

Angaben zur Energieeffizienzklasse von Waren in Online-Shops

Oberlandesgericht Stuttgart

Urteil vom 24.10.2013

Az.: 2 U 28/13

Tenor

I. Die Berufung des Verfügungsklägers gegen das Urteil des Vorsitzenden der 33. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Stuttgart vom 25. Januar 2013 (Az.: 33 0 95/12 KfH) wird

z u r ü c k g e w i e s e n .

II. Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt der Verfügungskläger.

Streitwert für beide Rechtszüge: 15.000,- EUR.

Entscheidungsgründe

Der Verfügungskläger verfolgt mit seiner Berufung wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche.

Wegen des Sachverhalts wird auf die tatsächlichen Feststellungen in dem Urteil des Vorsitzenden der 33. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Stuttgart vom 25. Januar 2013 (Az.: 33 0 95/12 KfH) Bezug genommen (§ 540 Abs. 1 ZPO).

Das Landgericht hat den Verfügungsantrag zurückgewiesen und hierzu ausgeführt:

Zwar werde die Verfügungsbeklagte bereits mit der Startseite

werbend tätig; allerdings könne sie, weil erst mit einem weiteren Link auf die Unterseite überhaupt die Bezugsquelle, die einen Onlinekaufvertrag ermögliche, genannt werde, mit Aufrufen dieser Unterseite überhaupt als Händler angesehen werden. Auf dieser zwingend vor dem Kauf aufzurufenden Unterseite werde auch die Effizienzklasse genannt.

Werde lediglich die Modellmarke und ein Preis angegeben, werde nicht für ein bestimmtes Fernsehgerätemodell geworben, so dass schon unter diesem Gesichtspunkt die Bestimmung des Artikel 4 c) der einschlägigen Delegierten Verordnung wohl nicht zur Anwendung kommen könne. Der Normwortlaut sei eindeutig.

Gegen dieses Urteil hat der Verfügungskläger form- und fristgerecht Berufung eingelegt und das Rechtsmittel prozessordnungsgemäß begründet.

Der Verfügungskläger bringt mit seiner Berufung vor:

Die Delegierten Verordnungen (EU) Nr. 1059/2010 (für Geschirrspüler), Nr. 1060/2010 (für Kühlgeräte), Nr. 1061/2010 (für Waschmaschinen), Nr. 1062/2010 (für Fernsehgeräte) und Nr. 392/2012 (für Wäschetrockner) würden jeweils gestützt auf die Richtlinie 2010/30/ EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Mai 2010, in deren Art. 2 g) der Begriff des „Händlers“ wie folgt definiert werde:

„Einzelhändler oder jede andere Person, die Produkte an Endverbraucher verkauft, vermietet, zum Ratenkauf anbietet oder ausstellt.“

Ein direkter Kaufvertragsabschluss mit dem Verbraucher müsse also nicht beabsichtigt sein. Es reiche das Ausstellen der Ware.

Dieses Verständnis werde durch die übrigen Sprachfassungen der Richtlinie gedeckt. Nach der englischen Sprachfassung ist ein „dealer“ im Sinne der Richtlinie

„a retailer or other person who sells, hires, offers for hire-purchase or displays products to end-users“.

Dem sei – anders als der deutschen Version – auch deutlich zu entnehmen, dass sich einerseits das Ausstellen nicht nur auf den Ratenkauf beziehe und andererseits, dass sich die Ausstellung an Endverbraucher richte.

Dasselbe gelte für die französische Sprachfassung. Hiernach sei ein „distributeur“

„un détaillant ou toute autre personne qui vend, loue, offre en location-vente ou expose des produits à destination de l'utilisateur final“.

Die Richtlinie ziele auch darauf, die Verbraucher frühzeitig und umfassend über den Energieverbrauch der beworbenen Produkte zu informieren. Hiermit wäre es nicht vereinbar, wenn Unternehmen von den Informationspflichten ausgenommen würden, die für die Händler vollständig die Präsentation der Produkte und auch den Bestellablauf übernehmen aber letztlich nicht den Vertrag schließen, wie dies bei der Verfügungsbeklagten der Fall sei.

