

32 BGH, GRUR 2007, 805 – Irreführender Kontoauszug.

33 BGH, WRP 2007, 1351 – Rolex.

34 BGH, WRP 2007, 769 – UVP.

35 LG Saarbrücken, WRP 2007, 578 – Online-Handel Versandgefahr.

36 OLG Frankfurt, GRUR-RR 2007, 16 – Ökologischer Warentest ohne Wirksamkeitsprüfung (nicht rechtskräftig).

wird. Sehr problematisch wird die Abgrenzung aber, wenn wie hier das Testergebnis an den Hersteller des getesteten Produkts vermarktet wird.

Das Gericht sieht das auch so, meint aber unterscheiden zu müssen zwischen der Vermarktung des Testergebnisses einerseits und der Irreführung des Verbrauchers durch die Verwendung des Testlabels andererseits. Für Letzteres sei nun einmal das jeweilige Unternehmen verantwortlich. Deshalb könne vom Verlag nur verlangt werden, dass er im Vermarktungsvertrag den Verwender auf die Notwendigkeit hinweist, den Verbraucher in der Werbung über den eingeschränkten Umfang des Tests aufzuklären. Unberücksichtigt bleibt dabei die Tatsache, dass der Verlag natürlich schon bei Veröffentlichung der Testergebnisse wusste, dass er den Herstellern der (positiv) getesteten Produkte seine Testlabels verkaufen würde.

Als Lösung bietet sich auf der Grundlage der neuen BGH-Rechtsprechung die Annahme einer wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflicht an (vgl. Fn. 1). Ökotest hatte durch den irreführenden Test und das Angebot an die Hersteller, diesen Test mithilfe des Testlabels zu bewerben, die ernsthafte Gefahr einer Irreführung der Verbraucher begründet und haftet deshalb (als Täter) auf Unterlassung.

VI. Belästigung

§ 7 UWG verbietet unzumutbare Belästigungen.

In der Praxis spielt diese Vorschrift vor allem bei der unverlangten Telefonwerbung eine Rolle. Dabei liegt eine Einwilligung des Verbrauchers zu einem Telefonanruf zu Werbezwecken nicht schon dann vor, wenn dieser auf dem Bestellformular seine Telefonnummer angibt.³⁷ In Übereinstimmung mit der früheren BGH-Rechtsprechung geht das OLG Stuttgart davon aus, dass die Angabe der Telefonnummer auf dem Bestellformular nur zu dem Zweck erfolgt, etwaige Rückfragen im Zusammenhang mit dem konkreten Vertrag zu ermöglichen. Ein Einverständnis mit künftigen Werbeanrufen liegt darin noch nicht.

Die Grundsätze zur unzulässigen Telefonwerbung gelten gleichermaßen auch für die E-Mail-Werbung.³⁸

Eine unzumutbare Belästigung kann auch in der Weitergabe von Kundendaten an ein drittes Unternehmen liegen.³⁹

C. Gewinnabschöpfung

Der Anspruch auf Gewinnabschöpfung nach § 10 UWG gibt als Hilfsanspruch auch einen Anspruch auf Auskunft und

Rechnungslegung.⁴⁰ Bedingter Vorsatz reicht aus. Dieser kann auch aus entsprechenden Hinweisen in der Abmahnung abgeleitet werden.

D. Verfahren

I. Abmahnung

Mit den entstehenden Problemen, wenn der Zugang des Abmahnschreibens nicht bewiesen werden kann, befasst sich ausführlich der BGH.⁴¹

Der Beklagte bestreitet den Zugang des Abmahnschreibens, anerkennt die Klage und begehrt Kostenentscheidung nach § 93 ZPO, weil er keinen Anlass zur Klage gegeben habe. Die Situation für den Kläger ist dann misslich, wenn er entweder die Abmahnung nicht per Einschreiben versandt hat, oder wenn die Post die Unterlagen über die Zustellung der Einschreibesendung wegen Zeitablaufs vernichtet hat. Nach Auffassung des Gerichts muss in diesem Fall der Kläger die Umstände der Absendung genau beschreiben. Er muss insbesondere vortragen, dass die Sendung mit Absender versehen war, aber nicht zurückgekommen ist. Den Beklagten trifft dann die sekundäre Darlegungslast. Er muss notfalls sein gesamtes Büropersonal als Zeugen benennen dafür, dass die Sendung nicht eingegangen ist. Tut er das nicht, sondern beschränkt sich auf sein pauschales Bestreiten, so sind ihm die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen.

II. Unternehmensnachfolge

Wird ein Unternehmen, das zuvor einen Wettbewerbsverstoß begangen hat, auf ein anderes Unternehmen verschmolzen, so kann der durch den Wettbewerbsverstoß begründete Unterlassungsanspruch nicht gegen das andere Unternehmen geltend gemacht werden. Zwar ist das übernehmende Unternehmen Gesamtrechtsnachfolger. Die Wiederholungsgefahr ist aber ein tatsächlicher Vorgang, der nach den Verhältnissen des in Anspruch Genommenen zu beurteilen ist.⁴² Da dieses keinen Wettbewerbsverstoß begangen hat, hat es auch keine Wiederholungsgefahr begründet.

37 OLG Stuttgart, WRP 2007, 854 – Einwilligung zur Telefonwerbung.

38 OLG Bamberg, GRUR 2007, 167 – E-Mail-Werbung; OLG Hamburg, WRP 2007, 1246 – Unerwünschte E-Mail-Werbung.

39 OLG Stuttgart, GRUR-RR 2007, 330 – Weitergabe von Kundendaten.

40 OLG Stuttgart, VuR 07, 70 = GRUR 2007, 435 – Veralteter Matratzentest.

41 BGH, WRP 2007, 781 – Zugang des Abmahnschreibens; im Ergebnis identisch OLG Jena WRP 2007, 102 – Streitiger Zugang der Abmahnung.

42 BGH, WRP 2007, 1354 – Schuldnachfolge.

VERBRAUCHERRECHT AKTUELL

Europäisches Parlament hat neue Verbraucherkredit-Richtlinie verabschiedet

Das Europäische Parlament hat am 16.01.2008 die neue Verbraucherkredit-Richtlinie verabschiedet. Diese gilt für Kredite von 200 bis 75.000 Euro. Festgeschrieben sind unter anderem ein 14-tägiges Rücktrittsrecht für Verbraucher sowie eine Entschädigung für Kreditgeber bei vorzeitiger Rückzahlung. Informationen für Verbraucher, etwa der effektive Jahreszins, müssen nach der Richtlinie auf einem Standardformblatt mitgeteilt werden. Dadurch sollen Kreditnehmer besser vergleichen und in ganz Europa den günstigsten Kredit ausfindig machen können, teilte das Parlament mit.

Ziel der neuen Richtlinie ist die Entwicklung eines transparenteren und effizienteren Kreditmarkts, bei dem ein hohes Verbraucherschutzniveau gewährleistet wird. Laut EU-Kommission geht es um einen Verbraucherkreditmarkt von 800 Milliarden Euro. Neben dem vereinfachten Vergleich von Kreditkonditionen soll auch die Rechtssicherheit bei grenzüberschreitenden Vertragsabschlüssen verbessert werden. Die Mitgliedstaaten der Europäischen Union müssen die Richtlinie innerhalb von zwei Jahren nach Inkrafttreten in innerstaatliches Recht umsetzen und anwenden, also ab dem Frühjahr 2010.

Nach der Richtlinie hat der Verbraucher das Recht, seine Verbindlichkeiten aus einem Kreditvertrag jederzeit ganz oder teilweise zu erfüllen. Gegebenenfalls hat er ein Recht auf Ermäßigung der Gesamtkosten des Kredits. Die Ermäßigung richtet sich nach den Zinsen und den Kosten für die verbleibende Laufzeit des Vertrags. Der Kreditgeber kann im Falle der vorzeitigen Rückzahlung des Kredits eine „angemessene und objektiv gerechtfertigte“ Entschädigung für die möglicherweise entstandenen, unmittelbar mit der vorzeitigen Rückzahlung des Kredits zusammenhängenden Kosten verlangen, wenn die vorzeitige Rückzahlung in einen Zeitraum fällt, für den ein fester Sollzinssatz vereinbart wurde. Die Entschädigung darf ein Prozent des vorzeitig zurückgezahlten Kreditbetrags nicht überschreiten, wenn der Zeitraum zwischen der vorzeitigen Rückzahlung und dem Zeitpunkt des vereinbarten Ablaufs des Kreditvertrags ein Jahr überschreitet. Beträgt der Zeitraum weniger als ein Jahr, darf die Entschädigung nicht höher als 0,5 Prozent des vorzeitig zurückgezahlten Kreditbetrags sein. Allerdings können die EU-Mitgliedstaaten vorsehen, dass der Kreditgeber „ausnahmsweise“ eine höhere Entschädigung verlangen kann, wenn er nachweist, dass der aus der vorzeitigen Rückzahlung entstandene Verlust diesen Betrag übersteigt. Die Mitgliedstaaten können zugleich vorsehen, dass der Kreditgeber eine Entschädigung nur dann verlangen darf, wenn der Betrag der vorzeitigen Rückzahlung einen nationalen Schwellenwert überschreitet. Dieser darf nicht höher als 10.000 Euro innerhalb eines Zwölfmonatszeitraums sein. „Keinesfalls“, so die Richtlinie, darf die Entschädigung den Betrag der Zinsen, die der Verbraucher in dem Zeitraum zwischen der vorzeitigen Rückzahlung und dem vereinbarten Ende der Laufzeit des Kreditvertrags gezahlt hätte, überschreiten.

Ein unbefristeter Kreditvertrag kann nach der Richtlinie jederzeit unentgeltlich ordentlich gekündigt werden. Etwas

anderes gilt nur, wenn die Parteien eine Kündigungsfrist vereinbart haben. Diese darf jedoch nicht länger als einen Monat sein. Von einem Kreditvertrag zurücktreten kann der Verbraucher innerhalb von vierzehn Kalendertagen ohne Angabe von Gründen. Bei einem so genannten „verbundenen Kreditvertrag“ kann diese Frist „auf ausdrücklichen Wunsch des Verbrauchers“ verkürzt werden.

Die Richtlinie sieht vor, dass die Verbraucher vor Abschluss des Kreditvertrags ausreichende Informationen erhalten, um verschiedene Angebote miteinander vergleichen und um „in voller Sachkenntnis“ entscheiden zu können, ob sie einen Kreditvertrag schließen wollen. Die Informationen müssen auf einem Standardformblatt mitgeteilt werden, das in der gesamten EU von allen Kreditgebern verwendet werden muss. Auf diesem Formular „Europäisches Standardinformationen für Verbraucherkredite“ ist unter anderem der effektive Jahreszins anzugeben.

Die Richtlinie enthält auch Vorschriften für die Werbung für Kredite. Bestimmte Standardinformationen müssen aufgenommen und in „klarer, prägnanter Form“ erteilt werden. Zu ihnen gehören unter anderen der Sollzinssatz, zusammen mit Einzelheiten aller für den Verbraucher anfallenden, in die Gesamtkreditkosten einbezogenen Kosten, der Gesamtkreditbetrag, die Laufzeit des Kreditvertrags sowie der effektive Jahreszins. Die Gesamtkosten des Kredits für den Verbraucher umfassen sämtliche Kosten, einschließlich der Zinsen, Provisionen, Steuern, Entgelte für Kreditvermittler und alle sonstigen Entgelte, die der Verbraucher im Zusammenhang mit dem Kreditvertrag zu zahlen hat, mit Ausnahme der Notargebühren.

Quelle: beck-aktuell v. 17.01.2008

FINANZtest warnt vor „Schufa-Falle“

Die Stiftung Warentest hat herausgefunden, dass viele Bankberater grobe Fehler bei der Kreditberatung machen. Insbesondere durch falsche SCHUFA-Anfragen werden Kunden als nicht kreditwürdig eingestuft, obwohl sie nie einen Kredit aufgenommen haben, berichtet die Zeitschrift „FINANZtest“ in einer Pressemitteilung zu ihrer Februar-Ausgabe.

FINANZtest hat bei 14 Banken Kreditberatungsgespräche durchgeführt und dabei festgestellt, dass nur drei von vierzehn Banken alles richtig machten. Fehlerhafte Anfragen bei der Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung (SCHUFA) waren dabei das Hauptproblem. Denn geben Bankberater eine falsche Begründung an, wenn sie für die Kreditvergabe bei der SCHUFA nachfragen, nimmt die Kreditwürdigkeit des Kunden ab. Und zwar von Angebot zu Angebot.

In der Untersuchung begründeten die Kreditsachbearbeiter ihre Anfrage in jedem dritten Fall mit „Anfrage Kredit“. Die Folge ist, wie FINANZtest-Redakteurin Kerstin Backofen erläutert, „bei der Schufa kommt es an: Er hat nach einem Kredit gefragt und hat ihn nicht bekommen. In erster Linie denkt man dann natürlich, er wurde abgelehnt, weil er nicht kreditwürdig war.“

Dies führt dazu, dass sich die Kreditwürdigkeit des Kunden verschlechtert. Holt er bei der nächsten Bank ein Kreditangebot ein, bekommt er schlechtere Konditionen oder gar keinen Kredit. Dabei ist es seit anderthalb Jahren möglich, SCHUFA-Anfragen ohne Nachteil für den Kunden durchzuführen (banktip.de berichtete). Die Begründung „Kredit: Kondition“ führt zu keinem Negativeintrag und belastet den SCHUFA-Wert eines Verbrauchers damit nicht.

Nur die Dresdner Bank, die Hypovereinsbank und die Berliner Volksbank haben in allen Beratungsgesprächen diese korrekte Schufa-Anfrage gemacht. Die norisbank dagegen haben nicht nur falsche Schufa-Anfragen gemacht, sondern darüber hinaus auch versäumt, den Kunden auf die Anfrage hinzuweisen. Auch die GE Money Bank fragte die SCHUFA, ohne die Kunden darauf hinzuweisen, so FINANZtest. Das sei ein Verstoß gegen das Bundesdatenschutzgesetz.

Kerstin Backofen rät Kreditkunden, auf der Suche nach Vergleichsangeboten offensiv zu sein: Am besten bringe man die Frage nach der richtigen SCHUFA-Anfrage selbst ins Gespräch. Im Zweifel kann man sich auch direkt an die SCHUFA wenden: „Dann holen sie sich einfach eine SCHUFA-Eigenauskunft, können dann natürlich nachvollziehen, was ist jetzt schlechter geworden? Und dann kann man diese Daten auch berichtigen lassen.“

Quelle: banktip.de v. 15.01.08

BaFin: Kündigung von Bausparverträgen ist kein Verstoß gegen Bausparkassengesetz

Die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) hat durch Beschwerden betroffener Bausparer Kenntnis davon erlangt, dass die BHW Bausparkasse AG viele Bausparverträge, bei denen die Bausparsumme vollständig erreicht ist, gekündigt hat. Die BaFin sieht darin keinen Verstoß gegen das Bausparkassengesetz. Dies erklärt die Bundesregierung in ihrer Antwort (BT-Drs. 16/7610) auf eine Kleine Anfrage der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen (BT-Drs. 16/7361), wie der Pressedienst des Deutschen Bundestages am 04.01.2008 mitteilte.

Bisher sei nicht feststellbar, dass die Kündigungen von vollständig besparten Bausparverträgen durch die Bausparkasse nennenswerte negative Auswirkungen auf das Vertrauen der Kunden in Bausparkassenprodukte haben, schreibt die Bundesregierung weiter. Die allgemeine Tendenz vieler Bausparkassen, die Laufzeit von Bausparverträgen zu begrenzen, könnte allerdings mittelfristig dazu führen, dass Bausparprodukte für reine Renditesparerer sowie Sparer ohne Immobilienwunsch unattraktiv werden.

Quelle: beck-aktuell v. 04.01.2008

Weiterhin wenig Hoffnung auf Entschädigung für Phoenix-Anleger

Auch drei Jahre nach dem Auffliegen des Betrugs bei Phoenix Kapitaldienst ist keine Entschädigung für die gut 30.000 geprellten Anleger in Sicht. Es sei derzeit schwer einschätzbar, wann die geschädigten Anleger Geld bekommen würden. Einen genauen Zeitplan zu nennen, wäre unseriös, sagte Insolvenzverwalter Frank Schmitt in einem Gespräch mit der Deutschen Presse-Agentur dpa am 27.12.2007 mit Verweis

auf laufende Gerichtsverfahren. Der Insolvenzplan ist noch immer nicht gerichtlich anerkannt und liegt nun zur Prüfung beim Bundesgerichtshof.

Das Frankfurter Landgericht hatte dem Plan die Bestätigung versagt. Vorgesehen ist darin, 200 Millionen der 230 Millionen Euro Insolvenzmasse an die Gläubiger auszuschütten. „Die 230 Millionen Euro sind nach wie vor vorhanden. Wir können das Geld aber nicht auszahlen, solange es keine Rechtssicherheit gibt“, sagte Schmitt. Zum Zeitrahmen bis zu einer BGH-Entscheidung über den Insolvenzplan sagte er: „Wir hoffen, dass wir in einem Jahr weitersehen, was den Insolvenzplan angeht.“ Bei einer Gläubigerversammlung im April 2007 war der Insolvenzplan mit überwältigender Mehrheit gebilligt worden.

Phoenix Kapitaldienst hatte mithilfe gefälschter Unterlagen Wertpapiergeschäfte vorgetäuscht und mehr als 30.000 Anleger seit Anfang der 1990er Jahre um gut 600 Millionen Euro geprellt. Der Betrug war Anfang 2005 aufgefliegen, weil nach dem Tod von Firmengründer Dieter Breitkreuz die Geschäftsführung gewechselt hatte. Phoenix Kapitaldienst musste Insolvenz anmelden. Zwei Ex-Manager des Frankfurter Unternehmens wurden in der Folge zu mehrjährigen Haftstrafen verurteilt.

Die Geschädigten können indes auch auf die Entschädigungseinrichtung der Wertpapierhandelsunternehmen (EdW) immer weniger bauen, wie die Financial Times Deutschland berichtet. Der EdW, die ohnehin als chronisch unterfinanziert gilt, droht nach Informationen der FTD vom 27.12.2007 der Verlust ihrer zahlungsfähigsten Mitglieder. Etwa 30 EdW-Mitglieder hätten bei der Finanzaufsicht Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (Bafin) einen Antrag auf Vollbanklizenz gestellt, um sich so Zahlungsforderungen der EdW zu entziehen. Ein Sprecher der BaFin sagte dazu am 27.12.2007: „Es sind Anträge von Wertpapierhandelshäusern bei uns eingegangen, die Größenordnung kann ich aber nicht bestätigen.“

Quelle: beck-aktuell v. 03.01.2008 (dpa)

Viele Bestandskunden profitieren schon jetzt vom VVG

Ein knappes Drittel der deutschen Versicherer startet mit einer kundenfreundlichen Entscheidung in das neue Jahr. Einer Umfrage des Wirtschaftsmagazins „Capital“ zufolge führen mindestens 28 von 80 Gesellschaften verbraucherfreundliche Neuregelungen ein, zu denen sie gesetzlich erst ab 2009 verpflichtet sind.

Das neue Versicherungsvertragsgesetz stärkt die Position der Versicherungskunden bei der Beratung, im Kündigungsfall und vor allem bei der Schadensregulierung. Für neue Verträge ist es bereits ab diesem Jahr vorgeschrieben, bestehende Verträge müssen hingegen erst zum nächsten Jahr umgestellt werden. Dennoch entschieden sich laut Umfrage einige Versicherer, bereits jetzt auch ihre Altkunden in die Neuregelungen einzubeziehen, darunter die HUK-Coburg und die AachenMünchner. Dies hat für Bestandskunden in Schadensfällen positive Wirkungen. So orientieren sich laut Capital-Umfrage 19 Gesellschaften in der Sparte Schaden und Unfall am neuen Recht und ersetzen etwa auch bei grober Fahrlässigkeit des Versicherten einen Teil des Schadens. Bei Axa, Debeka, Gothaer, HUK-Coburg, Universa, Württembergische

und Versicherungskammer Bayern profitieren Bestandskunden in allen Versicherungsbereichen.

Obwohl sie den hohen Aufwand beklagen, den die Umsetzung der umfangreichen Reform mit sich bringt, gab keine der befragten Gesellschaften an, im nächsten Jahr die Prämien zu erhöhen. Wie „Capital“ weiter berichtet, erwarten aber die Rückversicherer etwa in der Berufsunfähigkeitsversicherung bei Neuverträgen mittelfristig Prämiensteigerungen von vier bis zwölf Prozent.

Quelle: *banktip.de* v. 04.01.2008

Verbraucherschützer wollen gegen Apple klagen

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) bereitet eine Klage gegen den US-amerikanischen IT-Konzern Apple vor, die im kommenden Jahr eingereicht werden soll. Damit wollen die Verbraucherschützer erreichen, dass die iTunes-Kun-

den freier entscheiden können, an wen sie die Musik weitergeben, erläuterte vzbv-Sprecher Christian Fronczak gegenüber heise online. Bisher kann ein im iTunes Store gekauftes Stück nur auf bis zu fünf Geräten abgespielt werden.

Der vzbv hatte sich zusammen mit Verbraucherschützern aus Frankreich, Norwegen und Finnland Anfang dieses Jahres mit einigen Forderungen an Apple gewandt. In diesem Monat unterschrieb Apple eine Unterlassungserklärung, nach der die Firma es künftig vermeiden will, die Nutzungsbedingungen für ihre Kunden nach Bedarf zu ändern. Ebenfalls problematisch finden die Verbraucherschützer die fehlende Interoperabilität. Bisher können im iTunes Store erworbene, mit DRM geschützte Musikstücke nicht direkt und ohne Konvertierungsumwege auf anderen Musik-Playern als auf Apples iPod abgespielt werden. Hierzu wird es demnächst in Berlin ein Gespräch geben.

Quelle: *heise news* v. 21.12.2007

RECHTSPRECHUNG

WETTBEWERBSRECHT

Telefonwerbung, formularmäßige Einwilligung

1. Eine nur formularmäßig erteilte Einwilligung des Verbrauchers verstößt gegen § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB und ist daher unwirksam. Sie kann einen Telefonanruf zu Werbezwecken nicht rechtfertigen.

2. Ein Klagantrag kann in Ausnahmefällen auch dann hinreichend bestimmt sein, wenn er sich am Gesetzeswortlaut orientiert.

OLG Hamm, Beschl. v. 15.11.2007, Az.: 4 U 23/07; vormals LG Bielefeld Az.: 17 O 143/06

(ID 40748)

Sachverhalt:

Die Beklagte ist als Lotterie-Einnehmerin tätig. Sie bietet im Wege des Telefonmarketings Lotterielose einer Klassenlotterie an. Zu diesem Zweck schaltet sie ein Call-Center ein.

Die Klägerin macht einen Unterlassungsanspruch aufgrund zweier Anrufe von solchen Call-Centern bei dem Verbraucher R. geltend.

Die Klägerin hatte beantragt, die Beklagte zu verurteilen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbraucher unter ihrem privaten Telefonanschluss anzurufen oder anrufen zu lassen, um diesen Lose für eine Klassenlotterie anzubieten, sofern eine vorherige Einwilligung des angerufenen Verbrauchers zu einem derartigen Werbeanruf der Beklagten nicht vorlag.

Die Beklagte verteidigt sich damit, dass der Verbraucher R. eine Einwilligung erteilt habe. Er habe nämlich bei Drittfirmen an Internetgewinnspielen teilgenommen und dabei die folgende Erklärung angekreuzt:

„Ja, ich bin damit einverstanden, dass ich telefonisch/per E-Mail/Post über interessante Angebote – auch durch Dritte und

Partnerunternehmen – informiert werde. Ich kann mein Einverständnis jederzeit widerrufen. Dies ist unabhängig von der Gewinnspielteilnahme.“

Die Beklagte macht ferner geltend, dass der Klagantrag nicht hinreichend bestimmt sei, weil er nur den Gesetzeswortlaut wiedergebe.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen, weil der Klagantrag unbestimmt sei.

Im Berufungsverfahren gab die Beklagte eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab, so dass nur noch über die Kosten zu entscheiden war.

Gründe:

Nachdem die Parteien den Rechtsstreit in der Hauptsache übereinstimmend für erledigt erklärt haben, ist gem. § 91 a ZPO nur noch über die Kosten des Rechtsstreits zu entscheiden. Das nach dieser Vorschrift maßgebliche billige Ermessen gebietet es hier, der Beklagten als mutmaßlich unterlegener Partei die Kosten des Rechtsstreits insgesamt aufzuerlegen.

Entgegen der Ansicht des Landgerichts leidet der Klagantrag, den die Klägerin in der Berufungsinstanz weiterverfolgt hat, nicht an einer fehlenden hinreichenden Bestimmtheit. Auch in der Berufungsinstanz hat die Klägerin ihr Verbotsbegehren so gefasst, dass der Beklagten untersagt werden sollte, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbraucher unter deren privaten Telefonanschlüssen anzurufen oder anrufen zu lassen, um diesen Lose für eine Klassenlotterie anzubieten, sofern eine vorherige Einwilligung des angerufenen Verbrauchers zu einem derartigen Werbeanruf der Beklagten nicht vorlag.

Das Ausgangsverbot ist hier in jedem Falle klar und eindeutig formuliert. Denn es geht nämlich generell um das Verbot, telefonisch für die Klassenlotterie zu werben.

Wie das Landgericht im Ausgangspunkt zutreffend angenommen hat, kann sich die Unbestimmtheit eines Verbotsantrages nicht nur aus dem Verbotsgegenstand, sondern auch aus seinen Ausnahmen ergeben. Diese Ausnahme wird hier in der vorherigen Einwilligung gesehen. Der Begriff der Einwilligung ist aber durchaus schillernd, sodass der Schuldner unter Umständen nicht hinreichend erkennen mögen kann, wann er anrufen darf und wann nicht. Das folgt auch daraus, dass es nicht nur darum geht, ob überhaupt eine Einwilligung vorliegt. Die Frage ist auch, ob eine wirksame Einwilligung gegeben ist. Von daher könnte man die Auffassung vertreten, dass die Prüfung der Wirksamkeit der Einwilligung in das Vollstreckungsverfahren verlegt würde, wohin eine solche Prüfung eigentlich nicht gehören würde.

Dementsprechend hat der Bundesgerichtshof im Fall der verbotenen Telefonwerbung nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 2. Alternative UWG entschieden, dass bei einem Verbot einer Telefonwerbung gegenüber sonstigen Marktteilnehmern keine hinreichende Bestimmtheit des Verbotsantrages gegeben ist, wenn die Verbotsausnahme dahin gehend bestimmt wird, dass Umstände vorliegen, aufgrund deren das Einverständnis vermutet werden könne (BGH der Betrieb 2007, 1190 – Telefonwerbung für Individualverträge).

Damit ist der vorliegende Fall, bei dem es um Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern geht aber nicht vergleichbar. Der Senat hat bereits in seinem Urteil vom 15.08.2006 (Az. 4 U 78/06) ein Verbot als hinreichend bestimmt gebilligt, durch das der Beklagten verboten worden war, Verbraucher ohne deren vorheriges Einverständnis zu Werbezwecken anzurufen. Der Bundesgerichtshof hat die gegen dieses Urteil eingelegte Nichtzulassungsbeschwerde zurückgewiesen. Darüber hinaus hat der Bundesgerichtshof in der oben erwähnten Entscheidung („Telefonwerbung für Individualverträge“) dieses Senatsurteil zitiert und ausgeführt, dass bei der Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern, also der ersten Alternative des § 7 Abs. 2 Ziff. 2 UWG etwas anderes zu gelten habe, als bei der Telefonwerbung gegenüber sonstigen Marktteilnehmern nach § 7 Abs. 2 Ziff. 2 2. Altern. UWG.

