

# Werbung mit Ökostrom

## **Amtlicher Leitsatz:**

Die Werbung eines Energieversorgungsunternehmens für einen sogenannten Ökostrom-Tarif mit der Aussage, der Kunde beziehe zu 100 % umweltfreundlichen Strom und erhalte eine sichere Versorgung mit Ökostrom, kann nicht deshalb als irreführend angesehen werden, weil der Kunde auch nach dem Wechsel den Strom dem Netz entnimmt, in das Strom unterschiedlicher Herkunft eingespeist wird.

## **Oberlandesgericht Karlsruhe**

**Urteil vom 10.12.2008**

**Az.: 6 U 140/08**

Urteil

Tenor

1. Auf die Berufung der Verfügungsbeklagten wird das Urteil des Landgerichts Baden-Baden vom 10.09.2008 – 4 O 63/08 KfH – im Kostenpunkt aufgehoben und im Übrigen wie folgt geändert:

Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung wird zurückgewiesen.

2. Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Verfügungsklägerin.

Tatbestand

I.

Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Gebiet des Vertriebs von elektrischer Energie an private Haushalte.

Die Verfügungsbeklagte (im Folgenden: Beklagte) versandte im

Mai 2008 einen Werbebrief, der auch an Haushalte in B. adressiert war.

In dem Schreiben heißt es u.a.

„Sehr geehrter Herr [Name des Adressaten des Werbeschreibens]

am 1. Juli 2008 ist es soweit: X erhöht den Preis für den Grundversorgungstarif „Komfort“! Zeit für einen Wechsel, denn es geht auch anders – mit Y. Ökostrom.

Wir ersparen allen X Komfort Kunden die Preiserhöhung, wenn Sie bis zum 30. Juni 2008 zu Y Ökostrom wechseln. Denn dann garantieren wir Ihnen den bis dahin gültigen alten Preis des X Komfort Tarifs für ein weiteres Jahr ab Vertragsschluß. Sie ersparen sich nicht nur die Preiserhöhung, sondern wir belohnen Ihren Wechsel mit einem attraktiven Dankeschön und bieten Ihnen eine sichere Versorgung mit 100 % Ökostrom. (...)“

In dem Schreiben findet sich eine Gegenüberstellung der Kosten eines Haushalts, der im Jahr 4.000 kWh verbraucht, einerseits nach dem X Grundversorgungstarif „Komfort“ in der ab dem 01.07.2008 gültigen Fassung, andererseits nach dem Tarif von Y Ökostrom. Einschließlich des einmaligen „Wechselgeldes“, das die Beklagte anbietet, ergibt sich danach eine Ersparnis von 62,- Euro im ersten Jahr der Vertragslaufzeit. Dabei ist der Verbrauchspreis pro kWh nach dem X-Tarif mit 20,53 Cent angegeben, derjenige der Beklagten mit 19,42 Cent. Nach dem Tarif der Stadtwerke B. beträgt der Verbrauchspreis pro kWh 19,3 Cent.

Wegen des Inhalts des Werbeschreibens im Einzelnen wird auf Anlage AS 1 Bezug genommen. Der X Grundversorgungstarif „Komfort“ steht Kunden in B. nicht zur Verfügung, weil X dort nicht Grundversorger ist. Im Gebiet der Stadt B. sind die Stadtwerke B. Grundversorger i.S. von § 36 Abs. 2 EnWG.

Die Verfügungsklägerin (im Folgenden: Klägerin) hat die Beklagte mit Schreiben vom 10.07.2008 (Anlage AS 2) erfolglos abgemahnt. Sie hat im ersten Rechtszug geltend gemacht, die Werbung der Beklagten verstoße in dreierlei Hinsicht gegen wettbewerbsrechtliche Bestimmungen:

Die Werbung sei insofern irreführend, als mit der Möglichkeit einer Ersparnis geworben werde, die es tatsächlich nicht gebe. Unstreitig sind die in B. ansässigen Empfänger der Werbeschreiben überwiegend Kunden der Stadtwerke B. und zahlen einen Verbrauchspreis pro kWh, der unter dem Preis nach dem X Tarif „Komfort“ liege. Die Klägerin ist der Auffassung, durch den in dem Werbeschreiben aufgestellten Vergleich zwischen dem Tarif der Beklagten und dem Tarif „Komfort“ der X werde bei diesen Verbrauchern die unzutreffende Vorstellung erweckt, auch sie könnten bei einem Wechsel zur Beklagten eine entsprechende Ersparnis erzielen.