Die Verfügungsbeklagte stelle die jeweiligen Produkte auf ihrer Internetseite aus und richte sich hiermit auch an Endverbraucher. Sie sei damit Händlerin im Sinne des Art. 2 g) der Richtlinie 2010/30/EU (vgl. auch LG Stuttgart – 20 0 518/11, ASt 9).

Erst wenn der Verbraucher sich entschliefte, die in seinen Warenkorb gelegten Produkte zu kaufen, erfahre er, wer sein Vertragspartner sei und welche Effizienzklasse die Produkte hätten. Bis dahin nehme er an, mit der Beklagten zu tun zu haben, woran auch der Knopf „beim Händler anfragen“ nichts ändere. Sie hafte als Täterin und zwar auch dann, wenn sie selbst nicht unmittelbar Adressatin der jeweiligen Informationspflichten sei.

Es stelle jedenfalls eine Verletzung der beruflichen Sorgfaltspflichten dar, wenn sie bei dem von ihr gestalteten Onlineangebot die gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflichten nicht erfülle, obwohl ihr dies möglich gewesen wäre.

Durch die Abbildung des Produktes und die Nennung eines konkreten Preises (und nicht etwa eines „ab“-Preises) sei das beworbene Produkt hinreichend konkretisiert. Insoweit sei die Informationspflicht auch bereits ausgelöst, wenn eine nähere Typenbezeichnung an dieser Stelle nicht erfolge.

Der Verfügungskläger beantragt:

Der Verfügungsbeklagten wird im Wege der einstweiligen Verfügung bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen am Vorstand, untersagt,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern im Internet für Fernsehgeräte, Waschmaschinen, Geschirrspüler, Kühlschränke oder Wäschetrockner mit preisbezogenen Informationen zu werben oder werben zu lassen, ohne dass die Energieeffizienzklasse angegeben ist – wenn dies geschieht wie in der Anlage ASt 1, ASt 2 (dort die Werbung unter der Überschrift „Empfehlenswert“, ASt 4 oder ASt 5. abgebildet.

Die Verfügungsbeklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Sie verteidigt das landgerichtliche Urteil und erwidert auf die Berufung:

Es möge richtig sein, dass der Begriff des „Ausstellens“ nicht notwendigerweise den Zweck eines „Ratenkaufs“ verlange. Dieser Begriff meine aber in der einschlägigen Variante erkennbar

nicht virtuelle Präsentation im Internet, sondern eine körperliche Darstellung am Verkaufsort (vgl. Art. 4 a) und b)). Der Plattformbetreiber sei nicht Händler. Anderenfalls fielen auch ebay und amazon unter den Händlerbegriff. Hätte der Verordnungsgeber einen derart weiten Händlerbegriff gewollt, so hätte er den jeweiligen Art. 4 lit. c) nicht an eine Händlereigenschaft geknüpft, sondern jegliche Werbemaßnahme schlechthin ausreichen lassen, also unabhängig von der Händler- oder Lieferanteneigenschaft des Werbenden.

Ausweislich Seite 2 von Anlage B 2 werde der Kunde auf die Möglichkeit hingewiesen, das Produkt „beim Händler anfragen“ zu können. Und spätestens bei der Zusammenfassung der Bestellung wisse der Verbraucher ganz genau, wer sein Händler sei (vgl. B 2, S. 5). Dass die Verfügungsbeklagte nicht selbst Verkäufer sei, ergebe sich außerdem, wie der Verfügungskläger wisse, aus ihren AGB, mit denen sich der Käufer vor dem Kauf zwingend durch Markierung einer „Check Box“ einverstanden erklären müsse (vgl. B 2, S. 5).

Art. 4 lit. c) der jeweiligen EU-Kennzeichnungsverordnung verlange vom Händler sicherzustellen, dass „bei jeglicher Werbung für einen bestimmtes [Modell] mit energie- oder preisbezogenen Informationen auch dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird.“ Maßgabe sei also nur die Energieeffizienzklassenangabe schlechthin. Eine Vorgabe, wo genau (auch) die Energieeffizienzklasse anzugeben sei, finde sich in der Verordnung nicht.

