

Zur Angabepflicht von Informationen nach der Pkw- EnVKV in Neuwagenangeboten

Oberlandesgericht Frankfurt a.M.

Urteil vom 06.02.2014

Az.: 6 U 224/12

Tenor

Die Berufung der Beklagten gegen das am 22.08.2012 verkündete Urteil der 7. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Darmstadt wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen, mit der Maßgabe, dass der Tenor zu Ziff. 1 dahingehend berichtigt wird, dass nach „ohne zugleich deren Werte des“ noch einzufügen ist: „offiziellen Kraftstoffverbrauchs im kombinierten Testzyklus und deren Werte der“ (§ 319 I ZPO).

Dieses Urteil und das angefochtene Urteil sind ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar.

Die Beklagte kann die Zwangsvollstreckung des Klägers durch Sicherheitsleistung in Höhe von 33.000 EUR abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Entscheidungsgründe

I.

Die Parteien streiten über die Pflicht zur Angabe von Informationen nach der Pkw-EnVKV in der Angebotsliste einer Internetplattform.

Der Kläger ist ein Umwelt- und Verbraucherschutzverein, der in

der Liste qualifizierte Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen ist. Die Beklagte ist Generalimporteurin für Fahrzeuge der Marke X in Deutschland und als Tochtergesellschaft der X ... zuständig für den Vertrieb von X Fahrzeugen in Deutschland. Sie unterhält einen Internetauftritt unter dem Domainnamen www.X-...de. Von dort aus ist eine Internetplattform mit der Bezeichnung: „A-B-C“ erreichbar. Selbstständige Vertragshändler der Beklagten haben die Möglichkeit, auf dieser Plattform Gebraucht- und Neufahrzeuge jeder Marke zum Kauf anzubieten. Ganz überwiegend finden sich dort Fahrzeuge der Marke X. Zum Beispiel werden für den Typ X1 etwa 60 Neuwagen-Angebote angezeigt. In der Ergebnisliste finden sich neben Typenbezeichnung, Kaufpreis und Kilometerstand auch Angaben zur Motorleistung in KW und PS (Anlage K3). Klickt man eines der gelisteten Angebote an, öffnet sich eine Seite „Fahrzeug-Detail“, die unter anderem die vollständigen Angaben nach § 5 Pkw-EnVKV enthält.

Der Kläger ist der Auffassung, die Angaben zum offiziellen Kraftstoffverbrauch und zu den offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen müssten bereits in der Auflistung erscheinen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die tatsächlichen Feststellungen im angefochtenen Urteil Bezug genommen (§ 540 Abs. 1 S. 1 ZPO).

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Internet für neue Personenkraftwagenmodelle, die noch nicht zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Auslieferung verkauft wurden (im Sinne des § 2 Nr. 1 der Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch und CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen), zu werben, ohne zugleich deren Werte des offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen im kombinierten Testzyklus anzugeben und sicherzustellen, dass dem Empfänger der Werbung diese Informationen automatisch in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen, die dem auf der

Internetseite erstmalig Angaben zur Motorleistung der beworbenen Personenkraftwagen gemacht werden, wenn dies dadurch geschieht wie in Anlage K3 wiedergegeben.

Außerdem hat das Landgericht die Beklagte zur Zahlung einer Kostenpauschale in Höhe von 214,00 € verurteilt.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Berufung der Beklagten. Sie ist der Auffassung, sie sei für die Inhalte der Internetplattform „A.com“ nicht verantwortlich. Betreiberin der Plattform sei die Y Bank, eine selbstständige Partnerbank der Beklagten. Die Einbindung in den Internetauftritt der Beklagten beschränke sich auf einen Link. Die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs sei rechtsmissbräuchlich. Ein Verstoß gegen § 5 Pkw-EnVKV liege nicht vor.

Wegen des weiteren Parteivorbringens wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst deren Anlagen Bezug genommen.

II.

Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg.

1. Die Klage ist zulässig.

a) Der Unterlassungsantrag ist hinreichend bestimmt. Ohne Erfolg macht die Berufung geltend, der Antrag wiederhole nur den Gesetzeswortlaut. Der Antrag kombiniert zwar Merkmale der Tatbestände des § 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV („Kraftfahrzeuge, die noch nicht zu einem anderen Zweck als dem des Weiterverkaufs oder der Auslieferung verkauft wurden“), der Anlage 4 Abs. II Nr. 2 zu § 5 („offizielle Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen im kombinierten Testzyklus“) und Nr. 3 („sicherzustellen, dass dem Empfänger ... die Informationen automatisch in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen, in dem ... erstmalig Angaben zur Motorleistung ... gemacht werden“). Er erschöpft sich jedoch nicht darin. Der Antrag ist auf Werbung im Internet beschränkt. Außerdem ist er auf die konkrete Verletzungsform (Anlage K3) bezogen. Ein