Es muss nämlich auch berücksichtigt werden, dass eine auslegungsbedürftige Verbotsformulierung dann noch hinzunehmen sein kann, wenn dies zur Gewährleistung des Rechtsschutzes im Hinblick auf eine bestimmte Werbemethode erforderlich erscheint (BGH a.a.O. – Telefonwerbung für Individualverträge). Solche Ausnahmefälle hat der Bundesgerichtshof auch schon in seiner früheren Rechtsprechung angenommen. In der Entscheidung „Ansprechen in der Öffentlichkeit II (GRUR 2005, 445) hat der Bundesgerichtshof im Rahmen des § 7 Abs. 1 UWG eine Beschränkung des Verbots, Passanten anzusprechen, hingenommen, wenn der Werbende als solcher erkennbar ist. In der Entscheidung „Direktansprache am Arbeitsplatz“ (GRUR 2004, 696) hat der Bundesgerichtshof die Einschränkung „Telefonat, das über eine erste Kontaktaufnahme nicht hinausgeht“ ebenfalls noch hingenommen.

Ein vergleichbarer Ausnahmefall ist auch hier gegeben, in dem letztlich dem Vollstreckungsgericht die Prüfung der Wirksamkeit der Einwilligung überlassen bleiben muss. Dafür spricht, dass der Bedeutungskern klar ist. Die Wirksamkeit individuell erklärter Einwilligungen lässt sich in der Regel zudem leicht feststellen. Problematisch sind nur die Einwilligungen, die der Telefonwerber aus allgemeinen Geschäftsbedingungen herleiten will. Hier würde man den Rechtsschutz

der Klägerin aber unzulässig verkürzen, wenn sie jeweils die konkrete Art und Weise der Erteilung der Einwilligung in ihren Verbotsantrag aufnehmen müsste. Angesichts der Fülle der möglichen Formulierungen allgemeiner Geschäftsbedingungen liefe die Klägerin ihnen mit ihren Verbotsbegehren immer nur hinterher. Diesem berechtigten Schutzbegehren der Klägerin kann nur Rechnung getragen werden, wenn man die Verbotsausnahme allgemein mit der fehlenden Einwilligung umschreibt.

Auch in der Sache wäre der geltend gemachte Unterlassungsanspruch begründet gewesen, §§ 8 Abs. 3 Nr. 3; 3; 7 Abs. 2 Nr. 2 1. Altern. UWG. Die Klagebefugnis der Klägerin ist nicht im Streit gewesen. Die Telefonanrufe sind auch unstreitig erfolgt.

Die Beklagte kann sich nicht mit Erfolg darauf berufen, dass Herr (...) mit den Erklärungen, wie sie dem Senat als Anlagen B 2 und B 3 vorliegen, wirksam in die Telefonate eingewilligt hat. Denn diese Einwilligungen sind unwirksam. Als vorformulierte allgemeine Erklärungen sind sie allgemeine Geschäftsbedingungen im Sinne des § 305 BGB, die der Inhaltskontrolle gem. § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB nicht standhalten. Die Beklagte möchte hier nämlich von dem Adressenhandel profitieren, den eine dritte Firma eröffnen wollte. Die Preisgabe des Schutzes nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG als Gegenleistung für die Teilnahme an einem Gewinnspiel verknüpft aber zwei Leistungen, die nichts miteinander zu tun haben.

Fernabsatz bei eBay, Widerrufsbelehrung

1. Wird der Verbraucher bei eBay-Angeboten über den Beginn der Widerrufsfrist mit den Worten belehrt: „Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt einer in Textform noch gesondert mitzuteilenden Widerrufsbelehrung“, ist das unzutreffend, weil beim Verbraucher hierdurch der Eindruck entstehen kann, die Widerrufsfrist beginne schon mit dem Zugang der die Widerrufsbelehrung enthaltenden Bestätigungs-E-Mail, während richtig die Frist erst mit dem Zugang der Ware zu laufen beginnt.

2. Zum Stand der Rechtsprechung bezüglich BGB-InfoV vorgeschlagenen Textes einer Widerrufsbelehrung.

OLG Düsseldorf, Urt. v. 30.10.2007, Az.:I-20 U 107/07 (ID 40744)

Aus den Gründen:

I.

Der Antragsgegner vertreibt gewerblich u.a. über das Internetportal ebay Aloe-Vera-Produkte. Er belehrte in seinen Angeboten unter Verwendung des Musters gem. Anlage 2 zu § 14 Abs. 1 und 3 BGB-InfoV online über das bestehende Widerrufsrecht. Mit Anwaltsschreiben vom 17.01.2007 mahnte der Antragsteller diese Belehrung hinsichtlich der Angabe des Fristbeginns ab. Die beanstandete Belehrung lautete „Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung“. In der Abmahnung hieß es wörtlich:

„Diese Art der Belehrung ist rechtsfehlerhaft.

Zwar sieht das Gesetz in § 355 Abs. 2 BGB vor, dass die Widerrufsfrist mit Erhalt der Widerrufsbelehrung in Textform beginnt. Diese Vorschrift ist allerdings im Zusammenhang

mit § 312 d Abs. 2 BGB zu lesen. Nach § 312 d Abs. 2 beginnt die Widerrufsfrist abweichend von § 355 Abs. 2 Satz 1 BGB bei Warenlieferungen nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger. § 187 BGB wiederum bestimmt, dass dann, wenn für den Anfang einer Frist ein Ereignis oder ein in den Lauf des Tages fallender Zeitpunkt maßgebend ist, die Frist am Tag nach Eintritt des Ereignisses beginnt. Im Ergebnis bedeutet dies, dass die Widerrufsfrist am Tag nach Erhalt der Widerrufsbelehrung und der Ware beginnt.

Somit weichen Sie inhaltlich in Ihrer Widerrufsbelehrung von den zwingenden gesetzlichen Vorschriften der §§ 357, 355, 31 2c, 31 2d BGB ab. Da alle Paragraphen letztlich ebenfalls dazu bestimmt sind, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, verstoßen Sie im Ergebnis auch gegen § 4 Nr. 11 UWG.

Nach alledem steht fest, dass Ihre Angebote ein wettbewerbswidriges Verhalten darstellen.

Dieser Auffassung hat sich im Ergebnis auch das Kammergericht Berlin (KG Berlin vom 05.12.2006, AZ 5 W 29 5/06) angeschlossen."

Der Antragsgegner gab unter dem 24.01.2007 eine modifizierte Unterlassungserklärung ab, in der er sich verpflichtete, „es zukünftig zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbes auf dem Online-Marktplatz eBay Angebote zum Abschluss von Fernabsatzverträgen über Artikel aus dem Sortiment Aloe-Vera-Produkte zu offerieren und hierbei im Rahmen der Widerrufsbelehrung für Verbraucher hinsichtlich des Fristbeginns der Widerrufsfrist mit folgender Formulierung zu informieren:

„Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt dieser Belehrung.“, insbesondere wenn dies erfolgt; wie in dem eBay-Angebot zur Artikelnummer (...) geschehen, (...).“

Daraufhin änderte der Antragsgegner die Widerrufsbelehrung ab und verwendete hinsichtlich des Fristbeginns folgende Formulierung: „Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt einer in Textform noch gesondert mitzuteilenden Widerrufsbelehrung“.

Der Antragssteller, der diese Belehrung ebenfalls für unzulässig und wettbewerbswidrig hält, mahnte den Antragsgegner mit Schreiben vom 05.03.2007 ab, in dem es wiederum wörtlich hieß:

„Diese Art der Belehrung ist rechtsfehlerhaft.“

Zwar sieht das Gesetz in § 355 Abs. 2 BGB vor, dass die Widerrufsfrist mit Erhalt der Widerrufsbelehrung in Textform beginnt. Diese Vorschrift ist allerdings im Zusammenhang mit § 31 2 d Abs. 2 BGB zu lesen. Nach § 312d Abs. 2 beginnt die Widerrufsfrist abweichend von § 355 Abs. 2 Satz 1 BGB bei Warenlieferungen nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger. § 187 BGB wiederum bestimmt, dass dann, wenn für den Anfang einer Frist ein Ereignis oder ein in den Lauf des Tages fallender Zeitpunkt maßgebend ist, die Frist am Tag nach Eintritt des Ereignisses beginnt.

Im Ergebnis bedeutet dies, dass die Widerrufsfrist am Tag nach Erhalt der Widerrufsbelehrung und der Ware beginnt.

Somit weichen Sie inhaltlich in Ihrer Widerrufsbelehrung von den zwingenden gesetzlichen Vorschriften der §§ 357, 355, 31 2c, 312d BGB ab. Da alle Paragraphen letztlich ebenfalls dazu bestimmt, im Interesse der Marktteilnehmer das Markt-

verhalten zu regeln, verstoßen Sie im Ergebnis auch gegen § 4 Nr. 11 UWG.

Nach alledem steht fest, dass Ihre Angebote wiederum ein wettbewerbswidriges Verhalten darstellen.

Dieser Auffassung hat sich im Ergebnis auch das Kammergericht Berlin (KG Berlin vom 05.12.2006, AZ 5 W295/06) angeschlossen.

Die geforderte strafbewehrte Unterlassungserklärung bezüglich dieser Formulierung gab der Antragsgegner nicht ab.

Der Antragsteller hat behauptet, er stehe mit seinem Online-Shop „V.-B.“ in unmittelbarem Wettbewerb, da auch er Aloe-Vera-Produkte vertreibe. Er hat die Ansicht vertreten, die Belehrung sei hinsichtlich des Fristbeginns unrichtig, weil nicht darauf hingewiesen werde, dass die Frist erst nach Erhalt der Ware zu laufen beginne. Die verwendete Belehrung stelle einen Verstoß gegen § 312c BGB i.V.m. § 1 Abs. 1 Nr. 10 BGB-InfoV dar.

Der Antragsteller hat den Erlass einer einstweiligen Verfügung dahin beantragt, dem Antragsgegner zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbraucher bei eBay zur Abgabe von Annahmeerklärungen für Aloe-Vera-Produkte aufzufordern, wenn unter Verwendung der gesetzlich vorgeschriebenen Widerrufsbelehrung darauf hingewiesen wird, dass die Frist frühestens mit Erhalt einer in Textform noch gesondert mitzuteilenden Widerrufsbelehrung beginnt, insbesondere wenn dies geschieht, wie im März 2007 bei eBay unter der Artikelnummer (...) geschehen ist; und dem Antragsgegner für jeden Fall der Zuwiderhandlung die gesetzlichen Ordnungsmittel anzudrohen.

Der Antragsgegner hat beantragt, den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückzuweisen.

Er hat die Ansicht vertreten, die Verwendung der Musterbelehrung sei nicht wettbewerbswidrig. Er habe die erste Abmahnung zum Anlass genommen, die Belehrung den Mindestanforderungen der vom Antragsteller selber in Bezug genommenen Entscheidung des Kammergerichts anzupassen; dies könne der Antragsteller ihm nicht zum Vorwurf machen. Die Rechtslage über die „richtige“ Belehrung sei unübersichtlich und umstritten.

Das Landgericht hat den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung durch Urteil vom 05.06.2007, auf dessen tatsächliche Feststellungen gem. § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen wird, zurückgewiesen. Die Kammer hat dahin stehen lassen, ob der Prozessführungsbefugnis § 8 Abs. 4 UWG entgegenstehe, denn der Antragsteller verstoße jedenfalls gegen das Verbot widersprüchlichen Verhaltens. Der Antragsgegner habe darauf vertrauen dürfen, dass der Antragsgegner die neue Klausel unbeanstandet lasse, weil die Rechtslage unübersichtlich sei und der Antragsgegner nur die Wahl zwischen einer unvollständigen und einer unverständlichen Belehrung habe. In der vom Antragsteller akzeptierten modifizierten Unterlassungserklärung werde aber nur der Erhalt der Widerrufsbelehrung problematisiert, was der Antragsgegner habe dahin verstehen dürfen, dass sich der Antragsteller mit der Korrektur nur dieses Punktes zufrieden geben werde.

Gegen dieses Urteil, das ihm am 11.06.2007 zugestellt worden ist, hat der Antragsteller mit am 25.06.2007 bei dem

Oberlandesgericht eingegangenen Schriftsatz Berufung eingelegt und diese sogleich begründet.

Der Antragsteller macht unter Wiederholung und Vertiefung des erstinstanzlichen Vertrages geltend, die Abmahnung sei nicht rechtsmissbräuchlich, weil er zunächst ein konkretes Verhalten abgemahnt habe. Hinsichtlich dieses Verhaltens habe der Antragsgegner durch Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung die Wiederholungsgefahr beseitigt. Bei Überprüfung, ob sich der Antragsgegner hieran halte, habe der Antragsteller festgestellt, dass die Belehrung zwar keinen Verstoß gegen das Vertragsstrafeversprechen, aber einen erneuten Verstoß darstelle. Diesen habe er mit der ersten Abmahnung nicht abmahnen können, weil er noch nicht begangen war. Der Antragsgegner könne sich nicht darauf berufen, er werde die neue Formulierung nicht beanstanden, weil das Kammergericht in der von ihm zitierten Entscheidung ausdrücklich darauf hingewiesen habe, dass im Falle von Warenlieferungen anders zu belehren sei, als es selber als Mindestvoraussetzung für erforderlich halte. Dies gelte zumal deshalb, weil er auf diese Rechtslage schon in der ersten Abmahnung hingewiesen habe.

Der Antragsteller beantragt, das Urteil des Landgerichts Wuppertal vom 05.06.2007 abzuändern und im Wege der einstweiligen Verfügung

1. dem Antragsgegner zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Verbraucher bei eBay zur Abgabe von Annahmeerklärungen für Aloe-Vera-Produkte aufzufordern, wenn unter Verwendung der gesetzlich vorgeschriebenen Widerrufsbelehrung darauf hingewiesen wird, dass die Frist frühestens mit Erhalt einer in Textform noch gesondert mitzuteilenden Widerrufsbelehrung beginnt, insbesondere wenn dies geschieht, wie es im März 2007 bei eBay unter der Artikelnummer (...) geschehen ist;
2. dem Antragsgegner für jeden Fall der Zuwiderhandlung Ordnungsgeld, und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu drei Monaten anzudrohen, wobei das einzelne Ordnungsgeld den Betrag von 250.000,00 EUR, die Ordnungshaft insgesamt zwei Jahre nicht übersteigen darf.

Der Antragsgegner beantragt, die Berufung zurückzuweisen.

Er meint, nachdem der Antragsteller sich ausdrücklich auf die Entscheidung des Kammergerichts bezogen habe und er den Wortlaut dieser Entscheidung angepasst habe, könne sich der Antragsteller nicht auf die Fehlerhaftigkeit dieser Belehrung berufen. Die Rechtsprechung zur Widerrufsbelehrung sei unübersichtlich und uneinheitlich. Im Übrigen sei auch die Angabe des Fristbeginns mit dem Erhalt der Ware unzureichend, weil die Frist auch nicht vor Erfüllung der Informationspflichten gem. § 312c Abs. 2 BGB beginne.

II.

Die zulässige, insbesondere form- und fristgerecht eingelegte und begründete Berufung hat auch der Sache nach Erfolg, denn die beantragte einstweilige Verfügung ist zu erlassen.

(1) Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist weder gemäß § 8 Abs. 4 UWG unzulässig, noch steht ihm der vom Landgericht bejahte Einwand widersprüchlichen Verhaltens entgegen. Die Geltendmachung eines Unterlassungsanspruches nach § 8 Abs. 1 UWG ist nach § 8 Abs. 4 UWG unzulässig, wenn sie unter Berücksichtigung der gesamten

Umstände missbräuchlich ist. Ein Missbrauch liegt vor, wenn der Anspruchsberechtigte mit der Geltendmachung des Anspruchs überwiegend sachfremde, für sich gesehen nicht schutzwürdige Interessen und Ziele verfolgt und diese als die eigentliche Triebfeder und das beherrschende Motiv der Verfahrenseinleitung erscheinen. Ein Fehlen oder vollständiges Zurücktreten legitimer wettbewerbsrechtlicher Ziele ist indes nicht erforderlich. Ausreichend ist, dass die sachfremden Ziele überwiegen. Indiz für einen Missbrauch ist es, wenn dem Anspruchsberechtigten schonendere Möglichkeiten der Anspruchsdurchsetzung zu Gebote stehen (Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Aufl., § 8 UWG Rn. 4.10).

Nach allgemeiner Meinung muss der Verletzte die Kenntnisse über die Rechtsverletzungen in einer konkreten Verletzungsform grundsätzlich ausschöpfen, also in Abmahnung bzw. Verfügungsantrag für den Gegner erkennbar machen. Dies gilt insbesondere dann, wenn sonst der Verletzte dazu gebracht wird, Aufwendungen zu tätigen, um die Verletzungsform dem Angriff des Verletzten anzupassen, nur um dann erneut aufgrund eines anderen rechtlichen Gesichtspunktes zur Änderung derselben Verletzungsform gezwungen zu werden, obwohl dieser rechtliche Gesichtspunkt dem Verletzten von Anbeginn bekannt gewesen ist (OLG Hamburg, Beschl. v. 15.02.1996, 3 U 6/96, NJWE-WettbR 1996, 183, 183 = WRP 1996, 579; Urt. v. 31.10.1988, 3 U 151/88 – Protecton, GRUR 1989, 133; Urt. v. 05.07.1984, 3 U 46/84 – Gewinnzahlen II. GRUR 1984, 826; OLG München, Urt. v. 18.12.1997, 29 U 3017/97, NJWE-WettbR 1998, 211, 211). Werden hingegen verschiedene Unterlassungsansprüche schrittweise im Sinne einer „Salami-Taktik“ geltend gemacht, indiziert das einen Rechtsmissbrauch.

Dies ist hier aber nicht der Fall. Entgegen der Ansicht des Antragsgegners hat dieser zu keinem Zeitpunkt Veranlassung gehabt, anzunehmen, der Antragsteller wolle es bei einer ersten Beanstandung bewenden lassen und werde jede beliebige Abänderung der Widerrufsbelehrung hinnehmen. Das Gegenteil ist der Fall: Der Antragsteller hat bereits bei der zum Abschluss eines Unterwerfungsvertrages führenden ersten Abmahnung unter Nennung der konkreten Rechtsvorschriften sich nicht auf die bloße Beanstandung beschränkt, sondern ausdrücklich dargelegt, dass nach seiner Auffassung die Widerrufsfrist am Tag nach Erhalt der Widerrufsbelehrung und der Ware beginne, und dass aus diesem Grunde die Belehrung des Antragsgegners fehlerhaft sei. Die von dem Antragsgegner so in den Mittelpunkt gerückte Entscheidung des Kammergerichts, in der die Frage nach dem Erhalt der Ware nicht problematisiert wird, ist lediglich nebenbei erwähnt durch den Hinweis, das Kammergericht habe sich der Ansicht des Antragstellers angeschlossen. Die Abmahnung war demnach keineswegs so formuliert, dass der Antragsteller sich mit einer Änderung der Formulierung entsprechend der vom Kammergericht als Mindestvoraussetzungen genannten Angaben zufriedengeben würde, sondern hat – mit näherer Begründung -hervorgehoben, dass der Fristbeginn neben dem Erhalt einer Widerrufsbelehrung in Textform bei Warenlieferungen auch den Erhalt der Ware voraussetzt. Der Antragsteller hat sich demnach nicht zunächst einen Punkt aus der Widerrufsbelehrung herausgegriffen und nunmehr einen anderen, sondern er hat darauf hingewiesen, dass die Änderung der Widerrufsbelehrung nach seiner Rechtsansicht immer noch unzureichend ist, obwohl er auf die seiner Ansicht nach erforderliche Belehrung bereits in der

ursprünglichen Abmahnung eingegangen ist. Er muss sich daher nicht den Vorwurf rechtsmissbräuchlichen Verhaltens machen lassen.

(2) Im Ergebnis aus den gleichen Gründen scheitert die Geltendmachung auch nicht daran, dass sich der Antragsteller den Vorwurf widersprüchlichen Verhaltens gefallen lassen müsste. Der Antragsteller wurde durch die Abgabe der strafbewehrten Unterlassungserklärung insoweit klaglos gestellt, als der seinerzeit allein bestehende Unterlassungsanspruch bestand. Dem Vorwurf widersprüchlichen Verhaltens hätte er sich ausgesetzt, wenn er die angebotene Unterlassungserklärung nicht angenommen hätte. Wie bereits ausgeführt, hat er damit aber keine Veranlassung zu der Annahme gegeben, er werde jede Änderung der Widerrufsbelehrung akzeptieren, sodass der Antragsgegner eben gerade keine Veranlassung hatte, anzunehmen, die von ihm geänderte Widerrufsbelehrung werde unbeanstandet bleiben. Dies schon deshalb nicht, weil der Antragsteller die nunmehr geltend gemachte Unterlassung ausdrücklich hervorgehoben hat, indem er bereits in der ersten Abmahnung ausführte:

„Zwar sieht das Gesetz in § 355 Abs. 2 BGB vor, dass die Widerrufsfrist mit Erhalt der Widerrufsbelehrung in Textform beginnt. Diese Vorschrift ist allerdings im Zusammenhang mit § 312 d Abs. 2 BGB zu lesen. Nach § 312 d Abs. 2 beginnt die Widerrufsfrist abweichend von § 355 Abs. 2 Satz 1 BGB bei Warenlieferungen nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger. §187 BGB wiederum bestimmt, dass dann, wenn für den Anfang einer Frist ein Ereignis oder ein in den Lauf des Tages fallender Zeitpunkt maßgebend ist, die Frist am Tag nach Eintritt des Ereignisses beginnt. Im Ergebnis bedeutet dies, dass die Widerrufsfrist am Tag nach Erhalt der Widerrufsbelehrung und der Ware beginnt.“

Damit hat der Antragssteller sogar den Schwerpunkt seiner Erläuterungen darauf gelegt, dass die Widerrufsfrist nicht vor Erhalt der Ware beginnt, und nicht – wie der Antragsgegner meint – darauf, dass Voraussetzung für den Fristbeginn ein gesonderter Erhalt der Belehrung in Textform sei.

(3) Der Verfügungsanspruch nach §§ 8 Abs. 1, 3, 4 Nr. 11 UWG i.V.m. §§ 312c Abs. 1 BGB 1 Nr. 10 BGB-InfoVO ist auch begründet.

(...)

b) Die Belehrung über das Widerrufsrecht durch den Antragsgegner ist unrichtig und damit gem. §§ 3, 4 Nr. 11 UWG eine unlautere Wettbewerbshandlung.

aa) Dass es sich bei den Bestimmungen über das Widerrufsrecht des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen und die hierzu geschaffenen Informationspflichten um Vorschriften handelt, die dazu bestimmt sind, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, ist zu Recht zwischen den Parteien außer Streit.

bb) Die vom Antragsteller beanstandete Belehrung verstößt gegen die Bestimmung der §§ 312c Abs. 1 S. 1 BGB i.V.m. § 1 Nr. 10 BGB-InfoV.

Nach dieser Bestimmung muss der Unternehmer beim Fernabsatz dem Verbraucher Informationen über das Bestehen eines Widerrufsrechts, sowie die Bedingungen, Einzelheiten der Ausübung, insbesondere Namen und Anschrift desjenigen, gegenüber dem der Widerruf zu erklären ist und die Rechtsfolgen des Widerrufs zur Verfügung stellen. Zu den

Bedingungen, über die danach zu informieren ist, gehört vor allem eine klare Information über den Beginn, die Dauer und die Berechnung der Widerrufsfrist (Wendehorst in MüKo-BGB, 5. Aufl., § 312c Rn. 41).

Die vom Antragsgegner verwendete Belehrung: „Die Frist beginnt frühestens mit Erhalt einer in Textform noch gesondert mitzuteilenden Widerrufsbelehrung“, ist zwar insoweit zutreffend, als die Frist jedenfalls nicht vor dem Erhalt einer in Textform erfolgten Widerrufsbelehrung beginnt, sie ist aber falsch, weil nach § 312d Abs. 2 S. 1 BGB die Frist bei der hier streitigen Lieferung von Waren nicht vor dem Tag ihres Eingangs beim Empfänger beginnt. Die verwendete Formulierung informiert damit unzutreffend über diesen wesentlichen Punkt, weil beim Verbraucher der Eindruck entstehen könnte, schon die zum Beispiel in einer Bestätigungs-E-Mail enthaltene Widerrufsbelehrung setze den Lauf der Widerrufsfrist in Gang.

cc) Es bedarf keiner Entscheidung, ob der Rechtsprechung des Kammergerichts folgend die Belehrung in eBay-Angeboten der Textform nicht entspricht, denn diese Frage betrifft die Dauer der Widerrufsfrist und die Frage, ob eine gesonderte Belehrung erforderlich ist (vgl. hierzu neben den von den Parteien zitierten Entscheidungen des KG und des OLG Hamburg die Übersichten bei Föhlich, MMR 2007, 139 ff. und Bonke/Gellmann, NJW2006, 3169 ff.), denn insoweit beanstandet der Antragsteller die Widerrufsbelehrung nicht (mehr). Er beanstandet allein das Fehlen des Hinweises darauf, dass die Widerrufsfrist frühestens mit Erhalt der Ware beginnt, was vollkommen unabhängig davon der Fall ist, in welcher Form im Einzelnen zu belehren ist und ob die Wiedergabe auf der Internetseite von eBay entgegen der Ansicht des KG die Textform erfüllt (so z.B. Roggenkamp, jurisPR-ITR 1/2007 Anm. 4 zu KG, Beschl. v. 05.12.2006, 5 W 295/06; LG Paderborn, Urt. v. 28.11.2006, 6 O 70/06, MMR 2007, 191).

dd) Ebenso wenig bedarf es der Entscheidung, ob demjenigen, der das Muster gem. Anlage 2 zu § 14 BGB-InfoV verwendet, die Bestimmung des § 14 Abs. 1 BGB-InfoV zugute kommt. Dies wird z. T. in Frage gestellt, weil § 14 BGB-InfoV nichtig sein soll, oder jedenfalls, weil § 14 Abs. 1 eine Mitteilung in Textform voraussetze, welche nach Ansicht des KG bei der Belehrung auf der Angebotsseite von eBay nicht erfüllt ist.

Jedenfalls setzt die Vermutungswirkung voraus, dass das Muster insgesamt vollständig und unverändert übernommen wird. Gerade die Belehrung über den Beginn der Widerrufsfrist hat der Antragsgegner aber gegenüber dem Muster verändert, wenn auch nur geringfügig. Damit hat er aber unabhängig von der Wirksamkeit der Vorschrift des § 14 BGB-InfoV – selber die Verantwortung für eine richtige und vollständige Information zumindest in Bezug auf den Fristbeginn übernommen.

ee) Entgegen der Ansicht des Antragsgegners wird er hierdurch auch nicht zu einer unverständlichen Belehrung veranlasst. Er muss nämlich nur über die im konkreten Fall relevanten Regelungen informieren (Wendehorst in MüKo-BGB, 5. Aufl., § 312c Rn. 41). Zwar weist der Antragsgegner zu Recht darauf hin, dass neben dem Erhalt der Ware auch die Informationspflichten nach § 315c Abs. 2 BGB in Textform erfüllt werden müssen, also namentlich eventuelle Allgemeine Geschäftsbedingungen u.a. Ein gesonderter Hinweis hierauf ist aber entbehrlich, denn nach § 312c Abs. 2 Nr. 2 BGB

hat diese Information ohnehin spätestens bis zur Lieferung der Ware zu erfolgen, sodass – da keine Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass der Antragsgegner seine entsprechenden Pflichten verletzt – der Erhalt der Ware den Fristbeginn markiert.

c) Schließlich kann sich der Antragsgegner auch nicht darauf berufen, dass die Rechtslage unklar oder umstritten wäre. Selbst wenn es anderweitige Entscheidungen gäbe, nach denen die von ihm gewählte Belehrung zulässig wäre, würde sein Vertrauen hierauf ihn unter Umständen vor Schadensersatzansprüchen bewahren, hinsichtlich des allein in Rede stehenden Unterlassungsanspruches ist dies hingegen irrelevant (Köhler in Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Aufl., § 4 UWG Rn. 11.18; vgl. auch BGH, Urt. v. 20.10.2005, I ZR 10/03 – Betonstahl, GRUR 2006, 82 ff. Tz. 21 und 30).

d) Die unrichtige Belehrung ist auch wettbewerbslich relevant, denn sie ist geeignet, Verbraucher an der Ausübung ihres Widerrufsrechtes zu hindern und dem „Antragsgegner“ hierdurch einen Vorsprung im Wettbewerb gegenüber seinen ordnungsgemäß belehrenden Wettbewerbern zu verschaffen.