Erwägungsgrund 3 der VO (EU) Nr. 1062/2010 für Fernsehgeräte führe zum Normzweck lediglich aus, dass der Verbraucher über den Energieverbrauch der betreffenden Geräte zu informieren sei, um den Verkauf energieverbrauchsarmer Geräte zu fördern und den Verbraucher zur Anschaffung energieeffizienter Modelle zu bewegen. Unstreitig müsse der Käufer, um das Gerät erwerben zu können, auf der Seite der Verfügungsbeklagten zwingend auf den Button „Details anzeigen“ klicken, um dann wiederum auf eben dieser Eigenschaftsseite unmissverständlich über die

Energieeffizienzklasse informiert zu werden (vgl. B 2, S. 2: „Energieeffizienz: Energieeffizienzklasse A“).

Diese Information erhalte der Käufer dann noch einmal an einer weiteren Stelle im Bestellvorgang, wie auf Seite 5 von Anlage B 2 ersichtlich.

Unklar sei auch, ob Art. 4 c) der jeweiligen EU-Kennzeichnungsverordnung überhaupt Fälle wie den vorliegenden erfassen wolle (bzw. erfassen müsse). Nach dem Weg des Verfügungsklägers müsse der Internethändler in einem einzigen Bestellprozess insgesamt dreimal die Energieeffizienzklasse angeben, was im Hinblick auf das geänderte Verbraucherleitbild vom EU-Verordnungsgeber nicht gewollt sein könne. Die Norm richte sich daher nicht an den Online-Verkauf, sondern nur an den klassischen, wie bei Werbungsbeilagen, Flugzetteln, TV- und Radiospots, Litfass-säulenwerbung usw..

Wie aus der bloßen Abbildung eines Fernsehers i.V.m. einer Herstellermarke auf ein konkretes Modell („bestimmtes Gerätemodell“) geschlossen werden könnte, sei nicht nachvollziehbar.

Wegen des weiteren Parteivorbringens wird auf die im zweiten Rechtszug eingereichten Schriftsätze nebst Anlagen und die Sitzungsniederschrift vom 19. September 2013 Bezug genommen.

Die Berufung ist zulässig, aber unbegründet. Es kann dahinstehen, ob die Verfügungsbeklagte den Händlerbegriff erfüllt, wie von der Berufung angenommen, ob die vom Landgericht in Bezug genommenen europarechtlichen Vorschriften überhaupt auf den Internethandel anwendbar sind und ob die Verfügungsbeklagte, wenn nicht als Händlerin, so doch zumindest als Plattformbetreiber haften würde (dazu daher nur kurz unter A). Denn das Verhalten der Verfügungsbeklagten stellt keinen Verstoß gegen die vom Verfügungskläger geltend gemachte Informationspflicht dar (dazu B).

Selbst wenn man einen Gesetzesverstoß, wie gerügt, annähme,

könnte dahinstehen, ob die zitierten Normen den Internethandel erfassen und ob die Verfügungsbeklagte als Händlerin in ihrem Sinne anzusehen wäre. Denn dann würde sie als Plattformbetreiberin haften. Sie hat geschäftlich im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG gehandelt, nämlich fremden Wettbewerb, denjenigen ihrer Mitglieder, gefördert – und dies beabsichtigt –, indem sie die streitigen Angaben Verbrauchern zugänglich gemacht hat (vgl. BGH, Urteil vom 09. Februar 2006 – I ZR 124/03, MDR 2006, 1319, bei juris Rz. 22 f., m.w.N. – Rechtsanwalts-Ranglisten). Dies ist in tatsächlicher Hinsicht unstreitig.

Die Verfügungsbeklagte hat nicht gegen das als Marktverhaltensregel im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG anzusehende Gebot verstoßen, auf die Energieeffizienzklasse des beworbenen Produktes hinzuweisen (vgl. § 6a EnVKV i.V.m. [exemplarisch] Art. 4 c der Verordnung EU 1062/2010 der Kommission); auch eine Informationspflichtverletzung nach § 5 a Abs. 2 UWG liegt nicht vor. Die Verfügungsbeklagte hat die gebotenen Informationen in den angegriffenen Werbeauftritten ordnungsgemäß gegeben.