gesetzeswiederholender Antrag ist dann unbedenklich, 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 2012, 842 Rn. 12 – Neue Personenkraftwagen). So liegt es im Streitfall. Es bedarf deshalb keiner Entscheidung, ob der gesetzliche Tatbestand schon selbst hinreichend eindeutig und konkret gefasst ist und deshalb die Wiederholung des Gesetzeswortlauts ausnahmsweise ausreichend wäre.

b) Die Klage ist nicht im Sinne des §§ 8 Abs. 4 UWG rechtsmissbräuchlich. Die Annahme eines Rechtsmissbrauchs erfordert eine sorgfältige Prüfung und Abwägung der maßgeblichen Einzelumstände. Die von der Beklagten insoweit angeführten Indizien rechtfertigen – auch in ihrer Gesamtschau – nicht den Schluss auf eine Missbrauchsabsicht der Klägerin.

aa) Dem Kläger kann nicht vorgehalten werden, er übe eine umfangreiche Abmahn Tätigkeit aus und lasse sich dabei die Kosten der Abmahnungen erstatten. Der Kläger ist in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 des Unterlassungsklagegesetzes eingetragen. Das Abmahnen von Verstößen gegen verbraucherschützende Normen gehört zu seinen im öffentlichen Interesse liegenden Aufgaben. Es bestehen keinerlei Anhaltspunkte dafür, dass es ihm im Streitfall vorrangig um die Generierung von Kostenerstattungs- und Vertragsstrafeansprüchen geht. Die Abmahnung richtet sich gegen die deutsche Generalvertretung eines weltweit tätigen Automobilkonzerns wegen fehlender Angaben auf einer ganzen Internetplattform. Hierfür werden pauschalisierte Abmahnkosten von 214,00 € beansprucht. Ginge es dem Kläger um die Generierung von Abmahnkosten, hätte er die einzelnen Vertragshändler abgemahnt, die ihre Angebote auf die Plattform einstellen. Ein solches Vorgehen legt die Beklagte gerade nicht dar.

bb) Ein Missbrauch lässt sich auch nicht aus der Höhe des

geforderten Vertragsstrafeversprechens ableiten. Es entspricht seit Jahren der Üblichkeit, für durchschnittliche Wettbewerbsverstöße Vertragsstrafen von ca. 5.000 € vorzusehen. Der Kläger hat gegenüber der Beklagten in der vorformulierten Unterlassungserklärung eine Vertragsstrafe von 10.000 € vorgeschlagen. Dies erscheint angesichts der Größe und Marktbedeutung der Beklagten als Generalimporteurin eines ausländischen Automobilherstellers nicht derart hoch, dass die Grenze zum Rechtsmissbrauch überschritten wäre. Ohne Erfolg beruft sich die Beklagte in diesem Zusammenhang auf die BGH-Entscheidung „Bauheizgerät“ (GRUR 2012, 730), der ganz andere Umstände zu Grunde lagen. Dort ging es um ein einzelnes Warenangebot auf der Internethandelsplattform eBay. Die geforderte Vertragsstrafe von 5.100 € wurde nur als einer von mehreren für die Missbräuchlichkeit sprechenden Umstände anerkannt. Entscheidend war, dass die Verwirkung der Vertragsstrafe unabhängig von einem Verschulden des Schuldners versprochen werden sollte. Auch die vorgesehene Erhöhung um 25 % für jeden selbstständigen Verstoß begründet im Streitfall nicht die Missbräuchlichkeit der Abmahnung.

cc) Ein Rechtsmissbrauch folgt schließlich auch nicht aus dem Umstand, dass die vorformulierte Unterlassungserklärung mit der Erstattung der Abmahnkosten verknüpft war. Die Erstattung der Abmahnkosten ist zwar keine Voraussetzung für die Ausräumung der Wiederholungsgefahr. Gleichwohl kann es sachgerecht sein, mit ein und derselben Erklärung sowohl eine Regelung hinsichtlich der Unterlassung als auch hinsichtlich der Abmahnkosten herbeizuführen. Es liegt fern, dass die Klägerin versucht hat, die Beklagte über die Voraussetzungen des Wegfalls der Wiederholungsgefahr zu täuschen. Die Beklagte ist ein großes Unternehmen mit eigener Rechtsabteilung. Der Kläger musste annehmen, dass sie mit grundlegenden Verfahrensfragen bei Wettbewerbsverstößen vertraut ist. Das gleiche gilt für den Umstand, dass die Formulierung der Unterlassungsverpflichtung über die konkrete Verletzungsform hinausgeht.

