

Bei einer Werbeanzeige mit Finanzierungsangebot muss die Identität der Bank angegeben werden

Oberlandesgericht Düsseldorf

Urteil vom 30.04.2015

Az.: I-15 U 100/14

Tenor:

I.

Die Berufung der Beklagten gegen das am 07.03.2014 verkündete Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf (34 0 74/13) wird zurückgewiesen.

II.

Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt die Beklagte.

III.

Das Urteil und das landgerichtliche Urteil sind vorläufig vollstreckbar. Die Beklagte kann die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 50.000,00 € abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

IV.

Die Revision wird nicht zugelassen

Gründe

I.

Der Kläger, ein Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG, zu dessen Mitglieder u.a. mehrere Vollsortimentmöbelhäuser gehören, macht gegen die Beklagte, die bundesweit, u.a. in Düsseldorf, Möbelhäuser betreibt, wegen der nachfolgend eingeblendeten in der R vom .. im 1. Teil auf Seite 5 erschienenen Anzeige (Anlage K 2) einen Unterlassungsanspruch geltend.

pp...

Der Kläger ist der Ansicht, die Anzeige, in der Angebote für konkrete Wohnmöbel mit Kaufpreis und Monatsrate enthalten sind und eine 0,0 % – Finanzierung auf 48 Monate zur Finanzierung des Möbelkaufpreises angeboten wird, sei ein Verstoß gegen § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, da in der Anzeige – insoweit unstreitig – jede Angabe zu Identität und Anschrift der finanzierenden Bank fehlt.

Nach erfolgloser Abmahnung der Beklagten mit Schriftsatz vom 03.04.2012 (Anlage K 3), die seitens der Prozessbevollmächtigten der Beklagten abschlägig beantwortet worden ist (Anlage K 4), hat er die Beklagte deshalb mit Klage vom 01.08.2012 auf Unterlassung in Anspruch genommen. Die Klageschrift nebst verfahrensleitender Verfügung und Ladung zum ca. 1 Jahr später bestimmten Termin zur mündlichen Verhandlung ist der Beklagten persönlich am 10.08.2012 zugestellt worden; die Zustellung der Verfügung nebst Terminladung an den Kläger erfolgte wenige Tage nach Einreichung der Klage. Mit Schreiben vom 30.07.2013 teilte der bereits in der Klageschrift genannte Prozessbevollmächtigte der Beklagten dem Gericht mit, dass ihm weder die Klage noch die Terminladung zugestellt worden ist und bat um Akteneinsicht, die am 08.08.2013 erfolgte.

Die Beklagte hat erstinstanzlich die Einrede der Verjährung erhoben und die Ansicht vertreten, § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG gelte nur für entgeltliche Finanzdienstleistungen.

Wegen der weiteren tatsächlichen Feststellungen wird auf das angefochtene Urteil des Landgerichts vom 07.03.2014, mit welcher der Klage stattgegeben wurde, Bezug genommen. Das Landgericht hat zur Begründung seines Urteils im Wesentlichen Folgendes ausgeführt:

Der aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3, 3 Abs. 1, 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG bestehende Unterlassungsanspruch des Klägers sei nicht verjährt. Denn die mit Kenntnis von der streitgegenständlichen Werbung zumindest am 03.04.2012 beginnende Verjährungsfrist von 6 Monaten sei durch Klageerhebung am 01.08.2012 gem. § 204 Abs. Nr. 1 BGB i. V. m. §§ 261 Abs. 1, 167, 172 ZPO gehemmt gewesen. Auch wenn innerhalb der Verjährungsfrist die Klage nur an die Beklagte selbst zugestellt worden sei, schade dies nicht. Denn die ordnungsgemäße Zustellung an den in der Klageschrift benannten Prozessbevollmächtigten der Beklagten sei „demnächst“ erfolgt.

Die Beklagte hätte in der streitgegenständlichen Werbung die Identität und die Anschrift der finanzierenden Bank angeben müssen. Eine Beschränkung des Anwendungsbereichs des § 5a Abs. 3 UWG auf entgeltliche Leistungen ergebe sich weder aus dem Wortlaut noch aus dem Sinn und Zweck der Vorschrift. Soweit in der Vorschrift vom „Preis“ der angebotenen Waren und Dienstleistungen gesprochen werde, könne ein Preis – dem Wortlaut nach – auch Null sein. Sinn und Zweck der Regelung sei es, dass der Verbraucher schon dann über die Identität und Anschrift des Unternehmens Kenntnis erlangt, wenn er eine geschäftliche Entscheidung treffen kann, nämlich dann, wenn er hinreichend über das beworbene Produkt und dessen Preis informiert ist. Eine solche Entscheidung könne der Verbraucher in gleicher Weise treffen, unabhängig davon, ob das Produkt/die Dienstleistung einen Preis von Null oder einen Preis über Null habe. Insbesondere bei einer 0,0%-Finanzierung solle dem Verbraucher zur Kenntnis gegeben werden, welche Bank ein solches Angebot abgibt, weil der Verbraucher bei Raten-Abzahlungsproblemen möglicherweise einen Schufa-Eintrag einer

eher als unseriös geltenden Bank oder weil er die Insolvenz einer als unseriös geltenden Bank mit dem Risiko der Neufinanzierung vermeiden möchte oder weil er möglicherweise nur oder gerade nicht mit deutschen oder ausländischen Banken vertraglich verbunden sein möchte.

Gegen dieses Urteil hat die Beklagte form- und fristgerecht Berufung eingelegt, mit der sie ihren Klageabweisungsantrag weiter verfolgt.

Unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vorbringens vertritt sie – insoweit in Übereinstimmung mit der Klägerin – die Ansicht, § 5a Abs. 3 UWG sei im Lichte der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11.05.2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern (nachfolgend: UGP-Richtlinie) auszulegen, so dass es darauf ankomme, ob die Voraussetzung „Aufforderung zum Kauf“ im Sinne des Art. 7 Abs. 4 UGP-Richtlinie erfüllt sei. Dies sei nicht der Fall. Zwar seien unter einem Kauf im Sinne der genannten Vorschrift auch Dienstleistungsverträge zu verstehen; erfasst seien jedoch ausschließlich entgeltliche (Dienstleistungs-)Verträge. Ein Kauf setze immer eine Gegenleistung des aufzuklärenden Verbrauchers voraus. Anderenfalls bedürfe es einer solchen Aufklärung sowohl nach dem Wortlaut als auch nach dem Sinn und Zweck der Vorschrift nicht. Eine 0,0%-Finanzierung sei nicht entgeltlich, da das Entgelt bzw. der Preis Null betrage. Mangels geschuldeter Gegenleistung handele es sich bei einem unverzinslichen Darlehen auch nicht um einen gegenseitigen Vertrag. Dass gerade der europäische Gesetzgeber hinsichtlich der Schutzbedürftigkeit der Verbraucher zwischen verzinslichen und unverzinslichen Darlehen unterscheide, belegten im Übrigen die Vorschriften der Richtlinie 2008/48/EG über Verbraucherkreditverträge, die unstreitig ausdrücklich keine Geltung für zins- und gebührenfreie Kreditverträge beansprucht. Bei einer 0,0%-Finanzierung interessiere den

Verbraucher regelmäßig nicht, welche Bank ihm das Geld zur Verfügung stelle. Dem Verbraucher könne und sei es tatsächlich völlig gleichgültig, an wen er die Rate statt des Kaufpreises überweist. Es sei völlig ausgeschlossen, dass ein Verbraucher von der Inanspruchnahme einer solchen Finanzierung Abstand nehme, weil ihm die finanzierende Bank nicht genehm sei. Selbst wenn man die Anwendbarkeit des § 5a Abs. 3 UWG auch auf kostenlose Dienstleistungen annehme, so läge jedenfalls keine spürbare Interessensbeeinträchtigung vor. Es handele sich um eine bloße Lappalie, weshalb der erstinstanzlich angenommene Streitwert auch überhöht und auf einen angemessenen Betrag zu reduzieren sei. Infolge der Nichtnennung der finanzierenden Bank sei kein einziger Vertrag weniger abgeschlossen worden.

Letztlich komme es auf diese Fragestellung jedoch nicht an, weil der geltend gemachte Unterlassungsanspruch bereits verjährt sei. Eine Zustellung „demnächst“ könne bei einem Zeitraum von mehr als 1 Jahr zwischen Einreichung der Klageschrift und Zustellung nicht mehr angenommen werden. Auch wenn die Interessen der Prozessbeteiligten zu berücksichtigen seien, wäre dies eine Auslegung gegen den Wortlaut des § 167 ZPO und eine Verletzung des Gewaltenteilungsprinzips.

Die Beklagte beantragt,

unter Abänderung des Urteils des Landgerichts Düsseldorf, Az. 34 O 74/13, vom 07.03.2014 die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Der Kläger verteidigt das erstinstanzliche Urteil unter Wiederholung und Vertiefung seines erstinstanzlichen Vortrages. Es sei völlig offensichtlich, dass die streitgegenständliche Werbung eine „Aufforderung zum Kauf“ sei. Mit diesem Begriff werde sämtliche kommerzielle Kommunikation erfasst, die den durchschnittlichen Verbraucher in die Lage versetze, das Geschäft abzuschließen. Es sei

hierbei ein großzügiger Maßstab anzulegen. Bei der angebotenen Finanzierung handele es sich unzweifelhaft um ein gegenseitiges Geschäft bzw. die Inanspruchnahme einer Dienstleistung gegen Entgelt. Zwar möge es zutreffen, dass das Entgelt vorliegend 0% sei. Das ändere aber nichts daran, dass der Preis für die Dienstleistung dann eben 0 bzw. 0% betrage. Gerade dieser für eine Finanzierung hervorragende – weil unentgeltliche Preis – werde herausgestellt. Bei einer derart plakativen Werbung liege es auf der Hand, dass § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, dessen Zweck darin bestehe, den Verbraucher unmittelbar beim Angebot einer Ware oder Dienstleistung über seinen potentiellen Vertragspartner zu informieren, anwendbar sei. Es sei kein Grund ersichtlich, weshalb bei einem besonderen Lockvogelangebot von 0% die finanzierende Bank nicht angegeben werden müsste, während eine Bank, die Zinsen verlange, angegeben werden muss. Von der Logik her müsste genau das Gegenteil zutreffend sein, da es für den Verbraucher gerade dann umso wichtiger sei, seinen Vertragspartner zu kennen und zu wissen, ob dieser „seriös“ sei, wer es sei und mit wem er überhaupt einen Vertrag abschließe. Dies vor allem auch deshalb, weil sich der Verbraucher über mehrere Jahre in eine Vertragsbeziehung mit einem Darlehensgeber begeben und bei einem Verzug mit der Rückzahlung erhebliche Konsequenzen drohten. Darüber hinaus seien mannigfaltige Gründe denkbar, warum ein Verbraucher bestimmte Banken bei einem Finanzierungsgeschäft vorziehe, ablehne oder möglicherweise nicht in Anspruch nehme.

Der vom Landgericht angenommene Streitwert von 50.000,00 € sei rechtlich nicht zu beanstanden. Die Werbeanzeige sei in der – insoweit unstreitig – auflagenstärksten Zeitung der Region mit großem Verbreitungsgebiet erschienen. Sehr viele Leute hätten die Werbung deshalb zur Kenntnis genommen. Die Beklagte habe aus gutem Grund ihre damals finanzierende Bank, – insoweit unstreitig – die H., nicht in ihrer Anzeigenwerbung angegeben. Es handele sich um eine vollkommen unbekannte Bank, die bei dem angesprochenen Verkehr eher „Irritationen“ hervorgerufen

hätte als Finanzierungsangebote bekannter Mitbewerber.

Wegen des weiteren Sach- und Streitstandes wird auf die von den Parteien zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 26.03.2015 Bezug genommen.

II.

Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg. Dem Kläger steht gegen die Beklagte wegen der am ...2012 in der R. erschienenen Anzeige nach § 8 Abs. 1, 3 Nr. 2, 3 UWG i. V. m. §§ 5a Abs. 3 Nr. 2, 3 Abs. 1 UWG ein Unterlassungsanspruch zu.

1)

Der Unterlassungsanspruch des Klägers ist, wie das Landgericht zutreffend festgestellt hat, nicht verjährt.

Zwar ist dem Prozessbevollmächtigten der Beklagten die Klage erst im Wege der Akteneinsicht tatsächlich zugegangen, so dass gem. § 172 Abs. 1 S. 1 ZPO i. V. m. § 189 ZPO von einer ordnungsgemäßen Zustellung der Klage erst am 08.08.2013 und damit nach Ablauf der gem. § 11 Abs. 1, 2 UWG spätestens am 03.10.2012 endenden Verjährungsfrist auszugehen ist. Gleichwohl ist nach § 167 ZPO die Klage als rechtzeitig erhoben mit der Folge der Hemmung der Verjährung nach § 204 Abs. 1 Nr. 1 BGB anzusehen, da die Zustellung „demnächst“ erfolgte. Die Klagezustellung wirkt folglich auf den Zeitpunkt der Klageeinreichung, den 01.08.2012, zurück und ist somit innerhalb der zu dieser Zeit noch laufenden Verjährungsfrist erhoben.

Bei der Beantwortung der Frage, ob eine Zustellung „demnächst“ im Sinne des § 167 ZPO erfolgt ist, darf nicht auf eine rein zeitliche Betrachtungsweise abgestellt werden. Es tritt vielmehr eine wertende Komponente hinzu (BeckOK/Dörndorfer ZPO § 167 Rn. 4; Cegl/Voß/Matthes ZPO § 167 Rn. 7; Musielak/Wittschier ZPO § 167 Rn. 7). Da die Zustellung von

Amts wegen geschieht, sollen die Parteien vor Nachteilen durch Verzögerungen innerhalb des gerichtlichen Geschäftsbetriebs bewahrt werden, weil diese Verzögerungen von ihnen nicht beeinflusst werden können (BGH NJW 1988, 1980; BGH NJW 2003, 2830; BGH NJW 2006, 3206). Eine absolute zeitliche Obergrenze, nach deren Überschreitung eine Zustellung nicht mehr als „demnächst“ anzusehen ist, gibt es deshalb nicht, so dass auch mehrmonatige oder mehrjährige Verzögerungen erfasst sein können (BGH NJW 2003, 2830; BGH NJW-RR 2003, 599; BGH NJW 2006, 3206; BAG NJW 2013, 252; OLG Frankfurt, Urt. v. 18.08.1097, 3 UF 255/86). Verzögerungen im Zustellungsverfahren, die durch eine fehlerhafte Sachbehandlung des Gerichts verursacht sind, muss sich der Kläger grundsätzlich nicht zurechnen lassen (BGH NJW 1988, 1980; BGH NJW 2001, 885; BGH NJW-RR 2004, 1575; BGH NJW 2006, 3206; OLG Düsseldorf, Urt. v. 14.04.2011, 2 U 102/10, BeckRS 2011, 08369). Andererseits sind einer Partei solche nicht nur geringfügigen Verzögerungen zuzurechnen, die sie oder ihr Prozessbevollmächtigter bei sachgerechter Prozessführung hätten vermeiden können (BGH NJW 2001, 885; BGH NJW 2006, 3206; LG Berlin Urt. v. 24.04.2007, 15 O 718/06, BeckRs 2007, 14669). Denn die Rückwirkung muss auch für den Empfänger zumutbar sein, wovon nicht ausgegangen werden kann, wenn die zustellende Partei selbst das Verfahren in vorwerfbarer Weise verzögert (BGH NJW 2006, 3206; BGH NJW 2009, 999; BGH NZM 2011, 752; OLG Düsseldorf, Urt. v. 14.04.2011, 2 U 102/10, BeckRS 2011, 08369). Infolge dessen muss selbst ein Kläger, der seinerseits zunächst alles Erforderliche getan hat, um die sofortige Zustellung seiner Klage zu veranlassen, einer späteren Verzögerung der Zustellung entgegentreten. Droht eine solche aus unerklärlichen Gründen, muss er sich bei dem Gericht nach den Ursachen erkundigen (BGH NJW-RR 2015, 125; BGH NJW 2005, 1194; OLG Frankfurt NJW 2014, 3667).

Angesichts dessen erfolgt eine Zustellung „demnächst“, wenn sie innerhalb einer den Umständen des Einzelfalls entsprechend angemessenen Frist stattfindet, die die Zustellung betreibende

Partei alles Erforderliche und Zumutbare getan hat, um eine zügige Zustellung zu gewährleisten, und entgegenstehende schutzwürdige Belange des Zustellungsempfängers nicht gegeben sind.

Dies zugrundegelegt, ist von einer Klagezustellung „demnächst“ im vorliegenden Fall auszugehen, auch wenn zwischen Einreichung der Klage (01.08.2012) und ihrer Zustellung (08.08.2013) zwölf Monate liegen. Der Kläger hat den Prozessbevollmächtigten der Beklagten bereits in der Klageschrift benannt und hiermit das Erforderliche und ihm Zumutbare getan, um eine ordnungsgemäße Zustellung gem. § 172 Abs. 1 S. 1 ZPO zu gewährleisten. Dass gleichwohl eine Zustellung an die Beklagte persönlich erfolgte, muss sich der Kläger nicht zurechnen lassen. Die Gründe hierfür liegen allein in der Sphäre des Gerichts, das eine fehlerhafte Zustellung veranlasst hat. Der Kläger hatte hierauf keinen Einfluss; er hat die ordnungsgemäße Zustellung in keiner Weise verzögert. Er hatte auch keinerlei Anhaltspunkte dafür, dass eine nicht ordnungsgemäße Klagezustellung erfolgte bzw. eine Verzögerung eingetreten ist. Ihm ist wenige Tage nach Einreichung der Klage die verfahrensleitende Verfügung des Gerichts einschließlich Ladung zum anberaumten Termin zur mündlichen Verhandlung zugestellt worden. Ohne eine anderslautende Rückfrage oder Nachricht des Gerichts konnte er mithin davon ausgehen, dass das Verfahren seinen ordnungsgemäßen Gang nimmt. Veranlassung, sich bei Gericht nach dem Erfolg der Zustellung zu erkundigen, hatte er nicht.