Nach § 6 a EnVKV, mit dem Art. 4 c der Verordnung (EU) Nr. 1062/2010 in nationales Recht umgesetzt wurde, sind Lieferanten und Händler verpflichtet, im Anwendungsbereich der Verordnung, der die vom Verfügungskläger angeführten Produktgruppen umfasst, bei der Werbung für ein bestimmtes Produktmodell auf die Energieeffizienzklasse hinzuweisen, sofern in der Werbung Informationen über den Energieverbrauch oder den Preis angegeben werden.

Dieser Vorgabe genügt die angegriffene Werbung der Verfügungsbeklagten.

Der Verfügungskläger trägt die Darlegungs- und Glaubhaftmachungslast für die tatsächlichen Voraussetzungen eines Rechtsverstoßes. Daher hätte er den Bestellvorgang seinerseits substantiiert vortragen müssen. Soweit nach dem

Vortrag der Parteien ein Geschehensablauf in Betracht kommt, der keinen Wettbewerbsverstoß enthält, ist der Verfügungsanspruch zu verneinen.

Unstreitig wurde im Rahmen des Verkaufsvorganges dem Kunden die Energieeffizienzklasse des jeweiligen Gerätes zutreffend angezeigt (anders im Fall LG Ingolstadt, Urteil vom 19. Juni 2012 – 1 HK 0 924/12, WRP 2013, 235, wo die Information zur Energieeffizienzklasse in dem angegriffenen Werbefilm nicht gegeben wurde; s. a.a.O., bei juris Rz. 3 und 28). Dabei ist auf den gesamten Werbeauftritt in seiner konkreten Gestalt abzustellen. Auch durch die technische Verknüpfung zu weiteren Informationen oder Anpreisungen wird die Eingangsdarstellung im Internet grundsätzlich nicht zu einer eigenständigen Werbung im Sinne des § 6a EnVKV. Die konkrete Gestaltung durch die Beklagte führt vorliegend nicht zu einem anderen Ergebnis.

Der Hinweis wurde im Zuge des Bestellvorganges rechtzeitig gegeben.

Es ist nach dem Vortrag der Parteien davon auszugehen, dass der Kunde einen Artikel in dem beanstandeten Internetauftritt erst in seinen virtuellen Warenkorb legen konnte, nachdem er die Seite mit den Produktdetails aufgerufen hatte, auf der er auch korrekte Angaben zur Energieeffizienzklasse des angebotenen Geräts erhielt, die den Vorgaben der einschlägigen Verordnung entsprechen. Die Berufung stellt zwar auf einen Hinweis ab, der erst erfolgt, nachdem der Kunde die Ware in seinen virtuellen Warenkorb gelegt hat. Dies schließt aber nicht aus, dass die erforderliche Information bereits zuvor gegeben worden war, wie von der Verfügungsbeklagten substantiiert vorgetragen. Den dahin gehenden Vortrag hat der Verfügungskläger nicht einmal bestritten.

Damit ist den rechtlichen Vorgaben genügt, ohne dass der Senat zu entscheiden bräuchte, ob auch eine Information ausreichend wäre, die erst erfolgte, nachdem der Kunde die Ware in seinen virtuellen Warenkorb gelegt und den Bezahlvorgang eingeleitet

hat, jedoch noch vor Vertragsschluss.

Ohne Erfolg macht die Berufung geltend, bereits auf der Startseite hätte die Verfügungsbeklagte die Energieeffizienzklasse angeben müssen. Eine solche Vorgabe findet Anhalt weder im Wortlaut des § 6a EnVKV, noch in demjenigen der zugehörigen Verordnungen.

Nach dem Wortlaut des § 6a EnVKV ist die gebotene Information „bei der Werbung“ sicherzustellen.

Aus dem Verb „sicherstellen“ ist abzulesen, dass der Verordnungsgeber eine gestalterische Darstellung der Werbung einfordert, die erwarten lässt, dass der angesprochene Verbraucher die energieverbrauchsrelevante Information auch zur Kenntnis nimmt.