Als irreführend sieht es die Klägerin weiter an, dass in dem Schreiben ein Vergleich zwischen dem Tarif der Beklagten und einem Tarif der X gezogen wird, soweit die angesprochenen Verbraucher nicht in einem Gebiet wohnen, in dem die X Grundversorger ist. Durch die hervorgehobene Aussage „Wechselgeld für Baden-Württemberg“ entstehe beim Verbraucher der Eindruck, der Preisvergleich beziehe sich auf den für sein Gebiet zuständigen Grundversorger. Die Nennung der X wirke dem nicht hinreichend entgegen.

Die mehrfachen Hinweise der Beklagten, der Kunde erhalte eine „sichere Versorgung mit Ökostrom“ und beziehe „zu 100 % umweltfreundlichen Strom“, sei irreführend. Solche Werbeaussagen erweckten beim Verbraucher den Eindruck, dass es sich bei dem Strom, den er „aus der Steckdose“ erhalte, im Falle eines Wechsels zur Beklagten tatsächlich um Strom handele, der weder Atomstrom sei noch Strom, der aus der Verbrennung fossiler Energieträger gewonnen werde. Tatsächlich verhält es sich – unstreitig – so, dass der Kunde bei einem

Wechsel in den beworbenen Tarif der Beklagten wie bisher elektrische Energie aus dem Netz bezieht und damit Strom, der aus einem Mix verschiedener Energieträger gewonnen wird. Die Klägerin sieht darin eine Irreführung der angesprochenen Verbraucher.

Die Klägerin hat zuletzt beantragt:

Im Wege der einstweiligen Verfügung wird der Beklagten bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes, und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ordnungshaft oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten verboten, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken

1. Für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags im Rahmen eines werbenden Vergleichs mit einer Ersparnis zu werben, die von den beworbenen Verbrauchern tatsächlich nicht erzielt werden kann, ohne hierauf eindeutig, unmissverständlich und erkennbar in dem Werbemittel hinzuweisen, insbesondere wenn es, wie aus der Anlage AS 1 zu diesem Antrag ersichtlich, geschieht.

2. Für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags einen werbenden Vergleich mit von der Antragsgegnerin vertriebenen Stromlieferungstarifen und einem Stromlieferungsvertrag eines Grundversorgers anzustellen, der jedoch am Wohnsitz des beworbenen Verbrauchers nicht Grundversorger im Sinne des § 36, II EnWG ist, ohne darauf hinzuweisen, dass dieser verglichene Tarif des Grundversorgers nicht beauftragt werden kann, wenn der Kunde seinen Wohnsitz nicht im Versorgungsgebiet des Grundversorgers hat.

3. Für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags sinngemäß oder wörtlich mit den Aussagen

„...und bieten Ihnen eine sichere Versorgung mit 100 % Ökostrom“

und/oder

„Sie beziehen Y Ökostrom...“

und/oder

„...dass Sie mit Y Ökostrom zu 100 % umweltfreundlichen Strom beziehen.“

zu werben, insbesondere wenn es wie, aus der Anlage AS 1 zu diesem Antrag ersichtlich, geschieht.

Die Beklagte ist dem Antrag entgegengetreten.

Der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Verbraucher kenne den jeweiligen örtlichen Grundversorger, er sei daher in der Lage zu erkennen, dass ein Vergleich zwischen einem X-Grundversorgungstarif und dem beworbenen Tarif der Beklagten auf seine Verhältnisse nicht unmittelbar übertragen werden könne, wenn er bislang Strom von einem anderen Grundversorger beziehe. Dem wirke gerade der wiederholte ausdrückliche Hinweis auf den Grundversorgungstarif der X, wie er sich in der beanstandeten Werbung finde, ausreichend entgegen. Ein solcher Verbraucher wisse auch, dass die Aussage, der Kunde beziehe Ökostrom, nicht dahin zu verstehen sei, dass der von ihm bezogene Strom unmittelbar aus erneuerbaren Energien stamme, sondern dass eine der von den Kunden des Ökostromanbieters nachgefragten Strommenge entsprechende Strommenge aus erneuerbaren Energien in das Netz eingespeist werde. Zudem fehle es an der Dringlichkeit. Die Klägerin habe schon im Mai 2008 von der Werbeaktion der Beklagten erfahren.

