

# **Irreführende Werbung, wenn abgebildete Komplettausstattung nicht vom Preis erfasst ist**

**Oberlandesgericht Hamm**

**Urteil des OLG Hamm vom 5.06.2014**

**Az.: 4 U 152/13**

## **Tenor**

Auf die Berufung der Beklagten wird das am 06.09.2013 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bielefeld teilweise abgeändert und unter Zurückweisung der weitergehenden Berufung insgesamt wie folgt neu gefasst:

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für Betten mit der blickfangmäßigen Abbildung eines Bettes, das mit einer Unterkonstruktion und einer Matratze ausgestattet ist, unter blickfangmäßiger Angabe eines Preises zu werben, ohne entsprechend deutlich hervorgehoben darauf hinzuweisen, dass der Preis nur für das leere Bettgestell ohne Unterkonstruktion und Matratze gilt,

wenn dies geschieht wie in Anlage K4 zur Klageschrift (entspricht der Urteilsanlage) wiedergegeben (Schlafzimmer „C“, „C2-Schlafen“, „C3“, „C4“, „C5“, „C6“, „C7“, „C8“, „C9“, „C10“, „C11“ und/oder „C12“).

Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung die Verhängung eines Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten angedroht, wobei die Ordnungshaft insgesamt zwei Jahre

nicht übersteigen darf und an den Geschäftsführern der persönlich haftenden Gesellschafterin der Beklagten zu vollziehen ist.

Die Beklagte wird darüber hinaus verurteilt, an den Kläger 166,60 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz p.a. seit dem 24.04.2013 zu zahlen.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits beider Instanzen tragen der Kläger zu 20% und die Beklagte zu 80%.

Dieses Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Beklagte kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 50.000,00 € abwenden, sofern nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in dieser Höhe leistet. Der Kläger kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrages abwenden, sofern nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in der vorgenannten Höhe leistet.

## **Entscheidungsgründe**

A.

Der Kläger ist ein Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben nach seinen Angaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder gehört, hierbei insbesondere die Sorge dafür, dass die Regeln des lautereren Wettbewerbs eingehalten werden.

Die Beklagte entwickelt und stellt Möbel her, die sie als Großhändlerin an Möbeleinzelhändler verkauft. Ihre Produkte stellt sie u.a. in ihrem Internetauftritt unter der Internetadresse „www.D.de“ vor. Endkunden können bei der Beklagten Möbel nicht unmittelbar erwerben.

Jedenfalls am 20.03.2013 befand sich auf einer zum

Internetauftritt der Beklagten gehörenden Internetseite ein sogenannter „Link“ mit der Bezeichnung „Angebote Schlafen (15 Seiten)“ (Internetausdruck Anlage K4 zur Klageschrift). Beim Anklicken dieses Links öffnete sich ein 15-seitiges PDF-Dokument (im Folgenden: „Prospekt“). Ein Ausdruck des Prospektes ist ebenfalls in der Anlage K4 zur Klageschrift enthalten und darüber hinaus diesem Urteil als Urteilsbestandteil beigelegt.

Nach den Angebotsvorstellungen der Beklagten sind bei den in dem Prospekt abgebildeten Schlafzimmerkollektionen „C“, „C2-Schlafen“, „C3“, „C4“, „C5“, „C6“, „C7“, „C8“, „C9“, „C10“, „C11“ und „C12“ jeweils weder Bettzeug (Decken, Kissen, Bettwäsche) noch eine Matratze noch die Unterkonstruktion (z.B. Lattenrost) in dem für die jeweilige Kollektion angegebenen „Werbepreis“ enthalten.

Mit Schreiben vom 21.03.2013 (Anlage K6 zur Klageschrift) mahnte der Kläger die Beklagte ab. Zur Begründung führte er aus, die Werbung in dem Prospekt für die oben genannten Schlafzimmerkollektionen sei irreführend. Mit anwaltlichem Schriftsatz ihrer jetzigen Prozessbevollmächtigten vom 25.03.2013 (Anlage K7 zur Klageschrift) wies die Beklagte die Abmahnung zurück.

Der Kläger hat daraufhin vor dem Landgericht Bielefeld – Kammer für Handelssachen – Klage erhoben; die Klageschrift ist der Beklagten am 23.04.2013 zugestellt worden.