E-Mail-Werbung

1. Die Übermittlung von E-Mail-Werbung an Verbraucher ohne deren Einwilligung stellt eine unzumutbare Belästigung dar.

2. Ein Antrag kann in Ausnahmefällen hinreichend bestimmt sein, auch wenn er sich am Gesetzeswortlaut orientiert.

*OLG Hamm, Urt. v. 16.10.2007, Az.:4 U 91/07
(ID 40747)*

Gründe

A.

Der Kläger macht gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch wegen e-mail-Werbung ohne vorherige Einwilligung geltend.

Unter dem 31.10.2006 übersandte die Beklagte den Verbrauchern C und T, ohne dass die Beklagte eine diesbezügliche Einwilligung vorlegen kann, unter dem Betreff „Keine Lust auf Werbung? Jetzt anmelden und Meinung sagen!“, jeweils eine Aufforderung zur Anmeldung bei der Plattform „internetadresse*3“, wo insbesondere regelmäßig Gewinnspiele durchgeführt werden (Anl. K 2, K 3).

Der Kläger mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 22.11.2006 (Anl. K 4) ab und forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung (Anl. K 5) auf, dahin, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs an Personen unaufgefordert und ohne ihre vorherige Einwilligung Werbung per e-mail zu übermitteln bzw. übermitteln zu lassen.

Die Beklagte gab durch ihren Rechtsanwalt unter dem 22.02.2007 eine Unterlassungserklärung ab (Anl. K 6), mit dem Inhalt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs unaufgefordert und ohne ihre vorherige Einwilligung Werbung per e-mail an die Verbraucher T und C mit den Adressen *internetadresse* und *internetadresse*2 zu übermitteln bzw. übermitteln zu lassen.

Der Kläger nahm diese „auf die Beschwerdeführer beschränkte“ Erklärung gemäß Schreiben vom 06.03.2007 (Anl. K 7) nicht an.

Er hat Unterlassungsklage erhoben und gemeint, durch diese beschränkte Unterlassungserklärung werde die Wiederholungsgefahr nicht beseitigt. Er hat beantragt,

die Beklagte bei Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs unaufgefordert und/oder ohne vorhergehende Einwilligung Werbemitteilungen an die Adresse der elektronischen Post von Verbrauchern zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen, hilfsweise, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs unaufgefordert und ohne vorhergehende Einwilligung Werbemitteilungen für Gewinnspiele an die Adresse der elektronischen Post von Verbrauchern zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen, wie in der Anlage K 2 zur Klageschrift wiedergegeben.

Soweit der Kläger einen Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten von 200,- € geltend gemacht hat, haben die Parteien den Rechtsstreit für erledigt erklärt. Die Beklagte hat beantragt, die Klage abzuweisen. Sie hat in der mündlichen Verhandlung ihre Unterwerfungserklärung vom 22.01.2006 wie folgt erweitert, dahin, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs unaufgefordert und ohne ihre vorherige Einwilligung Werbung für Gewinnspiele per e-mail an Verbraucher zu übermitteln bzw. übermitteln zu lassen, wie in den Fällen T und C am 31.10.2006 geschehen (Anlage K 2 und K 3).

Sie hat gemeint, bereits die Unterlassungserklärung vom 22.11.2006 sei ausreichend gewesen, um die Wiederholungsgefahr entfallen zu lassen. Sie habe alle im Kern gleichartigen Verletzungsformen mit erfassen sollen. Ihre im Termin abgegebene Unterlassungserklärung erledige zudem auch den Hilfsantrag des Klägers.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen und zur Begründung ausgeführt, dass der Klageantrag in seiner Allgemeinheit unbegründet sei, weil er über den Unterlassungsanspruch hinausgehe. Die wettbewerbswidrige Handlung der Beklagten sei die ungefragte Versendung der e-mail vom 31.10.2006 bei einer Werbung für eine Anmeldung bei der Plattform „*internetadresse*3“ an die beiden Verbraucher T und C gewesen, womit für ein Gewinnspiel geworben worden sei. Das Charakteristische sei gewesen, die Angesprochenen durch ein Gewinnspiel an Werbung heranzuführen. Gleichartige Handlungen seien Werbemitteilungen für andere Gewinnspiele, die ohne Einwilligung per e-mail versandt würden. Die Wiederholungs- und Erstbegehungsgefahr könne nicht auf e-mail-Werbung jeder Art und jedes Inhalts ausgedehnt werden. Der Hilfsantrag sei ebenfalls unbegründet, weil die nachträglich abgegebene Unterlassungserklärung die Wiederholungsgefahr insoweit ausräume.

Der Kläger greift das Urteil mit der von ihm eingelegten Berufung an. Er meint, dass sein Hauptantrag, der mit dem Rechtsmittel weiter verfolgt wird, hinreichend bestimmt sei. Es gehe nicht, wie vom Landgericht ausgeführt, darum, welchen Charakter die werbliche Maßnahme selbst aufweise, sondern um das „Charakteristikum der Verletzungshandlung“, das darin bestehe, dass Verbraucher dadurch belästigt würden, dass ihnen Werbemitteilungen übermittelt würden, ohne dass sie zuvor durch Einwilligung quasi ihren elektro-

nischen Briefkasten geöffnet hätten. Es sei insofern nicht auf den Inhalt der Werbung abzustellen, um das Charakteristikum der Verletzung darzustellen, sondern auf die Tatsache, dass dem Verbraucher Mitteilungen aufgedrängt würden. Aus dessen Sicht sei es völlig unerheblich, welchen Inhalt die Erklärung habe, solange sie gegen seinen Willen übermittelt werde.

Der Kläger beantragt:

Die Beklagte wird unter Abänderung des landgerichtlichen Urteils verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,- €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs unaufgefordert und/oder ohne vorhergehende Einwilligung Werbemitteilungen an die Adresse der elektronischen Post von Verbrauchern zu übermitteln und/oder übermitteln zu lassen.

Die Beklagte beantragt, die Berufung zurückzuweisen. Sie verteidigt das angefochtene Urteil und meint, ihre im Kammertermin modifizierte Unterlassungserklärung habe die Wiederholungsgefahr entfallen lassen, da dem Kläger ein weitergehender Unterlassungsanspruch nicht zustehe. Der vom Kläger allgemein gefasste Unterlassungsantrag erfasse nicht das Charakteristische der Handlung, nämlich die Werbung für die Durchführung eines Gewinnspiels. Hier sei die Werbung nicht direkt zugesandt worden, sondern über das Vehikel des Gewinnspiels. Hinzu komme, dass der Kläger keine Anhaltspunkte für eine nicht auf Gewinnspiele beschränkte e-mail-Werbung vorgetragen habe, sodass eine Begehungsgefahr fehle. Aus der Werbung für die Durchführung von

Gewinnspielen lasse sich nicht die Vermutung ableiten, sie, die Beklagte, werde zukünftig auch Werbung mit anderen Werbemedien versenden. Die Beklagte hält den Unterlassungsantrag auch bereits für zu unbestimmt und damit für unzulässig, da der Antrag mit leichten Modifikationen nur den Wortlaut des Gesetzes wiederhole.

B.

Die zulässige Berufung des Klägers ist begründet.

Er hat aus §§ 8 I, III Nr. 3 UWG i.V.m. § 4 UkIG; 3, 7 II Nr. 3 UWG gegen die Beklagte den geltend gemachten Unterlassungsanspruch, der nicht allein auf eine belästigende e-mail-Werbung für Gewinnspiele beschränkt ist.

I.

Der Klageantrag ist, auch wenn er sich – insofern ausnahmsweise – im Kern und nur leicht modifiziert auf die Wiedergabe des Gesetzeswortlauts beschränkt, zunächst hinreichend bestimmt.

Allgemein gilt diesbezüglich, dass ein Verbotsantrag nach § 253 II Nr. 2 ZPO nicht

derart undeutlich gefasst sein darf, dass Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 I ZPO) nicht erkennbar abgegrenzt sind, sich der Beklagte deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und letztlich die Entscheidung darüber, was dem Beklagten verboten ist, dem Vollstreckungsgericht überlassen bliebe (st. Rspr.; vgl. BGHZ 156, 1, 8 f. – Paperboy; BGH GRUR 2005, 604, 605 – Fördermittelberatung; GRUR 2005, 692, 693 „statt'-Preis; GRUR

2007, 607 – Telefonwerbung für Individualverträge). Aus diesem Grund sind insbesondere Unterlassungsanträge, die lediglich den Wortlaut eines Gesetzes wiederholen, grundsätzlich als zu unbestimmt und damit unzulässig anzusehen (BGH GRUR 2000, 438, 440 – Gesetzeswiederholende Unterlassungsanträge; GRUR 2002, 77, 78 – Rechenzentrum; Teplitzky, 9. Aufl. 2007, Kap. 51 Rn. 8 a). Abweichendes kann dann gelten, wenn entweder bereits der gesetzliche Verbotstatbestand selbst entsprechend eindeutig und konkret gefasst oder der Anwendungsbereich einer Rechtsnorm durch eine gefestigte Auslegung geklärt ist, sowie auch dann, wenn der Kläger hinreichend deutlich macht, dass er nicht ein Verbot im Umfang des Gesetzeswortlauts beansprucht, sondern sich mit seinem Unterlassungsbegehren an der konkreten Verletzungshandlung orientiert (BGH GRUR 2003, 886, 887 Erbenermittler; GRUR 2007, 607 – Telefonwerbung für Individualverträge). Die Bejahung der Bestimmtheit setzt in solchen Fällen allerdings grundsätzlich voraus, dass zwischen den Parteien kein Streit besteht, dass das beanstandete Verhalten das fragliche Tatbestandsmerkmal erfüllt. Eine auslegungsbedürftige Antragsformulierung kann jedoch dann hinzunehmen sein, wenn dies zur Gewährleistung des Rechtsschutzes im Hinblick auf eine bestimmte Werbemethode erforderlich erscheint (BGH GRUR 2002, 1088, 1089 -Zugabenbündel; BGHZ 158, 174, 186 – Direktansprache am Arbeitsplatz; GRUR 2005, 443, 445 – Ansprechen in der Öffentlichkeit II; GRUR 2005, 604, 605 -Fördermittelberatung; GRUR 2007, 607 – Telefon Werbung für Individualverträge).

Ausgehend von diesen Grundsätzen ist vorliegend ein Fall gegeben, in dem bereits der gesetzliche Verbotstatbestand selbst eindeutig und konkret gefasst und eine entsprechende Auslegung der diesbezüglichen Tatbestandsvoraussetzungen geklärt ist. Weder ist der Begriff „Werbemitteilungen“ als zu unbestimmt anzusehen, da in aller Regel wie bei dem Begriff „werben“ nicht unzweifelhaft ist, ob eine Maßnahme als Werbung anzusehen ist oder nicht, noch stellt sich das Kriterium der fehlenden vorherigen Einwilligung als zu unzureichend bestimmt dar (vgl. OLG Hamm MD 2006, 1285; Urt. vom 15.08.2006, Az. 4 U 78/06; Köhler, in Hefermehl u.a., 25. Aufl. 2007, UWG § 12 Rn. 2.40; LG Stuttgart WRP 2005, 1041, zu § 7 II Nr. 2 Fall 1 UWG; s. a. Antragsfassung in der Sache BGH GRUR 2007, 34 607 – Telefon Werbung für Individualverträge), das tatsächlich ohne weiteres geklärt und auch einer Beweiserhebung zugeführt werden kann. Es bestehen keine entsprechenden Auslegungszweifel wie etwa bei dem Merkmal eines „vermuteten Einverständnisses“ (i.S.v. § 7 II Nr. 2 Fall 2 UWG), das den dargestellten Anforderungen an die Bestimmtheit von Klageanträgen nicht genügt (BGH a.a.O.). Ebenso wenig ist zweifelhaft, dass es sich bei der Zusendung von e-mails um elektronische Post im Sinne der Nr. 3 handelt (vgl. dazu OLG Hamburg, Urt. v. 29.11.2006, Az. 5 U 79/06). Der Antrag stellt sich mithin, wie entsprechend in diesem Punkt auch vom Landgericht beurteilt, als hinreichend bestimmt dar.

II.

Der vom Kläger weiter verfolgte Klageantrag ist in seiner allgemeinen Form, nämlich betreffend die unverlangte und/oder nicht eingewilligte Übersendung von e-mail-Sendungen begründet. Eine Einschränkung in Bezug auf den inhaltlichen Werbegegenstand, hier Gewinnspiele, ist nicht erforderlich. Insofern ist die Wiederholungsgefahr auch

durch die nunmehr erweiterte Unterwerfungserklärung der Beklagten nicht beseitigt.

1.

Dass hier ein Verstoß gegen § 7 II Nr. 3 UWG erfolgt ist, ist zunächst nicht erheblich bestritten. Eine Einwilligung zu den streitgegenständlichen Übersendungen vom 31.10.2006 gegenüber den beiden genannten Adressaten, die Verbraucher sind, ist nicht vorgelegt.

2.

Die Wiederholungsgefahr ist, wobei sich die Grenzziehung im Einzelfall naturgemäß als durchaus schwierig darstellen kann, nicht ausgeräumt. Diese besteht hinsichtlich der „konkreten Verletzungshandlung“, die als solche zunächst Voraussetzung für den Unterlassungsanspruch ist. Die Merkmale dieser Handlung, die ihre Wettbewerbswidrigkeit begründen, bilden nunmehr die „konkrete“ Verletzungsform, auf die es bei der Umschreibung des künftig zu unterlassenden Verhaltens ankommt. Die von der konkreten Verletzungshandlung ausgehende Wiederholungsgefahr besteht dabei auch hinsichtlich sonstiger künftiger, leicht abgewandelter Verletzungshandlungen, die im „Kern“ oder „Wesen“ der konkreten Verletzungshandlungen entsprechen. Gewisse Verallgemeinerungen werden davon mit umfasst und sind zulässig, sofern darin das Charakteristische der Verletzungshandlung zum Ausdruck kommt (BGH GRUR 1957, 606, 608; GRUR 1984, 593 – adidas-Sportartikel; Köhler, a.a.O., § 12 Rn. 2.44 m.w.N.; Teplitzky, a.a.O., Kap. 51 Rn. 14 ff.). Im vorgenannten Adidas-Fall bezog sich die irreführende (Lockvogel-) Werbung beispielsweise allein auf bestimmte Sportartikel mit dem bekannten Markennamen Adidas. Hier wurde zwar eine Erstreckung auf sämtliche Adidas-Sportartikel für zulässig gehalten, nicht hingegen aber eine solche auf derartige Sportartikel schlechthin, also auch von anderen Herstellern. So hat etwa auch das OLG Stuttgart (in: GRUR 2005, 93) wegen einer Werbung mit einer unzutreffenden Leistungsangabe bei einem Mikrowellen-Gerät ein auf „Haushaltsgeräte“ verallgemeinertes Unterlassungsgebot als gerechtfertigt angesehen.

Das Charakteristische der Verletzungshandlung ist im Streitfall nicht die Art und Weise der Kundgabe in inhaltlicher Hinsicht wie in den vorgenannten Vergleichsfällen, sondern die Belästigung durch die ungerechtfertigte e-mail-Übermittlung als solche, bei der der Inhalt der Mail für den Verbotbestand nicht maßgeblich ist. Die Verletzung beinhaltet, ohne dass es überhaupt auf den Inhalt der Mail ankommt, im Kern, dass die Verbraucher dadurch belästigt werden, dass ihnen ohne ihre Einwilligung auf diesem Wege Werbesendungen zugesandt werden und ohne dass sie hierfür quasi ihren „elektronischen Briefkasten“ geöffnet haben. Im Unterschied zu den insoweit abweichenden Irreführungsfällen ist der Inhalt der Mail gerade in Bezug auf die Verletzungshandlung nicht tatbestandsbegründend. Auf die Vorstellung davon, welche inhaltliche Ausgestaltung die Mail hat, kommt es, anders als etwa bei der adidas-Werbung, wo die Werbeaussage als inhaltlich falsch und irreführend bewertet wurde, nicht an. Das Verbot des § 7 II Nr. 3 UWG knüpft unabhängig von der inhaltlichen Komponente allein an die fehlende Einwilligung hinsichtlich der auf elektronischem Wege geschickten Werbung. Nicht maßgeblich ist demgegenüber, dass es sich inhaltlich hierbei um eine Gewinnspielaktion handelte, die dazu diente, die Verbraucher hierdurch an Werbung heranzuführen und von ihnen in diesem Rahmen Einwilligungen hierfür zu bekommen. Zwar ist die Beklagte allein mit diesem Vorgang in den Wettbewerb getreten, und

es ist auch nicht feststellbar, dass die Beklagte auch in anderen Produktparten entsprechend tätig ist bzw. tätig geworden ist. Indes kommt es hierauf entscheidend insofern nicht an, als eben das Produkt als solches für die Beurteilung des für die Verletzung Charakteristischen nicht maßgeblich ist, sondern die belästigende Art der Übermittlung. Ob die e-Mail dem Empfänger die Werbung unmittelbar zur Kenntnis bringt oder ob dies indirekt durch eine vorgeschaltete Werbung für ein Gewinnspiel geschieht, spielt keine Rolle. Hinzu kommt, dass ansonsten auch ein genügender Rechtsschutz in vergleichbaren Fällen gegebenenfalls nicht erzielt werden könnte. Zum einen können die werblichen Inhalte zur Umgehung des Verbots in geeigneten Fällen mitunter durch ein Einfaches ausgetauscht werden. Zum anderen existieren im Wettbewerb auch Datenbanken mit Kundenadressen für verschiedene Branchen, bei denen zur Verhinderung entsprechender Belästigungen im Rahmen des hier maßgeblichen Verbraucherschutzes eine einheitliche Datenpflege geboten erscheint.

PreisangabenV, Großhändlerwerbung

Es liegt kein „Anbieten“ im Sinne von § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV vor, wenn ein Einkaufsverband im Internet für Waren lediglich unter Angabe der unverbindlichen Preisempfehlung wirbt und für Warenbestellungen auf ihm angeschlossene Einzelhändler verweist.

OLG München, Urt. v. 11.10.2007, Az.:29 U 2636/07 (ID 40752)

Sachverhalt (gekürzt):

I.

Den Gegenstand des Rechtsstreits bildet eine wettbewerbsrechtliche Auseinandersetzung zwischen den Parteien. Die Klägerin gehört einer allseits bekannten Firmengruppe an, die Produkte aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik vertreibt. Die Beklagte betreibt die Homepage der R(...) Z(...) Gruppe. Deren Warensortiment stimmt im Wesentlichen mit dem Angebot der Klägerin überein.

Auf der Homepage der Beklagten befand sich am 24.07.2006 folgender Eintrag (Anlage JS 2):

„Hinweis: *UVP: Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers gelber Preis: Angebotspreis, nur gültig bei teilnehmenden Händlern und solange der Vorrat reicht

roter Preis: unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers; den aktuellen Preis erfahren Sie bei Ihrem R(...) Z(...) Händler vor Ort oder auf dessen Internet-Auftritt (siehe Händlersuche).“

Ferner waren auf der Website der Beklagten am 24.07.2006 zwei unverbindliche Preisempfehlungen zu hoch angegeben.

Die Klägerin sieht hierin ein wettbewerbswidriges Verhalten.

(...)

Am 26.02.2007 gab das Landgericht der Klage teilweise statt.

(...)

Zur Begründung führte das Erstgericht aus, die Klage sei insoweit unbegründet, als klägerseits das Verbot von Werbung ohne Angabe von Endpreisen (Antrag 1.1.) begehrt werde und sich die entsprechenden Folgeanträge (Anträge II. bis V.) hierauf rückbezögen. Der Klägerin stehe nämlich insoweit ein Anspruch aus §§ 8, 3, 4 Nr. 11 UWG in Verbindung mit der Preisangabenverordnung (PAngV) nicht zu, weil die Beklagte den Vorschriften der PAngV nicht unterliege. Die Verpflichtung zur Angabe des Endpreises treffe nur denjenigen Anbieter, der diesen Preis gegenüber dem Letztverbraucher festsetze oder von ihm verlange. Vertragspartner des Verbrauchers solle nicht die Beklagte als genossenschaft-

licher Zusammenschluss von Einzelhändlern sein, sondern der R(...) Z(...) (Einzel-) Händler vor Ort. Dies gehe eindeutig aus der angegriffenen Werbeanzeige gemäß Anl. JS 2 hervor. Es liege auch kein Fall der zur Endpreisangabe verpflichtenden Gemeinschaftswerbung mehrere Anbieter vor.

Aus den Gründen:

Soweit die Klägerin erstinstanzlich unterlegen ist (im Hinblick auf Klageantrag I.1.: Verbot der Werbung ohne Angabe von Endpreisen sowie die sich hierauf zurückbeziehenden Folgeanträge II., IV. und V. und in Richtung auf Klageantrag III.) greift sie das landgerichtliche Urteil mit ihrer Berufung an.

Zur Begründung lässt sie ausführen, die streitgegenständliche Werbung sei aus der Sicht der Verbraucher als eine Gemeinschaftswerbung der R(...) Z(...) Händler anzusehen. Nach der Entscheidung des Bundesgerichtshofs *Importeurwerbung*, (GRUR 1990, 1022, 1023) bestehe in einem solchen Fall eine Verpflichtung der werbenden Beklagten zur Angabe von Endpreisen nach der Preisangabenverordnung. Aus der Sicht des Verkehrs trete die Beklagte als sich unmittelbar an diesen wendender Anbieter auf und nicht wie ein Importeur oder Hersteller, der in keine unmittelbare Rechtsbeziehung zum Letztverbraucher eintrete. Entgegen der Auffassung der Beklagten enthalte die streitgegenständliche unverbindliche Herstellerpreisempfehlung auch nicht lediglich eine objektive und neutrale Information über die Preisvorstellungen des Herstellers, an die der Händler nicht gebunden sei. Der Verkehr werde vielmehr aufgrund der streitgegenständlichen Werbung zu der Annahme verleitet, dass dort, wo die entsprechenden Endpreise nicht angegeben wurden, der jeweilige Endpreis ca. in der Höhe der jeweiligen Herstellerpreisangabe liegen werde.

Die Beklagte verteidigt das landgerichtliche Urteil und führt ergänzend aus:

Normadressat der PAngV sei der Anbieter selbst. Dies sei bei der Beklagten nicht der Fall, nachdem sie als genossenschaftlicher Zusammenschluss von Einzelhändlern lediglich Werbung für diese betreibe, jedoch keine eigenen Produkte an den Endkunden veräußere. Mit der angegriffenen Werbung verbinde der angesprochene Verkehr auch keine Gemeinschaftswerbung der 2000 bei der Beklagten angeschlossenen Händler im Sinne der Entscheidung des Bundesgerichtshofs *„Importeurwerbung“*. Dies folge schon aus dem Wortlaut des Werbetextes. Dem könne nämlich der Verbraucher entnehmen, dass er das Produkt nicht bei der Beklagten erwerben könne, sondern beim R(...) Z(...) Einzelhändler. Die Beklagte sei auch nicht in der Lage, die Endpreise anzugeben, da die R(...) Z(...) Händler in ihrer Preisgestaltung frei seien.

II.

1. Die Berufung der Klägerin ist zulässig, aber unbegründet.

Zutreffend hat das Landgericht das Bestehen eines Unterlassungsanspruchs nach §§ 8, 3, 4 Nr. 11 UWG i.V.m. der Preisangabenverordnung (PAngV) verneint. Nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV hat den Endpreis anzugeben, wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren oder Leistungen anbietet oder als Anbieter von Waren oder Leistungen gegenüber Letztverbrauchern unter Angabe von Preisen wirbt.

Ob die Werbeangaben auf der streitgegenständlichen Internetseite der Beklagten zum „roten Preis“ mit den unverbindlichen Preisempfehlungen des Herstellers die Anforderungen an ein „Anbieten“ im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV erfüllen, kann im Streitfall dahingestellt bleiben. Jedenfalls ist ein solches nicht im Sinne von § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV an Letztverbraucher gerichtet. Die Verpflichtung zur Angabe des Endpreises trifft nur denjenigen, der den Preis gegenüber dem Letztverbraucher festsetzt, bzw. von ihm fordert (BGH GRUR 1992, 857, 858 – Teilzahlungspreis unter Hinweis auf die amtliche Begründung zur Verordnung zur Regelung der Preisangaben, Bundesanzeiger Nr. 70/1985 vom 30.04.1985, Seite 3730; BGH GRUR 1990, 1022 – Importeurwerbung; Hefermehl/ Köhler/ Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Aufl. 2007, Vorb. PAngV Rn. 9; Harte/Henning/Völker, UWG 2004, § 1 PAngV, Rn. 10 m. w. N.). Diese Anforderung erfüllt die streitgegenständliche Werbung der Beklagten auf ihrer Webseite gemäß Anlagen JS 2 bis JS 4 (soweit auf Angaben zum „roten Preis“ bezogen) nicht.

Aus der Sicht des von der streitgegenständlichen Werbung angesprochenen Verkehrs liegt vielmehr in Richtung auf die in der streitgegenständlichen Anzeige angeführten „roten Preise“ eine mit der UVP des Herstellers ausgestattete Produktwerbung vor, aus der ohne Weiteres ersichtlich ist, dass der Verbraucher die darin vorgestellten Waren nicht über den Werbenden selbst, sondern nur über einen Dritten (nämlich den R(...) Z(...) Händler) beziehen kann, wobei ausschließlich Letzterer im Sinne der vorgenannten Entscheidungen des Bundesgerichtshofs den Preis gegenüber dem Letztverbraucher festsetzt.

Dem Nutzer der streitgegenständlichen Webseiten wird nämlich unter der Rubrik: „Hinweis (...) roter Preis“ vermittelt (vgl. Anlage JS 2): „Unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers; den aktuellen Preis erfahren Sie bei ihrem R(...) Z(...) Händler vor Ort, oder auf dessen Internet-Auftritt (siehe Händlersuche)“. Klickt der Verbraucher sodann den unmittelbar folgenden Link „zur Händlersuche“ an, so erhält er Informationen über den Verkäufer, nämlich den (Einzel-) R(...) Z(...) Händler. Auch die weitere Gestaltung der als Anlagen JS 2 bis JS 4 vorgelegten Webseiten der Beklagten, aus der sich ergibt, dass der Nutzer auf den Händler im Folgenden (auch) weitergeleitet wird, indem er im Hauptmenü den Begriff „Händler“ oder die unterhalb der jeweiligen Produkte befindliche Rubrik „erhältlich bei“ anklickt, zeigt, dass aus der Sicht des angesprochenen Verkehrs kein an den Letztverbraucher gerichtetes (verbindliches) Angebot vorliegt. Eine solchermaßen gestaltete Werbung wird auch dann nicht von § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV erfasst, wenn dabei ein empfohlener Richtpreis angegeben wird (BGH aaO. -Importeurwerbung).