Das Landgericht hat die Beklagte gemäß den zuletzt gestellten Anträgen der Klägerin verurteilt. Die Werbung mit dem Preisvergleich sei irreführend. Zwar wisse der

durchschnittlich informierte, verständige und aufmerksame Verbraucher, wer sein Stromlieferant sei, doch sei eine Irreführung i.S. von § 5 UWG schon dann zu bejahen, wenn ein nicht ganz unbeträchtlicher Teil der beteiligten Kreise getäuscht werde. Hier bestehe die Gefahr, dass ein nicht unbeträchtlicher Teil der Durchschnittsverbraucher die Werbung dahin verstehe, dass die Preiserhöhung der X auch dann Auswirkungen auf ihn habe, wenn er seine Stromrechnung von den Stadtwerken bekomme. Die Werbung mit einer Ersparnismöglichkeit sei falsch, weil die Kunden der Stadtwerke B. nichts sparen könnten. Auch im Hinblick auf die Angabe, der Kunde, der zu einem Wechsel zur Beklagten bereit sei, werde mit Ökostrom beliefert, sei die Werbung irreführend, weil die entsprechenden Zusammenhänge dem durchschnittlichen Verbraucher nicht bekannt seien. Jedenfalls ein nicht unbeträchtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise nehme die Aussage wörtlich. Die Dringlichkeitsvermutung sei nicht widerlegt.

Gegen dieses Urteil, auf das wegen aller Einzelheiten Bezug genommen wird, richtet sich die Berufung der Beklagten, mit der sie ihren Antrag erster Instanz weiter verfolgt.

Die Beklagte macht unter Wiederholung und Vertiefung ihres Vorbringens im ersten Rechtszug geltend, der beworbene Verbraucher werde in der Werbung gemäß Anlage AS 1 deutlich darauf hingewiesen, dass sich der Vergleich gerade auf einen bestimmten Tarif der X beziehe und damit beispielhaft zu verstehen sei. Der Verbraucher, der nicht Kunde der X sei, wisse das und erkenne, dass der Preisvergleich nicht ohne weiteres auch für ihn gelte, zumal als Anlass für die Werbung in dieser eingangs darauf hingewiesen werde, dass X eine Preiserhöhung für den Grundversorgungstarif angekündigt habe. Dem durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher sei zudem klar, dass die Werbung für Ökostrom nicht bedeute, dass er der Steckdose bei sich zu Hause ausschließlich Strom entnehme, der aus erneuerbaren

Energieträgern gewonnen werde. Selbst wenn man eine Irreführung annehme, sei diese jedenfalls wettbewerbsrechtlich nicht relevant. Dem Verbraucher, der sich für Ökostrom interessiere, gehe es allein darum, durch eine Steigerung der Nachfrage nach Ökostrom zur Verbreitung und wirtschaftlichen Unterstützung der Gewinnung von Strom aus erneuerbaren Energien beizutragen. Nicht relevant sei dagegen für ihn, ob der von ihm dem Netz entnommene Strom aus einer solchen Energiequelle stamme, weil es insoweit, anders als etwa bei Nahrungsmitteln, die nach ökologischen Kriterien produziert sind, keinerlei Unterschiede in der Qualität des Stroms gebe. Das angefochtene Urteil sei überdies insofern zu beanstanden, als die ausgesprochenen Verbote jedenfalls zu weit gefasst seien und dem Bestimmtheitsgebot nicht genügten.

Die Klägerin tritt dem Rechtsmittel entgegen. Sie verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung ihres Vorbringens im ersten Rechtszug mit der Maßgabe, dass sie die hilfsweise beantragt, die Verurteilung in folgender Fassung aufrecht zu erhalten::

Im Wege der einstweiligen Verfügung wird der Beklagten bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes, und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ordnungshaft oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten verboten, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken

1. Für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags im Rahmen eines Vergleiches der eigenen Stromtarife mit denen eines Grundversorgers mit einer Ersparnis zu werben, die von den beworbenen Verbrauchern tatsächlich nicht erzielt werden kann, ohne hierauf erkennbar hinzuweisen, insbesondere wenn es, wie aus der Anlage AS 1 zu diesem Antrag ersichtlich, geschieht.