Schutzwürdige Belange der Beklagten, die einer Rückwirkung entgegenstehen, sind nicht ersichtlich. Mit Schreiben vom 03.04.2012 (Anlage K 3) hatte der Kläger die Beklagte abgemahnt und für den Fall der Nichtunterzeichnung der beigefügten Unterlassungserklärung die gerichtliche Klarstellung der Angelegenheit angekündigt. Diese Abmahnung ist seitens der Prozessbevollmächtigten der Beklagten, die mithin ebenfalls von dem Vorwurf des wettbewerbswidrigen

Verhaltens in Kenntnis gesetzt waren, abschlägig beantwortet worden (Anlage K 4). Der Kläger hat seiner Ankündigung folgend sodann Klage eingereicht, die der Beklagten nebst verfahrensleitender Verfügung und Terminladung persönlich am 10.08.2012 zugestellt worden ist. Ab diesem Zeitpunkt wusste die Beklagte mithin um die gerichtliche Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs; sie konnte nicht (mehr) darauf vertrauen, dass der Kläger seine Ankündigung nicht wahr macht. Ab dem 10.08.2012 konnte sich die Beklagte zudem mit ihrem Prozessbevollmächtigten in Verbindung setzen. Unterlässt sie dies bzw. tut sie dies erst zu einem Zeitpunkt, der dazu führt, dass der Prozessbevollmächtigte sich erst mit Schriftsatz vom 30.07.2013 zwecks Klärung der Zustellung um Akteneinsicht bemüht bzw. bemühen kann, mithin mehr als zehn Monate nach Erhalt der Klage und ca. 1 Monat vor dem seit ca. 1 Jahr anberaumten Verhandlungstermin, ist sie nicht schutzwürdig.

2)

Der Kläger hat, wie das Landgericht ebenfalls zutreffend festgestellt hat, gem. § 8 Abs. 1, 3 Nr. 2, 3 UWG i. V. m. §§ 5a Abs. 2, 3 Nr. 2, 3 Abs. 1 UWG einen Unterlassungsanspruch.

a)

Nach § 5a Abs. 2 UWG handelt unlauter, wer die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Beschränkungen des Kommunikationsmittels wesentlich ist. Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf ihre Merkmale und ihren Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gelten nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG die Identität und die Anschrift des werbenden Unternehmers als wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den

Umständen ergeben.

aa)

Diese Vorschriften dienen der Umsetzung des Art. 7 Abs. 1 der UGP-Richtlinie, wonach eine Geschäftspraxis als irreführend gilt, wenn sie im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände und der Beschränkungen des Kommunikationsmediums wesentliche Informationen vorenthält, die der durchschnittliche Verbraucher je nach den Umständen benötigt, um eine informationsgeleitete geschäftliche Entscheidung zu treffen, und die somit einen Durchschnittsverbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst oder zu veranlassen geeignet ist, die er sonst nicht getroffen hätte, sowie des Art. 7 Abs. 4 Buchstabe b) dieser Richtlinie, wonach im Falle der Aufforderung zum Kauf die Anschrift und die Identität des Gewerbetreibenden als wesentlich gelten, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben. § 5a Abs. 2, 3 Nr. 2 UWG sind mithin richtlinienkonform auszulegen.

Eine „Aufforderung zum Kauf“ ist nach Art. 2 i) der UGP-Richtlinie jede kommerzielle Kommunikation, die die Merkmale des Produkts und den Preis in einer Weise angibt, die den Mitteln der kommerziellen Kommunikation angemessen ist und den Verbraucher dadurch in die Lage versetzt, einen Kauf zu tätigen. Dies ist dann der Fall, wenn der Verbraucher hinreichend über das beworbene Produkt und den Preis informiert ist, um eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können, ohne dass die kommerzielle Kommunikation auch eine tatsächliche Möglichkeit bieten muss, das Produkt zu kaufen, oder dass sie im Zusammenhang mit einer solchen Möglichkeit steht (EuGH GRUR 2011, 930 – Konsumentenombudsmannen ./ . Ving Sverige; BGH GRUR 2013, 1159 – Brandneu von der IFA; BGH GRUR 2014, 403 – DER NEUE; BGH GRUR 2014, 580 – Alpenpanorama im Heißluftballon; OLG Düsseldorf, Urt. v. 02.10.2012, 20 U 223/2011; OLG Stuttgart, Beschluss v. 20.12.2012, 2 W 32/12 – juris; OLG Hamm GRUR-RR 2013, 121; OLG Saarbrücken WRP 2013,

940; OLG München MMR 2014, 818).

Dies setzt nicht voraus, dass in der kommerziellen Kommunikation bereits alle *essentialia negotii* genannt sind (OLG Celle, Beschluss v. 29.10.2013, 13 W 79/13, BeckRs 2013, 21845; OLG Dresden, Urt. v. 11.02.2014, 14 U 1641/13, BeckRs 2014, 18825; OLG Nürnberg GRUR-RR 2015, 117; LG Frankfurt, Urt. v. 08.02.2013, 2/6 O 273/12, BeckRS 2013, 10014). Ebenso wenig bedarf es einer *invitatio ad offerendum* oder eines rechtlich bindenden Vertragsangebots im Sinne des § 145 BGB. Vielmehr löst jede Erklärung des Unternehmers, auf Grund derer sich der Verbraucher zum Erwerb einer bestimmten Ware entschließen kann, die Informationspflicht aus (BGH GRUR 2011, 82 – Preiswerbung ohne Umsatzsteuer; OLG München WRP 2011, 1213; OLG Stuttgart, Beschluss v. 20.12.2012, 2 W 32/12 – juris; OLG Hamburg MD 2012, 55; OLG Saarbrücken WRP 2013, 940; OLG Hamm GRUR-RR 2013, 121; OLG Nürnberg GRUR-RR 2015, 117).

