

Endpreis in Preissuchmaschinen muss Bearbeitungs- und Verpackungskosten bereits enthalten

Oberlandesgericht Hamburg

Urteil vom 06.02.2014

Az.: 5 U 174/12

Tenor

Auf die Berufung der Antragstellerin wird das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 15, vom 21.09.2012 abgeändert.

Den Antragsgegnern zu 1. und 2. wird im Wege der einstweiligen Verfügung verboten,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs handelnd, gegenüber Letztverbrauchern in Preissuchmaschinen als Anbieter von Sonnenschirmen unter Angabe von Preisen zu werben, ohne hierbei anfallende Bearbeitungs- und Verpackungskosten anzugeben, wenn dies wie folgt geschieht:

Den Antragsgegnern zu 1. und 2. wird im Fall der Zuwiderhandlung die Festsetzung eines Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu € 250.000,- angedroht, ersatzweise für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, die Anordnung von Ordnungshaft sowie die Anordnung unmittelbarer Ordnungshaft von bis zu 6 Monaten, bei mehreren oder wiederholten

Zu widerhandlungen von bis zu insgesamt 2 Jahren, wobei die Ordnungshaft bei der Antragsgegnerin zu 1. an deren gesetzlichem Vertreter zu vollziehen ist.

Von den Kosten des Rechtsstreits in erster und zweiter Instanz tragen die Antragsgegner $\frac{3}{4}$, die Antragstellerin trägt $\frac{1}{4}$.

Entscheidungsgründe

I.

Die Parteien vertreiben beide über das Internet unter anderem Sonnenschirme, Sonnensegel und entsprechendes Zubehör. Die Antragstellerin vertreibt ihre Produkte über die Internetdomain www...de (Anlagen ASt 1 bis ASt 3). Die Antragsgegnerin zu 1. vertrieb ihre Produkte zum Zeitpunkt der beanstandeten Verletzungshandlung über die Internetdomain www...-badshop.de (Anlagen ASt 4 bis ASt 5). Heute vertreibt sie sie über die Internetdomain www...de (Anlage AG 1). Der Antragsgegner zu 2. ist der Geschäftsführer der Antragsgegnerin zu 1.

Die Antragstellerin stellte am 03.04.2012 fest, dass die Antragsgegnerin zu 1. Sonnenschirme über eine Preissuchmaschine unter der URL <http://www...de> anbot (Anlage ASt 6). Dort bewarb die Antragsgegnerin zu 1. Sonnenschirme der Marke Siesta „mit dem Durchmesser 1800 mm zu einem Preis von € 26,92. Klickte der Nutzer auf das Angebot auf...de“ wurde er auf das entsprechende Produktangebot im Online-Shop der Antragsgegnerin zu 1. weitergeleitet.

Die Antragstellerin beanstandet diese Werbung als wettbewerbswidrig. Sie hat vorgetragen, anders als bei dem Angebot auf www...de sei bei dem Produktangebot im Onlineshop der Antragsgegnerin zu 1. am 03.04.2012 unterhalb der Preisangabe von € 26,92 folgender Hinweis angegeben worden (Anlage ASt 6a):

ggf. zzgl. Versandkosten sowie Bearbeitungs-

/Verpackungskosten“

Folge man dem Link Bearbeitungs-/Verpackungskosten“, ergebe sich aus einer tabellarischen Übersicht, dass zu dem Preis von € 26,92 zwar keine Versandkosten, jedoch Bearbeitungs-/Verpackungskosten in Höhe von mindestens € 3,50 zu entrichten gewesen seien (Anlage ASt 7). Diese Art der Preisangabe stelle einen Verstoß gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 1 Abs. 1 PAngV dar. Die Bearbeitungs-/Verpackungskosten seien sonstige Preisbestandteile“, die in den Endpreis zu integrieren seien. Es handele sich nicht um Versandkosten im Sinne des § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 PAngV. Nur diese dürften gesondert ausgewiesen werden. Die Antragsgegnerin zu 1. habe daher bei „de“ und auf ihrer eigenen Webseite den Endpreis mit € 30,42 angeben müssen, nicht aber mit € 26,92 angeben dürfen. Für etwaige Wettbewerbsverstöße der von ihr eingeschalteten Preissuchmaschinen sei die Antragsgegnerin zu 1. verantwortlich. Der Antragsgegner zu 2. habe als ihr Geschäftsführer dafür einzustehen.