2. Für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags einen werbenden Vergleich mit von der Antragsgegnerin vertriebenen

Stromlieferungstarifen und einem Stromlieferungsvertrag eines Grundversorgers anzustellen, der jedoch am Wohnsitz des beworbenen Verbrauchers nicht Grundversorger im Sinne des § 36, II EnWG ist, ohne darauf hinzuweisen, dass dieser verglichene Tarif des Grundversorgers nicht beauftragt werden kann, wenn der Kunde seinen Wohnsitz nicht im Versorgungsgebiet des Grundversorgers hat, insbesondere wenn es wie aus der Anlage AS 1 zu diesem Urteil ersichtlich, geschieht.

3. Für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags sinngemäß oder wörtlich mit den Aussagen

„...und bieten Ihnen eine sichere Versorgung mit 100 % Ökostrom“

und/oder

„Sie beziehen Y Ökostrom...“

und/oder

„...dass Sie mit Y Ökostrom zu 100 % umweltfreundlichen Strom beziehen.“

zu werben, insbesondere wenn es wie, aus der Anlage AS 1 zu diesem Antrag ersichtlich, geschieht.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

II.

Die Berufung der Beklagten ist zulässig. Sie hat auch in der Sache Erfolg. Die mit der Klage geltend gemachten wettbewerbsrechtlichen Ansprüche stehen der Klägerin nicht zu.

1. Das Landgericht hat die Beklagte verurteilt, es zu unterlassen, für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags im Rahmen eines werbenden Vergleichs mit einer Ersparnis zu werben, die von den beworbenen Verbrauchern tatsächlich nicht erzielt werden kann. Ein solcher Unterlassungsanspruch der Klägerin gegen die Beklagte ist nicht begründet.

Zwischen den Parteien ist nicht im Streit, dass die Empfänger des Werbeschreibens der Beklagten, die bislang Strom nach dem Grundversorgungstarif „Komfort“ der X bezogen haben, bei einem Wechsel zur Beklagten im ersten Vertragsjahr die in dem Werbeschreiben genannte Ersparnis von 62,- Euro erzielen können. Den Vorwurf einer Irreführung leitet die Klägerin daraus ab, dass das Schreiben auch an Personen versandt wurde, die bislang keinen entsprechenden Vertrag mit der X hatten, sondern ihren Strom von einem anderen Grundversorger zu einem Tarif bezogen, bei dem der Verbrauchspreis pro kWh niedriger ist als nach dem Grundversorgungstarif „Komfort“ der X. Die Annahme, der von der Beklagten in ihrer Werbung angestellte Vergleich sei irreführend, wäre daher nur dann berechtigt, wenn auch solche Empfänger, die ihren Strom nicht von der X als Grundversorger beziehen, der Werbung entnehmen, sie könnten eine entsprechende Ersparnis erzielen.

Maßgeblich ist dabei, wie ein durchschnittlich informierter, verständiger und situationsadäquat aufmerksamer Verbraucher die angegriffene Werbung versteht. Einem solchen Verbraucher ist heute aufgrund der breiten öffentlichen Diskussion über die Liberalisierung des Strommarkts und der massiven Werbung verschiedener Versorgungsunternehmen bekannt, dass es grundsätzlich die Möglichkeit gibt, den Stromversorger zu wählen. Ihm ist ferner bewusst, dass er einen nicht unerheblichen Teil seines Einkommens für Strom ausgeben muss und dass der Abschluss eines entsprechenden Versorgungsvertrags häufig für eine gewisse Mindestlaufzeit erfolgt. Er legt zudem erheblichen Wert auf eine zuverlässige

Stromversorgung und einen guten Service im Falle von Störungen. Daher ist davon auszugehen, dass ein Werbeschreiben, das für einen Wechsel des Stromversorgers wirbt, von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht nur oberflächlich wahrgenommen, sondern mit einer gewissen Aufmerksamkeit gelesen wird. Zugleich ist zugrunde zu legen, dass dem Verbraucher bewusst ist, von wem er derzeit elektrische Energie bezieht, mit wem er also einen Versorgungsvertrag geschlossen hat. Das ergibt sich daraus, dass er von dem betreffenden Versorgungsunternehmen Abrechnungen und Mitteilungen über Preiserhöhungen erhält und an dieses Unternehmen Zahlungen zu leisten hat.