Art. 7 Abs. 4 UGP-Richtlinie gebietet trotz des darin verwendeten Begriffs „Kauf“ keine Beschränkung auf Kaufverträge (OLG München, Urt. v. 15.05.2014, 6 U 3188/13, BeckRS 2014, 18826; LG Frankfurt, Urt. v. 08.02.2013, 2/6 O 273/12, BeckRS 2013, 10014; Fezer/Peifer, UWG, § 5a Rn. 37; Harte/Henning/Dreyer, UWG, 3. Aufl., § 5a Rn. 90, 93; Köhler/Bornkamm, UWG, 33. Aufl., § 5a Rn. 30; Lindacher in: Teplitzky/Peifer/Leistner, UWG, § 5a, Rn. 45). Dies folgt zum einem aus dem in Art. 1 der UGP-Richtlinie genannten Ziel, ein hohes Verbraucherschutzniveau zu erreichen, wie auch aus der Zielrichtung des Art. 2 i) der UGP-Richtlinie, wonach es – wie ausgeführt – um eine hinreichende Information des Verbrauchers über das beworbene Produkt und dessen Preis geht, damit der Verbraucher eine „geschäftliche Entscheidung“ treffen kann. Eine „geschäftliche Entscheidung“ ist nicht gleichbedeutet mit dem Abschluss eines Kaufvertrages, sondern erfasst auch andere Verträge und/oder das Eingehen verbindlicher Verpflichtungen und Rechte im Geschäftsleben. Dies verdeutlicht sowohl Art. 2 c) der UGP-Richtlinie, der als Produkt – worauf wiederum Art.

2 i) UGP-Richtlinie abstellt – „jede Ware oder Dienstleistung, einschließlich Immobilien, Rechte und Verpflichtungen“ definiert, als auch Art. 2 k) UGP-Richtlinie, der als „geschäftliche Entscheidung“ jede Entscheidung des Verbrauchers darüber qualifiziert, „ob, wie und unter welchen Bedingungen er einen Kauf tätigen, eine Zahlung insgesamt oder teilweise leisten, ein Produkt behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit dem Produkt ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher beschließt, tätig zu werden oder ein Tätigwerden zu unterlassen.“

bb)

§ 5a Abs. 2 und Abs. 3 UWG statuieren deshalb die Informationspflichten in richtlinienkonformer Weise bei Angeboten von Waren oder Dienstleistungen, die den durchschnittlichen Verbraucher in die Lage versetzen, „das Geschäft“ abzuschließen. Angebote, die den Verbraucher befähigen sollen, einen Finanzdienstleistungsvertrag abzuschließen, unterfallen folglich § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG mit der Folge, dass die hierin vorgesehenen Informationspflichten gelten. Dies gilt auch dann, wenn – wie hier – eine 0,0%-Finanzierung, mithin ein unentgeltliches Darlehen angeboten wird. Der Anwendungsbereich des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG ist nicht auf entgeltliche Finanzdienstleistungen bzw. entgeltliche Darlehensverträge beschränkt.

Zwar ist der Beklagten insoweit recht zu geben, als dass § 5a Abs. 3 UWG ein Angebot bzw. Art. 7 Abs. 4 UGP-Richtlinie eine kommerzielle Kommunikation voraussetzt, in denen die Dienstleistung bzw. das Produkt unter Hinweis auf seine Merkmale und den Preis angeboten wird, und das Angebot auf den Abschluss eines Geschäfts bzw. auf die Tätigkeit eines Kaufs abzielt, der Wortlaut der Vorschrift(en) somit Geschäfte bzw. Verträge im Blick hat, in denen vom Verbraucher ein Preis, worunter allgemein ein als Gegenleistung aufzubringendes Entgelt für die angebotene Ware oder Dienstleistung verstanden wird, zu entrichten ist. Ein Ausschluss von unentgeltlichen

Finanzdienstleistungen aus dem Anwendungsbereich der Norm(en) ist damit indes nicht verbunden. Sie enthalten weder zwingende Vorgaben zu einer (bestimmten) Höhe des angebotenen Preises, so dass als Preisangabe auch ein 0,0%- Zinssatz verstanden werden kann, noch beziehen sie sich dem Wortlaut nach allein auf (Zahlungs-)Verpflichtungen, die im Gegenseitigkeitsverhältnis zueinander stehen bzw. aus einem gegenseitigen Vertrag als Hauptpflicht erwachsen.

Für ein einschränkendes Verständnis spricht auch nicht der Sinn und Zweck des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG. Die mit ihm vorgeschriebene Informationspflicht bezweckt in Übereinstimmung mit dem in Art. 7 Abs. 4 UGP-Richtlinie geregelten Transparenzgebot die problemlose Kontaktaufnahme mit dem anbietenden Unternehmen. Dem Verbraucher sollen klare und unmissverständliche Angaben über die Identität und Anschrift des Unternehmens verschafft werden. Er soll wissen, mit wem er in Verkehr bzw. in geschäftlichen Kontakt tritt, wer sein potentieller Geschäftspartner ist und wie er diesen – auch und gerade im Rechtsverfolgungsfall – unmittelbar und ohne weitere Nachforschungen erreichen kann (BGH GRUR 2013, 1169 – Brandneu von der IFA; BGH GRUR 2014, 580 – Alpenpanorama im Heißluftballon; OLG München WRP 2011, 1213; OLG Hamm WRP 2012, 985; OLG Düsseldorf, Urt. v. 02.10.2012, 20 U 223/2011, BeckRS 2012, 24718; OLG Stuttgart, Beschluss v. 20.12.2012, 2 W 32/12 – juris; OLG Saarbrücken WRP 2013, 940; OLG Celle, Beschluss v. 29.10.2013, 13 W 79/13, BeckRs 2013, 21845; OLG Köln GRUR-RR 2013, 119; OLG Dresden, Urt. v. 11.02.2014, 14 U 1641/13, BeckRs 2014, 18825; OLG München MMR 2014, 818). § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG basiert auf dem Gedanken, dass der Wettbewerbsauftritt nicht anonym und nicht ohne Angabe von bestimmten Adressdaten erfolgen darf (vgl. BT-Drucks. 16/10145 S. 26; BGH GRUR 2013, 1159 – Brandneu von der IFA; OLG Saarbrücken WRP 2013, 940). Darüber hinaus ist die Mitteilung der Identität des Vertragspartners auch deshalb für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers wesentlich, weil dieser dadurch in die Lage versetzt wird, den Ruf des