Der Kläger hat gegenüber dem Landgericht vorgetragen, er sei nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG befugt, den sich aus der Wettbewerbswidrigkeit der beanstandeten Prospektseiten ergebenden Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG im Klagewege geltend zu machen. Zu seinen Mitgliedern gehöre eine erhebliche Anzahl von Gewerbetreibenden, die auf dem gleichen Markt wie die Beklagte tätig seien, namentlich vier Möbelhandelsunternehmen aus dem Raum Berlin/Brandenburg mit beachtlichen Umsätzen sowie zwölf Handelsunternehmen, die mit

Waren aller Art, insbesondere mit Holz-, Teppich- und Möbelwaren sowie mit Heimtextilien, Handel trieben. Der Kläger hat hierzu eine Mitgliederliste (Anlage K1 zur Klageschrift) sowie eine schriftliche Erklärung seiner Geschäftsführerin Angelika Lange (Anlage K2 zur Klageschrift), in der die inhaltliche Richtigkeit dieser Mitgliederliste versichert wird, vorgelegt. Er, der Kläger, sei nach seiner personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung auch tatsächlich in der Lage, seine satzungsmäßigen Aufgaben ordnungsgemäß wahrzunehmen.

Bei der Werbung in dem streitgegenständlichen Prospekt handle es sich um eine irreführende Blickfangwerbung. Bei den oben genannten Schlafzimmerkollektionen erwecke die Werbung durch ihre Aufmachung und Gestaltung blickfangmäßig den – tatsächlich unzutreffenden – Eindruck, Bestandteil der jeweils zu dem genannten Preis beworbenen Schlafzimmerkollektion seien jeweils auch die Unterkonstruktion für die Matratze (z.B. ein Lattenrost), eine Matratze sowie das Bettzeug.

Die auf den jeweiligen Prospektseiten der Beklagten enthaltenen Hinweise „Ohne Rahmen, Auflagen und Dekoration“ (bei den Kollektionen „C“, „C2-Schlafen“, „C3“, „C4“, „C5“, „C6“, „C7“, „C8“, „C9“ und „C10“) bzw. „Ohne Federholzrahmen, Auflagen und Deko/Dekoration“ (bei den Kollektionen „C11“ und „C12“) nähmen zum einen nicht ausreichend am jeweiligen Blickfang teil, zum anderen seien sie auch inhaltlich unverständlich und daher nicht geeignet, den durch den Blickfang erweckten unzutreffenden Eindruck zu korrigieren.

Der Kläger hat schließlich behauptet, ihm seien durch die Abmahnung der Beklagten Kosten in Höhe von 166,60 € entstanden.

Der Kläger hat (zuletzt) beantragt,

1. die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr für Betten mit der blickfangmäßigen Abbildung eines Bettes, das bis hin zum Bettzeug ausgestattet ist, und der blickfangmäßigen Angabe eines Preises zu werben, ohne entsprechend deutlich hervorgehoben darauf hinzuweisen, dass der Preis nur für das leere Bettgestell ohne Lattenroste, Matratzen und/oder Bettzeug gilt,

wenn dies geschieht wie in Anlage K4 wiedergegeben (Schlafzimmer „C“, „C2-Schlafen“, „C3“, „C4“, „C5“, „C6“, „C7“, „C8“, „C9“, „C10“, „C11“ und/oder „C12“);

2. die Beklagte zu verurteilen, an ihn, den Kläger, 166,60 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz p.a. seit dem 24.04.2013 zu zahlen.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hat die Auffassung vertreten, der Kläger habe seine Klagebefugnis nicht ausreichend dargelegt. Daneben bestehe aber auch in materiellrechtlicher Hinsicht kein Unterlassungsanspruch, da die streitgegenständliche Prospektwerbung nicht irreführend sei. Sie weise durch die auf den jeweiligen Prospektseiten platzierten Hinweise „Ohne Rahmen, Auflagen und Dekoration“ bzw. „Ohne Federholzrahmen, Auflagen und Deko/Dekoration“ deutlich darauf hin, dass Bettzeug, Matratzen und Unterkonstruktionen nicht Bestandteil des jeweiligen Angebotes seien. Diese Hinweise seien drucktechnisch ausreichend groß, um korrekt zur Kenntnis genommen werden zu können. Darüber hinaus seien sie auch inhaltlich verständlich. Es handele sich bei den in den Hinweisen gebrauchten Begriffen um die sprachlich korrekten und in der Möbelbranche üblichen Bezeichnungen. Der Begriff „Rahmen“ (auch „Federholzrahmen“) bezeichne die untere Baugruppe eines Bettes, die ganz unterschiedlich konstruiert sein könne. Ein Lattenrost könne eine solche Unterkonstruktion sein, es gebe aber auch den klassischen Sprungfederrahmen,

sogenannte „Modul-Rahmen“, in denen punktelastische Module oder Teller anstelle von Latten angebracht seien, oder andere Arten von Unterfederungen. „Auflagen“ oder „Bettauflagen“ seien in der Möbelbranche die Matratzen, also die Auflage auf der Unterkonstruktion des Bettes. Diese fachlich korrekten und üblichen Bezeichnungen würden vom Verbraucher auch zutreffend verstanden.