Die Klägerin kann sich auch nicht mit Erfolg darauf berufen, dass ein Fall der unter die Verpflichtung zur Angabe des Endpreises fallenden Gemeinschaftswerbung vorliege. Nach der Entscheidung des BGH *„Importeurwerbung“* (aaO.) umfasst § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV zwar auch eine Werbeanzeige, die (lediglich) von einem Hersteller oder Großhändler stammt, sich aus der Sicht der angesprochenen Verbraucher aber als eine „Gemeinschaftswerbung der darin genannten Kraftfahrzeughändler“ darstellt. So liegt der Fall hier aber nicht. In den streitgegenständlichen Werbeanzeigen gemäß Anlagen JS 2 bis JS 4 wird keiner der – nach dem unbestritten gebliebenen Vortrag der Beklagten – 2000 bei ihr angeschlossenen R(...) Z(...) Einzelhändler namentlich aufgeführt, es gibt demnach

„keine darin genannten Händler“ im Sinne der vorgenannten BGH-Entscheidung „Importeurwerbung“, die aus der Sicht des angesprochenen Verkehrs als Anbieter in der Werbung erscheinen. Der Verbraucher versteht demzufolge auch die Anzeige nicht „als einheitliche Werbung (...), die durch herausgehobene Wiedergabe des beworbenen Fahrzeugs und die Nennung der Händler, bei denen es erworben werden könne, gekennzeichnet“ ist. Vielmehr erkennt der Verkehr aufgrund der Gestaltung der streitgegenständlichen Werbung ohne Weiteres, dass die Beklagte hier lediglich Werbung (wenn auch im Eigeninteresse, nämlich in Erfüllung der ihr satzungsgemäß auferlegten Verpflichtung zur Unterstützung und Förderung ihrer Mitglieder) für einen Dritten betreibt, nämlich den R(...) Z(...) Einzelhändler.

Unzulässige Einflussnahme durch Gewinnspiel

Es stellt eine unsachliche Einflussnahme im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG dar, wenn bei einem zu Werbezwecken veranstalteten Gewinnspiel die Teilnahme von dem Einverständnis des Teilnehmers abhängig gemacht wird, dass seine persönlichen Daten an Drittunternehmen zu Werbezwecken weitergegeben werden.

OLG Köln, Urt. v. 12.09.2007, Az.: 6 U 63/07
(ID 40745)

Gründe:

I.

Der Kläger (eine qualifizierte Einrichtung nach § 4 UKlaG) nimmt mit der am 13.07.2006 erhobenen Klage die Beklagte auf Unterlassung einer Verlosung von Eintrittskarten zur Fußballweltmeisterschaft (FIFA WM) 2006 in Anspruch. Eine gleichlautende, auf seinen Antrag hin am 22.03.2006 erlassene einstweilige Verfügung des Landgerichts Bonn (11 O 41/06) war zuvor wegen eines Vollziehungsmangels unwirksam geworden.

Die Beklagte bewarb die Verlosung – wie aus den vorstehend eingblendeten Bildschirmkopien ersichtlich – im März 2006 auf ihrer Internetseite. Nach Beantwortung der (sehr einfachen) Gewinnfrage und dem Anklicken der Schaltfläche „Weiter“ wurden die Interessenten auf der Folgeseite mit der Überschrift „Einfach ausfüllen und gewinnen!“ zur Angabe persönlicher Daten (von denen einige als „optionale Angaben“ gekennzeichnet waren) aufgefordert. Rechts davon (unter der Überschrift) befanden sich mehrere Kontrollkästchen. Sie betrafen eine Einverständniserklärung mit der Weiterleitung von Vertragsdaten und der Information über Produkte und Dienstleistungen der Unternehmensgruppe der Beklagten sowie das Einverständnis mit den Teilnahmebedingungen des Gewinnspiels. Bestätigten die Interessenten nur das letzte Kontrollkästchen, erschien beim Anklicken der Schaltfläche „senden“ in roten Buchstaben der Hinweis: „Es fehlen noch Angaben. Bitte tragen Sie diese nach.“ Neben dem Kontrollkästchen zur Einverständniserklärung in die Datenweitergabe erschien der rot umrandete Hinweis: „Bitte bestätigen.“ In Höhe des Kontrollkästchens zur Art der Informationserteilung erschien der Hinweis: „Bitte mindestens einen Kontaktweg auswählen.“

Der Kläger hat geltend gemacht, dass die Beklagte unter Ausnutzung ihrer besonderen Stellung als Inhaberin von WM-

Tickets die angesprochenen Verbraucher durch hohe Gewinnanreize veranlasse, in die Verwendung ihrer personenbezogenen Daten zu Wettbewerbszwecken einzuwilligen; dies mache sie aber nicht rechtzeitig deutlich, sondern erst nach einem Versuch des Verbrauchers, ohne Anklicken der Einverständniserklärung an der Verlosung teilzunehmen. Wegen des genauen Klageantrags und der weiteren Einzelheiten des erstinstanzlichen Sach- und Streitstandes wird auf das Urteil des Landgerichts verwiesen. Mit diesem Urteil hat das Landgericht die Klage abgewiesen, weil hinsichtlich des beanstandeten Verhaltens der Beklagten nach dem Ende der Fußballweltmeisterschaft 2006 keine Wiederholungsgefahr mehr bestehe.

Im Berufungsverfahren verfolgt der Kläger seinen erstinstanzlichen Klageantrag (mit einem nachfolgend zu behandelnden Formulierungsunterschied) weiter. Er meint, es bestehe eine Parallele zu dem Verfahren auf Erlass einer einstweiligen Verfügung 31 O 298/06 LG Köln = 6 U 184/06 OLG Köln, das sich ebenfalls auf eine Verlosung von Tickets für die FIFA WM 2006 bezog und in dem der Senat in der Gestaltung des (auf S. 33 ff. der Berufungserwiderung [Bl. 279 ff. d.A.] wiedergegebenen) Internet-Auftritts eine unangemessene unsachliche Beeinflussung der Verbraucher gesehen hatte. Die Beklagte verteidigt mit umfangreichen schriftsätzlichen Ausführungen, auf die verwiesen wird, das angefochtene Urteil.

II.

Die zulässige Berufung hat in der Sache Erfolg.

Nach dem unstreitigen Sachverhalt steht dem gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 DWG aktiv legitimierten Kläger der geltend gemachte wettbewerbsrechtliche Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte aus §§ 3, 4 Nr. 1, 8 Abs. 1 S. 1 UWG zu.

1. Die an die Antragsfassung anknüpfenden Einwendungen der Beklagte erweisen sich allesamt als unbegründet.

a) Wie der Kläger mit Schriftsatz vom 06.08.2007 klargestellt hat, ist mit der gegenüber dem erstinstanzlichen Klageantrag leicht veränderten (statt die Verlosung von Tickets „zur“ FIFA WM 2006 die Verlosung von Tickets „für die“ FIFA WM 2006 angreifenden) Fassung seines Berufungsantrags keine Änderung seines Begehrens in der Sache verbunden. Die Beklagte, die hierin eine unzulässige Klageänderung sieht, vermag selbst nicht anzugeben, worin der sachliche Unterschied beider Formulierungen bestehe und warum der neue Antrag nunmehr unbestimmt sein soll.

b) Der Senat versteht das Begehren des Klägers dahin, dass er eine Verlosung von Tickets durch die Beklagte wie für die FIFA WM 2006 untersagt wissen will, wenn dies in der näher beschriebenen Art und Weise geschieht; die vom Berufungsantrag (unter Einblendung der dort in Bezug genommenen Bildschirmkopien) nur redaktionell geringfügig abweichende Fassung der Urteilsformel trägt diesem eindeutigen Sinngehalt des Klagebegehrens Rechnung.

Der Antrag des Klägers ist (und war von Beginn des Rechtsstreits an) nämlich so auszulegen, dass er die Beklagte auf Unterlassung eines mit der beanstandeten Ticket-Verlosung zur FIFA WM 2006 im Kern gleichen künftigen Verhaltens in Anspruch nimmt. Die Klage wurde der Beklagten vier Tage nach dem Endspiel der Fußballweltmeisterschaft 2006 gestellt. Die Erwähnung der Verlosung von Tickets zur nicht wiederholbaren FIFA WM 2006 im Klageantrag konnte

danach nur als beispielhafte Umschreibung der konkreten Verletzungsform verstanden werden, deren Unterlassung der Kläger begehrt. Dass er seinen Klageantrag so verstanden wissen wolle, hat er bereits mit Schriftsatz vom 19.12.2006 klar gestellt.

Ein solches Verständnis des Klageantrags ist möglich, denn nach der in Rechtsprechung und Schrifttum herrschenden „Kerntheorie“ fällt in den Verbotsbereich eines Unterlassungstitels von vornherein nicht nur die identische Wiederholung des untersagten konkreten Verhaltens, sondern es werden davon auch solche Handlungen erfasst, die nur unbedeutend von der verbotenen Form abweichen und den Kern des gerichtlichen Verbots unberührt lassen, wenn sich nur das Charakteristische des verbotenen Verhaltens in der im anschließenden Vollstreckungsverfahren beanstandeten Handlung wiederfindet (BGHZ 126, 287 [295] = GRUR 1994, 844 – Rotes Kreuz; BGH, GRUR 2006, 421 [422] -Markenparfümverkäufe; Hefermehl / Köhler / Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Aufl., UWG § 12, Rn. 6.4; Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Verfahren, 9. Aufl., Kap. 57 Rn. 12 ff.; jeweils m.w.N.). Auch eine vertragliche Unterlassungserklärung, die ihrem Wortlaut nach allein auf ein konkretes Gewinnspiel Bezug nimmt, das im Zeitpunkt der Abmahnung und Unterwerfung bereits abgeschlossen war und nicht wiederholt werden kann, erfasst danach alle Verhaltensweisen, die für das beanstandete Gewinnspiel charakteristisch sind und seine Wettbewerbswidrigkeit begründen (BGH, GRUR 1996, 290 [291] -Wegfall der Wiederholungsgefahr I). Nichts anderes gilt, wenn eine konkrete Werbung durch unmittelbare Bezugnahme mit dem Vergleichspartikel „wie“ zum Gegenstand des Klageantrags gemacht worden ist, wobei die Hinzufügung abstrakt formulierter Merkmale möglich ist, aber lediglich dazu dient, den Kreis der Varianten näher zu bestimmen, die von dem Verbot als kerngleiche Verletzungsformen erfasst sein sollen (BGH, GRUR 2006, 164 [165] -Aktivierungskosten II).

c) Nach diesen Grundsätzen scheidet das Unterlassungsbegehren des Klägers nicht am Fehlen der erforderlichen Wiederholungsgefahr (§ 8 Abs. 1 S. 1 UWG). Denn weil sich die durch eine Verletzungshandlung begründete tatsächliche Vermutung der Wiederholungsgefahr nach der „Kerntheorie“ nicht auf die genau identische Verletzungsform beschränkt, sondern alle im Kern gleichartigen Verletzungshandlungen umfasst (BGH, a.a.O.; vgl. auch BGH, GRUR 1997, 379 [380] – Wegfall der Wiederholungsgefahr II; GRUR 2000, 337 [338] – Preisknaller; GRUR 2005, 443 [446] – Ansprechen in der Öffentlichkeit II), kommt es nicht darauf an, ob einzelne Handlungselemente des beanstandeten Verhaltens einmalig und unwiederholbar sind, solange in Zukunft weitere im Kern gleichartige Verstöße zu erwarten sind (Hefermehl / Köhler / Bornkamm, a.a.O., § 8, Rn. 1.36; 1.41; vgl. die Beispiele bei Teplitzky, a.a.O., Kap. 6 Rn. 14). Anders liegt es nur, wenn mit dem Ende der rechtsverletzenden Handlung auch jede Wahrscheinlichkeit für eine Wiederaufnahme ähnlicher Tätigkeiten durch den Verletzer beseitigt ist (BGH, GRUR 1992, 318 [319 f.] – Jubiläumsverkauf [kritisch dazu Hefermehl / Köhler / Bornkamm, a.a.O., § 8, Rn. 1.41; Teplitzky, a.a.O.]; GRUR 2001, 453 [455] – TCM-Zentrum; GRUR 2004, 162 [164] -Mindestverzinsung). Davon kann im Streitfall keine Rede sein:

Solange die Beklagte keine anderslautende strafbewehrte Unterlassungserklärung abgibt, erscheint es nämlich keineswegs ausgeschlossen, dass sie in absehbarer Zeit eine Aktion

durchführt, die der streitbefangenen Verlosung von Tickets für die FIFA WM 2006 im Kern gleichartig ist, indem sie über ähnlich gestaltete Internetseiten ähnlich begehrte Eintrittskarten für eine attraktive Publikumsveranstaltung auslobt. Allein aus dem Bereich des Sports sind in naher Zukunft viele andere vergleichbare Großereignisse – von der Fußballeruropameisterschaft 2008 (in Österreich und der Schweiz) bis zu den Olympischen Winterspielen 2018 (vielleicht in München) – vorstellbar.

2. Die Gestaltung des Internet-Auftritts und damit die Art und Weise der von der Beklagten durchgeführten Ticket-Verlosung ist geeignet, die Entscheidungsfreiheit der angesprochenen Verbraucher in unangemessener unsachlicher Weise zu beeinträchtigen (§ 4 Nr. 1 UWG). Soweit der Kläger sich in der Berufungsinstanz – den Hinweisen des Senats im Verfahren 6 U 184/06 folgend – jetzt vor allem auf diesen Aspekt der unsachlichen Verbraucherbeeinflussung stützt, handelt es sich nur um die rechtliche Einordnung des schon mit der Klage geführten, sachlich unveränderten Angriffs und (im Unterschied zur Fallgestaltung der Entscheidung BGH, GRUR 2007, 161 – dentalästhetika II) nicht um einen neuen anspruchsbegründenden Lebenssachverhalt, sodass die Verjährungseinrede der Beklagten ins Leere geht.

a) Gewinnverlosungen sind wettbewerbsrechtlich grundsätzlich zulässig. (http://www.justiz.m-w.de/nrwe/olgs/koeln/j2007/6_U_63_07urteil20070912.html 03.01.2008). Besondere Umstände, die ihre Unlauterkeit begründen, können aber nicht nur aufgrund der Sondertatbestände einer Koppelung der Teilnahme mit dem Warenabsatz (§ 4 Nr. 6 UWG) und einer Intransparenz der Teilnahmebedingungen (§ 4 Nr. 5 UWG) oder bei Irreführung des Publikums über die Gewinnchancen (§ 5 UWG), sondern auch in einem unangemessenen Einwirken auf die Entscheidungsfreiheit des Verbrauchers – wie beim psychischen Kaufzwang oder beim übertriebenen Anlocken – bestehen (BGH, GRUR 1998, 735 [736] – Rubbelaktion; GRUR 2000, 820 [821] -Space Fidelity Peep-Show; GRUR 2002, 1003 [1004] – Gewinnspiel im Radio; GRUR 2002, 976 [978] – Koppelungsangebot I; Piper / Ohly, UWG, 4. Aufl., § 4, Rn. 1/134; Hefermehl / Köhler / Bornkamm, a.a.O., § 4, Rn. 1.123 ff. m.w.N.)

b) Solche besonderen Umstände liegen auch hier vor.

In der konkreten Verletzungsform wird die Teilnahme des Verbrauchers an der Verlosung gekoppelt an seine Erklärung, mit der Weitergabe der Vertragsdaten aus seinen Verträgen mit der Beklagten oder ihren Schwesterunternehmen und mit der Übermittlung von Werbesendungen oder mit Werbeanrufen einverstanden zu sein. Auf diese Weise soll er durch einen aleatorischen Anreiz – also durch ein sachfremdes Motiv – bewegt werden, einen Teil seiner durch § 12 Abs. 1 und 2 TMG (früher § 3 Abs. 1 und 2 TDDSG) und § 7 Abs. 2 Nr. 2 und 3 UWG ausdrücklich geschützten Privatsphäre preiszugeben. Die Einflussnahme auf die Entscheidung des Verbrauchers, ob er die erforderliche Einwilligung erteilen will oder nicht, beschränkt sich aber nicht nur auf die Auslobung eines attraktiven Gewinns und den aleatorischen Anreiz. Vielmehr wird sie in unangemessener Weise verstärkt durch die psychisch schwierige Situation, in der sich der Verbraucher befindet, wenn er erstmals von der Koppelung zwischen Gewinnspielteilnahme und Einwilligungserklärung erfährt.

Diese von der Beklagten hergestellte Abhängigkeit ist für den Verbraucher nämlich erstmals erkennbar, nachdem er sich

(mit Beantwortung der Gewinnfrage und Anklicken der „weiter“-Schaltfläche, dem Ausfüllen der Felder mit seinen persönlichen Daten auf der Folgeseite und dem Anklicken der Schaltfläche „senden“) bereits für die Teilnahme an der Verlosung entschieden hat. Gerade demjenigen Verbraucher, der die Einwilligungserklärung ursprünglich nicht abgeben will und sich durch Offenlassen der entsprechenden Kontrollkästchen stillschweigend gegen ihre Erteilung ausgesprochen hat, wird nunmehr mitgeteilt, dass sein Entschluss zur Teilnahme am Gewinnspiel mit dem Verzicht auf die Einwilligungserklärung nicht vereinbar sei. Will er in dieser Lage dem Schutz seiner Privatsphäre Vorrang einräumen, muss er seine bereits getroffene Entscheidung zur Gewinnspielteilnahme revidieren; die erst zu diesem Zeitpunkt offenbarte Kopplung führt also dazu, dass der Verbraucher durch psychischen Druck zu einer Entscheidung – für die Abgabe seiner Einwilligungserklärung – veranlasst wird, die er zunächst bewusst nicht treffen wollte.

Dies stellt – wie der Senat selbst feststellen kann – eine unangemessene unsachliche, die freie Willensbildung der angesprochenen Verbraucher beeinträchtigende Einflussnahme dar, die wettbewerbsrechtlich nicht hinzunehmen ist.

c) Im Ergebnis ohne Erfolg macht die Beklagte geltend, dass die Umstände des Streitfalles sich wesentlich von denen des Verfahrens 6 U 184/06 unterscheiden.

aa) Entgegen der Auffassung der Beklagten wird der Verbraucher im Streitfall keineswegs von Anfang an und nicht einmal beim genauen Betrachten der zweiten Internetseite gemäß der oben wiedergegebenen Bildschirmkopie zu (2) darüber aufgeklärt, dass eine Gewinnspielteilnahme für ihn nur möglich ist, wenn er die gewünschte Einwilligungserklärung abgibt.

Soweit die Beklagte darauf hinweist, dass der Verbraucher im Parallelfall sogenannte mit einem Sternchenhinweis markierte „Pflichtfelder“ auszufüllen hatte, während hier gerade die „optionalen Angaben“ mit einem Sternchenhinweis gekennzeichnet seien, ist dies unerheblich. In beiden Fällen bezogen sich die Sternchenhinweise auf die Felder, in die der Verbraucher seine persönlichen Daten einzutragen hatte. Aus dem Umstand allein, dass im linken Teil der Internetseite einzelne Felder als „optionale Angaben“ bezeichnet sind, wird er nicht den – für ihn fernliegenden – Umkehrschluss ziehen, dass es sich dann bei den Kontrollkästchen im völlig anders gestalteten rechten Teil der Seite um Pflichtangaben handeln müsse. Zudem handelt es sich bei der durch die Kontrollkästchen vorgegebenen Auswahlmöglichkeit zwischen „ja“ oder „nein“ überhaupt nicht im gleichen Sinne um „Angaben“ wie bei den selbst einzusetzenden Daten im linken Teil.

Aus der Überschrift „Einfach ausfüllen und gewinnen!“ folgt nichts anderes. Diese befindet sich zwar genau über den Erklärungen auf dem rechten Teil der Internetseite. Sie wird von einem durchschnittlich informierten und situationsadäquat aufmerksamen Verbraucher aber nicht so verstanden, als sei das Anklicken bestimmter – oder sogar aller – Kontrollkästchen notwendige Bedingung für die Gewinnspielteilnahme.

Im Gegenteil wird dem Verbraucher gerade durch die mittels Kontrollkästchen eingeräumte Auswahlmöglichkeit suggeriert, er könne sich für oder gegen die Abgabe der entspre-

chenden Erklärung entscheiden und dennoch am Gewinnspiel teilnehmen. Unabhängig von der Frage, ob die Beklagte diesen Eindruck sogar erwecken muss, damit die im Anklicken des Kontrollkästchens liegende elektronische Erklärung des Verbrauchers als „bewusst und eindeutig erteilt“ im Sinne von § 13 Abs. 2 Nr. 1 TMG gewertet werden kann, wird der Verbraucher beim Lesen des rechten Teils der Internetseite um so mehr annehmen, dass es sich bei der Einwilligung in die Datenweitergabe und in die Übermittlung von Werbesendungen um „freiwillige“ Erklärungen handele, als ihm dort für die Kommunikationswege sogar vier Möglichkeiten zur Auswahl geboten und im Fließtext hinzu gesetzt wird: „Diese Angaben haben keinen Einfluss auf die Wirksamkeit meiner Verträge (...)“ Undeutlich bleibt, um welche Verträge es sich hierbei handelt: um den vermeintlich abzuschließenden Gewinnspielvertrag oder die bestehenden Telekommunikationsverträge. Erst danach wird der Verbraucher gefragt, ob er sich mit den Teilnahmebedingungen einverstanden erklärt. Einem verständigen Verbraucher ist klar, dass ohne die Bejahung dieser Frage – durch Anklicken des Kontrollkästchens – eine Gewinnspielteilnahme für ihn nicht möglich sein wird. Er überträgt diese Erkenntnis aber nicht auf die wesentlich umfangreichere vorangehende Erklärung, die zu bejahen er bis zu diesem Zeitpunkt gerade vermieden hat. All dies führt dazu, dass eine hinreichende Aufklärung, die den Verbraucher erst gar nicht in die oben dargestellte psychisch schwierige Entscheidungssituation gelangen lässt, in Wirklichkeit nicht stattfindet.

bb) Erst recht wird die Lage des Verbrauchers nicht dadurch entscheidend verbessert, dass er – wie in § 13 Abs. 2 Nr. 4, Abs. 3 S. 1 TMG vorgeschrieben – im Fließtext der Einwilligungserklärung auf seine Möglichkeit zum jederzeitigen Widerruf hingewiesen wird.

Durch die Möglichkeit zum nachträglichen Widerruf wird der mit der Art und Weise der Internet-Verlosung aufgebaute psychologische Druck, der den Verbraucher zur Erteilung seiner Einwilligung veranlassen soll, weder beseitigt noch nennenswert vermindert. Im Gegenteil wird er – unter dem Einfluss des aleatorischen Anreizes stehend – um so eher zur Abgabe der Erklärung bereit sein, die ihm unerwartet als notwendige Bedingung der Gewinnspielteilnahme abgefordert wird, wenn er beim Lesen des vorformulierten Textes erfährt, dass er die Erklärung jederzeit widerrufen könne. Hat er sie aber einmal abgegeben, um mitspielen zu können, müsste er selbst erneut aktiv werden, um den Widerruf auszusprechen. Der von der Beklagten mit der Veranstaltung der Verlosung erstrebte und erlangte Wettbewerbsvorteil liegt gerade darin, dass ein beachtlicher Teil der Verbraucher den mit Mühen verbundenen Widerruf nicht von sich aus aussprechen wird.

PreisangabenV, Überführungskosten

Überführungskosten sind jedenfalls dann Preisbestandteil und damit in den Endpreis einzurechnen, wenn die Möglichkeit einer Selbstabholung ausscheidet, oder wenn auf eine solche Möglichkeit nicht hingewiesen wird.

OLG Düsseldorf, Urt. v. 04.09.2007, Az.:1-20 U 178/06

(ID 40806)

Aus den Gründen:**I.**

Die Beklagte handelt mit Kraftfahrzeugen des koreanischen Herstellers K., die sie auf ihrer Website unter Angabe von Preisen mit dem Zusatz „Alle Preise inkl. gesetzlicher Mehrwertsteuer – zuzüglich Überführung und Zulassung“ bewirbt. Auf den als Anlage K 4, Bl. 35 bis 39 d. GA., eingereichten Ausdruck wird ergänzend Bezug genommen. Der Kläger, (...) sieht in der Nichteinbeziehung der Überführungskosten einen wettbewerbswidrigen Verstoß gegen die Preisangabeverordnung.

Das Landgericht Duisburg hat der Beklagten verboten, im geschäftlichen Verkehr für Kraftfahrzeuge Preise anzukündigen, die sich um die Kosten der Fracht zum Ort des Verkaufs erhöhen, ohne den eigenen Endpreis einschließlich der Frachtkosten zu nennen, insbesondere unter Nennung eines Preises sowie der Angabe „zuzüglich Überführung“ zu werben. Zur Begründung hat es ausgeführt, in dem nach § 1 Abs. 1 S. 1 Preisangabeverordnung anzugebenden Endpreis müssten die Frachtkosten enthalten sein. Der Verstoß sei auch geeignet, den Wettbewerb nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, da sich die Beklagte durch die Werbung mit Preisen, die unter den Endpreisen lägen, einen Wettbewerbsvorteil verschaffe.

Dagegen wendet sich die Beklagte mit ihrer Berufung.

Die Beklagte trägt vor, die Preisangabeverordnung sei nur eine wertneutrale Ordnungsvorschrift, weshalb es zur Annahme eines wettbewerbswidrigen Verhaltens der Erlangung eines Vorsprungs gegenüber den Mitbewerbern bedürfe. Der durchschnittlich informierte und verständige Durchschnittsverbraucher richte sich jedoch nicht nach den angegebenen Preisen, sondern informiere sich über alle Nebenkosten. Zudem werde die Abholung des Fahrzeuges direkt ab Werk von den Autoherstellern in den letzten Jahren forciert. Dem Wunsch des Käufers, sein Fahrzeug direkt am Ort der Entstehung abzuholen, trage die Trennung von Preis und Überführungskosten Rechnung. Selbst wenn jedoch ein Wettbewerbsverstoß vorliegen sollte, so sei der von ihr erzielte Vorsprung jedenfalls so geringfügig, dass seine Verfolgung durch den klagenden Verband nicht mehr im Interesse der Allgemeinheit liege und vom Kläger daher nicht verfolgt werden könne.

Die Beklagte beantragt, unter Abänderung des am 31. Oktober 2006 verkündeten Urteils des Landgerichts Duisburg – 6 O 282/06 – die Klage abzuweisen. Der Kläger beantragt, die Berufung zurückzuweisen.

Er verteidigt das erstinstanzliche Urteil. Für den Verbraucher seien die Überführungskosten gemeinhin ein fester Preisbestandteil. Die bei vereinzelt „Premium-Herstellern“ praktizierte Abholung ab Werk könne bei den vom Beklagten vertriebenen koreanischen Fahrzeugen ihre Herausnahme aus dem Endpreis nicht rechtfertigen.

II.

Die zulässige Berufung der Beklagten hat in der Sache keinen Erfolg.

(...)

Der Kläger hat gegenüber der Beklagten einen Anspruch auf Unterlassung der Bewerbung von Fahrzeugen mit Preisen, die die Überführungskosten nicht enthalten, aus § 8 Abs. 1 S. 1 UWG i.V.m. §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV.

Die Beklagte ist gehalten, den nach § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV in ihrer Werbung anzugebenden Endpreis unter Einbeziehung der Überführungskosten zu bilden.

Nach § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV hat, wer Letztverbrauchern gegenüber unter Angabe von Preisen für Waren wirbt, die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile unabhängig von einer Rabattgewährung zu zahlen sind. Wird unter Angabe von Preisen für Leistungen geworben, die sich aus der Sicht des Letztverbrauchers als einheitliches Leistungsangebot und damit Gegenstand eines einheitlichen Vertragsschlusses darstellen, so ist ein sich auf dieses einheitliche Leistungsangebot insgesamt beziehender Endpreis anzugeben (Senat, Urt. v. 25. Juni 1996, Az 20 U 135/95, 18 zitiert in WRP 1997, 260, 261, Überführungskosten im Kfz-Handel) Bei Preisangaben handelt es sich um besonders werbeträchtige und sensible Angaben. Der Gesetzgeber hat daher den Grundsatz der Preiswahrheit und Preisklarheit in § 1 Abs. 6 PAngV hervorgehoben. Dem Verbraucher soll Klarheit über die Preise und deren Gestaltung verschafft und zugleich verhindert werden, dass er seine Preisvorstellungen anhand untereinander nicht zu vergleichender Preise gewinnen muss (BGH, GRUR2001, 1166, 1168 – Fernflugpreise).