Mit Schreiben vom 11.04.2012 forderte die Antragstellerin beide Antragsgegner zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf (Anlage ASt 8). Dieses Anliegen ließ die Antragsgegnerin zu 1. durch ihre Prozessbevollmächtigten mit Schreiben vom 19.04.2012 zurückweisen (Anlage ASt 9).

Mit Beschluss vom 07.05.2012 hat das Landgericht auf Antrag der Antragstellerin den Antragsgegnern im Wege der einstweiligen Verfügung auferlegt,

es unter Androhung 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 (Ordnungsgeld im Einzelfall höchstens € 250.000,-; Ordnungshaft insgesamt höchstens 2 Jahre) zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs handelnd, gegenüber Letztverbrauchern in Preissuchmaschinen als Anbieter von Sonnenschirmen unter Angabe von Preisen zu werben, ohne hierbei die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Endpreise).

Hiergegen hat sich der Widerspruch der Antragsgegner gerichtet, mit dem diese in erster Instanz begehrt haben,

die einstweilige Verfügung vom 07.05.2012 aufzuheben und den Verfügungsantrag zurückzuweisen.

Die Antragsgegner haben geltend gemacht, die einstweilige Verfügung sei nicht wirksam vollzogen worden, weil der gesetzliche Vertreter der Antragsgegnerin zu 1. nicht im Beschlussrubrum genannt worden sei.

Der von der Antragstellerin gestellte Antrag sei zudem nicht hinreichend bestimmt i.S.v. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO und damit unzulässig. Für sie, die Antragsgegner, sei nicht erkennbar, was ihnen vorgeworfen werde. Der Wortlaut des Antrags zielt auf Fallgestaltungen ab, in welchen Preisangaben stattgefunden hätten, welche Preise ohne Umsatzsteuer beinhalteten. Ein solcher Vorwurf sei ihnen aber nicht zu machen.

Es treffe auch nicht zu, dass bei einem Kauf des streitgegenständlichen Sonnenschirms am 03.04.2012 Bearbeitungs-/Verpackungskosten in Höhe von € 3,50 angefallen seien. Die von der Antragstellerin angeführte Anlage ASt 7 datiere vom 27.04.2012.

Der behauptete Verstoß bestehe auch aus Rechtsgründen nicht. Auf der Grundlage der BGH-Entscheidung „Kamerakauf im Internet“ müssten in Fällen, in denen die bei einem Kauf anfallenden Nebenkosten vom Umfang der Gesamtbestellung des Kunden oder von der Art der ausgewählten Waren abhängig seien, diese Nebenkosten keineswegs bereits sofort erkennbar sein. Es sei vielmehr ausreichend, wenn auf etwaige zusätzlich anfallende

Kosten in allgemeiner Art und Weise verwiesen und die Höhe sodann bei Aufruf des virtuellen Warenkorbs gesondert ausgewiesen werde.

Zudem sei der Antragsgegner zu 2. für den vorgeworfenen Verstoß nicht verantwortlich. Er führe insgesamt 7 Unternehmen mit über 200 Mitarbeitern und sei für die Leitlinien unternehmerischer Entscheidungen und Planungen zuständig. Am Tagesgeschäft sei er nicht maßgeblich beteiligt. Er habe von dem behaupteten Rechtsverstoß auch keine Kenntnis gehabt.

Die Antragstellerin hat beantragt,

die einstweilige Verfügung vom 07.05.2012 zu bestätigen.

Nach Schluss der mündlichen Verhandlung in 1. Instanz hat die Antragstellerin mit Schriftsatz vom 31.08.2012 weiter vorgetragen und ihren Antrag zu Ziff. 1 modifiziert. Sie hat insoweit nunmehr die Anträge angekündigt:

1. Den Antragsgegnern wird verboten, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs handelnd, gegenüber Letztverbrauchern in Preissuchmaschinen als Anbieter von Sonnenschirmen unter Angabe von Preisen zu werben, ohne hierbei die Preise anzugeben, die einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Endpreise), wenn dies wie folgt geschieht:

hilfsweise,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs handelnd, gegenüber Letztverbrauchern in Preissuchmaschinen als Anbieter von Sonnenschirmen unter Angabe von Preisen zu werben, ohne hierbei die Versandkosten und anfallende Bearbeitungs- und Verpackungskosten anzugeben, wenn dies wie folgt geschieht:

Das Landgericht Hamburg hat mit dem angegriffenen Urteil vom 21.09.2012 die einstweilige Verfügung unter Zurückweisung des auf ihren Erlass gerichteten Antrags wieder aufgehoben.