Unter diesen Umständen kann nicht angenommen werden, dass Verbraucher, die nicht Kunde von X nach dem Grundversorgungstarif „Komfort“ sind, die Werbung der Beklagten dahin verstehen, auch sie könnten bei einem Wechsel zur Beklagten im ersten Vertragsjahr eine Ersparnis von 62,- Euro erzielen. Schon in der Eingangsformulierung des Werbeschreibens wird als Anlass für die konkrete Werbeaktion angegeben, dass X den Preis für den Grundversorgungstarif „Komfort“ erhöhe und deswegen ein Wechsel zu überlegen sei. Im nächsten Absatz wird angekündigt, die Beklagte erspare „allen X Komfort Kunden“ die Preiserhöhung. Bereits an dieser Stelle wird sich derjenige, der die Werbung liest, die Frage stellen, ob er überhaupt ein solcher Kunde ist. Eingangs der Passage, die dem konkreten Rechenbeispiel vorangeht, heißt es zwar ohne nähere Einschränkung: „So viel sparen Sie mit Y Ökostrom“. Diese Formulierung nimmt der Verbraucher jedoch nicht isoliert zur Kenntnis. Dem unmittelbar darunter aufgeführten konkreten Rechenbeispiel ist durch die klare Benennung der verglichenen Tarife eindeutig zu entnehmen, dass der beworbene Tarif der Beklagten mit dem Grundversorgungstarif „Komfort“ der X verglichen wird.

Der durchschnittlich informierte, verständige und situationsadäquat aufmerksame Verbraucher versteht mithin die

angegriffene Werbung nicht in dem Sinne, dass er unabhängig davon, bei wem und zu welchem Tarif er bislang seinen Strom bezieht, durch einen Wechsel zur Beklagten im ersten Vertragsjahr 62,- Euro sparen kann. Die Annahme des Landgerichts, ein nicht unbeträchtlicher Teil des Verkehrs nehme an, die angekündigte Erhöhung der Preise im Grundversorgungstarif der X habe auf ihn auch dann Auswirkungen, wenn er Kunde eines anderen Stromversorgers sei, wird von tatsächlichen Feststellungen nicht getragen. Damit fehlt es bereits an einer objektiv falschen Angabe in der angegriffenen Werbung.

2. Das Landgericht hat die Beklagte weiter verurteilt, es zu unterlassen, für den Abschluss eines Stromlieferungsvertrags in der Weise zu werben, dass dem beworbenen Tarif der Beklagten ein Tarif eines Grundversorgers gegenübergestellt werde, der im Gebiet des Empfängers der Werbung nicht Grundversorger ist. Auch insoweit steht der geltend gemachte Anspruch der Klägerin nicht zu. Dabei kann offen bleiben, ob dem durchschnittlich informierten, verständigen und situationsadäquat aufmerksamen Verbraucher, wie dargelegt, bewusst ist, was ein Grundversorger im Rechtssinne ist und wer in dem Gebiet, in dem er wohnt, in diesem Sinne Grundversorger ist. Auch solche Empfänger der Werbung, die nicht in einem Gebiet wohnen, in dem die X Grundversorger ist, werden durch den angegriffenen Werbevergleich nicht in die Irre geführt. Aus den oben unter 1. erwähnten Gründen ist anzunehmen, dass dem Verbraucher, der sich aus Anlass des Werbeschreibens der Beklagten mit der Frage befasst, ob er den Versorger wechseln soll, bewusst ist, von wem er derzeit elektrische Energie bezieht. Er erkennt daher ohne weiteres, dass er den von der Beklagten angestellten Vergleich des von ihr angebotenen Tarifs mit dem Grundversorgungstarif der X nicht unbesehen auf seine Verhältnisse übertragen kann. Er wird den Vergleich vielmehr als Aufforderung dazu verstehen, zu prüfen, wie sich der Tarif der Beklagten im Verhältnis zu dem derzeit von ihm mit seinem Versorger vereinbarten Tarif darstellt. Auch

insoweit fehlt es mithin schon an einer objektiv unzutreffenden Angabe in der angegriffenen Werbung.