Hierdurch wird es einem Kraftfahrzeughändler zwar nicht verwehrt, bei seiner Werbung auch auf den Kreis der Selbstabholer abzustellen, wenn für den Kunden die Möglichkeit besteht, das Fahrzeug vom Hersteller oder Importeur selbst abzuholen. Diese Möglichkeit muss jedoch reell bestehen. Es kommt darauf an, ob die Überführung des Fahrzeugs durch den Händler fakultativ oder obligatorisch ist (BGH, GRUR 1983, 658, 661 – Hersteller Preisempfehlung in Kfz-Händlerwerbung). Besteht für den Kunden keine Möglichkeit, das Fahrzeug selbst abzuholen, sind die Überführungskosten im Endpreis anzugeben (BGH, a.a.O.). Entscheidend für die Frage, welcher Endpreis anzugeben ist, ist auch insoweit die Verkehrsauffassung (BGH, GRUR 1983, 443, 445 – Kfz-Endpreis), die zur Einbeziehung der Überführungskosten in den Endpreis tendiert (Senat, Urt. v. 25. Juni 1996, Az 20 U 135/95, a.a.O.).

Vorliegend fehlt es an der Möglichkeit, als Kunde der Beklagten sein Fahrzeug selbst beim Hersteller oder Importeur abzuholen. Eine Abholung ab Werk scheidet bei einem in Südkorea gefertigten Fahrzeug als realistische Möglichkeit aus; dies hat die Beklagte in der mündlichen Verhandlung eingeräumt. Bezüglich der von der Beklagten in diesem Zusammenhang erstmals vorgebrachten, vom Kläger im Übrigen bestrittenen Behauptung, die Fahrzeuge könnten in Frankfurt abgeholt werden, fehlt es an der notwendigen Substantiierung. Dem Vortrag ist nicht zu entnehmen, ob die Kunden auf diese Möglichkeit hingewiesen werden und ob diese auch tatsächlich genutzt wird. In der streitgegenständlichen Werbung der Beklagten findet sich ein entsprechender Hinweis jedenfalls nicht.

Der Verstoß der Beklagten gegen die Preisangabeverordnung ist wettbewerbswidrig. Die Unterscheidung zwischen wertbezogenen und wertneutralen Vorschriften ist mit Novellierung des UWG entfallen. Entscheidend ist nach § 4 Nr. 1 1 UWG n. F. nunmehr, ob die verletzte Vorschrift auch dazu

bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Dies ist bei der Preisangabeverordnung der Fall. Zweck der Preisangabeverordnung ist es, durch eine sachlich zutreffende und vollständige Verbraucherinformation Preiswahrheit und Preisklarheit zu gewährleisten und durch optimale Preisvergleichsmöglichkeiten die Stellung der Verbraucher gegenüber Handel und Gewerbe zu stärken. Ihre Bestimmungen weisen damit erforderlichen Wettbewerbsbezug auf (BGH, GRUR 2003, 971, 972 -Telefonischer Auskunftsdienst; Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 24. Aufl., PAngV, Vorb. Rdnr. 5 m.w.N.).

Der Verstoß ist auch geeignet, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber oder Verbraucher nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen, § 3 UWG. Die in § 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG a. F. enthaltene zusätzliche Voraussetzung für eine Verbandsklage, dass die beanstandete Handlung geeignet sein muss, den Wettbewerb wesentlich zu beeinträchtigen, ist bei der Novelle des UWG ebenfalls entfallen. Auch das in § 3 Abs. 1 Nr. 2 UKIG normierte Kriterium einer nicht nur unerheblichen Verfälschung des Wettbewerbs gilt für die auf § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG n.F. gestützte Verbandsklage, zu der der Kläger mit der auf seinen Hilfsantrag erfolgten Verweisung an das Landgericht Duisburg übergegangen ist, nicht. Erforderlich ist nur noch, dass die Zuwiderhandlung die Interessen der Mitglieder des Klägers berührt, dass also die Voraussetzung für einen eigenen Anspruch der betroffenen Mitglieder, die Eignung zu einer nicht nur unerheblichen Beeinträchtigung des Wettbewerbs, erfüllt ist (Hefermehl/ Köhler/Bornkamm, a.a.O. § 8 Rdnr. 3.51).

Durch unvollständige Preisangaben wird der Wettbewerb auch dann nicht nur unerheblich beeinträchtigt, wenn die Gefahr einer Irreführung durch einen Zusatz wie vorliegend „zuzüglich Überführungskosten“ ausgeräumt wird. Durch die auf den ersten Blick günstiger erscheinenden Preise wird die durch die Preisangabeverordnung geschützte Möglichkeit des Preisvergleichs, der ein unerlässlicher Bestandteil des wirtschaftlichen Wettbewerbs ist, erheblich erschwert (BGH, GRUR 2001, 1166, 1169 – Fernflugpreise, der in dieser Entscheidung wegen der auch dort fehlenden Bezifferung der Zusatzkosten im Übrigen sogar eine wesentliche Beeinträchtigung bejaht hat). Die Bewerbung der Fahrzeuge mit Preisen, die die Überführungskosten nicht enthalten, ist geeignet, Verbraucher auf das Angebot der Beklagten als ein vermeintlich besonders günstiges aufmerksam zu machen und zur Aufnahme von Vertragsverhandlungen zu veranlassen. Der Verbraucher wird diesen angegebenen Preis mit dem von Konkurrenten der Beklagten vergleichen, die Überführungskosten in ihren Endpreis einbezogen haben, was der Beklagten einen Vorteil vor diesen Mitbewerbern verschafft (Senat, Urt. v. 25. Juni 1996, Az 20 U 135/95, zitiert in WRP 1997, 260, 261, Überführungskosten im Kfz-Handel).

Daran ändert der Umstand, dass die Beklagte auf das Hinzutreten der Überführungskosten in ihrer Werbung hinweist, ohne diese im Übrigen zu beziffern, nichts. Die bei einem Kauf anfallenden Nebenkosten werden häufig unterschätzt. Wenn ein potenzieller Käufer anlässlich der konkreten Vertragsverhandlungen dann den von ihm letztendlich zu zahlenden Endpreis einschließlich der Überführungskosten erfährt, hat er sich bereits für einen bestimmten Fahrzeugtyp mit ihm zusagender Ausstattung entschieden und wird daher, jedenfalls wenn dieser Endpreis nicht wesentlich über dem von Mitbewerbern liegt, häufig bei dieser Wahl bleiben.

PreisangabenV, Angabe des Endpreises

Ein aus mehreren Schritten bestehendes Online-Reservierungssystem ist als Einheit zu betrachten. Es genügt deshalb, wenn der Endpreis vor Abschluss des Buchungsvorgangs genannt wird.

OLG Köln, Urt. v. 23.03.2007, Az.:6 U 227/06 (ID 40746)

Gründe:

I.

Die Parteien sind Fluggesellschaften und Wettbewerber auf dem Markt für Billigflüge.

Auf der Startseite des Internetauftritts der Antragsgegnerin finden sich die Rubriken „Buchen“ und „Angebot“. Nach Anklicken des Feldes „Buchen“ wird eine Seite geöffnet, auf der der Start- und Zielflughafen sowie das Hin- und Rückreisedatum einzugeben sind. Oben rechts auf der Seite findet sich der Hinweis, dass es sich um den ersten von insgesamt fünf Buchungsschritten handelt. Bis zur verbindlichen Buchung müssen vier weitere Seiten durchlaufen werden, wobei ab dem zweiten Buchungsschritt der jeweilige Endpreis eines Fluges angegeben wird.

Demgegenüber gelangt der Nutzer über die Rubrik „Angebote“ auf eine Seite, auf der tabellarisch bestimmte Flugziele und die dafür verfügbaren günstigsten Preise, gestaffelt nach Zeiträumen, aufgeführt sind. Über der Tabelle findet sich der Hinweis „Mindestpreis Oneway zuzüglich Steuern und Gebühren“ (vgl. die nachfolgend wiedergegebene Internetseite 1).

Über das Pfeilsymbol neben jeder Preisangabe gelangt der Nutzer auf eine weitere Seite, auf der für bestimmte Flugstrecken die an einem bestimmten Tag günstigsten Preise angegeben werden. Die Spaltenüberschrift „Preis“ ist mit einem Sternchen versehen, welches an der Unterseite aufgelöst wird (vgl. die nachfolgend wiedergegebene Internetseite 2).

Durch Klicken des Pfeilsymbols neben der jeweiligen Preisangabe gelangt der Nutzer direkt – ohne dass es eines Umweges über die Rubrik „Buchen“ bedarf – zu dem zweiten Buchungsschritt des oben beschriebenen Buchungssystems.

pp.

Die Antragstellerin ist der Ansicht, die beiden Internetseiten der Antragsgegnerin verstießen gegen die Vorschriften der PAngV.

Das Landgericht hat sich der Ansicht der Antragstellerin angeschlossen und eine einstweilige Verfügung erlassen, mit der der Antragsgegnerin untersagt wurde, mit den streitgegenständlichen Internetseiten zu werben. Auf den Widerspruch der Antragsgegnerin hin wurde die Beschlussverfügung mit Urteil vom 26.10.2006, auf dessen tatsächliche Feststellungen gemäß § 540 Abs.1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen wird, bestätigt. Gegen das Urteil hat die Antragsgegnerin Berufung eingelegt und beantragt nunmehr, wie erkannt.

Die Antragstellerin beantragt, die Berufung zurückzuweisen. Sie verteidigt das angefochtene Urteil.

II.

Die Berufung der Antragsgegnerin ist zulässig und hat in der Sache Erfolg. Der Antragstellerin steht – anders als es das Landgericht beurteilt hat – kein Unterlassungsanspruch gegen die Antragsgegnerin zu. Ein solcher lässt sich weder aus §§ 8 Abs. 1, 3, 4 Nr. 11 UWG i.V. mit § 1 Abs. 1 PAngV noch aus §§ 8 Abs. 1, 3, 4 Nr. 11 UWG i.V. mit § 1 Abs. 6 S. 2 PAngV herleiten. Auch eine Irreführung nach §§ 3, 5 UWG scheidet aus. Da es schon an einem Verfügungsanspruch fehlt, muss über das Vorliegen eines Verfügungsgrunds nicht entschieden werden. Die zwischen den Parteien streitige Frage, ob die Vermutung der Dringlichkeit des § 12 Abs. 2 UWG durch den Vortrag der Antragsgegnerin widerlegt worden ist, kann daher offen bleiben.

1. Zwar handelt es sich bei § 1 Abs. 1 PAngV und § 1 Abs. 6 PAngV um Normen, die auch dazu bestimmt sind, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln (BGH GRUR 2004, 435, 436 – Frühlingsgeflüge). Ein Verstoß gegen die Normen der PAngV ist im Streitfall jedoch nicht gegeben. Der Internetauftritt der Antragsgegnerin genügt sowohl dem in § 1 Abs. 1 PAngV verankerten Gebot mit Endpreisen zu werben als auch dem Gebot der eindeutigen Zuordnung und leichten Erkennbarkeit nach § 1 Abs. 6 S. 2 PAngV.

a.) Sowohl die Steuern als auch der Kerosinzuschläge gehören zum Endpreis einer Flugreise, denn der Endpreis setzt sich neben dem Flugtarif auch aus denjenigen Leistungen Dritter zusammen, die bei jeder Flugreise in Anspruch genommen werden müssen (BGH GRUR 2001, 1166, 1168 – Fernflugpreise). Dennoch verstößt die Antragsgegnerin nicht gegen § 1 Abs. 1 PAngV, wenn sie bei der erstmaligen Nennung von Preisen nicht bereits die Endpreise angibt, sondern diese erst bei der fortlaufenden Eingabe ermittelt werden. Ein Online-Reservierungssystem, das aus mehreren Schritten besteht, ist als Einheit zu betrachten, sodass es den preisangabenrechtlichen Vorgaben genügt, wenn der Endpreis vor Abschluss des Buchungsvorgangs genannt wird.

aa) Entgegen der von der Antragstellerin vertretenen Ansicht ergibt sich dieses Ergebnis aus den Grundsätzen, die die höchstrichterliche Rechtsprechung in der Entscheidung Internet-Reservierungssystem (GRUR 2003, 889) aufgestellt hat. Dem Einwand der Antragstellerin, der BGH habe in der Entscheidung „Internet- Reservierungssystem“ nur Online Reservierungssysteme vor Augen gehabt, während es sich bei den streitgegenständlichen Seiten um Werbung handele, vermag sich der Senat nicht anzuschließen.

Für die von der Antragstellerin vorgenommene Differenzierung zwischen einem Reservierungssystem (als Teil eines Kaufvorganges) und Werbung (als dem Kaufvorgang vorgeschaltet) finden sich in der Entscheidung des BGH keine Anhaltspunkte. Vielmehr handelt es sich auch bei einem herkömmlichen Reservierungssystem – wie es der Entscheidung des BGH zugrunde gelegen hat – um Werbung i.S. von § 1 Abs. 1 PAngV, denn auch ein solches hat die Förderung des Absatzes zum Ziel (zum Begriff des Werbens vgl. Völker in Harte/Henning, § 1 Rn.12). Jeder, der ein Buchungssystem im Internet zur Verfügung stellt, tut dies in der Absicht zu verkaufen. Auch der BGH bringt in seiner Entscheidung zum Ausdruck, dass er das Reservierungssystem als Werbung versteht. Andernfalls wäre die (spätere) Prüfung eines möglichen Verstoßes gegen § 1 Abs. 6 PAngV -der tatbestandsmäßig eine Werbung voraussetzt – nicht erforderlich gewesen.

bb) Steht somit fest, dass es sich sowohl bei einem herkömmlichen Reservierungssystem als auch bei den streitgegenständlichen Internetseiten der Antragsgegnerin um Werbung handelt, so ist der – insbesondere auch in der mündlichen Verhandlung geäußerten – Ansicht der Antragstellerin nachzugehen, die streitgegenständlichen Seiten erforderten eine strengere rechtliche Beurteilung. Dafür vermag der Senat keine Gründe zu erkennen.

Allein der formale Umstand, dass der Einstieg in das herkömmliche Buchungssystem unter dem Button „Buchen“ erfolgt, der Einstieg in die streitgegenständlichen Seiten unter der Bezeichnung „Angebote“, kann unterschiedliche rechtliche Anforderungen nicht rechtfertigen. Auch inhaltliche Merkmale, die es gebieten könnten, die streitgegenständlichen Seiten nicht an der Rechtsprechung des BGH zu messen, sind nicht ersichtlich. Vielmehr handelt es sich auch bei den streitgegenständlichen Seiten um die Möglichkeiten einer Online-Reservierung; sie wendet sich lediglich an einen anderen Kundenkreis. Während ein herkömmliches Reservierungssystem Kunden anspricht, die Wert auf einen festen Flugtermin legen, sollen es die streitgegenständlichen Internetseiten Preis sensiblen, aber zeitlich nicht exakt auf einen bestimmten Tag festgelegten Kunden ermöglichen, die günstigsten Tage für die Buchung eines Fluges zu den von ihnen gewünschten Zielen einfach und ohne umständliches Suchen ausfindig zu machen.

cc) Findet nach dem eben Gesagten die höchstrichterliche Rechtsprechung auf den vorliegenden Sachverhalt entsprechende Anwendung, kommt es auf die zwischen den Parteien streitige Frage, ob der Kerosinzuschlag und die Steuern von vornherein feststehen oder von der gewählten Flugstrecke abhängen, nicht an, denn die Anwendung der Entscheidung des BGH ist nicht auf Sachverhalte mit variablen Preisbestandteilen beschränkt (OLG Köln GRUR-RR 2005, 90).

a.) Die streitgegenständlichen Seiten des Internetauftritts der Antragsgegnerin 25 können auch nicht als Verstoß gegen die Verpflichtung angesehen werden, die Angaben dem Angebot eindeutig zuzuordnen und es leicht erkennbar zu machen (§ 1 Abs. 6 S. 2 PAngV).

Der BGH hat in der Entscheidung „Internet-Reservierungssysteme“ die Zulässigkeit der Angabe des Endpreises zu einem späteren Zeitpunkt davon abhängig gemacht, dass der Nutzer bei erstmaliger Nennung der Preise klar und unmissverständlich darauf hingewiesen wird, dass diese Preise vorläufig sind und sich die Endpreise leicht erkennbar und gut wahrnehmbar bestimmen lassen. Bei der Beurteilung dieser Frage ist von einem verständigen, durchschnittlich informierten Nutzer auszugehen. Zudem sind die Besonderheiten des Telekommunikationsmittels Internet zu berücksichtigen (BGH WRP 2006, 1507, 1510 -Anbieterkennzeichnung im Internet). Legt man diese Maßstäbe zugrunde, sind die notwendigen Voraussetzungen erfüllt. Die Endpreise sind ab dem Buchungsschritt 2 und in allen folgenden Buchungsschritten gut erkennbar dargestellt. Auch wird der Nutzer in einer dem Kommunikationsmittel Internet entsprechenden Weise klar und unmissverständlich auf die Vorläufigkeit der Preise hingewiesen, denn die jeweiligen Hinweise sind gut lesbar und können räumlich eindeutig zugeordnet werden. So findet sich auf der ersten streitgegenständlichen Internetseite vor der Auflistung der Flugziele der Hinweise: „Mindestpreis Oneway zuzüglich Steuern und Gebühren zuzüglich Kerosinzuschlag.“ Geht man von einem durchschnittlichen Nutzer

aus, der eine Seite von oben nach unten liest, kann dieser hinreichend groß geschriebene Hinweis nicht übersehen werden. Auf der zweiten streitgegenständlichen Seite befindet sich eine mit der Bezeichnung „Preis“ überschriebene Spalte. Direkt an dem Begriff „Preis“ findet sich ein Sternchenhinweis, der am Ende der Übersicht ausgelöst wird und der erneut darauf hinweist, dass sich die Preise ohne Steuern und Gebühren und ohne Kerosinzuschlag verstehen. Diese Auflösung des Sternchenhinweises ist gut lesbar und sie erschließt sich dem Nutzer ohne zu Scrollen, so dass auch hier eine eindeutige räumliche Zuordnung möglich ist.

2. Schließlich ist eine Irreführung der Verbraucher nach §§ 3, 5 UWG ausgeschlossen, denn ein durchschnittlicher Verbraucher erkennt, dass die zunächst angegebenen Preise nur vorläufig sind. Dies folgt schon daraus, dass ein Kunde, der die Seiten der Antragsgegnerin aktiv aufruft, erfahrungsgemäß über die Fähigkeit verfügt, einen elektronischen Verweis zu erkennen (BGH GRUR 2005, 690, 692 – Internet-Versandhandel). Aufgrund dieser Verweise wird er die verschiedenen Internetseiten als zusammengehörig auffassen. Hinzu kommt, dass ein durchschnittlich informierter Verbraucher damit rechnet, dass einem angegebenen Flugpreis Kosten etwa in Form von Steuern hinzuzurechnen sind (OLG Köln GRUR-RR 2005, 90, 91). Ein durchschnittlich informierter Verbraucher weiß, dass bei Flügen, die über das Internet gebucht werden, erst der Endpreis zählt und dass man diesen erst durch die vollständige Eingabe aller Daten und durch das Durchlaufen mehrerer Internetseiten ermitteln muss. Selbst wenn er von einzelnen Kostenpunkten – etwa von einem Kerosinzuschlag – nichts weiß, wird er über deren Existenz nicht irreführt, denn er wird im Rahmen des Buchungsvorganges darüber in hinreichend deutlicher Weise aufgeklärt.

Haustürgeschäft, deutliche Gestaltung der Widerrufsbelehrung

1. Eine Widerrufsbelehrung erfüllt nur dann die Voraussetzungen des § 355 BGB, wenn sie sich durch Farbe, größere Lettern, Sperrschrift oder Fettdruck aus dem übrigen Text hervorhebt.

2. Ein Antrag kann in Ausnahmefällen hinreichend bestimmt sein, auch wenn er sich am Gesetzeswortlaut orientiert.

LG Hamburg, Urt. v. 16.11.2007, Az.: 406 O 174/07 (ID 40751)

Sachverhalt:

Die Klägerin ist die Verbraucherzentrale in (...).

Die Beklagte vertreibt Telefon- und Internetdienstleistungen. Dabei ließ sie zur Entgegennahme von Kundenaufträgen das aus der Anlage zu diesem Urteil ersichtliche Formular gegenüber Verbrauchern verwenden, das eine Belehrung über das Widerrufsrecht enthält, die von Klägerseite als nicht hinreichend deutlich beanstandet wird.

Die Klägerin beantragt, wie erkannt.

Der Beklagte beantragt Klagabweisung.

Die Beklagte macht geltend, die Klage sei aus den in den Schriftsätzen vom 23. August 2007 sowie vom 26. Oktober 2007 genannten Gründen unbegründet.

Gründe:

Die zulässige Klage ist begründet.

Die Klägerin ist zur Unterlassung der Verwendung der aus der Anlage zu diesem Urteil ersichtlichen Widerrufsbelehrung nach §§ 3, 4 Nr. 11, 8 UWG in Verbindung mit §§ 312, 355 BGB verpflichtet.

Nach §§ 312, 355 BGB hat der Verbraucher bei Haustürgeschäften einen Rechtsanspruch auf Erteilung einer ordnungsgemäßen Belehrung. Diesen Rechtsanspruch hat die Beklagte verletzt, indem sie die aus der Anlage zu diesem Urteil ersichtliche Belehrung hat verwenden lassen, weil diese Belehrung entgegen § 355 Abs. 2 BGB nicht deutlich gestaltet ist. Die Widerrufsbelehrung muss sich nach § 355 Abs. 2 BGB durch Farbe, größere Lettern, Sperrschrift oder Fettdruck in nicht zu übersehender Weise aus dem übrigen Text herausheben (Palandt/Grünberg, Bürgerliches Gesetzbuch, 66. Auflage, 2007, § 355 Randnoten 13, 16). Die vorliegende streitgegenständliche Widerrufsbelehrung ist in kleineren Lettern gehalten, als die meisten übrigen Angaben in dem Formular. Auch die Zwischenüberschrift „Widerrufsrecht,“ ist von kleinerer Schriftgröße als die anderen Zwischenüberschriften, wobei die drucktechnische Heraushebung allein der Überschrift ohnehin nicht dem Deutlichkeitsgebot des § 355 Abs. 2 BGB genügen würde (Palandt/Grünberg § 355 Randnote 16).

Durch die Missachtung der §§ 312, 355 BGB hat die Beklagte gegen eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG verstoßen. Die Vorschriften über die Widerrufsbelehrung regeln das Marktverhalten der Gewerbetreibenden (vgl. Hefermehl/Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 25. Auflage, 2007, § 4 Randnote 11.171). Dies gilt selbst dann, wenn man in der Regelung des § 355 Abs. 2 BGB keine echte Rechtspflicht, sondern lediglich eine Obliegenheit sehen wollte. Auch Rechtsvorschriften, die lediglich eine Obliegenheit enthalten, kommen als Marktverhaltensregelungen in Betracht. Denn auch gesetzliche Obliegenheiten sind vom Gewerbetreibenden zu beachten und regeln sein Marktverhalten. Im Unterschied zu echten Rechtspflichten gewährt das Gesetz hier dem Berechtigten lediglich keinen einklagbaren Rechtsanspruch, sondern verbindet mit der Nichtbeachtung der Regelung einen gesetzlich geregelten Nachteil für die obliegenheitsbelastete Person. Obliegenheiten stellen damit lediglich abweichend von echten Rechtspflichten sanktionierte Pflichten dar (vgl. zu den Obliegenheiten aus versicherungsrechtlicher Sicht grundlegend: Reimer Schmidt, Die Obliegenheiten, Karlsruhe 1953).

Die Wiederholungsgefahr für den streitgegenständlichen Wettbewerbsverstoß ist auch nicht etwa dadurch entfallen, dass die Beklagte nunmehr andere Angebote als aus der Anlage ersichtlich am Markt vertreibt. Abgesehen davon, dass es der Beklagten frei steht, jederzeit zu den in der Anlage wiedergegebenen Angeboten zurückzukehren, dient die Bezugnahme auf die Anlage zu diesem Urteil auch lediglich der Umschreibung des Streitgegenstandes des vorliegenden Verfahrens in Gestalt der nicht hinreichend deutlich gestalteten Widerrufsbelehrung. Die Verwendung dieser Widerrufsbelehrung ist von der Beklagten zu unterlassen, unabhängig davon, wie die jeweiligen Angebote der Beklagten im Einzelnen ausgestaltet sind.

Der Antrag und das gerichtliche Verbot sind auch hinreichend bestimmt. Insbesondere nimmt die Bezugnahme auf

die Vorschrift des § 312 BGB dem Tenor nicht die erforderliche Bestimmtheit. Derartige Bezugnahmen auf gesetzliche Vorschriften sind im Zusammenhang mit gerichtlichen Verboten betreffend die Widerrufsbelehrung des Verbrauchers hinreichend bestimmt und werden in der gerichtlichen Praxis regelmäßig verwendet. Sowohl für die Beklagte als auch für das nach § 890 ZPO gegebenenfalls zur Vollstreckung berufene Gericht, ergibt sich daraus keine zu beanstandende Unsicherheit über den Inhalt des gerichtlichen Verbotes. Dies gilt umso mehr, als der Kreis der nach § 312 BGB zu belegenden Verbraucher vorliegend zwischen den Parteien überhaupt nicht im Streit befindlich ist. Streitpunkt ist vorliegend in inhaltlicher Hinsicht lediglich die Frage der hinreichenden Deutlichkeit der Widerrufsbelehrung, nicht hingegen der Personenkreis, gegenüber dem diese Belehrung zu erteilen ist.

Dabei hat die Klägerin Anspruch auf ein Verbot, das das Charakteristische der konkreten Verletzungshandlung in verallgemeinerter Form wiedergibt. Das Charakteristische des vorliegenden Wettbewerbsverstoßes liegt aber darin, dass die Beklagte eine nicht hinreichend deutlich gestaltete Widerrufsbelehrung gegenüber Verbrauchern bei Haustürgeschäften benutzt hat. Dem entspricht das vorliegend ausgesprochene Verbot. Dabei besteht entgegen der Auffassung der Beklagten auch für den gesamten Bereich der Haustürgeschäfte nach § 312 BGB Begehungsfahr. Hierbei ist, wie auch bei der Frage der Verallgemeinerung, aus Gründen des Gebotes des effektiven Rechtsschutzes eine gewisse generalisierende Betrachtungsweise angebracht. Der Gläubiger des Unterlassungsanspruches muss keineswegs für jeden Einzelfall, der unter das von ihm begehrte Verbot fällt, konkrete Anhaltspunkte für eine drohende Begehung des streitgegenständlichen Wettbewerbsverstoßes nachweisen. So ist beispielsweise auch hinsichtlich der Vertragsschlüsse im Bereich einer Privatwohnung (§ 312 Abs. 1 Nr. 1 BGB) nicht danach zu differenzieren, ob die jeweils in Rede stehende Privatwohnung etwa so weit abgelegen liegt, dass hier mit einem unaufgeforderten Vertreterbesuch nicht zu rechnen ist. Entsprechend braucht die Klägerin nach Auffassung der Kammer auch nicht im Einzelnen darzulegen, dass bei allen Arten der in § 312 BGB genannten Haustürgeschäften konkrete Anhaltspunkte für eine bevorstehende Vertriebstätigkeit der Beklagten vorliegen oder eine solche gar bereits stattgefunden hat.

Haustürgeschäft, PreisangabenV

1. Ein Haustürgeschäft liegt auch vor, wenn der Verbraucher den Hausbesuch nur zur Unterbreitung eines Angebots erbeten hat, der Anbieter sich aber eine Bestellung unterschreiben lässt.

2. Es verstößt gegen § 1 PAngV, wenn der Anbieter in einem Vertragsformular unter der Rubrik „Warenwert“ einen Preis nennt, der sich um die gesetzliche Mehrwertsteuer erhöht, ohne dass ein Gesamtpreis genannt wird.

LG Rottweil, Urt. v. 11.05.2007, Az.: 5 O 33/06 KfH

(ID 40750)

Sachverhalt:

Die Beklagte stellt Fenster her und vertreibt diese selbst direkt an Verbraucher. Sie wird von der Klägerin auf Unterlassung angeblich wettbewerbswidrigen Verhaltens in Anspruch genommen.