Einen am 08.10.2012 gestellten Tatbestandsberichtigungsantrag, mit dem die Antragstellerin die Berücksichtigung ihres Vortrags und ihrer Anträge aus dem nach Schluss der mündlichen Verhandlung zur Akte gereichten Schriftsatz vom 31.08.2012 erreichen wollte, hat das Landgericht mit Beschluss vom 19.10.2012 zurückgewiesen.

Gegen die Aufhebung der einstweiligen Verfügung und die Zurückweisung des Verfügungsantrags richtet sich die form- und fristgerecht eingelegte Berufung der Antragstellerin. Die Antragstellerin verfolgt in zweiter Instanz ihr Unterlassungsbegehren unter Vertiefung ihres erstinstanzlichen Sachvortrags weiter.

Sie trägt weiter vor, klicke der Nutzer in der aus der Anlage ASt 6 ersichtlichen Bildschirmdarstellung auf den Link zzgl. Versand, so öffne sich ein kleines Pop-Up-Fenster. In diesem werde der Kunde allgemein informiert, dass ab einem Bestellwert von € 2.000,- die Waren versandkostenfrei seien. Weitere Angaben würden nicht gemacht (eidesstattliche Versicherung von W. Q. in Anlage Ast 11).

Die Antragstellerin hatte in der Berufungsinstanz zunächst eine dem Schriftsatz vom 31.08.2012 entsprechende Antragstellung angekündigt. Sie hat im Hinblick auf die Erörterungen in der Senatsverhandlung am 15.01.2014 sodann den ursprünglichen Hauptantrag zurückgenommen und nunmehr den angekündigten Hilfsantrag mit der Maßgabe als Hauptantrag gestellt, dass die Worte die Versandkosten und entfallen.

Die Antragstellerin beantragt damit in der Berufungsinstanz,

1. Unter Abänderung des Urteils des Landgerichts Hamburg vom 21.09.2012, Az. 315 0 177/12 wird den Antragsgegnern verboten, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs handelnd, gegenüber Letztverbrauchern in Preissuchmaschinen als Anbieter von Sonnenschirmen unter Angabe von Preisen zu werben, ohne hierbei anfallende Bearbeitungs- und Verpackungskosten

anzugeben, wenn dies wie folgt geschieht:

2. Den Antragsgegnern wird im Fall der Zuwiderhandlung angedroht: die Festsetzung eines Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu € 250.000,-, ersatzweise für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, die Anordnung von Ordnungshaft sowie die Anordnung unmittelbarer Ordnungshaft von bis zu 6 Monaten, bei mehreren oder wiederholten Zuwiderhandlungen von bis zu insgesamt 2 Jahren, wobei die Ordnungshaft bei der Antragsgegnerin zu 1. an deren gesetzlichen Vertreter zu vollziehen ist.

Die Antragsgegner beantragen,

die Berufung zurückzuweisen.

Sie verteidigen das landgerichtliche Urteil auf der Grundlage der bereits erstinstanzlich gestellten Anträge.

Sie sind der Auffassung, bei dem gestellten Hilfsantrag handele es sich um eine nach Schluss der mündlichen Verhandlung in 1. Instanz sowie in 2. Instanz unzulässige Klageänderung.

Auch inhaltlich liege ein Verstoß nicht vor, denn in ihrem Onlineshop werde mehrfach und ausreichend auf alle Preisbestandteile – auch Verpackungs-/Bearbeitungskosten – klar und unmissverständlich hingewiesen.

Den angesprochenen Verkehrskreisen sei auch bekannt – und sie rechneten damit -, dass bei Produkten der hier streitgegenständlichen Art neben den reinen Versandkosten auch zusätzliche Kostenpositionen anfallen könnten. Auf das Layout von Preissuchmaschinen hätten sie im Übrigen keinen Einfluss.

Wegen der tatsächlichen Feststellungen im Übrigen wird auf den Tatbestand des landgerichtlichen Urteils, daneben wird auf die von den Parteien zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf die Sitzungsprotokolle des Landgerichts

Hamburg vom 22.08.2012 und des Senats vom 15.01.2014 Bezug genommen.

II.

Die zulässige Berufung ist auch begründet. Der Antragstellerin steht nach dem in der Berufungsinstanz noch verfolgten Begehren der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen beide Antragsgegner aus § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV i.V.m. § 4 Nr. 11 UWG zu. Die Antragsgegner haben entgegen der zuerst genannten Vorschrift gegenüber Letztverbrauchern geschäftsmäßig Waren unter Angabe von Preisen angeboten bzw. beworben, ohne die Preise anzugeben, die einschließlich sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Endpreise). Denn die Antragsgegner haben die von ihnen neben den „Versandkosten“ gesondert berechneten Bearbeitungs-/Verpackungskosten nicht bereits auf der Ebene der Preissuchmaschine in ihre Preisangabe mit einbezogen.