Unternehmens im Hinblick auf Qualität und Zuverlässigkeit der von ihm angebotenen Waren oder Dienstleistungen, aber auch dessen wirtschaftliche Potenz, Bonität und Haftung einzuschätzen (BGH GRUR 2013, 1169 – Brandneu von der IFA; OLG Celle, Beschluss v. 29.10.2013, 13 W 79/13, BeckRs 2013, 21845).

Unter Berücksichtigung dessen sowie der wegen des Ziels des hohen Verbraucherschutzes gebotenen nicht restriktiven Auslegung des Begriffs „Aufforderung zum Kauf“ in Art. 7 Abs. 4 UGP-Richtlinie (EuGH GRUR 2011, 930 – Konsumentenombudsmannen ./ . Ving Sverige; OLG Celle, Beschluss v. 29.10.2013, 13 W 79/13, BeckRs 2013, 21845; OLG Dresden, Urt. v. 11.02.2014, 14 U 1641/13, BeckRs 2014, 18825; OLG Nürnberg GRUR-RR 2015, 117) löst auch das Angebot einer unentgeltlichen Finanzdienstleistung die Pflicht zur Angabe der Identität und der Anschrift des anbietenden Unternehmens aus. Die problemlose Kontaktaufnahme mit diesem ist zum Schutz des Verbrauchers unabhängig davon erforderlich, ob die Finanzdienstleistung bzw. der Darlehensvertrag, auf dessen Abschluss das Angebot abzielt, zu einer Zinszahlungspflicht des angesprochenen Verbrauchers führt oder nicht. Auch im Fall des Angebots eines unentgeltlich gewährten Darlehens ist die Kenntnis des (potentiellen) Vertragspartners für die zu treffende geschäftliche Entscheidung grundlegend. Der durchschnittliche Verbraucher – wozu all diejenigen Verkehrskreise gehören, die Möbel erwerben und die Finanzierung deren Kaufpreises mittels eines Darlehens in Betracht ziehen – muss wissen, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt, wer sein Vertragspartner sein wird und wer ihm das Darlehen gewährt bzw. gewähren wird. Nur so kann er in voller Sachkenntnis eine informierte Entscheidung treffen. Auch wenn kein Zins bzw. Entgelt geschuldet ist, schließt der Verbraucher einen rechtsverbindlichen Darlehensvertrag ab, ohne Zweifel eine geschäftliche Tätigkeit, und verpflichtet sich für die Dauer des Vertrages, oftmals über mehrere Jahre, zur Rückzahlung des ihm gewährten Darlehens. Es werden

bestimmte Ratenzahlungen vereinbart, bei deren Ausbleiben dem Darlehensnehmer rechtliche und wirtschaftliche Konsequenzen drohen, wozu insbesondere das kurzfristige Fälligstellen der gesamten (restlichen) Darlehenssumme gehört. Ebenso können rechtliche und wirtschaftliche Folgen für den Verbraucher im Raum stehen, wenn der Darlehensgeber seiner Pflicht, dem Darlehensnehmer den vereinbarten Darlehensbetrag für die Laufzeit des Vertrages zu verschaffen, nicht (mehr) erfüllen kann. Der Verbraucher muss dann ggfs. kurzfristig eine alternative Finanzierung des Kaufpreises zu möglicherweise deutlich schlechteren Bedingungen aufbringen. Ob ein derartiges Risiko besteht, hängt von der Bonität, der wirtschaftlichen Potenz und der Haftung des Darlehensgebers ab. Um dieses einschätzen zu können, muss der Verbraucher seinen potentiellen Geschäftspartner kennen. Schließlich ist es für den angesprochenen Verkehrskreis, zu dem auch die Mitglieder des Senats gehören, auch unabhängig von den angeführten Bonitäts- und Haftungsfragen nicht völlig belanglos, wer der Darlehensgeber ist. Diese Frage mag angesichts der angebotenen äußerst günstigen Zinsbedingungen, nämlich 0 €, für den Verbraucher möglicherweise nicht (mehr) im Vordergrund stehen, gleichwohl „leiht“ sich der Durchschnittsverbraucher nicht unbesehen von „jedermann“ Geld.

Soweit die Beklagte darauf verweist, dass gerade der europäische Gesetzgeber hinsichtlich der Schutzbedürftigkeit zwischen verzinslichen und unverzinslichen Darlehen unterscheide und zum Beleg hierfür auf die Vorschriften der Richtlinie 2008/48/EG über Verbraucherkreditverträge verweist, bleibt dies ohne Erfolg. Zwar gilt diese Richtlinie gemäß deren Art. 2 Abs. 2 nicht für zins- und gebührenfreie Kreditverträge. Dies ist jedoch dem Ziel dieser Richtlinie geschuldet, wonach der Verbraucher zutreffend über anfallende Gebühren, Zinssätze, Laufzeiten, Risiken und Rechtsfolgen des Verbraucherkreditvertrages informiert werden soll. Die Nichtanwendbarkeit der Bestimmungen der Richtlinie auf zins- und gebührenfreie Kreditverträge versteht sich angesichts

dessen von selbst. Daraus lässt sich indes nicht zwingend schlussfolgern, dass der europäische Gesetzgeber dieselbe Differenzierung auf einem anderen Gebiet, hier dem der unlauteren Geschäftspraktiken, vornehmen will. Aus den vorgenannten Gründen kann von einer Übertragung dieser Differenzierung auf das Gebiet des unlauteren Wettbewerbs gerade nicht ausgegangen werden, zumal die Zielrichtung der UGP-Richtlinie ausdrücklich ein hohes Verbraucherschutzniveau (Art. 1 UGP-Richtlinie) ist.

b)

Ausgehend von diesem Verständnis ist die streitgegenständliche Werbung unlauter gem. § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG.