Die Klägerin trägt vor:

Die Beklagte suche Kunden, die sie lediglich um Erteilung eines Angebotes ersucht hätten in deren Privatwohnung auf und überrede diese zur Unterzeichnung eines Vertragsformulars, in welchem die Widerrufsbelehrung durchgestrichen sei; außerdem enthalte das Formular den bezifferten Warenwert sowie Rubriken für „Transp.“ und „MwSt.“, wobei der Bruttobetrag jedoch nicht angegeben werde.

Die Beklagte verhalte sich wettbewerbswidrig, da sie die Kunden über das ihnen zustehende Widerrufsrecht nicht belehre und sich über Bestimmungen der Preisangabenverordnung hinwegsetze.

Die Klägerin beantragt: wie erkannt.

Die Beklagte beantragt: die Klage wird abgewiesen.

Die Beklagte trägt vor:

Kunden würden von ihr nur dann zu Hause aufgesucht, wenn sie von sich aus um einen Besuch ihrer Mitarbeiter gebeten hätten, um in Vertragsverhandlungen über konkrete Fenster einzutreten. In solchen Fällen sei ein Widerrufsrecht nicht gegeben, eine Belehrung somit nicht erforderlich.

Soweit in einem Vertragsformular der Bruttobetrag nicht angegeben worden sei, handle es sich um ein einmaliges Versehen; auf jeden Fall werde aber stets der Bruttobetrag mündlich mitgeteilt.

Es ist Beweis erhoben worden durch uneidliche Vernehmung diverser Zeugen.

Gründe:

Die Klage ist zulässig und begründet. Der Klägerin stehen gegen die Beklagte gem. §§ 8 Abs. 1, Abs. III Nr. 2, 3, 4 Nr. 11 UWG die geltend gemachten Unterlassungsansprüche zu.

I.

1.

Bei einem Vertrag zwischen einem Unternehmer und einem Verbraucher, der eine entgeltliche Leistung zum Gegenstand hat und zu dessen Abschluss der Verbraucher durch mündliche Verhandlungen an seinem Arbeitsplatz oder im Bereich einer Privatwohnung bestimmt worden ist, steht dem Verbraucher ein Widerrufsrecht gem. § 355 BGB zu. Hierüber ist der Verbraucher zu belehren.

Ein Widerrufsrecht besteht u. a. dann nicht, wenn die mündlichen Verhandlungen, auf denen der Abschluss des Vertrags beruht, auf vorhergehende Bestellung des Verbrauchers geführt worden sind (§ 312 Abs. III BGB). Davon kann dann keine Rede sein, wenn der Kunde nur sein Interesse zum Ausdruck bringt, zunächst unverbindlich ein Angebot zu erhalten, um dieses anschließend überprüfen und /oder ggfs. mit anderen Angeboten vergleichen zu können (BGH Z 110, 308 ff).

2.

Die Beweisaufnahme hat ergeben, dass sowohl die Zeugin W. auch die Zeugen B. lediglich um den Besuch eines Vertreters in ihre Wohnung gebeten hatten, um von diesem ein Angebot über den Einbau von Fenstern zu erhalten. Keiner der Kunden hatte mit dem Eintritt in Vertragsverhandlungen bei dem erbetenen Hausbesuch gerechnet. Besonders deutlich wird dies bei den Zeugen B., die sich erst noch die etwa erforderlichen finanziellen Mitteln hätten beschaffen müssen und die sich deshalb ausdrücklich nach einem unverbindlichen Hausbesuch erkundigt hatten.

Daran vermag auch die Aussage der Zeugin K. nichts zu ändern, die den Termin mit den Kunden vereinbart hat, sich

an die konkreten Umstände jedoch nur teilweise zu erinnern vermochte und im Übrigen darauf verwiesen hat, wie sie ständig bei Terminabsprachen verfähre. Dabei ist durchaus glaubhaft, dass sie bei Terminvereinbarungen den Hinweis gibt, dass bei dem Hausbesuch ein Angebot abgegeben werde und der Kunde dann ja oder nein sagen könne.

Keinesfalls kann der Kunde hieraus jedoch zwingend schließen, dass diese Entscheidung noch im Rahmen des ersten Hausbesuchs von ihm getroffen werden müsse. Vielmehr lässt die von der Zeugin K. gewählte Formulierung auch die – mit dem Wunsch nach Erteilung eines Angebots vereinbarte – Annahme offen, dass die Entscheidung nicht sofort fallen müsse.

Erst durch die von dem Zeugen R. K. praktizierte Vorgehensweise wird der Kunde sodann vor Ort gedrängt, sofort über Annahme oder Ablehnung des Angebotes zu entscheiden, wobei ein gewisser Druck mit dem Hinweis ausgeübt wird, dass das „günstige“ Angebot nur bei sofortiger Annahme gelte.

3. Die Unterlassung der nach alledem gebotenen Widerrufsbelehrung stellt einen Wettbewerbsverstoß im Sinne der §§ 3, 4 Nr. 11 UWG dar; die Beklagte nutzt damit die fehlende Rechtskenntnis der Verbraucher aus und verschafft sich durch die gesetzeswidrige Unterlassung der Belehrung bewusst und planmäßig einen wettbewerbswidrigen Vorsprung vor gesetzestreuen Mitbewerbern (BGH NJW 2002, 3396 ff; Harte/Henning/von Jagow § 4 Nr. 11 Rdnr. 81 – 83).

II.

1. Nach § 1 Abs. 1 PAngV hat, wer Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig Waren oder Leistungen anbietet, die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind, mithin die Endpreise.

Die Beklagte verstößt gegen diese Bestimmung, indem sie in ihren Angebote nur den Nettopreis beziffert und lediglich den Zusatz hinzufügt „MwSt. 16% zzgl.“. Der Grundsatz der Preisklarheit wird dadurch in eklatanter Weise verletzt.

2. Der Zeuge R. K. hat eingeräumt, dass es sich bei der fehlenden Angabe des bezifferten Bruttoendpreises nicht nur um ein einmaliges Versehen handelte, wie dies die Beklagte zunächst zu verharmlosen versuchte. Vielmehr handelt es sich hierbei um die von ihm ständig geübte Vorgehensweise.

3. Der Verstoß wird auch nicht dadurch geheilt, dass der Bruttoendpreis den Kunden mündlich mitgeteilt worden sein soll.

Abgesehen davon, dass die Angaben leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar zu machen sind, was bei einer mündlichen Benennung des Bruttoendpreises gegenüber dem schriftlich ausgewiesenen Nettopreis nur schwer vorstellbar ist, ist von den Zeugen glaubwürdig bestätigt worden, dass ein Bruttoendpreis nicht genannt worden ist. Lediglich der Zeuge Kr. hat „gemeint“, dass der Zeuge K. einen Komplettpreis genannt habe, ohne dass er diesen näher dazulegen vermochte. Dass überhaupt über Mehrwertsteuer gesprochen worden ist, kann unterstellt werden, zumal

im Formular von der zuzüglich zu entrichtenden Mehrwertsteuer die Rede ist.

4.

Zweck der PAngV ist es, durch eine sachlich zutreffende und vollständige Verbraucherinformation Preiswahrheit und Preisklarheit zu gewährleisten und durch optimale Preisvergleichsmöglichkeiten die Stellung der Verbraucher gegenüber Handel und Gewerbe zu stärken und den Wettbewerb zu fördern. Ihre Bestimmungen weisen damit Wettbewerbsbezug auf, weshalb Verstöße gegen sie zugleich den Tatbestand des § 4 Nr. 11 UWG erfüllen (BGH GRUR 2003, 971 ff; Harte/Henning/von Jagow § 4 Rdnr. 109/110).

III.

Die von der Klägerin beanstandeten Wettbewerbsverstöße sind geeignet, den Wettbewerb auf dem Markt wesentlich zu beeinträchtigen, und damit erheblich im Sinne des § 3 UWG, da die Beklagte in gravierender Weise das Verbraucherschützende Widerrufsrecht und die durch die PAngV geschützte Möglichkeit des Preisvergleichs beeinträchtigt (BGH GRUR 2001, 1166, 1169).

IV.

Gem. § 890 ZPO sind für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen die angeordneten Unterlassungsgebote Ordnungsgeld und Ordnungshaft anzudrohen.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit auf § 709 ZPO.

VERSICHERUNGSRECHT

Versicherungsmakler, Beratungspflichten

Mit dem Abschluss einer „Vermittlungsgebührenvereinbarung“ kommt zwischen dem Versicherungsmakler und dem Verbraucher ein Vertrag zustande, der den Makler zur umfassenden Betreuung aller Versicherungsinteressen des Verbrauchers und zu einer entsprechenden Beratung in Bezug auf den vermittelten Versicherungsvertrag verpflichtet. Wird diese Pflicht verletzt, so steht dem Verbraucher ein Schadenersatzanspruch in Höhe der geltend gemachten Vermittlungsgebühr zu, mit dem gegenüber der Provisionsforderung des Versicherungsmaklers Aufrechnung erklärt werden kann.

AG Esslingen, Urt. v. 18.09.2007, Az.:8 C 451/07

(ID 40749)

Sachverhalt:

Die Kläger macht gegen die Beklagte Ansprüche aus einer Vermittlungsgebührenvereinbarung geltend.

Die Beklagte unterzeichnete am 27.03.2004 einen Antrag auf eine „Profit Capital Fondspolice mit Sparzielabsicherung“ bei der A. Lebensversicherung S.A., Luxemburg, mit einer Gesamtbeitragssumme von 50.095,44 EUR, zahlbar in verschiedenen Raten über insgesamt 30 Jahre.

Sie unterzeichnete ferner einer Vermittlungsgebührenvereinbarung, in der sie sich verpflichtete, der PC (...) AG, (...), eine Vermittlungsgebühr in Höhe von 0,2165 % der Gesamtbeitragssumme der Fondspolice über eine Zeit von 36 Monaten zu bezahlen.

Die Vermittlungsgebührenvereinbarung wurde für die PC (...) AG von dem Zeugen B. unterzeichnet. Zwischen den Parteien ist streitig, in wieweit die Vermittlungsgebührenvereinbarung bei Unterzeichnung durch die Beklagte bereits ausgefüllt war.

Ebenfalls streitig ist, welche Gespräche mit der Beklagten vor Abschluss der beiden Verträge geführt wurden.

Von der Beklagten wurden in der Folgezeit verschiedene Beträge auf die Profit Capital Fondspolice und auf die Vermittlungsgebührenvereinbarung bezahlt. Derzeit ist noch ein Betrag von 2.688,61 EUR aus der Vermittlungsgebührenvereinbarung offen.

Mit Anwaltsschreiben vom 03.02.2005 erklärte die Beklagte gegenüber der PC (...) AG die Anfechtung der Vermittlungsgebührenvereinbarung und begehrte auch „unter

Schadensersatzgesichtspunkten die Rückgängigmachung der Verträge.“

Die PC (...) AG, trat ihre Ansprüche aus der Vermittlungsgebührenvereinbarung an die Klägerin ab.

Die Klägerin trägt vor, die Beklagte sei vor Abschluss der Vermittlungsgebührenvereinbarung und dem Ausfüllen des Antrags auf eine Profit Capital Fondspolice durch den Zeugen B. vollumfänglich über das Vertragswerk aufgeklärt worden. Ihre wirtschaftlichen Verhältnisse seien erörtert worden.

Die Vermittlungsgebühr sei auch der Höhe nach bereits bei Unterzeichnung durch die Beklagte ausgefüllt gewesen. Eine Vertragsanbahnung durch den Zeugen Sch. sei nicht erfolgt

Die Klägerin beantragt, die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin 2.688,61 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 27.09.2006 sowie Inkassokosten in Höhe von 303,50 EUR zu zahlen.

Die Beklagte beantragt, die Klage abzuweisen.

Sie trägt vor, die Vertragsanbahnung sei durch den Zeugen Sch. erfolgt, der die Beklagte durch eine Internet-Kontaktbörse kennengelernt habe. Anlässlich eines eigentlich privaten Gespräches habe der Zeuge der Beklagten dann geraten, eine Profit Capital Fondspolice abzuschließen. Er habe ihr auch die Vertragsformulare vorgelegt und erklärt, es handle sich um eine risikolose Geldanlage, die absolut sicher sei.

Nebenkosten, beispielsweise die Depotkosten oder Verwaltungskosten, fielen nicht an, es sei lediglich ein Betrag von 2.000,- EUR für ein Softwareprogramm, das den Fond manage, zu bezahlen.

In dem Monatsbetrag von 150,- EUR sei ferner eine Sparzielabsicherung enthalten.

Die von der Beklagten zunächst gegen die Firma PC (...) AG, erhobene Drittwiderklage ist von der Klägerin noch vor einer mündlichen Verhandlung hierüber wieder zurückgenommen worden, nachdem die Drittwiderklage nicht zugestellt werden konnte, da diese Firma erloschen war.

Das Gericht hat Beweis erhoben durch Vernehmung der Zeugen Sch. und B. zu der Frage, welche Angaben der Beklagten anlässlich der Vertragsunterzeichnung gemacht wurden. Auf das Protokoll der Zeugenvernehmung in der mündlichen Verhandlung vom 27.7.2007 (Bl. 112 bis 117 d.A.) wird verwiesen.

Bezüglich der weiteren Einzelheiten des Parteivorbringens und zur Ergänzung des Sach- und Streitstandes wird auf die gewechselten Schriftsätze und die Protokolle der mündlichen Verhandlung verwiesen.

Gründe:

Die Klage ist zulässig, aber unbegründet.

I.

Zwar ist die zwischen der PC (...) AG und der Beklagten abgeschlossene Vermittlungsgebührenvereinbarung wirksam und die Beklagte daher grundsätzlich zur Bezahlung des Betrages von 2.688,61 EUR verpflichtet.

Jedoch hat die Beklagte wirksam mit einer Gegenforderung in gleicher Höhe aus Falschberatung aufgerechnet, sodass der Klägerin kein Anspruch mehr zusteht.

Zunächst hat die Beklagte die Vermittlungsgebührenvereinbarung nicht wirksam angefochten.

Sie konnte keinen Anfechtungsgrund im Sinn des § 123 BGB nachweisen.

Der Zeuge Sch. führte in seiner Vernehmung zwar aus, dass er davon ausgegangen sein, dass 6 % der Versicherungssumme als Provision zu zahlen gewesen seien und er das der Beklagten wohl auch gesagt habe.

Offensichtlich ging der Zeuge jedoch selbst, aufgrund mangelnder Fachkenntnis und Information, davon aus, dass lediglich ein Betrag von 3.000,- EUR zu bezahlen war, während sich aus dem Vertrag tatsächlich eine Zahlungsverpflichtung von 3.904,44 EUR ergab.

Auch sonst machte der Zeuge Sch. der Beklagten gegenüber wohl unzutreffende Angaben, etwa über die Absicherung der einbezahlten Beträge; die Beklagte konnte jedoch nicht nachweisen, dass dem Zeugen dabei bewusst war, dass seine Angaben nicht der Wahrheit entsprachen. Arglist ließ sich daher nicht feststellen.

II.

Jedoch verletzte die PC (...) AG ihre Pflichten als Versicherungsmaklerin in erheblichen Ausmaß und ist deshalb gemäß § 280 Abs. 1 BGB zum Schadensersatz verpflichtet. Mit der ursprünglich gegenüber der PC (...) AG bestehenden Gegenforderung hat die Beklagte auch gegenüber der jetzigen Klägerin, an die der Anspruch der PC (...) AG abgetreten wurde, wirksam aufgerechnet, § 406 BGB.

Die PC (...) AG trat bei der Vermittlung der fondsgebundenen Lebensversicherung für die A.(...) SA unstreitig als Versicherungsmaklerin auf. Sie wäre deshalb zu einer umfassenden Betreuung aller Versicherungsinteressen der Beklagten und zu einer entsprechenden Beratung in Bezug auf den von ihr vermittelten Versicherungsvertrag verpflichtet gewesen (Urteil des BGH vom 20.1.2005 – III ZR 251/04). Dieser Verpflichtung ist die PC (...) AG in keiner Weise nachgekommen.

Zum einen wurde die Beklagte nach den übereinstimmenden Aussagen der Zeugen Sch. und B. vor dem Vertragsschluss lediglich vom Zeugen Sch. beraten, der jedoch offensichtlich nicht ausreichend geschult war, um eine solche Beratung fachgerecht wahrnehmen zu können.

Der Zeuge B. führte nach seiner eigenen Aussage ein Gespräch mit der Beklagten erst zwei bis drei Monate nach dem Vertragsschluss.

Hinzu kommt, dass beide Zeugen der Beklagten auch nach ihren eigenen Angaben offensichtlich unzutreffende Angaben in Bezug auf den abzuschließenden Lebensversicherungsvertrag machten. Beiden Zeugen war bekannt, dass es der Beklagten entscheidend auf die Sicherheit ihrer Geldan-

lage ankam, dass die Beklagte also jedenfalls die von ihr eingezahlten Gelder gesichert haben wollte.

Der Zeuge Sch. war nach seiner eigenen Aussage – offensichtlich irrtümlich – der Ansicht, dass die angegebene „Zusatzversicherung“ dies bewirkte, und teilte dies auch der Beklagten mit. Hingegen stellte die „Zusatzversicherung“ tatsächlich nur eine Versicherung für die Beitragsfortzahlung bei Arbeits- und Erwerbsunfähigkeit sowie Arbeitslosigkeit dar.

Der Zeuge B. war der Ansicht, dass die fondsgebundene Kapitallebensversicherung sicher genug sei und wies die Beklagte nicht auf die Möglichkeit eines „Sicherungsbausteins“ hin, der, wie von der Beklagten gewünscht, eine Rückzahlung der eingezahlten Beträge auch bei einem Kursverlust der von der Beklagten erworbenen Fondsanteile garantiert hätte. Vorseiten beider Berater wurden die Interessen der Beklagten damit nicht ausreichend berücksichtigt.

Somit steht fest, dass hier die PC (...) AG ihren Beratungspflichten auch nicht annähernd nachkam. Ob darüber hinaus weitere Pflichtverletzungen durch die Zeugen Sch. und B. begangen wurden, wie etwa eine unzutreffende Auskunft über die entstehenden Kosten und eine unzureichende Abklärung der Angemessenheit des Vertrags für die Klägerin, worauf manches hindeutet, kann daher offen bleiben.

Aufgrund dieser unzulänglichen Beratung der Beklagten durch die Zeugen Sch. und B., deren Handeln der PC (...) AG gemäß § 278 BGB zuzurechnen ist, war die PC (...) AG der Beklagten zum Ersatz des aufgrund der Falschberatung entstehenden Schadens verpflichtet.

Der Schaden besteht zumindest in der hier streitgegenständlichen Verpflichtung, den noch offenen Betrag aus der Vermittlungsgebührenvereinbarung zu bezahlen, da die Beklagte ohne die Pflichtverletzung der PC (...) AG weder den Vertrag über die Profit Capital Fondspolice, noch die Vermittlungsgebührenvereinbarung so unterzeichnet hätte. Ihr kam es, wie von beiden Zeugen bestätigt, entscheidend auf die Sicherheit der eingezahlten Beträge an, nach dem sie in der Vergangenheit bereits einen großen Teil einer Geldanlage durch Schwankungen im Kapitalmarkt verloren hatte.

Dem ursprünglich bestehenden Zahlungsanspruch der PC (...) AG stand damit ein Schadensersatzanspruch der Beklagten in gleicher Höhe gegenüber, sodass der ursprünglich bestehende Anspruch durch Aufrechnung erloschen ist.

III.

Die Kostenentscheidung ergibt sich aus §§ 92 Abs. 1, 100 Abs. 1, 269 Abs. 3 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 11, 711 ZPO.

SONSTIGES

Illegale Musiktitel im Internet, Störerhaftung

Wer einem Dritten (beispielsweise einem Familienangehörigen) seinen PC überlässt und ihm so die Möglichkeit eröffnet, über diesen PC Musikaufnahmen illegal im Internet verfügbar zu machen, kann als Störer haften. Voraussetzung ist aber, dass der Inhaber des PC eine Prüfungspflicht (Überwa-

chungspflicht) verletzt. Eine solche Pflicht besteht nur, wenn konkrete Anhaltspunkte vorliegen, dass der Nutzer den Anschluss zu Rechtsverletzungen missbrauchen wird.

OLG Frankfurt, Beschl. v. 20.12.2007, Az.:11 W 58/07 (ID 40762)

Gründe:

I.

Die Verfügungsklägerin (nachfolgend: Klägerin) hat den Verfügungsbeklagten (nachfolgend: Beklagter) als Störer wegen einer Urheberrechtsverletzung in Anspruch genommen.

Die Klägerin hat behauptet, am 18.09.2006 ab 11:50:25 Uhr seien unter der IP-Adresse (...) insgesamt 290 Audiodateien im mp3-Format illegal im Internet verfügbar gemacht worden. Unter den 290 Audiodateien hätten sich auch die Musikaufnahmen „(...)“, „(...)“ und „(...)“ der Künstlergruppe A befunden. An diesen Musiktiteln habe sie aufgrund eines am 13.10. 2003 geschlossenen exklusiven Vertrages mit der Künstlergruppe A die ausschließlichen Verwertungsrechte der ausübenden Künstler erworben. Zudem habe sie Verwertungsrechte als Tonträgerhersteller.

Zum Zeitpunkt des Downloads sei die genannte IP-Adresse dem Computer des Beklagten zugeteilt gewesen. Dies ergebe sich aus Auskünften der B AG sowie des Provider C AG gegenüber der Staatsanwaltschaft Aurich in einem Strafverfahren gegen den Beklagten wegen Urheberrechtsverletzung (Bl. 22 – 24 d. A.).

Auf Antrag der Klägerin hat das Landgericht durch eine im Beschlusswege ergangene einstweilige Verfügung vom 11.04.2007 dem Beklagten untersagt, die oben genannten Musikaufnahmen der Künstlergruppe A auf einem Computer zum Abruf durch andere Teilnehmer von Filesharing-Systemen bereitzustellen und damit der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Dagegen hat der Beklagte Widerspruch erhoben.

Der Beklagte hat u. a. behauptet, weder er noch seine im Haushalt lebenden Familienangehörigen hätten am 18.09.2006 einen der drei Songs der Gruppe A heruntergeladen oder anderen Benutzern zugänglich gemacht. Er selbst sei bei der Feuerwehr in O1 beschäftigt und habe zu der fraglichen Zeit seinen Dienst verrichtet. Auch seine Ehefrau sei berufstätig und am 18.09.2006 im Dienst gewesen. Seine volljährige Tochter sei gleichfalls berufstätig und habe an diesem Tag gearbeitet. Die minderjährige Tochter sei noch schulpflichtig und zu dieser Zeit in der Schule gewesen. Eine Nutzung des Computers durch diese drei Personen scheidet deshalb aus, weil er seinen Internetzugang durch ein eigenes Passwort geschützt habe, das den übrigen Personen in seinem Haushalt nicht bekannt sei. Ferner hat er sich darauf berufen, seine minderjährige Tochter und seine volljährige Tochter stets eindringlich darauf hingewiesen zu haben, keine widerrechtlichen Nutzungen in Form von Urheberrechtsverletzungen oder ähnlichen Verstößen im Internet vorzunehmen.

Wegen des Verdachts einer gleich liegenden Urheberrechtsverletzung wurde gegen den Beklagten ein weiteres Strafverfahren von der Staatsanwaltschaft Aurich geführt, das zum Gegenstand hatte, dass am 20.10.2006 mit der IP-Nummer (...) insgesamt 547 Audiodateien rechtswidrig über das Internet öffentlich zugänglich gemacht worden seien. Auch in dieser Strafsache erteilten die B AG und der Internetprovider

C AG der Staatsanwaltschaft die Auskunft, dass die IP-Nummer dem Beklagten zugeordnet gewesen sei. Bei einer Vernehmung in der vorgenannten Strafsache gab der Beklagte an, er habe vier Kinder im Alter von 17 bis 31 Jahren. Jedes seiner Kinder habe noch Zugang zum Elternhaus. Im Haushalt wohnt nur noch die 14jährige Tochter und der 27jährige Sohn. Zum Computer der Beklagten habe jeder Zugang.

In der Widerspruchsverhandlung hat der Beklagte ohne Anerkennung einer Rechtspflicht eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben. Daraufhin haben die Parteien den Rechtsstreit übereinstimmend für erledigt erklärt. Durch den angefochtenen Beschluss hat das Landgericht die Kosten des Eilverfahrens der Klägerin auferlegt und zur Begründung ausgeführt, die Klägerin habe nicht glaubhaft gemacht, dass die Musikaufnahmen „(...)“ und „(...)“ zum Download zur Verfügung gestanden hätten und dass die fragliche IP-Adresse zum Zeitpunkt der rechtsverletzenden Handlung dem Internetanschluss des Beklagten zugeordnet gewesen sei. Gegen den am 03.09.2007 zugestellten Beschluss hat die Klägerin am 10.09.2007 sofortige Beschwerde eingelegt.

II.

Die sofortige Beschwerde ist zulässig, insbesondere form- und fristgerecht eingelegt worden.

Sie hat in der Sache jedoch keinen Erfolg. Das Landgericht hat im Ergebnis zu Recht die Kosten des Eilverfahrens der Klägerin auferlegt.

Nachdem die Parteien das Eilverfahren übereinstimmend für erledigt erklärt haben, ist über die Kosten unter Berücksichtigung des bisherigen Sach- und Streitstandes nach billigem Ermessen zu entscheiden (§ 91 a ZPO). Dies führt hier dazu, dass die Kosten der Klägerin aufzuerlegen sind. Es fehlt an einem Verfügungsanspruch aus § 97 UrhG.

Die Klägerin ist allerdings aktivlegitimiert. Sie hat durch eidesstattliche Versicherung ihres Justitiars, Herrn D, glaubhaft gemacht, dass sie Tonträgerhersteller der im Verfügungsantrag genannten Musiktitel ist. Aufgrund dessen ist ihr gemäß § 85 Abs. 1 UrhG das ausschließliche Recht vorbehalten, die Tonträger zu vervielfältigen, zu verbreiten und öffentlich zugänglich zu machen.

Die Klägerin hat ferner glaubhaft gemacht, dass die IP-Adresse (...) am 18.09.2006 um 11:50 Uhr dem Internetanschluss des Beklagten zugeordnet war. Mit seiner gegenteiligen Entscheidung hat das Landgericht die Beweislage nicht ausgeschöpft. Es trifft zwar zu, dass die Mitteilungen der B AG und der C AG gegenüber der Staatsanwaltschaft Aurich nur in Kopie vorgelegt worden sind. Zur Glaubhaftmachung im Sinne von § 294 ZPO können jedoch auch schriftliche Erklärungen von Zeugen, unbeglaubigte Kopien oder Urkundenabschriften verwertet werden (Zöller/Geimer/Greger, ZPO, 26. Auflage, § 294 Rdn. 5). Abgesehen davon ist auch als unstreitige Indiztatsache heranzuziehen, dass Mitarbeiter der beiden Unternehmen gegenüber der Staatsanwaltschaft die von der Klägerin vorgetragene Auskunft erteilt haben. Es ist nicht ersichtlich, dass diese Mitarbeiter andere Erkenntnisse hatten, als sie gegenüber der Staatsanwaltschaft angegeben haben (vgl. LG Hamburg CR 2006, 780, 781). Der Glaubhaftmachung durch die Klägerin steht ferner nicht entgegen, dass es gemäß dem Vortrag des Beklagten möglich ist, sich innerhalb weniger Stunden eine andere IP-Adresse zuzulegen. Denn die Klägerin hat in gleicher Weise glaubhaft gemacht,

dass am 20.10.2006 ein gleichartiger Urheberrechtsverstoß unter einer IP-Adresse begangen wurde, die wiederum dem Anschluss des Beklagten zugeordnet war. Angesichts dessen ist es auszuschließen, dass der Beklagte zweimal innerhalb kurzer Zeit das Opfer einer derartigen Manipulation geworden sein soll.