Die 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bielefeld hat die Beklagte mit dem angefochtenen, am 06.09.2013 verkündeten Urteil antragsgemäß verurteilt. In den Entscheidungsgründen folgt das Landgericht im Wesentlichen der Argumentation des Klägers. Die Hinweise „Ohne Rahmen, Auflagen und Dekoration“ bzw. „Ohne Federholzrahmen, Auflagen und Deko/Dekoration“ seien zwar inhaltlich nicht unverständlich. Sie nähmen indes nicht ausreichend an dem irreführenden Blickfang der jeweiligen Prospektseiten teil.

Gegen dieses Urteil wendet sich die Beklagte mit ihrer form- und fristgerecht eingelegten und begründeten Berufung. Sie wiederholt und vertieft ihr erstinstanzliches Vorbringen.

Die Beklagte beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern und die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Er verteidigt das angefochtene Urteil.

Soweit in den vorstehenden Ausführungen Fundstellen in der Gerichtsakte angegeben sind, wird wegen der Einzelheiten auf die dort befindlichen Dokumente verwiesen.

B.

Die – zulässige – Berufung hat in der Sache lediglich teilweise Erfolg.

I. Die Klage ist zulässig. Der Kläger ist insbesondere nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugt. Der Senat hat, worauf der Kläger schon in der Klageschrift zutreffend hingewiesen hat, bereits im Jahre 2010 in der mündlichen Verhandlung in der Sache I-4 U 110/10 in einem Hinweis die Auffassung vertreten, der Kläger sei im Hinblick auf Wettbewerbsverstöße auf dem Möbelmarkt klagebefugt, weil zu seinen Mitgliedern u.a. die Versandhandelsunternehmen „F“, „F2“ und „F3“ gehörten, die bundesweit Möbel anböten. Diese Unternehmen gehören dem Kläger ausweislich der von diesem vorgelegten Mitgliederliste, an deren inhaltlicher Richtigkeit der Senat keinen Zweifel hegt, auch heute noch an und sind auch heute noch auf dem Möbelmarkt aktiv. Der Senat sieht keine Veranlassung, von seiner im Jahre 2010 geäußerten Auffassung abzuweichen. Dass die drei vorgenannten Unternehmen einerseits und die Beklagte andererseits nicht der gleichen Handelsstufe zuzurechnen sein mögen, ist ohne Bedeutung (vgl. Köhler/Bornkamm/Köhler, UWG, 32. Aufl. [2014], § 8 Rdnr. 3.38a m.w.N.).

II. Die Klage ist indes nur teilweise begründet.

1. Als Grundlage für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch kommt allein die Regelung in § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3, § 5 Abs. 1 Satz 1 und Satz 2 Nr. 1 UWG in Betracht. Der vom Kläger geltend gemachte Anspruch besteht danach indes nicht in vollem Umfang. Die vom Kläger beanstandeten Prospektseiten sind nicht in allen vom Kläger gerügten Punkten irreführend. Die beanstandete Prospektwerbung der Beklagten ist nur insoweit irreführend, als die Werbung den – tatsächlich unzutreffenden – Eindruck erweckt, Bestandteil der beanstandeten Angebote seien jeweils auch die zum Bett gehörende Unterkonstruktion (z.B. ein Lattenrost) und eine Matratze. Im Hinblick auf die Frage der Zugehörigkeit des Bettzeugs zum jeweiligen Angebot liegt hingegen keine Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise vor.

a) Der Senat kann den dem Werbeauftritt der Beklagten nach der Verkehrsauffassung beizumessenden Aussageinhalt selbst

beurteilen. Der Einholung eines Sachverständigengutachtens bedarf es nicht. Die Mitglieder des Senats gehören als Verbraucher und potentielle Möbelkäufer den von der streitgegenständlichen Werbung angesprochenen Verkehrskreisen an. Als Herstellerin und Großhändlerin mag sich die Beklagte zwar in erster Linie an den Möbeleinzelhandel wenden. Der Internet-Prospekt richtete sich indes auch unmittelbar an den Verbraucher. Der Werbeauftritt befand sich in dem für jedermann einsehbaren Bereich des Internetauftrittes der Beklagten. Auf derjenigen Internetseite, die den Link zu dem Prospekt enthielt (vgl. Anlage K4 zur Klageschrift), befand sich zudem ein offenkundig für die Nutzung durch Verbraucher bestimmter „Küchenplaner“ („Mit unserem 3D-Küchenplaner können Sie sich im Handumdrehen Ihre Traumküche zusammenstellen und speichern.“).