2. Die Klage ist begründet. Dem Kläger steht gegen die Beklagte ein Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 5a Abs. 2 und 4 UWG in Verbindung mit Anlage 4 Abschn. II zu § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV und aus §§ 8 Abs. 1, 3, 4 Nr. 11 UWG in Verbindung mit Anlage 4 Abschn. II zu § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV zu.

a) In der Ergebnisanzeige der Fahrzeugplattform gemäß Anlage K 3 werden neue Personenkraftwagen bestimmter Typen ohne die Angaben nach Anlage 4 Abs. II Nr. 2 zu § 5 Pkw-EnVKV beworben. Bereits innerhalb der Ergebnisliste werden Aussagen zur Motorleistung (kW / PS) getroffen. Bereits hier müssten die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und Emissionen aufgeführt werden, da gemäß Anlage 4, Abschn. II zu § 5 Pkw-EnVKV schon bei der erstmaligen Angabe der Motorisierung dem Werbeadressaten die Verbrauchsangaben „automatisch zur Kenntnis gelangen“ müssen. Bei der streitgegenständlichen Ergebnisanzeige handelt es sich um „Werbematerial“ für bestimmte Modelle (Anlage 4 Abs. I Nr. 3 zu § 5 Pkw-EnVKV) und nicht nur um „Imagewerbung“. Denn bereits hier werden die aufgelisteten Modelle nach Typ und Motorleistung konkretisiert. Eine teleologische Reduktion, die derartige Ergebnisanzeigen ausnimmt, ist entgegen der Ansicht der Beklagten nicht geboten. Sinn und Zweck der Bestimmung ist es, die Informationen so früh wie möglich und unabhängig von einer bereits konkretisierten Auswahlentscheidung bereitzuhalten.

b) Die in § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV auferlegte Verpflichtung sicherzustellen, dass Werbeanzeigen Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen neuer Personenkraftwagen nach Maßgabe von Abschnitt I der Anlage 4 enthalten, ist eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG (vgl. BGH GRUR 2012, 842 Rn. 16 – Neue Personenkraftwagen). Bei den anzugebenden Werten handelt es sich außerdem um Informationen, die dem Verbraucher aufgrund einer unionsrechtlichen Richtlinie (1999/94/EG) nicht vorenthalten werden dürfen und deshalb nach § 5a II, IV UWG stets als wesentlich anzusehen

sind.

c) Ohne Erfolg beruft sich die Beklagte auf die Bagatellgrenze. Da es um die Vorenthaltung von Informationen geht, die das Unionsrecht als wesentlich einstuft, ist zugleich klar, dass das Erfordernis der Spürbarkeit nach § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG erfüllt ist (vgl. BGH GRUR 2012, 842 Rn. 25 – Neue Personenkraftwagen). Nichts anderes ergibt sich daraus, dass im Streitfall die Angaben nur in der Ergebnisliste fehlen und nach dem Anklicken der Einzelangebote erscheinen. Ist gesetzlich vorgegeben, dass die Angaben bereits in dem Augenblick erscheinen müssen, in dem erstmalig Angaben zur Motorisierung gemacht werden, kann hiervon nicht unter Hinweis auf die Bagatellklausel abgewichen werden. Nichts anderes ergibt sich aus dem Sinn und Zweck der Vorschrift. Es geht nicht nur um die Beeinflussung der Kaufentscheidung, sondern bereits um die Steuerung der Verbraucherinteressen im Vorfeld einer möglichen Kaufentscheidung. Der Verbraucher soll veranlasst werden, sein eventuelles Kaufinteresse von vornherein auf verbrauchs- und emissionsarme Fahrzeuge zu lenken (so zutreffend OLG Oldenburg, Urt. v. 20.7.2012 – 6 U 72/12, Anlage K17, Bl. 83 d.A.).

d) Die Beklagte ist für die dargestellte unlautere Handlung wettbewerbsrechtlich verantwortlich.

aa) Soweit die streitgegenständliche Auflistung in der Fahrzeugbörse X-Neuwagenangebote enthält, ist die Beklagte als „Herstellerin“ für die darin liegende Verwendung des elektronischen Werbematerials verantwortlich (§ 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 PKW-EnVKV).