Soweit angenommen werden könnte, der Adressat der Werbung, der in einem Gebiet wohnt, in dem nicht X Grundversorger ist, werde diese Werbung dahin verstehen, es sei immerhin möglich, in diesem Gebiet mit der X einen Vertrag nach dem Grundversorgungstarif „Komfort“ zu schließen, wäre eine mögliche Irreführung jedenfalls wettbewerblich nicht relevant. Für die Entscheidung des Verbrauchers, ob er sich mit der angegriffenen Werbung näher befasst und gegebenenfalls zur Beklagten wechselt, ist die Frage, ob die Möglichkeit bestünde, von X Strom nach den Bedingungen des Tarifs „Komfort“ zu beziehen, ohne Belang.

3. Schließlich kann das angefochtene Urteil auch insoweit keinen Bestand haben, als es die Beklagte verurteilt hat, mit den Aussagen zu werben, sie biete eine sichere Versorgung mit Ökostrom bzw. der Kunde beziehe von ihr Ökostrom.

a) Die Klägerin weist allerdings zu Recht darauf hin, dass die mit dem Klageantrag Ziff. 3 angegriffenen Aussagen bei wörtlichem Verständnis der wahren Sachlage nicht gerecht werden. Der einzelne Abnehmer bezieht auch nach einem Wechsel vom bisherigen Anbieter zur Beklagten den Strom aus dem Netz. In das Netz wird Strom unterschiedlicher Herkunft eingespeist, d.h. Strom, der aus fossilen Energieträgern und aus Kernkraft gewonnen wird ebenso wie Strom aus so genannten erneuerbaren Energien wie Wasser, Windkraft, Photovoltaik usw., also Strom, der in der Werbung der Beklagten unter dem Begriff „Ökostrom“ zusammengefasst wird. Der bloße Wechsel des Anbieters ändert nichts an der Tatsache, dass der Endabnehmer Strom bezieht, der aus einem „Energimix“ gewonnen wird. Stromversorger wie die Beklagte, die Ökostrom anbieten, verpflichten sich jedoch, in dem Umfang, in dem ihre Kunden Strom abnehmen, Strom in das Netz einzuspeisen, der aus erneuerbaren Energien gewonnen wird. Der Wechsel von einem herkömmlichen Versorger zu einem

Versorger, der Ökostrom anbietet, führt mithin dazu, dass der entsprechende Versorger zur Erfüllung seiner Verpflichtung Strom aus erneuerbaren Energien nachfragt. Das kann bei funktionierendem Markt bewirken, dass Anbieter von Strom aus erneuerbaren Energien unterstützt werden.

b) Der Senat ist jedoch der Auffassung, dass der durchschnittlich informierte, verständige und situationsadäquat aufmerksame Verbraucher die angegriffenen Werbeaussagen der Beklagten nicht wörtlich versteht und deshalb nicht irregeführt wird (ebenso OLG Hamburg, GRUR-RR 2001, 169; LG Hamburg v. 28.01.2000 – 406 0 198/99, zit. nach JURIS; Link, in: JurisPK-UWG, § 5 Rn. 305; Busche, in Münchener Kommentar zum UWG, § 5 Rn. 327; a.A. OLG München, BB 2001, 2342). Die Adressaten einer solchen Werbung für Ökostrom sind jedenfalls heute infolge der ausführlichen Berichterstattung über die Liberalisierung des Strommarkts und die damit verbundene Möglichkeit des Wechsels des Stromversorgers einerseits, über den Klimawandel und die damit einhergehende Diskussion über die verschiedenen Energiequellen andererseits in groben Zügen über die maßgeblichen Zusammenhänge informiert. Diese Berichterstattung beschränkt sich nicht auf die Fachwelt oder die Leser anspruchsvoller Tageszeitungen sondern nimmt auch im Radio und im Fernsehen sowie in der gesamten Presse breiten Raum ein, so dass sie von jedem, der auch nur ein Mindestmaß an Interesse für gesellschaftliche und wirtschaftliche Zusammenhänge aufbringt, notwendig wahrgenommen wird. Wer sich mit der Werbung von Stromanbietern befasst, erkennt ohne weiteres, dass ein solcher Wechsel von seiner Seite aus nicht mehr erfordert als eine entsprechende Kündigungserklärung gegenüber dem bisherigen Anbieter und die Unterschrift unter den Vertrag mit dem neuen Anbieter. Auch in der angegriffenen Werbung wird damit geworben, der Wechsel sei „kinderleicht“, „kostenlos“ und „ganz bequem“. Wie oben unter II. 1. bereits ausgeführt wird ein Werbeschreiben eines Stromanbieters vom Verbraucher nicht nur flüchtig, sondern mit einer erhöhten Aufmerksamkeit