1. Für den erst nach Schluss der mündlichen Verhandlung in erster Instanz angekündigten Hilfsantrag, den die Antragstellerin nunmehr in zweiter Instanz allein noch verfolgt, besteht weiterhin ein Verfügungsgrund i.S.v. § 12 Abs. 2 UWG. Zwar ist die abweichende Antragstellung erst 4 Monate nach Einleitung des Verfügungsverfahrens erfolgt. Bei dem veränderten Antrag handelt es sich indes – entgegen der Auffassung der Antragsgegner – nicht um ein „völlig neues Unterlassungsbegehren“. Vielmehr konkretisiert die Antragstellerin mit ihrem ursprünglichen Hilfsantrag lediglich ihr von Anfang an verfolgtes, wenngleich in den bisherigen Anträgen nicht zweifelsfrei zum Ausdruck gekommenes Kernbegehren. Sie verlangt von den Antragsgegnern die Einbeziehung der von ihnen zusätzlich berechneten Bearbeitungs-/Verpackungskosten in den angegebenen Endpreis. Weitergehende Ansprüche hatte die Antragstellerin von Anfang an nicht geltend gemacht. Insbesondere hat sie – trotz einer missverständlichen Antragsfassung – nicht die fehlende Einbeziehung irgendwelcher anderer „Preisbestandteile“

beanstandet. Der neue Hilfsantrag war damit als „minus“ bereits in dem ursprünglich gestellten Hauptantrag enthalten. Eine zustimmungspflichtige Klageänderung liegt deshalb nicht vor. Es handelte sich vielmehr allenfalls um eine zulässige quantitative bzw. qualitative Modifikation im Sinne von §§ 525, 264 Nr. 2 ZPO. Auch insoweit besteht dementsprechend die gesetzlich erforderliche Dringlichkeit der Anspruchsverfolgung fort. Durch die zunächst nicht vollständig zielführende Formulierung ihrer Anträge hat die Antragstellerin insbesondere die für sie sprechende Vermutung einer Eilbedürftigkeit nicht selbst widerlegt.

2. Der Antragstellerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gegen die Antragsgegnerin zu 1. aus § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV i.V.m. § 4 Nr. 11 UWG zu. Die Antragsgegnerin zu 1. hat entgegen der zuerst genannten Vorschrift gegenüber Letztverbrauchern geschäftsmäßig Waren unter Angabe von Preisen angeboten bzw. beworben, ohne die Preise anzugeben, die einschließlich sonstiger Preisbestandteile zu zahlen sind (Endpreise). Denn die Antragsgegnerin zu 1. hat die von ihr neben den „Versandkosten“ gesondert berechneten Bearbeitungs-/Verpackungskosten nicht bereits auf der Ebene der Preissuchmaschine in ihre Preisangabe mit einbezogen.

a. Bei § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV handelt es sich um eine Marktverhaltensregelung i.S.v. § 4 Nr. 11 UWG, so dass dessen Missachtung wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche auszulösen geeignet ist (BGH GRUR 2010, 652, 653 – Costa del Sol).

b. Die Antragsgegnerin zu 1. stellt ihren Kunden bei einer Bestellung in der überwiegenden Zahl der Fälle neben Versandkosten eine weitere gesetzlich nicht vorgesehene Kostenposition in Rechnung, die sie als Bearbeitungs-/Verpackungskosten bezeichnet, wie dies aus dem als Anlage ASt 7 vorgelegten Ausdruck des früheren Online-Shops unter der Internetdomain www...-badshop.de ersichtlich ist.

Diese Bearbeitungs-/Verpackungskosten werden nach einem bestimmten Verfahren auf der Grundlage eines „maximalen Versandindex“ für die Gesamtbestellung errechnet, der sich wiederum aus der Addition der – aus der Tabelle allerdings nicht ersichtlichen – Einzelindizes der jeweils bestellten Produkte errechnet. Bearbeitungs-/Verpackungskosten fallen bei der Antragsgegnerin zu 1. danach immer an, und zwar auch bei einer versandkostenfreien Lieferung. Für den gegenwärtigen Online-Auftritt der Antragsgegnerin zu 1. unter www...de gilt dies entsprechend.