Die Klägerin hat jedoch die Passivlegitimation des Beklagten nicht glaubhaft machen können.

Dass der Beklagte das in Rede stehende Filesharing am 18.09.2006 eigenhändig begangen habe, lässt sich nicht mit genügender Sicherheit feststellen. Der Beklagte behauptet, zur Tatzeit seinen Dienst als Feuerwehrmann ausgeübt zu haben. Diese Einlassung ist nicht nur nahe liegend, sondern von der Klägerin auch in keiner Weise widerlegt. Dem Verletzten obliegt jedoch die Glaubhaftmachung dafür, dass der in Anspruch Genommene die Tat auch begangen hat.

Die Klägerin hat aber auch nicht glaubhaft gemacht, dass der Beklagte in sonstiger Weise als Störer für die Urheberrechtsverletzung haftet. Zwar kann als Störer für eine Urheberrechtsverletzung auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer – ohne Täter oder Teilnehmer zu sein – in irgendeiner Weise willentlich und adäquat-kausal zur Verletzung des geschützten Rechts beiträgt. Ein solcher Beitrag kann vom Beklagten dadurch geleistet worden sein, dass er dem Täter seinen Computer und damit den Zugang zum Internet zur Verfügung gestellt hat. Allerdings setzt die Haftung desjenigen, der selbst weder Täter noch Teilnehmer der Verletzung ist, voraus, dass er Prüfungspflichten verletzt hat. Andernfalls würde die Störerhaftung in nicht hinnehmbarer Weise auf Dritte erstreckt, die die rechtswidrige Beeinträchtigung nicht selbst vorgenommen haben. (BGHZ 158, 236, 251 – Internet-Versteigerung I; WRP 2007, 964, 968 – Internet-Versteigerung II).

Der Umfang der Prüfungspflicht richtet sich danach, inwieweit dem als Störer in Anspruch Genommenen nach den Umständen eine Prüfung zuzumuten ist. Überlässt der Inhaber eines Internetanschlusses diesen dritten Personen, kann ihn die Pflicht treffen, diese Nutzer zu instruieren und zu überwachen, sofern damit zu rechnen ist, dass der Nutzer eine Urheberrechtsverletzung begehen könnte. Eine Pflicht, die Benutzung seines Internetanschlusses zu überwachen oder gegebenenfalls zu verhindern, besteht jedoch nur, wenn der Anschlussinhaber konkrete Anhaltspunkte dafür hat, dass der Nutzer den Anschluss zu Rechtsverletzungen missbrauchen wird.

Solche Anhaltspunkte bestehen deshalb grundsätzlich nicht, solange dem Anschlussinhaber keine früheren Verletzungen dieser Art durch den Nutzer oder andere Hinweise auf eine Verletzungsabsicht bekannt sind, oder hätten bekannt sein können. Der Senat hat bereits entschieden, dass der Ehemann seiner Ehefrau, solange er keine konkreten Anhaltspunkte für Rechtsverletzungen hat, seinen Account für den Handel auf einer Verkaufsplattform überlassen kann, ohne die Ehefrau ständig überwachen zu müssen (Urteil vom 16.05.2006 – 11 U 45/05, Seite 10 des Urteilsdruckes, nicht rechtskräftig). Das Gleiche gilt für die Zurverfügungstellung des Internetanschlusses und ebenso wie gegenüber dem Ehegatten im Verhältnis des Anschlussinhabers zu seinen Kindern. Auch wenn Urheberrechtsverletzungen im Internet häufig vorkommen und darüber in den Medien umfangreich berichtet wird, hat ein Anschlussinhaber nicht bereits deshalb einen Anlass, ihm nahestehende Personen wie enge

Familienangehörige bei der Benutzung seines Anschlusses zu überwachen (LG Mannheim, MMR 2007, 267, 268 mit zustimmender Anmerkung von Solmecke; 459, 460; anderer Ansicht LG Hamburg, CR 2006, 780, 781 und MMR 2007, 131,132). Im Übrigen trifft den Anschlussinhaber, der wegen einer Urheberrechtsverletzung in Anspruch genommen wird, eine sekundäre Darlegungslast zur Angabe der Person, die seiner Kenntnis nach den Verstoß über seinen Anschluss begangen hat. Der Beklagte ist dieser Darlegungslast jedoch nachgekommen. Er hatte angegeben, dass ihm nicht bekannt sei, dass eines seiner Familienmitglieder den behaupteten Verstoß begangen habe. Der Beklagte hat ferner bezüglich der in seiner Familien lebenden Angehörigen begründet, weshalb diese nach seiner Kenntnis den Rechtsverstoß nicht begangen haben können. Seine Darlegung erscheint erschöpfend; sie ist keineswegs fernliegend, zumal er andererseits eingeräumt hat, dass seine Ehefrau und seine Kinder mit eigenen Passwörtern Zugang zum Internet haben.

Nach dem oben Ausgeführten kann zwar nicht ausgeschlossen werden, sondern liegt es vielmehr nahe, dass sich eines der Familienmitglieder des Beklagten an dem streitgegenständlichen urheberrechtswidrigen Filesharing beteiligt hat. Da die Klägerin jedoch keine derartigen oder ähnlichen Rechtsverstöße vortragen kann, die vor dem 18.09.2006 mithilfe des Computers des Beklagten begangen wurden, traf den Beklagten bezüglich keines seiner Familienmitglieder eine Überwachungspflicht. Es gibt auch keine Anhaltspunkte dafür, dass eine außerhalb der Familie stehende Person den Internetzugang des Beklagten zu der Rechtsverletzung benutzt hat, denen gegenüber der Beklagte von vornherein misstrauisch hätte sein müssen (siehe dazu LG Mannheim, MMR 2007, 537). Auch die Benutzung eines ungeschützten W-LAN durch Dritte steht vorliegend nicht in Rede (dazu etwa LG Hamburg, MMR 2006, 763; LG Mannheim, MMR 2007, 537).

Eine Instruktionspflicht dahin, dass mit seinem Internetanschluss keine Urheberrechtsverletzungen begangen werden, traf den Beklagten gegenüber seinen volljährigen Familienangehörigen nicht. Der Beklagte kann, sofern nicht besondere Umstände dafür Anlass bieten, ohne weiteres davon ausgehen, dass erwachsenen Personen bekannt ist, dass sie derartige Rechtsverletzungen nicht begehen dürfen (LG Mannheim, MMR 2007, 267, 268). Soweit eine Belehrungspflicht gegenüber seiner minderjährigen Tochter bestanden hat, ist der Beklagte dieser Pflicht nachgekommen. Er hat unbestritten vorgetragen, dass er diese stets eindringlich darauf hingewiesen habe, keine Urheberrechtsverletzungen oder ähnliche Verstöße im Internet vorzunehmen.

Da das Rechtsmittel erfolglos bleibt, hat die Klägerin die Kosten zu tragen (§ 97ZPO).

Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist in entsprechender Anwendung der §§ 542 Abs. 2, 574 Abs. 1 Satz 2 ZPO ausgeschlossen.

Versandhandel, Unzulässigkeit einer Versandkostenpauschale für Hinsendekosten

Bei einem Fernabsatzgeschäft verstößt die Belastung des Verbrauchers mit Versandkosten für die Hinsendung der Ware gegen verbraucherschützende Vorschriften im Sinne von § 2 Abs. 1 Satz 1 UKlaG, wenn der Verbraucher von seinem Rückgaberecht Gebrauch macht und die Ware vollstän-

dig an den Lieferer zurücksendet. Bei richtlinienkonformer Auslegung der §§ 312d Abs. 1 Satz 2, 356 Abs. 1, 357 Abs. 1 Satz 1, 346 BGB anhand der Fernabsatzrichtlinie 97/7/EG vom 20. Mai 1997 hat der Verbraucher auch einen Anspruch auf Rückerstattung verauslagter Hinsendekosten.

OLG Karlsruhe, Urt. v. 05.09.2007, Az.:15 U 226/06 (vormals LG Karlsruhe¹)

(ID 40700)

Sachverhalt:

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Der Klägerin stünde gegen die Beklagte ein Anspruch auf Unterlassung der Erhebung der Kosten für die Hinsendung von Waren nach Ausübung des Widerrufs- bzw. Rückgaberechts aus § 2 Abs. 1 Satz 1 UKlaG zu. Der Anspruch ergebe sich bei richtlinienkonformer Auslegung aus §§ 357 Abs. 1 Satz 1, 346 Abs. 1 BGB. § 357 BGB sei auch unzweifelhaft eine verbraucherschützende Norm, da sie auf der Umsetzung der verbraucherschützenden Fernabsatzrichtlinie beruhe. Zwar seien die Hinsendekosten im Gegensatz zu den Rücksendekosten nicht Gegenstand einer ausdrücklichen gesetzlichen Regelung, jedoch folge aus Art. 6 Abs. 1 Satz 2, Abs. 2 der Fernabsatzrichtlinie, dass dem Verbraucher einzig die Kosten der Rücksendung auferlegt werden könnten. Daraus folge, dass die Hinsendekosten gerade nicht auferlegt werden könnten. Auch aus dem Regelungsgehalt der §§ 447, 448 BGB ergebe sich nichts anderes. Die Beklagte könne sich auch nicht darauf berufen, neben dem Kaufvertrag einen eigenständigen Versendungsvertrag geschlossen zu haben. Dies sei eine unnatürliche Aufspaltung eines aus Sicht des Verbrauchers einheitlichen Vorgangs und stelle zudem ein nach § 312 f BGB unzulässiges Umgehungsgeschäft dar.

Die hiergegen gerichtete Berufung der Beklagten rügt die Verletzung materiellen Rechts. Das Landgericht habe übersehen, dass die §§ 346ff. BGB – auch § 357 BGB – keine verbraucherschützenden Normen seien. In Verkennung der entscheidenden Grundsätze einer systematisch-teleologischen Auslegung von Art. 6 Fernabsatzrichtlinie sei das Instrument der richtlinienkonformen Auslegung fehlerhaft angewandt worden.

Die Beklagte beantragt, das erstinstanzliche Urteil abzuändern und nach den erstinstanzlichen Schlussanträgen zu entscheiden, d.h. die Klage abzuweisen.

Die Klägerin beantragt, die Berufung zurückzuweisen.

Den Klagantrag I. Instanz hat sie in der mündlichen Verhandlung vom 15. August 2007 wie folgt neu gefasst:

Der Beklagten wird es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder der Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Falle wiederholter Zuwiderhandlungen bis zu 2 Jahren, zu verhängen gegen die Geschäftsführer der Beklagten, untersagt, im geschäftlichen Verkehr künftig von Verbrauchern bei Fernabsatzgeschäften nach Ausübung des Widerrufs- bzw. Rückgaberechts (§§ 355, 356 BGB) die Kosten für die Hinsendung der Waren (Versandkostenpauschale) zu verlangen oder im Falle der bereits erfolgten Zahlung den Verbrauchern diese Kosten nicht zu erstatten, sofern die Verbraucher sämtliche von ihnen in einem einheitlichen Bestellvorgang bestellten Waren an die Beklagten zurücksenden.

Die Klägerin führt aus, die §§ 346, 357 BGB seien nicht isoliert zu betrachten, sondern Bestandteil der Verweisungskette §§ 312 d Abs. 1, 355, 357, 346 Abs. 1 BGB. Die §§ 346, 357 BGB werden durch den unzweifelhaft verbraucherschützenden § 312 d BGB Teil eines insgesamt verbraucherrechtlichen Tatbestandes. Entgegen der Ansicht der Beklagten entspreche die Auslegung der Vorschriften durch das Landgericht auch den europarechtlichen Vorgaben der Fernabsatzrichtlinie.

¹ Hinsichtlich des Tatbestands wird auf die erstinstanzliche Entscheidung Bezug genommen, s.VuR 2006, 115ff. m. Anm. Schröder.

Wegen des weiteren Vorbringens wird auf die gewechselten Schriftsätze der Parteien verwiesen.

Aus den Gründen:

Die zulässige Berufung ist unbegründet.

Zu Recht hat das Landgericht der Klägerin einen Unterlassungsanspruch nach § 2 Abs. 1 UKlaG gegen die Beklagte zuerkannt. Durch die Erhebung von Versandkosten für die Hinsendung der Ware handelt die Beklagte verbraucher-schützenden Vorschriften im Sinne von § 2 Abs. 1 Satz 1 UKlaG zuwider. Denn aus §§ 312 d Abs. 1 Satz 2, 356 Abs. 1, 357 Abs. 1 Satz 1, 346 BGB ergibt sich bei richtlinienkonformer Auslegung ein Anspruch des Verbrauchers auf Rückerstattung der verauslagten Versandkosten.

1. Zutreffend ist das Landgericht davon ausgegangen, dass das Schicksal der Versandkosten im Falle des Widerrufs im Gegensatz zu den Rücksendekosten im deutschen bürgerlichen Recht keine ausdrückliche Regelung erfahren hat. Insbesondere sind die Versandkosten nicht Teil der in § 346 Abs. 1 BGB normierten Rückgewährpflicht (Palandt/Grüneberg, 66. Auflage, § 346 RZ 5; unzutreffend insoweit OLGR Frankfurt 2002, 33ff.). Als Vertragskosten waren sie schon vor der Änderung des BGB durch das Schuldrechtsmodernisierungsgesetz außer beim Versandkauf nur im Falle der Wandlung nach § 467 Satz 2 BGB a. F. vom Verkäufer zu ersetzen (Soergel-Huber, 12. Auflage § 346 BGB RZ 13, 106). In allen anderen Fällen des gesetzlichen oder vertraglichen Rücktritts kam eine Erstattung nur in Form eines Schadensersatzanspruchs in Betracht (Soergel-Huber, 12. Auflage § 346 BGB RZ 13, 103). Da das Schuldrechtsmodernisierungsgesetz § 467 Satz 2 BGB a. F. nicht in das neue Recht übernommen hat und auch über den Verwendungsersatzanspruch des § 347 Abs. 2 Satz 2 BGB eine Erstattung nicht möglich ist (MüKo/Gaier, BGB 5. Auflage, § 346 RZ 19; Gaier, Das Rücktrittsfolgenrecht nach dem Schuldrechtsmodernisierungsgesetz, WM 2002, 1ff.), fehlt nunmehr jede gesetzliche Regelung der Frage, wer im Rückgewährschuldverhältnis der §§ 346ff. BGB die Vertragskosten zu tragen hat. Nach wie vor können die Versandkosten nur als Schadensersatzanspruch geltend gemacht werden (MüKo/Gaier, BGB 5. Auflage, § 346 RZ 19).

2. Dem Landgericht ist auch darin zu folgen, dass die einfachgesetzlichen Regelungen des nationalen Rechts vor dem Hintergrund der darin umgesetzten europarechtlichen Richtlinie über den Verbraucherschutz bei Fernabsatzverträgen grundsätzlich einer richtlinienkonformen Auslegung zugänglich sind. Das bedeutet, dass unter mehreren möglichen Auslegungsvarianten des nationalen Rechts diejenige zu bevorzugen ist, die sich mit dem einschlägigen europarechtlichen Richtlinienrecht am besten vereinbaren lässt (Auer, Neues zum Umfang und Grenzen der richtlinienkonformen Auslegung, NJW 2007, 1106 – 1109). Dabei ist den Gerichten auch ein weiter Auslegungsspielraum zuzugestehen. Das nationale Recht kann soweit wie möglich und unter voller Ausschöpfung des Beurteilungsspielraums an Wortlaut und Zweck der Richtlinie angepasst werden (EuGH NJW 1984, 2021). Jedoch darf auch eine richtlinienkonforme Auslegung nicht die Grenzen der nationalen Methodenlehre, etwa durch eine Auslegung contra legem, überschreiten (EuGH NJW 2006, 2465). Der vom Landgericht vorgenommenen ergänzenden Auslegung sind die in Rede stehenden nationalen Vorschrif-

ten mithin grundsätzlich zugänglich, wenn sich aus der Richtlinie ableiten lässt, dass im Falle des Widerrufs dem Verbraucher auch die Versandkosten zu erstatten sind. Denn der Gesetzgeber hat ausdrücklich eine Vollumsetzung der Richtlinie 97/7/EG vom 20. Mai 1997 über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz (FernabsatzRL) beabsichtigt (BR-Drs. 25/00).

3. Wie das Landgericht mit zutreffenden Erwägungen, auf die der Senat ausdrücklich Bezug nimmt, ausgeführt hat, gebietet die Richtlinie 97/7/EG, den Verbraucher bei einem Fernabsatzgeschäft im Falle der Ausübung des Widerrufs- bzw. Rückgaberechts (§§ 355, 356 BGB) von Versandkosten freizustellen.

Über den Umfang der vom Verbraucher zu tragenden Kosten äußert sich die FernabsatzRL in Art. 6 Abs. 1 und 2 sowie in den Erwägungsgründen. Art. 6 Abs. 1 Satz 1 FernabsatzRL normiert ein umfassendes und freies Widerrufsrecht des Verbrauchers bei Fernabsatzverträgen. Satz 2 der Richtlinie führt aus, dass die einzigen Kosten, die dem Verbraucher infolge der Ausübung seines Widerrufsrechts auferlegt werden können, die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren seien. Art. 6 Abs. 2 FernabsatzRL gibt in Satz 1 dem Verbraucher, der sein Widerrufsrecht ausgeübt hat, einen Anspruch auf kostenlose Erstattung der geleisteten Zahlungen. Satz 2 wiederholt die Regelung von Art. 6 Abs. 1 Satz 2 FernabsatzRL.

Die ausdrückliche Erwähnung der Rücksendekosten als der einzigen vom Verbraucher zu tragenden Kosten sowie die uneingeschränkte Rückerstattungspflicht der geleisteten Zahlungen belegen ihrem Wortlaut nach eindeutig, dass die Kosten für den Versand der Ware zum Verbraucher e contrario vom Lieferer zu tragen sind, bzw. von ihm zurückerstattet werden müssen, wenn der Verbraucher von seinem Widerrufsrecht Gebrauch macht.

Entgegen der Ansicht der Beklagten hat die in Art. 6 Abs. 1 und 2 Satz 2 FernabsatzRL ausgesprochene Beschränkung der Kostentragung des Verbrauchers auf die Rücksendekosten ihrerseits keinen eingeschränkten Anwendungsbereich dahingehend, dass sie lediglich die Kosten betrifft, die unmittelbar durch die Ausübung des Widerrufsrechts entstehen oder mit anderen Worten für deren Entstehung die Ausübung des Widerrufsrechts ursächlich ist. Schon der amtliche deutsche Text der Richtlinie bringt eine solche Kausalbeziehung durch den Gebrauch der Präposition infolge nicht in der für die deutsche Gesetzessemantik üblichen Art zum Ausdruck. Die spanische Textfassung verzichtet vollends darauf. Eine den Verbraucherschutz einschränkende Auslegung der Richtlinie kann mithin darauf nicht gestützt werden.

Darüber hinaus stünde einer solchen Auslegung auch Sinn und Zweck der Vorschrift entgegen. Denn ausweislich des 14. Erwägungsgrundes bezweckt Art. 6 Abs. 2 der Richtlinie, jegliche über die Pflicht zur Rückgabe der Ware hinausgehende Zahlungspflicht des Verbrauchers mit Ausnahme der Rücksendekosten auszuschließen, um die Widerrufsmöglichkeit auch in wirtschaftlicher Hinsicht abzusichern (MüKo-Masuch 5. Auflage, § 357 RZ 6). Trüge der Verbraucher aber auch im Falle des Widerrufs bzw. der Rückgabe neben den Rücksendekosten stets die Versandkosten, so könnte dadurch insbesondere beim Kauf geringwertiger Güter die Rückabwicklung für ihn wirtschaftlich sinnlos werden. Wirtschaftlich würden sich die Kosten der Hinsendung der Ware letztlich ebenso erschwerend auf das Rückgaberecht auswirken

wie die in Art. 6 Abs. 1 Satz 1 FernabsatzRL ausdrücklich erwähnten und verbotenen Strafzahlungen.

Die Verpflichtung des Lieferers zur Tragung der Hinsendekosten steht auch in Einklang mit dem übergeordneten Schutzzweck der Richtlinie. Sie will den Käufer vor den spezifischen Risiken zu schützen, die daraus folgen, dass er beim Fernabsatz die Sache nicht vor Vertragsschluss zur Kenntnis nehmen kann (Schinkels in: Gebauer/Wiedmann, Zivilrecht unter europäischem Einfluss, Kapitel 7 Fernabsatzverträge RZ 70; BGH NJW 2003, 1665ff.; s. a. Erwägungsgrund 14). Dazu zählen letztlich auch die Hinsendekosten. Denn sie entstünden nicht, wenn der Verbraucher die Ware vor dem Kauf auf ihre Eignung prüfen könnte.

Der Einwand der Beklagten, dass die vom Landgericht getroffene Auslegung der Richtlinie auch die Leistung von Wertersatz durch den Verbraucher nach § 357 Abs. 3 BGB verbieten würde, da es sich auch dabei um eine zu erstattende Zahlung im Sinne von Art. 6 Abs. 2 FernabsatzRL handele, verfährt nicht. § 357 Abs. 3 BGB enthält eine eindeutige gesetzliche Regelung des nationalen Gesetzgebers. Sie ist als solche -im Unterschied zu der im nationalen Recht nicht geregelten Frage, wer im Fernabsatzgeschäft die Hinsendekosten zu tragen hat- einer richtlinienkonformen Auslegung nicht zugänglich.

Auch soweit die Beklagte aus der Regelung des § 448 Abs. 1 BGB für ihre Rechtsauffassung günstige Folgen abzuleiten versucht, kann ihr nicht gefolgt werden. Entgegen ihrer Auffassung ist § 448 Abs. 1 BGB auf den Verbrauchsgüterkauf im Versandhandel nicht anwendbar. Aus der Regelung des § 474 Abs. 2 BGB und der Verkehrsanschauung ergibt sich, dass bei der Lieferung von Verbrauchsgütern im Fernabsatz regelmäßig eine Bringschuld vorliegt, Erfüllungsort ist also der Wohnsitz des Verbrauchers (MüKo-Krüger, 5. Auflage, § 269 BGB RZ 20; Graf von Westphalen -Thüsing, Vertragsrecht und AGB-Klauselwerke, Versandhandel, RZ 20). Die von der Beklagten in diesem Zusammenhang zitierte Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BGH NJW 2003, 3341) betrifft nicht den Verbrauchsgüterkauf und ist zur alten Rechtslage ergangen.

Auch die von der Beklagten ins Spiel gebrachte dogmatische Konstruktion eines selbständigen Versendungsvertrages neben dem Kaufvertrag vermag, wie das Landgericht in seinem Urteil, auf das zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug genommen wird, zutreffend ausgeführt hat, nicht zu überzeugen. Sie stellt ein unzulässiges Umgehungsgeschäft im Sinne von § 312 f BGB dar.

4. Der Anspruch des Kunden auf Rückerstattung der Hinsendekosten beruht auch auf Verbraucherschützenden Normen im Sinne von § 2 Abs. 1 Satz 1 UKlaG. Verbraucherschutzgesetze i. S. dieser Vorschrift sind neben den ausdrücklich in Absatz 2 genannten Normen solche Gesetze, deren eigentlicher Schutzzweck der Verbraucherschutz darstellt, auch wenn sie daneben anderen Zwecken dienen (Palandt-Bassenge, 66. Auflage, UKlaG 2 RZ 5). Nicht ausreichend ist, wenn der Verbraucherschutz nur eine eher zufällige Nebenwirkung ist oder ihm lediglich untergeordnete Bedeutung zukommt.

Wie oben unter 3. ausgeführt, folgt der materielle Anspruch auf Erstattung der Versandkosten aus einer richtlinienkonformen Auslegung der §§ 312 d Abs. 1 Satz 2, 356 Abs. 1, 357 Abs. 1 Satz 1, 346 BGB. § 312 d BGB ist schon aufgrund der ausdrücklichen Erwähnung der Vorschriften über Fernabsatz-

verträge in § 2 Abs. 2 Nr. 1 UKlaG ein Verbraucherschutzgesetz im Sinne des UKlaG. Auch bei den §§ 356 und 357 BGB handelt es sich um Verbraucherschützende Normen. Sie gehören systematisch zu dem 2. Untertitel des 5. Titels des 3. Abschnitts des 2. Buchs des BGB, in dem die Verbraucherschützenden Vorschriften des Widerrufs- und Rückgaberechts bei Verbraucherverträgen in Form eines allgemeinen Rechtsinstituts des Schuldrechts geregelt wurden. Hinsichtlich § 346 BGB ist der Beklagten jedoch zuzugeben, dass diese Norm für sich genommen kein Verbraucherschutzgesetz darstellt. Sie gehört, wie es auch systematisch die Überschrift des 5. Titels des Schuldrechts zum Ausdruck bringt, nicht zu den Sondervorschriften bei Verbraucherverträgen, sondern bildet den Kern der allgemeinen Regelung der Folgen des Rücktritt bei Schuldverhältnissen. Entgegen der auf einen Hinweisbeschluss des OLG Nürnberg (OLG-Report Nürnberg 2006, 250f.) gestützten Rechtsansicht der Beklagten hindert das aber nicht den Unterlassungsanspruch aus § 2 UKlaG. Die allgemeine Vorschrift des § 346 BGB regelt nur die Rechtsfolge des Widerrufs bzw. der Rückgabe. Das maßgebliche materielle Verbot, Hinsendekosten zu erheben, ergibt sich hingegen bereits aus den eindeutig Verbraucherschützenden Normen der §§ 312 d Abs. 1 Satz 2, 356 Abs. 1, 357 Abs. 1 Satz 1 BGB in Verbindung mit der Richtlinie 97/7/EG. Der Gesetzgeber hat mit der Verweisung auf die Vorschriften über den gesetzlichen Rücktritt in § 357 Abs. 1 Satz 1 BGB lediglich eine Entlastung der Verbraucherschützenden Regelungen des 2. Untertitels von umfassenden Rechtsfolgenanordnungen bezweckt (MüKo-Masuch 5. Auflage, § 357 RZ 1). Die Verweisung dient mithin der Vermeidung redundanter Regelungen. Eine Verkürzung materieller Verbraucherschutzrechte war durch dieses rein gesetzgebungstechnisch motivierte Vorgehen nicht intendiert. Der formale Hinweis auf den fehlenden Verbraucherschützenden Bezug der Rechtsfolgenanordnung greift daher zu kurz. Der Gesetzgeber hätte auch -unter Aufgabe seiner hohen Ansprüche an die Legistik des BGB- eine eigenständige Rechtsfolgenanordnung im 2. Untertitel treffen können.

5. Der Klagantrag ist jedenfalls in der zuletzt gestellten Form nicht zu weit gefasst. Er untersagt nicht mehr als das der Beklagten materiell verbotene Verlangen von Kosten der Hinsendung der Ware, hinsichtlich derer der Kunde von seinem Widerrufsrecht Gebrauch gemacht hat. Soweit die Beklagte in der Berufungsbegründung darauf hinweist, dass der ursprüngliche Unterlassungsantrag ein Verbot der Rechnungsstellung von Hinsendekosten zusammen mit der Ware beinhalten würde und die Beklagte dazu zwänge, zunächst eine gesonderte Warenrechnung zu versenden und erst nach dem die Widerrufsfrist abgelaufen sei den Versandkostenanteil in Rechnung zu stellen, vermag der Senat dem nicht zu folgen. Denn auch in dem ursprünglichen Antrag war lediglich ein Inrechnungstellen von Hinsendekosten nach Ausübung des Widerrufsrechts untersagt. Jedoch wird in der geänderten Fassung zusätzlich klargestellt, dass das Verlangen der Versandkostenpauschale nur dann statthaft ist (bzw. eine Erstattung der Versandkosten nicht in Betracht kommt), wenn der Verbraucher nicht hinsichtlich aller in einem einheitlichen Bestellvorgang bestellten Waren von seinem Rückgaberecht Gebrauch macht.