wahrgenommen. Der Verbraucher entnimmt der Werbung, dass ein Wechsel des Stromversorgers nicht mit weiteren Maßnahmen wie der Verlegung von Kabeln, der Änderung des Haus- oder Wohnungsanschlusses, der Anschaffung und Installation von Geräten oder dergleichen verbunden ist. Jeder Verbraucher wird auch schon einmal erlebt haben, dass durch eine Störung der Energieversorgung ein Straßenzug kurzfristig ohne Strom bleibt, so dass ihm bewusst ist, dass er an das gleiche Stromnetz angeschlossen ist wie seine Nachbarn. Es liegt daher für den verständigen Verbraucher auf der Hand, dass er auch nach einem Wechsel des Versorgers den von ihm benötigten Strom – wie bisher – „aus der Steckdose“, also aus dem ohnehin vorhandenen Netz bezieht. Unter diesen Umständen erscheint es ausgeschlossen, dass mehr als nur ein ganz geringer Teil der angesprochenen Verkehrskreise bei der Beschäftigung mit der angegriffenen Werbung ernsthaft zu der Ansicht gelangt, die Beklagte Sorge dafür, dass die von ihm dem Netz entnommene Energie unmittelbar aus einer erneuerbaren Energiequelle gewonnen wird. Eine Irreführung der Verbraucher, die einen Anspruch der Klägerin nach §§ 8, 3, 5 UWG rechtfertigen könnte, wäre nur dann anzunehmen, wenn mindestens ein Viertel der angesprochenen Verkehrskreise die angegriffene Werbung so verstünde, wie sie nach Auffassung der Klägerin verstanden wird (vgl. Bornkamm, in: Hefermehl/Köhler/Bornkamm, UWG, § 5 Rn. 2.106). Anhaltspunkte dafür, dass es sich so verhalten könnte, hat die Klägerin, bei der insoweit die Glaubhaftmachungslast liegt, nicht dargetan. Sie sind unter den oben erörterten Umständen auch sonst nicht ersichtlich.

c) Selbst wenn man annehmen wollte, ein nicht unerheblicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise verbinde mit der angegriffenen Werbung die unzutreffende Vorstellung, bei einem Wechsel zur Beklagten stamme der jeweils entnommene Strom vollständig aus erneuerbaren Energiequellen, fehlte es jedenfalls an der wettbewerbsrechtlichen Relevanz einer solchen Irreführung. Nach seinem Schutzzweck soll das Irreführungsverbot eingreifen, wenn eine Angabe über

geschäftliche Verhältnisse geeignet ist, bei einem erheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise irriige Vorstellungen hervorzurufen und die zu treffende Entscheidung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen. Daran fehlt es im Streitfall. Auch Verbraucher, die – unterstellt – einer solchen Fehlvorstellung erliegen, trafen ihre Entscheidung nicht anders, wenn sie sachlich zutreffend über die technisch-physikalischen Zusammenhänge aufgeklärt würden. Aus der Sicht des Verbrauchers, der sich für „Ökostrom“ entscheidet, ist maßgeblich, dass er einen Beitrag dazu leisten möchte, die Gewinnung von Energie aus erneuerbaren Energiequellen zu fördern und eine Abkehr von der Stromgewinnung aus fossilen Energieträgern und/oder Kernenergie zu unterstützen. In dieser Erwartung wird er aber nicht enttäuscht, weil die Beklagte, wie dargelegt, verpflichtet ist, in dem Umfang, in dem ihre Kunden Strom abnehmen, Strom, der aus erneuerbaren Energiequellen gewonnen wurde, in das Netz einzuspeisen. Dagegen kann ausgeschlossen werden, dass es eine nennenswerte Zahl von Verbrauchern gibt, die der Auffassung sind, elektrische Energie, die aus erneuerbaren Energiequellen gewonnen wurde, habe in irgendeiner Hinsicht andere Eigenschaften – sei etwa gesünder, weniger schädlich, effizienter – als elektrische Energie aus fossilen Energieträgern oder aus Kernkraft.

4. Auf die Berufung der Beklagten ist daher das angefochtene Urteil zu ändern und der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung in vollem Umfang zurückzuweisen. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.