In der am ...2012 in der R. erschienenen Anzeige (Anlage K 2) werden konkrete Möbel mit einem bestimmten Kaufpreis beworben. Daneben wird mit den Worten „0,0% Finanzierung auf 48 Monate“ ein konkretes Angebot zur Finanzierung des Möbelkaufpreises unterbreitet und unter Zugrundelegung des Finanzierungsangebots werden die jeweiligen Monatsraten der genannten Möbelstücke aufgeführt. Es wird mithin eine Dienstleistung (Finanzierung eines Kaufpreises) unter Hinweis auf ihre Merkmale (48 Monate, bestimmter Kaufpreis und einzelne Ratenhöhe) und ihren Preis (0,0 %) so angeboten, dass sich der durchschnittliche Verbraucher zum Abschluss des Geschäftes (unentgeltlicher Darlehensvertrag) entschließen kann. Er ist hinreichend über das beworbene Produkt und dessen Preis informiert, um eine informationsgeleitete geschäftliche Entscheidung treffen zu können, so dass die Informationspflichten nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG bestehen. Gleichwohl fehlt in der Anzeige jeder Hinweis darauf, wer die Finanzdienstleistung anbietet. Die Identität des Unternehmens ist nicht zu erkennen; der Verbraucher weiß folglich insbesondere nicht, ob die Beklagte selbst die Dienstleistung anbietet oder ob der Vertragspartner des Darlehensvertrages eine Bank ist, und wenn ja welche. Dass der Verbraucher diese Informationen erhält, wenn er sich im Geschäftslokal der

Beklagten befindet und nachfragt oder auf andere Weise nachfragt, ist unerheblich. Das ist zu spät; maßgeblich ist der Zeitpunkt, in dem die Anzeige vom angesprochenen Verkehr wahrgenommen wird bzw. wahrgenommen werden kann.

Der Bewertung des Vorenthaltes der Angaben zur Identität und Anschrift des Unternehmens als unlauter steht vorliegend auch nicht der Umstand entgegen (§ 5 Abs. 2 UWG), dass die Finanzdienstleistung zinslos erfolgen soll. Zunächst kann insoweit auf die Ausführungen unter a) verwiesen werden. Es ist ferner weder ersichtlich noch dargetan, dass es der Beklagten nicht möglich oder zumutbar gewesen ist, die H. als Finanzdienstleisterin zu benennen. Dem Vortrag der Beklagten zufolge haben die Mitarbeiter, die die Anzeige entworfen haben, nicht aufgepasst bzw. sie hätten sich nicht vorstellen können, dass man bei einer 0%-Finanzierung Angaben zur Bank machen müsse. Weder ein schlichtes Versäumnis noch eine fehlerhafte Rechtsansicht führen jedoch zu einer Unmöglichkeit oder einer Unzumutbarkeit, die geeignet sein könnte, die Unlauterkeit des Handelns entfallen zu lassen.

c)

Bei der Vorenthaltung von Informationen, die das Unionsrecht als wesentlich einstuft, ist das Erfordernis der Spürbarkeit nach § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG stets erfüllt (BGH GRUR 2010, 852 – Gallardo Spyder; BGH WRP 2012, 1096 – Neue Personenkraftwaren; BGH GRUR 2013, 1169 – Brandneu von der IFA; BGH GRUR 2014, 584 – Typenbezeichnung; OLG München WRP 2011, 1213; OLG Stuttgart, Beschluss v. 20.12.2012, 2 W 32/12 – juris; OLG München WRP 2012, 230; OLG Saarbrücken WRP 2013, 940; OLG Celle, Beschluss v. 29.10.2013, 13 W 79/13, BeckRs 2013, 21845; OLG Hamm GRUR-RR 2013, 121; OLG Hamm GRUR-RR 2014, 404).

d)

Die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr wird durch den festgestellten Verstoß

indiziert. Die geforderte strafbewehrte Unterlassungserklärung hat die Beklagte nicht abgegeben.

III.

Die von der Beklagten angeregte Aussetzung des Verfahrens verbunden mit der Vorlage der Frage an den EuGH, ob Art. 7 Abs. 4 UGP-Richtlinie auf unentgeltliche Darlehensverträge Anwendung findet, ist nach Art. 267 Abs. 2 AEUV nicht geboten. Das im Rahmen der Vorlageberechtigung eröffnete Ermessen des Senats ist nicht auf null reduziert; der Senat geht nicht von einer Unwirksamkeit der Norm aus (vgl. EuGH, Rs. C-344/04, International Air Transport Association u. a., Slg. 2006, I-403 Rn. 30; Immenga/Mestmäcker/Schmidt, EU-Wettbewerbsrecht, 5. Aufl., Anhang 3 Rn. 40 f.; Karpenstein in: Grabitz/Hilf/Nettesheim, Das Recht der Europäischen Union, 54. Ergänzungslieferung Art. 267 AEUV Rn. 61 f.; Musielak ZPO, § 148 Rn. 4). Da der Senat überdies davon ausgeht, dass keine vernünftigen Zweifel an der Auslegung der Bestimmung des Art. 7 Abs. 4 UGP-Richtlinie hinsichtlich der hier interessierenden Frage bestehen (vgl. hierzu BGH GRUR 2013, 1169 – Brandneu von der IFA, Art. 267 Abs. 3 AEUV), übt er sein Ermessen dahingehend aus, nicht vorzulegen.

IV.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO; die Anordnung über die vorläufige Vollstreckbarkeit richtet sich nach §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Es besteht keine Veranlassung, gemäß § 543 Abs. 2 S. 1 ZPO die Revision zuzulassen, da die Rechtssache keine grundsätzliche Bedeutung hat und weder die Fortbildung des Rechts noch die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Revisionsgerichts erfordern.

V.