Diese nach Auffassung des Senats wohl ebenfalls der ursprünglichen Fassung des Klagantrags immanente Einschränkung wird durch die Neufassung in der mündlichen Verhandlung vom 15. August 2007 nochmals klargestellt. Sie

ist daher jedenfalls als Klagänderung nach § 533 ZPO zulässig, da sie sachdienlich ist und nicht auf neue Tatsachen gestützt wird.

6. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

7. Der Ausspruch der vorläufigen Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 ZPO.

8. Der Senat lässt die Revision gemäß § 543 Abs. 2 Ziffer 1 ZPO zu. Die im vorliegenden Verfahren in Form eines Musterprozesses zu klärende Streitfrage ist für eine große Anzahl von Fällen von Bedeutung und berührt das Interesse der Allgemeinheit an einer einheitlichen Handhabung und Entwicklung des Rechts.

RECHTSPRECHUNGSÜBERSICHT

WETTBEWERBSRECHT

Auf einen Tag begrenzter Preisnachlass als unangemessene unsachliche Beeinflussung im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG

LG Stuttgart, Urte. v. 28.09.2007, Az.: 33 O 68/07 KfH (nicht rechtskräftig)

(ID 40743)

Wird ein Rabatt von 19 % auf eine gesamte Produktgruppe auf einen einzigen Tag beschränkt und wird dafür auch erst am Tag der Rabattgewährung geworben, stellt das eine unangemessene unsachliche Beeinflussung im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG dar.

BANKRECHT

Gläubigerbenachteiligungsabsicht bei Grundstücksgeschäft zwischen Ehegatten; Gläubigerzugriff aufgrund ausländischen Vollstreckungstitels

OLG Koblenz, Urte. v. 19.07.2007, Az.: 5 U 1713/06

(ID 40796)

1. Die Gläubigerbenachteiligungsabsicht (§ 3 Abs. 1 Satz 1 AnfG) erfordert nur bedingten Vorsatz.

2. Dass der begünstigte Ehegatte Kenntnis dieses Vorsatzes hatte, kann bereits dadurch hinreichend indiziert sein, dass das Rechtsgeschäft völlig interessenwidrig erscheint (hier: Übertragung des hälftigen Anteils an einem Hausgrundstück gegen Einräumung eines Mitbenutzungsrechts bei zerrütteter Ehe).

3. Hat die Ehefrau ihren Miteigentumsanteil an einem Grundstück auf den Ehemann und Miteigentümer anfechtbar übertragen, kann der Gläubiger vom nunmehrigen Alleineigentümer als Anfechtungsgegner die Duldung der Zwangsversteigerung des ganzen Grundstücks verlangen, allerdings nur zwecks Befriedigung aus dem Teil des Versteigerungserlöses, der dem Schuldner ohne die anfechtbare Rechtshandlung zugestanden hätte.

4. Ein ausländischer Vollstreckungstitel erfüllt mit der Vollstreckbarkeitsklärung ohne weiteres die Voraussetzungen des § 2 AnfG a. F.

Verzinsung des Sparguthabens

AG Koblenz, Urte. v. 15.06.2007, Az.: 161 C 3970/06

(ID 40450)

1. Die in AGB eines Vorsorgesparplans enthaltene Klausel „Das Sparguthaben wird mit dem jeweils im Preisaushang genannten Zinssatz verzinst“ verstößt gegen § 308 Nr. 4 BGB.

2. Ansprüche auf Zinsen aus einem Sparvertrag verjähren nach § 801 BGB.

VERSICHERUNGSRECHT

Zur Unwirksamkeit von Klauseln in Invaliditäts-Zusatzversicherungen, die Versicherungsschutz wegen „angeborener Krankheiten“ ausschließen

BGH, Urte. v. 26.09.2007, Az.: IV ZR 252/06

(ID 40803)

Die Klausel in einer Invaliditäts-Zusatzversicherung „Versicherungsschutz besteht nicht für Invalidität, die ganz oder überwiegend eingetreten ist aufgrund angeborener oder solcher Krankheiten, die im ersten Lebensjahr in Erscheinung getreten sind“, ist unwirksam.

Zur Wertung der Klausel „Komplikationen in der Schwangerschaft“ in Reiserücktrittsversicherungen

LG Köln, Urte. v. 26.10.2006, Az.: 24 S 40/06

(ID 40805)

Nach der für allgemeine Geschäftsbedingungen geltenden Unklarheitenregel des § 305c Abs. 2 BGB liegen „Komplikationen in der Schwangerschaft“ i.S.d. Reiserücktrittsversicherung bereits dann vor, soweit Befürchtungen bestehen, dass Komplikationen in der Schwangerschaft bei Durchführung der Reise, beispielsweise durch einen längeren Flug, auftreten könnten.

VERBRAUCHERINSOLVENZRECHT

Wechsel des Treuhänders zum Beginn der Treuhandsperiode

BGH, Beschl. v. 15.11.2007, Az.: IX ZB 237/06 (LG Göttingen, AG Göttingen)

(ID 40800)

1. Die Bestellung eines Treuhänders im vereinfachten Insolvenzverfahren wirkt für die „Wohlverhaltensperiode“ fort (Festhaltung an BGH, Beschl. v. 17. Juni 2004, IX ZB 92/03).

2. Der Beschluss, mit dem für die Wohlverhaltensperiode ein neuer Treuhänder bestellt wird, enthält zugleich schlüssig die Entlassung des zuvor für das vereinfachte Insolvenzverfahren bestellten Treuhänders. Gegen diesen Beschluss steht dem entlassenen Treuhänder die sofortige Beschwerde zu.

SONSTIGES

Allgemeine Geschäftsbedingungen – Änderungsvorbehalt

BGH, Urt. v. 11.10.2007, Az.: III ZR 63/07

(ID 40513)

Folgende Klauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen eines Unternehmens, das seinen Kunden den Zugang zum Internet verschafft und hiermit zusammenhängende Produkte (z. B. DSL-Splitter, DSL-Modems, WLAN-Router) verkauft, benachteiligen die Kunden entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen und sind damit unwirksam:

„1. Die X AG [Verwender] behält sich das Recht vor, den Inhalt dieser AGB oder der jeweiligen LB/PL [= Leistungsbeschreibungen und Preislisten], Sondervereinbarungen und Online-Anzeigen anzupassen, soweit dies dem Kunden zumutbar ist.

2. Die X AG ist des weiteren berechtigt, diese AGB oder die jeweilige Leistungs- und Produktbeschreibung mit einer Frist von sechs Wochen im voraus zu ändern. Die jeweilige Ände-

rung wird die X AG dem Kunden per E-Mail oder schriftlich bekannt gegeben. Gleichzeitig wird der Kunde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die jeweilige Änderung Gegenstand des zwischen den Vertragsparteien bestehenden Vertrages wird, wenn der Kunde dieser Änderung nicht innerhalb einer Frist von sechs Wochen ab Bekanntgabe der Änderung per E-Mail oder schriftlich widerspricht. Widerspricht der Kunde, hat jede Partei das Recht, den Vertrag mit der für eine ordentliche Kündigung geltenden Frist per E-Mail oder schriftlich zu kündigen.“

Zur Zulässigkeit der zeitlichen Befristung von „Geschenkgutscheinen“ und Regelungen über den Verfall von Guthabenguthaben in AGB-Klauseln

LG München I, Urt. v. 05.04.2007, Az.: 12 O 22084/06 – LS

(ID 39873)

AGB-Klauseln, welche Fristen, die kürzer als die gesetzlichen Verjährungsfristen sind, für das Einlösen eines durch Kunden bezahlten „Geschenkgutscheins“ festlegen und für den Fall der Nichteinlösung das Guthaben verfallen lassen, sind wegen unangemessener Benachteiligung des Vertragspartners unzulässig. Sie verstoßen gegen grundsätzliche Regelungen des bürgerlichen Rechts, insbesondere das Äquivalenzverhältnis zwischen Leistung und Gegenleistung.

Widerrufs- und Rückgaberecht bei Fernabsatzverträgen: Rücktritt vom Kraftfahrzeugmietvertrag via Internet mit Ausstellung eines Gutscheins mit einer bestimmten Gültigkeitsdauer

AG Hamburg, Urt. v. 07.06.2006, Az.: 644 C 100/06

(ID 40799)

Wer ein Fahrzeug über das Internet für einen bestimmten Zeitraum anmietet und hierfür einen Geschenkgutschein ausgestellt erhält, kann die auf Abschluss des Vertrages gerichtete Willenserklärung nach § 312b BGB widerrufen, wenn für die Inanspruchnahme der Leistung keine bestimmte Leistungszeit, sondern lediglich eine zeitliche Gültigkeitsdauer des Gutscheins vereinbart ist (Abgrenzung zu EuGH, Urt. v. 10. März 2005, C-336/03, NJW 2005, 3055).

Breuer, Wolfgang,
Insolvenzrechts-Formularbuch,
 Verlag C.H. Beck, 3. Auflage 2007, 508 Seiten,
 mit CD-ROM

Die stetig wachsende Zahl von Insolvenzverfahren, vor allem natürlicher Personen, hat den Markt für Insolvenzberatung sowie für die Vertretung von Gläubigern und Schuldnern in der Vorbereitung und Durchführung von Insolvenzverfahren deutlich erweitert. Insolvenzrecht ist nicht mehr allein ein Reservat einer kleinen Gruppe von Spezialisten, sodass denjenigen, die sich neu auf diesem Feld betätigen wollen, inzwischen eine Vielzahl überschaubarer Kommentare und Handbücher zur Verfügung steht. Im Bereich der Formularhandbücher hat sich das Insolvenzrechts-Formularbuch von Wolfgang Breuer von Anfang an einen respektierten Platz erworben. Die 2007 erschienene dritte Auflage wird dazu beitragen, den Marktanteil dieses Formularhandbuchs zu vergrößern.

Das Buch enthält fast zweihundert Formulare für typische Situationen, die jeweils kurz, präzise und sachkundig erläutert werden. Diese geben verlässlich den Stand der Gesetzgebung und Rechtsprechung aus dem Herbst 2006 wieder; unvermeidbar für das heutige Insolvenzrecht ist es, dass in der Zwischenzeit neue Regelungen normiert worden sind, wie z.B. die für selbständige Schuldner wichtige Änderung des § 35 InsO (dazu jetzt

Ahrens, NZI 2007, 622), die noch nicht berücksichtigt werden konnten. Für die praktische Nutzbarkeit des Werks hilfreich ist die beigelegte CD, die zur schnelleren Umsetzung der Formulare beiträgt.

Die Gliederung des Buches folgt dem zeitlichen Verlauf des Insolvenzverfahrens; eingehend werden die verschiedenen möglichen Anträge im Insolvenzeröffnungsverfahren dokumentiert. Hilfreich für Berater, die bisher auf die Verbraucherinsolvenz konzentriert waren, ist z. B. der Insolvenzantrag eines freiberuflich tätigen Arztes, der mit einem Antrag auf Eigenverwaltung verbunden ist, weil zu erwarten ist, dass diese Variante in absehbarer Zeit auch von Verbrauchern genutzt werden kann. Ergänzt wird diese Information in einem eigenständigen Abschnitt zum Insolvenzplanverfahren; die dort präsentierten Muster möglicher Insolvenzpläne bieten einen praktikablen Einstieg in diese bisher noch nicht häufig genutzten Varianten, die ebenfalls in absehbarer Zeit für die Verbraucherinsolvenz zugänglich sein werden. Im zweiten Hauptteil des Werkes werden typische Anträge während des Insolvenzverfahrens präsentiert, so z. B. die Anmeldungen von Forderungen im Insolvenzverfahren, die Geltendmachung von Aussonderungs- oder Absonderungsrechten sowie die Möglichkeiten außergerichtlicher Insolvenzanfechtung bzw. Muster einer Insolvenzanfechtungsklage. Auf der Höhe der Zeit ist schließlich der Abschnitt zum

internationalen Insolvenzrecht, der mit dem Antrag auf Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen einer nach englischem Recht gegründeten privaten limited company by shares beginnt.

Die grundlegenden Muster für die Eröffnung von Verbraucherinsolvenzverfahren und die Beantragung der Verfahrenskostenstundung enthält das Buch ebenso wie die amtlichen Vordrucke und deren Hinweise, die ausführlich dokumentiert sind. Der Abschnitt zur Verbraucherinsolvenz bewegt sich überwiegend in den klassischen Verhaltensmustern, wie z. B. dem Antrag des Schuldners auf Gewährung von Notunterhalt nach § 100 InsO, während in der Praxis der Schuldnerberatung entwickelte Handlungsformen wie z. B. die Erhöhung des pfändbaren Betrages nach §§ 36, 292 InsO, 850 f ZPO (z. B. AG Braunschweig VuR 2007, 353) oder aktuelle Möglichkeiten des Pfändungsschutzes bei Ansprüchen aus Lebensversicherungsverträgen (dazu jetzt *Busch/Kohte* VuR 2007, 396) noch nicht aufgegriffen werden. Der typische Adressatenkreis dieses Handbuchs sind insoweit Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte, die bisher nicht auf die Verbraucherinsolvenz spezialisiert sind, aber gelegentlich solche Mandate übernehmen. Für diesen Personenkreis ist das Formularhandbuch eine verlässliche Hilfe und eine wichtige Unterstützung.

Prof. Dr. Wolfhard Kohte, Halle/Saale

VERBRAUCHERZEITSCHRIFTEN IM AUSLAND

- Die französische Verbraucherzeitschrift INC Hebdo Nr. 1458 vom 27.12.2007 berichtet über einen vom WWF Frankreich veröffentlichten Leitfaden, der Verbraucher dazu anhalten soll, **Fisch und Meeresfrüchte auf verantwortliche und nachhaltige Weise zu konsumieren**. Dreiviertel des kommerziell genutzten Fischbestands sind demnach bereits von Überfischung betroffen oder zumindest davon bedroht. Ca. 60 Zucht- und Wildfischarten werden mit Benennung ihrer Herkunft aufgeführt und in drei Kategorien aufgeteilt, wobei empfohlen wird, diese „vorzugsweise“, „in mäßigen Mengen“ bis hin zu „überhaupt nicht“ zu konsumieren. Die erste Kategorie umfasst die Wildfischarten, die nicht von Überfischung bedroht sind und Produkte, deren Aufzucht unter einem verantwortlichen Management erfolgt. So werden bestimmte Produkte empfohlen, wobei nur fünf davon Zuchtfische sind, vorausgesetzt, sie stammen aus europäischer Haltung. Vom Kauf diverser anderer Produkte wird gänzlich abgeraten. Verschiedene Repräsentanten der Fischindustrie kritisierten diese Liste und machten deutlich, dass sie sich vereint für Fischfang unter Berücksichtigung des Nachhaltigkeitsprinzips einsetzen wollten. Außerdem diene die diesbezüglich vom Marine Stewardship Council eingebrachte Zertifizierung „MSC“ diesem Ziel. In besagtem Leitfaden weist WWF Frankreich speziell auf die mit diesem Ökolabel ausgezeichneten Produkte hin.
- In einem von der europäischen Verbraucherschutzorganisation BEUC mit Sitz in Brüssel veröffentlichten Positionspapier, X/074/2007 vom 13.12.2007, werden **Versicherungsmaßgaben für Fluggesellschaften** kommentiert. Unter Artikel 7 der Pauschalreisenerichtlinie sind Verbraucher für den Fall einer Insolvenz des Reiseveranstalters und/oder des Reisebüros, bei dem sie ihre Pauschalreise gebucht haben, geschützt. Dieser Schutz existiert jedoch nicht für Reisende, die es vorziehen, nur ein Flugticket zu buchen oder die ihre Reise selbst organisieren. Anders als noch vor ein paar Jahren tendierten die Verbraucher nun eher dazu, anstelle von vorgefertigten Reisepaketen ihre Reisen in Form von verschiedenen Bausteinen zu zusammenzustellen. Insbesondere Urlaubsreisende gingen immer mehr dazu über, nur den Flug zu buchen und die Reise dann selbst zu organisieren. Diese Marktentwicklung erfordere nun eine Anpassung der bestehenden Gesetzgebung. In Anbetracht des grenzüberschreitenden Charakters des Luftverkehrs und auch, um den Wettbewerb in der Versicherungsbranche zu fördern, solle ein EU-weit harmonisiertes Versicherungssystem festgelegt werden.
- In der Zeitschrift Informationen zum Verbraucherrecht des österreichischen Vereins für Konsumenteninformation (VKI) geht es in einem Artikel vom 20.12.2007 um ein Urteil des Landesgerichts Frankfurt, das besagt, dass ein **Rückflugticket auch bei einem Hinflugstorno gültig bleibt**. Dies wurde in einem Musterprozess der deutschen Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) vom Erstgericht ausgesprochen. In den allgemeinen Geschäftsbedingungen der Fluggesellschaften heißt es oft sinngemäß, dass Flugtickets ihre Gültigkeit verlieren, wenn sie nicht in der im Flugschein angegebenen Reihenfolge genutzt werden. Auch der VKI hatte – im Auftrag des BMSK – gegen die AUA, die ebenfalls eine solche Klausel in ihren AGB verwendet, einen Musterprozess auf Rückforderung der Ticketgebühren für den nicht konsumierbaren Rückflug und Rückforderung der zusätzlich aufgewendeten Kosten für den alternativen Rücktransport angestrengt. Die AUA wollte sich jedoch offenbar auf das Verfahren nicht einlassen und hat keinen Einspruch erhoben. Der Zahlungsbefehl wurde somit rechtskräftig.

Übersetzungen Doris Luik, Hamburg

Die entsprechenden Links auf die aktuellen Zeitschriften finden Sie im Internet unter **www.vur-online.de** unter der Rubrik „*Verbraucherzeitschriften im Ausland*“.

VERANSTALTUNGSHINWEISE

2. Fachanwaltskurs für Bank- und Kapitalmarktrecht iff-Intensivlehrgang im Frühjahr 2008

Programm:

§ 1 Geschäftsverbindung, Konto und Zahlungsverkehr (30 Stunden):

- I. Grundlagen der Geschäftsverbindung zwischen Bank und Kunde
- II. Konto
- III. Zahlungsverkehr
- IV. Zahlungsverkehr (Fortführung)

§ 2 Kredit und Kreditsicherheiten (30 Stunden):

- I. Kreditformen
- II. Kreditsicherheiten
- III. Kreditabwicklung
- IV. Sonderformen

§ 3 Kapitalmarkt und Auslandsgeschäfte (60 Stunden):

- I. Anlageberatung
- II. Einzelne Geschäfte
- III. Recht der Bankenaufsicht und Zentralbankensystem
- IV. Geldwäsche und Datenschutz
- V. Steuerliche Bezüge zum Bank- und Kapitalmarktrecht
- VI. Besonderheiten des Verfahrens- und Prozessrechts
- VII. Bankrecht der europäischen Gemeinschaft
- VIII. Berechnungsgrundlagen
- IX. Bankbezogenes Umwandlungsrecht
- X. Bankbezogenes Gesellschafts- und Kartellrecht

Sechs Unterrichtseinheiten berufsbegleitend jew. Do.–Sa.

Der Kurs wird von April bis Juni 2008 in Hamburg stattfinden.

Die genauen Daten, den Veranstaltungsort und detaillierte Informationen zu dem Programm und den Referenten sind unter: news.iff-hh.de abrufbar.

Weitere Informationen unter:

Karen Babel
Tel. 040-309691 0
E-Mail: fachanwalt@iff-hamburg.de

6. Kölner Symposium zum Marken- und Wettbewerbsrecht

28.02.–29.02.2008, Köln, Kommunikations- und Medienzentrums KOMED

Programm:

28.02.08: Markenrecht

Informationsforum: Die Rechtsprechung des BGH zum Markenrecht

Entwicklungslinien in der Rechtsprechung des EuGH zum Markenrecht

Markenrecht 2008 - Umsetzung der Enforcement-Richtlinie

Produktpiraterie und Rechtspraxis der Grenzbeschlagnahme

Parallelimport und Transit

Rechtserhaltende Benutzung - Fallkonstellationen und Beurteilungskriterien

Freie Markenbenutzung - § 23 Nr. 1 bis 3 MarkenG

29.02.08: Wettbewerbsrecht

Informationsforum: Die Rechtsprechung des BGH zum Wettbewerbsrecht

Aktuelle Probleme des Wettbewerbsverfahrensrechts

UWG 2008 - Podiumsdiskussion zur Umsetzung der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Aktuelle Rechtsprechung der Oberlandesgerichte zum Wettbewerbsrecht

Die beiden Tage sind auch jeweils einzeln buchbar.

Weitere Informationen unter:

www.heymanns-fachseminare.de

Antje Müller

Tel.: 02 21 / 9 43 73-70 78

Fax: 02 21 / 9 43 73-71 92

E-Mail: antje.mueller@wolterskluwer.de

Praxisfragen des Wettbewerbsrechts: Neueste Rechtsprechung – nationale und europarechtliche Entwicklungen

15.04.2008, Stuttgart, Mercure Stuttgart Sindelfingen an der Messe

30.05.2008, Frankfurt a. M., Novotel Frankfurt City

10.06.2008, Düsseldorf, InterCity Hotel Düsseldorf

Programm:

UWG 2008:

- Umsetzung der UCP-Richtlinie und der Enforcement-Richtlinie
- Erweiterter Begriff der „Wettbewerbsbehandlung“
- Generalklausel und neue Beispiel-Tatbestände
- „Enforcement“ bei UWG-Ansprüchen

Materielles Wettbewerbsrecht:

- Bagatellklausel
- Gefühlsbetonte Werbung
- Beigaben und Kopplungsgeschäfte
- Herabsetzung von Mitbewerbern
- Rufausbeutung
- Produktnachbildungen
- Abwerbung von Kunden und Mitarbeitern
- Grenzen zulässiger Preiswerbung
- Vorsprung durch Rechtsbruch

- Verhältnis von Wettbewerbs- und Markenrecht
- Irreführende Werbung
- Vergleichende Werbung
- Belästigungstatbestände
- Gewinnabschöpfung
- Geheimnisverrat

Verfahrensrecht:

- Verantwortung für Handlungen Dritter
- Der Störerbegriff nach der Ebay-Rechtsprechung des BGH
- Rechtsmissbrauch
- Formulierung des Unterlassungsantrags
- Neues zur Abschlusserklärung

Taktik:

- Schubladenverfügung
- Mehrfacheinreichung von Verfügungsanträgen – forum shopping
- Gegenabmahnung

Trends:

- Nationale Trends: Verschärfung des Verbots von Telefonmarketing
- Europarechtliche Entwicklungen

Weitere Informationen unter:

<http://rsw.beck.de/rsw/shop/default.asp?toc=seminare.root>

Monika Herkelmann

Tel.: 0 89 / 3 81 89-7 49

E-Mail: seminare@beck.de

13. Frankfurter Symposium der WRP

Die praktischen Auswirkungen der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken auf das geltende Wettbewerbsrecht

25.04.2008, Frankfurt a. M., Steigenberger Airport Hotel - Flughafen Frankfurt

Unmittelbare Anwendung der RL über unlautere Geschäftspraktiken | Neuerungen und Änderungen des geltenden Rechts | Umsetzung in RL in das UWG

Die Richtlinie 2005/29/EG (RL über unlautere Geschäftspraktiken) war bis zum 12. Juni 2007 in nationales Recht umzusetzen; die entsprechenden Vorschriften sind seit dem 12. Dezember 2007 anzuwenden. Eine Umsetzung der Richtlinie in das deutsche Wettbewerbsrecht ist bislang noch nicht erfolgt. Das „Erste Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb“ befindet sich noch im Stadium eines Referentenentwurfes (Stand: 27.07.2007).

Da die Fristen zur Umsetzung bzw. zur Anwendung der RL über unlautere Geschäftspraktiken bereits abgelaufen sind, ist die Richtlinie schon heute unmittelbar anzuwenden! Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken wirkt sich an vielen Stellen auf das geltende Wettbewerbsrecht aus. Die Neuerungen und Änderungen im

unmittelbaren Anwendungsbereich der Richtlinie, die damit verbundenen Auswirkungen auf das deutsche Wettbewerbsrecht sowie die geplante Umsetzung in das UWG sind Themen des diesjährigen Frankfurter Symposiums der WRP.

Weitere Informationen unter:
Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag
www.wrp.de
Matthias Sittinger
Tel.: 0 69 / 75 95-27 83
Fax: 0 69 / 75 95-11 70
E-Mail: matthias.sittinger@dfv.de

Praktikerseminar Personenschaden

Korrekte Berechnung aller Schadenspositionen bei Verletzung oder Tötung – Neueste Rechtsprechung

16.04.2008, Köln, Mercure Hotel Severinshof
05.05.2008, München, Verlag C.H. Beck
29.05.2008, Berlin, Relaxa Hotel Stuttgarter Hof

Die angemessene Erfassung von Personenschäden wirkt sowohl für Rechtsanwälte als

auch für Schadenregulierer bei Versicherern immer wieder Probleme auf. Wer zum Erfolg kommen will, muss nicht zuletzt die umfangreiche Rechtsprechung des BGH kennen. Anhand von Bewertungsgrundsätzen, Berechnungsformeln und Checklisten lernen Sie, Ansprüche richtig durchzusetzen bzw. abzuwehren. Die neueste Rechtsprechung wird dabei berücksichtigt.

Programm:

Grundsätze zum Ausgleich materieller und immaterieller Lasten bei Verletzung des Körpers oder der Gesundheit:

- Anspruchsberechtigungen
- Darlegungslast und -erleichterung
- Berechnungsgang bei wirtschaftlichen Vorteilen und angesichts der Obliegenheiten zur Schadensminderung
- Prozessuale Hinweise
- Wege und Probleme der Kapitalisierung
- Neue Probleme beim Nichtvermögensschaden (Schmerzensgeld)
- Geldausgleich wegen des Gesundheitsschadens
- Geldersatz bei vermehrten Bedürfnissen
- Erwerbsschäden: bei Arbeitnehmern

bei Selbstständigen
bei Minderjährigen

Wirtschaftliche Folgen bei Beeinträchtigung unentgeltlicher Arbeit:

- Berechnungsgrundsätze zu Fällen des verletzungsbedingten teilweisen oder vollständigen Ausfalls im Haushalt
- Änderung von Haushaltssituationen
- Handwerkliche Tätigkeiten

Schadensberechnung bei Ausfall der unentgeltlichen Arbeit im Haushalt wegen Tötung:

- Fortführung des Haushalts durch Hinterbliebene
- Anrechnung von Geldersparnissen oder Einkünften der Hinterbliebenen

Berechnung des Ersatzes wegen Ausfall des Barunterhalts:

- Einkünfte, fixe Kosten, Unterhaltsquoten
- Allein- und Doppelverdiener

Weitere Informationen unter:

<http://rsw.beck.de/rsw/shop/default.asp?toc=seminare.root>

Monika Herkelmann

Tel.: 0 89 / 3 81 89-7 49

E-Mail: seminare@beck.de

Timesharing-Recht in Europa



Analyse verbraucherpolitischer Defizite beim Erwerb von Teilzeitnutzungsrechten – Teil 2

Landesberichte zum Stand der Umsetzung der Richtlinie 94/47/EG in Österreich, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Italien und den Niederlanden

Herausgegeben von Prof. Dr. Thomas Pfeiffer, Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg

2008, ca. 220 S., broch., ca. 47,- €, ISBN 978-3-8329-3269-5

(Privatrecht – Wirtschaftsrecht – Verfahrensrecht, Bd. 2)

Erscheint März 2008

Wie sieht das Timesharing-Recht in Österreich, Frankreich, Großbritannien, Spanien, Italien und den Niederlanden im Vergleich zum deutschen Recht aus? Wo liegen Defizite? Zur Vorbereitung der anstehenden Novellierung der Timesharing-RL hat das Bundesverbraucherministerium den Herausgeber dieses Bandes mit einer rechtsvergleichenden Studie hierzu beauftragt. Der Band enthält die zur Vorbereitung der Studie eingeholten Landesberichte und ein Fazit.

Bitte bestellen Sie bei Ihrer Buchhandlung oder bei Nomos | Telefon 07221/2104-37 | Fax -43 | www.nomos.de | sabine.horn@nomos.de



Nomos