b) Die streitgegenständliche Werbung erweckt den – tatsächlich unzutreffenden und damit irreführenden – Eindruck, Bestandteil der hier in Rede stehenden Angebote seien jeweils auch die zum Bett gehörende Unterkonstruktion (z.B. ein Lattenrost) und eine Matratze. Sie erweckt hingegen nicht den Eindruck, dass auch das Bettzeug zum Angebotsumfang gehört.

aa) Es besteht von vornherein keine Erwartung der angesprochenen Verkehrskreise, dass bei dem Komplett-Angebot eines Schlafzimmers durch einen Möbelhändler – erst recht bei der Bewerbung durch einen Möbelhersteller und -großhändler, der selbst in keinen unmittelbaren Geschäftsbeziehungen zum Verbraucher steht – auch das Bettzeug zum Angebotsumfang gehört, unterliegt die Auswahl von Decken, Kissen und Bettwäsche doch in hohem Maße den persönlichen Bedürfnissen, Gewohnheiten und Vorlieben des jeweiligen Benutzers.

Etwas anderes ergibt sich auch nicht daraus, dass auf den jeweiligen Prospektseiten die – den Blickfang des jeweiligen Angebotes bildende – Abbildung ein Bett inklusive Bettzeug zeigt. Für den Betrachter ist klar, dass es sich bei dem abgebildeten Bettzeug – genau wie bei den z.B. gezeigten

Bildern an der Wand, etwaigem Blumenschmuck, Büchern oder Lampen – lediglich um „Beiwerk“ handelt, das nicht zum Angebotsumfang gehört, sondern lediglich deshalb zu sehen ist, damit die Abbildung insgesamt optisch „gefällig“ wirkt, was bei der bloßen Abbildung von schlichten Möbeln in einem kahlen Raum nicht der Fall wäre.

bb) Etwas anderes gilt hingegen für die Unterkonstruktion (z.B. Lattenrost) und die Matratze.

(1) Dem Verbraucher ist bekannt, dass es durchaus Komplettangebote für Schlafzimmer oder für Betten gibt, bei denen die Unterkonstruktion und eine Matratze Bestandteil des Angebotes sind. Sogar der hier in Rede stehende Prospekt enthält mit der – nicht streitgegenständlichen – Schlafzimmerkollektion „Evolution“ ein solches Komplettangebot, auch wenn der Senat nicht verkennt, dass es sich bei dem dort angebotenen Bett um ein sogenanntes „Boxspring-Bett“, also um eine besondere Bettkonstruktion ohne Lattenrost handelt.

(2) Die den Blickfang der beanstandeten Prospektseiten darstellenden Abbildungen zeigen jeweils ein – bis hin zum Bettzeug – vollständig ausgestattetes Bett. Ein so ausgestattetes Bett enthält naturgemäß, auch wenn diese Bestandteile als solche auf den Abbildungen nicht unmittelbar zu sehen sind, eine wie auch immer geartete Unterkonstruktion und eine Matratze. Vor dem Hintergrund der oben unter (1) dargestellten Verbrauchererfahrung erwecken die beanstandeten Prospektseiten damit zumindest bei einem nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise blickfangmäßig den Eindruck, Bestandteil des jeweiligen Angebotes seien auch eine Unterkonstruktion und eine Matratze. Dieser Eindruck ist unzutreffend, da bei den streitgegenständlichen Schlafzimmerkollektionen nach den Preis- und Angebotsvorstellungen der Beklagten eine Unterkonstruktion und eine Matratze unstreitig gerade nicht zum Angebotsumfang gehören sollen.

(3) Wird blickfangmäßig ein für sich betrachtet unzutreffender Eindruck erweckt, muss eine irrtumsausschließende Aufklärung durch einen klaren und unmissverständlichen sowie am Blickfang teilhabenden Hinweis erfolgen, um eine Irreführung im Sinne des § 5 Abs. 1 UWG auszuschließen (BGH, GRUR 2003, 249 [Preis ohne Monitor]; Köhler/Bornkamm/Bornkamm, a.a.O., § 5 Rdnr. 2.95 m.w.N.). Eine solche Aufklärung erfolgt hier nicht.