Entgegen der Auffassung der Beklagten ist der vom Landgericht

– entsprechend der Wertangabe des Klägers – festgesetzte Streitwert von 50.000,- € nicht überhöht.

Nach § 71 Abs. 1 GKG sind für die Wertberechnung die Bestimmungen des GKG zu dem Zeitpunkt maßgeblich, an dem die Sache anhängig gemacht worden ist, hier also die im Jahre 2012 geltende Fassung. Gemäß § 48 Abs. 1 GKG a. F., §§ 3 ff. ZPO ist der Streitwert vom Gericht nach freiem Ermessen auf der Grundlage des objektiven Interesses des Klägers an der Erlangung des begehrten Rechtsschutzes festzusetzen. Bei einem auf Unterlassung von (Lauterkeits-)Rechtsverletzungen gerichteten Anspruch ist mithin das Interesse, das der Kläger an der Unterbindung weiterer gleichartiger Verstöße hat, entscheidend. Dieses Interesse wird maßgeblich durch die Art des Verstoßes, insbesondere seine Gefährlichkeit für den Kläger anhand des drohenden Schadens bestimmt. Dabei sind u. a. die Unternehmensverhältnisse bei dem Verletzer (Umsätze, Größe, Wirtschaftskraft, Marktstellung und deren voraussichtliche Entwicklung), die Auswirkungen zukünftiger Verletzungshandlungen (Ausmaß, Intensität und Häufigkeit, insbesondere durch die bereits begangene Verletzungshandlung) und die Intensität der Wiederholungsgefahr (Verschuldensgrad, späteres Verhalten) zu berücksichtigen (BGH GRUR 2013, 301 – Solarinitiative; BGH GRUR 1990, 1052 – Streitwertberechnung; OLG Düsseldorf, Beschluss v. 27.03.2014, 20 W 20/14, BeckRs 2014, 08093; KG, Beschluss v. 22.08.2014, 5 W 254/14, BeckRs 2014, 20176). Das Interesse eines nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG aktiv legitimierten Verbandes ist dabei so zu bewerten wie das eines gewichtigen Mitbewerbers (BGH GRUR 1998, 958 – Verbandsinteresse).

Auch wenn ein Gericht nicht an die Parteiangaben zum Streitwert gebunden ist, stellen diese ein gewichtiges Indiz für die Schätzung des Interesses nach vorstehenden Grundsätzen dar, insbesondere dann, wenn diese Angaben im erstinstanzlichen Verfahren noch unbeeinflusst vom Ausgang des Rechtsstreits erfolgt sind. Von Angaben, die zu diesem

Zeitpunkt gemacht werden, ist größere Objektivität zu erwarten, als von einer späteren Einschätzung, die erfolgt, wenn die Kostentragungspflicht bereits feststeht (BGH GRUR 2012, 1288 – Vorausbezahlte Telefongespräche II). Angaben in der Klageschrift, vor allem dann, wenn sie ohne Widerspruch seitens des Beklagten bleiben, können daher der Streitwertfestsetzung regelmäßig zugrunde gelegt werden, es sei denn, dass sich aus den Umständen die Fehlerhaftigkeit der Angabe ergibt (OLG Frankfurt WRP 2006, 1272; OLG München WRP 2008, 972; OLG Karlsruhe NJW 2012, 1373; OLG Düsseldorf, Beschluss v. 27.03.2014, 20 W 20/14, BeckRs 2014, 08093; KG, Beschluss v. 22.08.2014, 5 W 254/14, BeckRs 2014, 20176). Soll die aus einer übereinstimmenden Streitwertangabe folgende Indizwirkung widerlegt werden, bedarf es angesichts dessen einer konkreten Darlegung, dass und warum entgegen der ursprünglichen eigenen Einschätzung nunmehr ein abweichender Streitwert festgesetzt werden soll (BGH GRUR 2012, 1288 – Vorausbezahlte Telefongespräche II).

Die Angaben der Beklagten genügen nicht für die nachträgliche Abänderung des Streitwerts. Der Kläger hat bereits in der Klageschrift den Streitwert auf 50.000,00 € geschätzt. Die Beklagte ist dem erstinstanzlich nicht entgegengetreten, so dass das Landgericht diese übereinstimmende Parteiangabe zugrundelegen konnte. Anhaltspunkte für die Unrichtigkeit dieser Angabe waren nicht vorhanden. Der Beklagte hat die Höhe des Streitwerts auch nicht mit der Berufungsschrift, sondern erst in der Berufungsduplik als unangemessen bezeichnet. Seine Begründung hierfür beschränkt sich auf die Aussage, es handle sich um eine bloße Lappalie, der Wettbewerbsverstoß wirke sich praktisch überhaupt nicht aus. Weshalb die Beklagte – bei dieser Sichtweise – gleichwohl in erster Instanz keinen Widerspruch gegen die Streitwertangabe des Klägers erhob, erläutert sie nicht. Abgesehen davon trägt diese Sicht der Art des Verstoßes nicht hinreichend Rechnung. Berücksichtigt man diese, erscheint die Festsetzung des Streitwertes auf 50.000,00 € angemessen. Die Beklagte betreibt mehrere

Möbelhäuser in Deutschland und Mitglieder des Klägers sind mehrere Vollsortimentmöbelhäuser. Die streitgegenständliche Werbeanzeige ist in der R., die unstreitig die auflagenstärkste Zeitung der Region ist und ein großes Verbreitungsgebiet hat, erschienen. Sie befand sich auf der Seite 5 im 1. Teil und nimmt die halbe Seite der Zeitungsseite ein. Sie stand mithin an prominenter Stelle und war für eine Vielzahl von potentiellen Kunden wahrnehmbar. Die nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG erforderlichen Angaben fehlten vollständig, weil sich die Mitarbeiter, die die Werbung entworfen haben, nach Angaben der Beklagten nicht vorstellen konnten, dass diese Angaben gemacht werden müssten. Dass und wie die Mitarbeiter diese Auffassung überprüft haben, ist nicht ersichtlich.

Streitwert 2. Instanz: 50.000,00 €.

Vorinstanz:

Landgericht Düsseldorf, 34 O 74/13