Nach § 2 Nr. 2 Pkw-EnVKV ist „Hersteller“ der in der Zulassungsbescheinigung Teil I genannte Hersteller. Im Zulassungsschein der X-Neufahrzeuge, die auf der Plattform angeboten werden, ist nach dem Vortrag der Beklagten die „X ..., Land1“ eingetragen. Ist der Hersteller nicht in Deutschland ansässig, gilt nach § 2 Nr. 2 Pkw-EnVKV auch dessen

bevollmächtigter Vertreter in Deutschland als „Hersteller“. Dies ist die Beklagte. Nach den tatbestandlichen Feststellungen des erstinstanzlichen Urteils ist die Beklagte „die Deutschlandvertretung des Automobilherstellers X“. Diese Feststellung wurde zwar mit der Berufung beanstandet, jedoch nicht mit einem Tatbestandsberichtigungsantrag angegriffen. Sie war erstinstanzlich auch unstreitig. Mit ihrem erstmaligen Bestreiten in der Berufungsschrift ist die Beklagte nach § 531 II Nr. 3 ZPO ausgeschlossen. Außerdem führt auch der Vortrag in der Berufungsbegründung zu keiner abweichenden Beurteilung. Danach ist die Beklagte jedenfalls Generalimporteurin für Fahrzeuge der Marke X in Deutschland und zuständig für den Vertrieb von Fahrzeugen der X ... in Deutschland. Unerheblich ist, dass es noch weitere Unternehmen der X-Gruppe in Deutschland gibt. Die Beklagte hat nicht mitgeteilt, welche Funktionen diese Unternehmen wahrnehmen. Die Beklagte verantwortet den Vertrieb der Neufahrzeuge und repräsentiert damit den Hersteller.

Die Beklagte hat die aus der Anlage K3 ersichtlichen Angebote „in elektronischer Form verbreitet“ (§ 5 Abs. 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV). Das Impressum der Internetseite „X-...de“ weist die Beklagte als Verantwortliche aus (vgl. Anlage K13, Bl. 48 d.A.). Von der Internetseite aus kann man die Internetplattform „A-B-C“ aufrufen, auf der Vertragshändler der Beklagten Gebrauch- und Neufahrzeuge zum Kauf anbieten können. Die Beklagte ist hinsichtlich der Listung der Neuwagenangebote ohne die nach der Pkw-EnVKV erforderlichen Angaben als Mittäterin anzusehen.

Die Verantwortlichkeit der Klägerin entfällt nicht deshalb, weil die Angebote auf der Internetplattform von selbständigen Vertragshändlern der Beklagten eigenverantwortlich und auf eigene Rechnung eingestellt werden. Die Beklagte ermöglicht es ihnen durch die Verlinkung, die Angebote über die zentrale X-Deutschland-Internetseite abrufbar zu halten. Es ist von einer gemeinschaftlichen Begehung, also einem bewussten und

gewollten Zusammenwirken auszugehen. Dem UWG unterfallen auch solche geschäftlichen Handlungen, die darauf gerichtet sind, den Absatz eines fremden Unternehmens zu fördern (§ 2 Nr. 1 UWG). Ohne Erfolg beruft sich die Beklagte darauf, sie habe keine Möglichkeit, auf das werbliche Verhalten der KfZ-Händler Einfluss zu nehmen. Dies trifft schon deshalb nicht zu, weil es sich um ihre eigenen Vertragshändler handelt. Sie kann die Nutzung der Plattform von entsprechenden Auflagen abhängig machen. Notfalls kann sie von der Verlinkung Abstand nehmen. Die Beklagte hatte auch Kenntnis davon, dass die Auflistung der Angebote der Vertragshändler die nach § 5 Pkw-EnVKV notwendigen Angaben nicht beinhaltet. Eine Kenntnis von jedem einzelnen Angebot ist hierfür nicht erforderlich, da der Verstoß zwingend jedes Angebot betrifft. Die Plattform gewährt gar keine Möglichkeit, die Pflichtangaben auf der streitgegenständlichen Angebotsauflistung erscheinen zu lassen, weil es an einer entsprechenden Kategorie fehlt. Die Liste sieht nur Spalten für Fahrzeugtyp, Preis, Leistung (KW / PS), Standort, Farbe und Bild vor. Eine Spalte für die Pflichtangaben fehlt. Hierfür hätte die Beklagte Sorge tragen müssen. Denn sie ermöglicht den Vertragshändlern, Fahrzeuge über die X-...-Internetseite in der Fahrzeugbörse zu präsentieren. Daran hat sie als Generalimporteurin und Vertriebsbeauftragte für Deutschland selbst ein Interesse. Ihre Rolle ist nicht vergleichbar mit der des Betreibers einer allgemein zugänglichen Plattform wie mobile.de oder autoscout.24.