Über den Zeitpunkt der Kenntnissgabe innerhalb der Werbung ist damit nichts ausgesagt. Aus der Formulierung „bei der Werbung“ ist aber zu entnehmen, dass die Information im Rahmen der wettbewerbsrechtlich in einer Gesamtschau zu würdigenden Werbung an einer vom Werbenden frei zu wählenden Stelle, örtlich wie zeitlich, erfolgen kann, sofern sie nur hinreichend deutlich erfolgt.

Auch aus dem Halbsatz „sofern in der Werbung Informationen über den Energieverbrauch oder den Preis angegeben werden“ lässt sich keine weitergehende Einschränkung entnehmen. Die Eingangsworte „sofern in der Werbung“ zeigen, dass durch ihn der Anwendungsbereich der Norm beschrieben wird, nicht aber der Standort der Information innerhalb der Werbung.

Nichts anderes ist den europarechtlichen Regelungen zu entnehmen, auf die sich der Verfügungskläger stützt. Sie sind im Gegenteil aussageärmer als der deutsche Verordnungswortlaut.

Auch Sinn und Zweck der Informationspflicht verhelfen dem Verfügungskläger nicht zum Durchbruch. Sie soll dem

Verbraucher einen bestimmten Informationsstand verschaffen, ehe er seine Kaufentscheidung trifft oder sich mit einem Aufwand, der ihn von einem Umsteuern abhalten könnte, dem Kaufvorgang zuwendet. Diese Zwangsinformation des Verbrauchers dient dem öffentlichen Interesse an Energieeinsparung. Darüber hinaus soll dadurch längerfristig das Bewusstsein der Verbraucher dahin umgeprägt werden, dass sie Produkte mit höherem Energieverbrauch innerlich ablehnen.

Der § 6a EnVKV ist eine Eingriffsnorm, die das Grundrecht der allgemeinen Handlungsfreiheit (Art. 2 Abs. 1 GG) und die Berufsausübungsfreiheit des Unternehmers (Art. 12 Abs. 1 GG) beschränkt. Darüber hinaus greift er in das Allgemeine Persönlichkeitsrecht des Verbrauchers (Art. 2 Abs. 1 GG) ein, das auch die Freiheit umfasst, nicht auf hoheitliche Anordnung mit Informationen belästigt zu werden, die er nicht erhalten möchte.

Als Eingriffsnorm unterfällt die Vorschrift dem verfassungsrechtlichen Übermaßverbot. Der Senat braucht nicht darüber zu entscheiden, ob sie, gemessen an den genannten grundrechtlich geschützten Belangen des Verbrauchers und den Vorgaben des verfassungsrechtlichen Verhältnismäßigkeitsgrundsatzes überhaupt Bestand haben könnte, da für die Gesamtenergiebilanz aus einer Kaufentscheidung der Stromverbrauch nach Normwerten nur eine von mehreren Komponenten darstellt, neben beispielsweise dem Energieverbrauch bei der Herstellung des Gerätes, beim Transport vom Hersteller bis zum Händler, beim Umgang des Händlers mit Ware und Vermarktung sowie beim Kaufvorgang und dessen Abwicklung selbst; hinzu kommt der erhebliche Einfluss des Nutzerverhaltens auf den Energieverbrauch.

Jedoch wäre eine weitere Vorgabe des Ordnungsgebers über die zeitliche oder räumliche Platzierung der Information innerhalb der Werbung eine durch den Normzweck nicht mehr erforderte und daher unverhältnismäßige (vgl. BVerfGE 94, 372, 389 f.; 106, 181, 191 f.) Beschränkung der

Berufsausübungsfreiheit in Gestalt der Werbefreiheit des Unternehmers. Der Auslegung der Verordnung dahin, dass eine solche Vorgabe erfolgt sei, widerspräche daher dem Grundsatz der verfassungskonformen Auslegung des nationalen Rechts st. Rspr.; vgl. schon BVerfG, Beschluss vom 24. März 1987 – 1 BvR 147/86, 1 BvR 478/86, BVerfGE 74, 297, bei juris Rz. 122).

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO, die Streitwertfestsetzung auf § 53 Abs. 1 Nr. 1 GKG i.V.m. § 3 ZPO.

Die Revision zuzulassen, kommt nicht in Betracht (§ 542 Abs. 2 ZPO).