(a) Das Landgericht hat in den Entscheidungsgründen des angefochtenen Urteils bereits mit zutreffenden Erwägungen ausgeführt, dass die auf den streitgegenständlichen Prospektseiten platzierten Hinweise „Ohne Rahmen, Auflagen und Dekoration“ bzw. „Ohne Federholzrahmen, Auflagen und Deko/Dekoration“, durch die nach Auffassung der Beklagten eine Aufklärung erfolgen soll, nicht ausreichend am Blickfang der jeweiligen Prospektseite teilhaben. Soweit sich die entsprechenden Hinweise unmittelbar neben dem blickfangmäßig herausgestellten „Werbepreis“ (innerhalb der Abbildung) befinden, erreicht der Hinweistext aufgrund seiner – sehr geringen – Schriftgröße nicht einmal die Höhe und Größe der Preisangabe. Diese springt durch ihre Größe und ihre farbliche Gestaltung (weiße Schrift auf leuchtend rotem Grund) deutlich ins Auge. Demgegenüber wird der kleingedruckte Hinweis vor weißem, grauem oder dunklem Hintergrund kaum wahrgenommen. Dass die Hinweise bei den Angeboten „C11“ und „C12“ – hier befinden sich die Hinweise nicht einmal innerhalb der jeweiligen Abbildung, sondern am Ende des Fließtextes unterhalb der Abbildung – nicht am Blickfang teilhaben, bedarf keiner näheren Erläuterung.

(b) Darüber hinaus sind die vorbezeichneten Hinweise auch inhaltlich nicht klar und unmissverständlich. Die Auffassung der Beklagten, die Begriffe „Rahmen“ bzw. „Federholzrahmen“ und „Auflage“ seien eindeutig verständlich, trifft nicht zu. Es mag sein, dass der Begriff „Rahmen“ innerhalb der Möbelbranche als Fachbegriff für die Unterkonstruktion eines Bettes verwandt wird und der Begriff „Auflage“ u.a. eine

Matratze bezeichnet. Jedenfalls einem nicht unerheblichen Teil der – von der streitgegenständlichen Werbung mitangesprochenen – Verbraucher sind die Bedeutungen dieser (tatsächlichen oder vermeintlichen) Fachbegriffe indes fremd.

(4) Überdies weist der Senat noch auf Folgendes hin: zumindest ein nicht unerheblicher Teil derjenigen Betrachter, die die Hinweise mit den vorgenannten Begriffen – obwohl sie in keinem Fall ausreichend am Blickfang der jeweiligen Prospektseite teilhaben – gleichwohl wahrnehmen, wird in diesen Hinweisen eine abschließende Aufzählung derjenigen Abbildungsbestandteile erblicken, die (ausnahmsweise) nicht Bestandteil des jeweiligen Angebotes sind. Angesichts der Missverständlichkeit der hier in Rede stehenden Begriffe wird hierdurch der durch die Abbildung erweckte Eindruck, Unterkonstruktion und Matratze seien Angebotsbestandteile, gegebenenfalls sogar noch verstärkt.

c) Die Irreführung durch die Beklagte weist die erforderliche geschäftliche Relevanz auf. Es besteht die Gefahr, dass eine hinreichend große Anzahl an Verbrauchern durch die streitgegenständlichen und irreführenden „Jubiläumsangebote“ der Beklagten in die Geschäftslokale und Ausstellungsräume der mit der Beklagten kooperierenden Möbeleinzelhändler gelockt und dort zu Kaufentscheidungen bewegt wird.

d) Umstände, die geeignet wären, die aufgrund der begangenen Verstöße tatsächlich zu vermutende Wiederholungsgefahr auszuräumen, sind nicht ersichtlich.

2. Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten ergibt sich aus § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG. Die vom Kläger geltend gemachte Abmahnkostenpauschale ist der Höhe nach nicht zu beanstanden (vgl. Senat, Urteil vom 27.02.2014 – 4 U 144/13 – [zur Veröffentlichung in NRWE vorgesehen]). Dass die Abmahnung durch den Kläger nicht in allen Punkten (Stichwort: Bettzeug) berechtigt war, führt nicht zu einer Reduzierung der zu erstattenden Abmahnkosten (vgl. Köhler/Bornkamm/Bornkamm, § 12

Rdnr. 1.99 m.w.N.). Der Zinsanspruch folgt aus §§ 291, 288 Abs. 1 Satz 2 BGB.

C.

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 92 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2, 97 Abs. 1 ZPO. Bei der Bestimmung der Kostenquote hat der Senat berücksichtigt, dass die streitgegenständlichen Prospektseiten als solche verboten bleiben, auch wenn sie nicht in allen vom Kläger gerügten Punkten irreführend sind, und sich das Teil-Unterliegen des Klägers der Sache nach nur in der späteren Zwangsvollstreckung – bei der Ermittlung des Kreises kerngleicher Verletzungshandlungen – auswirken wird.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.