Ohne Erfolg beruft sich die Beklagte – erstmals in der Berufungsbegründung – darauf, Betreiber und Administrator der Internetplattform „A.com“ sei die „Y Bank“, die für die Ausgestaltung der Plattform alleinverantwortlich sei. Die Einbindung der Plattform auf der Seite der Beklagten erfolge nur durch einen Link, wobei die Inhalte der Seite „A.com“ in einem Frame wiedergegeben werden (vgl. Bl. 174 d.A.). Die Grundsätze der Entscheidung „Paperboy“, wonach das bloße Verlinken mit Seiten, auf denen sich urheberrechtlich

geschützte Inhalte befinden, keine Störerhaftung begründet (BGH GRUR 2003, 958), finden im Streitfall keine Anwendung. Das gleiche gilt für die Entscheidung FOCUS-ONLINE, in der die Störerhaftung der Verpächters einer Domain verneint wird (BGH GRUR 2009, 1093). Es geht im Streitfall nicht um die Verantwortlichkeit als Störer für Schutzrechtsverletzungen. Es geht auch nicht um eine bloße Zugangsvermittlung für Dritte. Die Rolle der Beklagten erschöpft sich nicht in der Verlinkung. Ihre Täterhaftung knüpft an das „Verbreiten“ des Werbematerials an. Sie ermöglicht ihren Vertragspartnern gezielt, ihre Angebote über die zentrale Internetseite abrufbar zu machen. Dies hat sie in der Klageerwiderung selbst vorgetragen. Dort heißt es, sie eröffne ihren Vertragshändlern die Möglichkeit, über die Internetplattform Fahrzeuge anzubieten (Bl. 23 d.A.). Sie stelle die Plattform zur Verfügung (Bl. 79 d.A.). Hierbei handele es sich um einen Service der X Vertriebsorganisation (Bl. 24 d.A.). Die Bewerbung der Neuwagen-Angebote über die die zentrale Internetseite liegt auch im Absatzinteresse der Beklagten. Sie ist Generalimporteurin und Vertriebsbeauftragte für X-Fahrzeuge. Es spielt keine Rolle, dass die Händler über das Portal daneben auch Gebrauchtwagen und Fahrzeuge anderer Marken anbieten können.

bb) Die Haftung der Beklagten erstreckt sich auch auf die Neuwagenangebote anderer Marken. Gegenstand der angegriffenen Verletzungsform (Anlage K3) sind auch Neufahrzeuge anderer Hersteller (M, N, O). Hierbei kann offen bleiben, ob die Beklagte als Mittäterin oder Gehilfin haftet. Es ist nicht erforderlich, dass die Beklagte von jedem einzelnen Angebot Kenntnis hat. Es genügt, dass sie von Neuwagenangeboten anderer Marken auf der Plattform grundsätzlich weiß und die konkrete Gestaltung der Übersichtsliste kennt. Davon ist auszugehen. Die Beklagte ist in diesem Zusammenhang zwar nicht als „Herstellerin“ anzusehen. Die Vertragshändler sind jedoch „Händler“ im Sinne des § 2 Nr. 3 Pkw-EnVKV. Der Begriff „Händler“ ist weit auszulegen. Insbesondere ist für ein

„Anbieten zum Kauf“ nicht erforderlich, dass bereits ein rechtsgeschäftliches Angebot gemacht wird. Es genügt eine Aufforderung zum Kauf (vgl. amtl. Begr. zur Pkw-EnVKV, BT-Drucks. 143/04, Ziff. II, Nr. 3). Insoweit haftet die Beklagte als Mittäterin oder Gehilfin neben den Vertragshändlern. Sie eröffnet ihnen die Möglichkeit, Neufahrzeuge aller Marken über die zentrale X-Seite abrufbar zu machen. Dies dient zwar nicht unmittelbar den Absatzinteressen der Beklagten, ist aber Teil eines umfassenden Serviceangebots für die Händler, die am Ende der Vertriebskette stehen.

e) Die Beklagte schuldet dem Kläger nach § 12 I S. 2 UWG außerdem Erstattung der Abmahnkosten in Höhe von € 214,00. Die Abmahnung vom 27.4.2011 war berechtigt.

3. Die Berufung war deshalb zurückzuweisen. Der Tenor war – entsprechend dem gestellten Antrag – wie ausgesprochen zu berichtigen. Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 97, 708 Nr. 10, 711 ZPO.

4. Die Voraussetzungen für eine Zulassung der Revision (§ 543 Abs. 2 ZPO) sind nicht gegeben.