c. Diese „Bearbeitungs-/Verpackungskosten sind damit bereits nach dem eigenen Willen der Antragsgegnerin zu 1. strikt von den in der Preisangabenverordnung erwähnten „Liefer- und Versandkosten“ zu unterscheiden und fallen neben diesen als weitere „Preisbestandteile“ im Sinne von § 1 Abs. 1 PAngV an. Vor diesem Hintergrund kann auf diese weitere Kostenposition die gesetzliche Regelung aus § 1 Abs. 2 Nr. 2 PAngV, wonach „Liefer- und Versandkosten“ zusätzlich zu dem verlangten Kaufpreis auszuweisen sind, schon wegen der von der Antragsgegnerin zu 1. selbst gewählten Preisgestaltung keine Anwendung finden. Der Senat muss deshalb aus Anlass dieses Rechtsstreits nicht darüber befinden, ob Sachverhaltskonstellationen denkbar sind, in denen unter dem Link Versandkosten auch auf weitere Kostenbestandteile Bezug genommen wird, die über die reinen Versand- und Lieferkosten hinausgehen. Eine derartige Situation liegt auf der Grundlage der eigenen Preisgestaltung der Antragsgegnerin zu 1. hier nicht vor. Dementsprechend müssen die von ihr berechneten Kostenpositionen „Bearbeitungs-/Verpackungskosten gemäß § 1 Abs. 1 PAngV zwingend in den verlangten Endpreis mit einbezogen werden.

d. Diese Verpflichtung besteht auch nicht erst bei dem im eigenen Onlineshop der Antragsgegnerin zu 1. dem Kunden mitgeteilten Endpreis, sondern bereits auf der Ebene der Preissuchmaschine, auf welcher die Antragsgegnerin zu 1. – wie

dies in Bezug auf www...de Gegenstand der vorliegenden Beanstandung ist – unter Angabe von Preisen wirbt.

aa. Der Hinweis der Antragsgegner auf die Entscheidung „Kamerakauf im Internet des BGH (BGH GRUR 2010, 248 – Kamerakauf im Internet) vermag nicht zu überzeugen, denn diese Entscheidung erfasst nicht die im vorliegenden Rechtsstreit relevante Problematik. Es trifft zwar zu, dass der Nutzer eines Onlineshops daran gewöhnt ist, elektronischen Verweisen zu folgen und sich hierdurch relevante Informationen zu erschließen. Der genannten BGH-Entscheidung lag jedoch eine Bestellung unmittelbar in einem Onlineshop mit entsprechendem Link zu Grunde. Die Besonderheit des vorliegenden Falles ist eine andere. Hier geht es um eine Werbung über eine Preissuchmaschine und die dort hinterlegten Preisangaben. Die Antragstellerin will geltend machen und mit ihrem Verfügungsantrag verlangen, dass alle Preisbestandteile bereits auf der Ebene der Preissuchmaschine offenbart werden müssen. Sie hat mit ihrem Schriftsatz vom 17.08.2012 ausdrücklich beanstandet, dass die Antragsgegner ihre Bearbeitungs-/Verpackungskosten nicht mit in den Endpreisen bei den Suchmaschinen einrechnen, sondern bewusst unberücksichtigt lassen, um so auf den ersten Eindruck ein scheinbar günstigeres Angebot als die Mitbewerber anzubieten. Erst wenn der Kunde dann mit einem weiteren Klick von der Preissuchmaschine auf die Webseite der Antragsgegner gelange, werde ihm dort der höhere Preis, der dann auch die Bearbeitungs-/Verpackungskosten enthält, präsentiert. In einem derartigen Fall werden und müssen die angesprochenen Verkehrskreise nach der Regelung der Preisangabenverordnung aber davon ausgehen, dass die relevanten Nebenkosten ihnen bereits in der Preissuchmaschine vollständig angezeigt werden, so dass sie keine Veranlassung mehr haben, auf der Angebotsseite des Onlineshops hierzu noch weitergehende Informationen zu suchen bzw. einzuholen, selbst wenn sie diese Seite aus anderen Gründen aufsuchen.

bb. Deshalb erfasst die Entscheidung Kamera Kauf im Internet die hier zur Entscheidung stehende Sachverhaltskonstellation nicht. Auch insoweit hat der BGH indes bereits höchstrichterlich die relevanten Rechtsgrundsätze konkretisiert, und zwar u.a. in der Entscheidung Versandkosten bei Froogle II (BGH MMR 2010, 823 – Versandkosten bei Froogle II), in der sich der BGH ausdrücklich mit den erforderlichen Preisangaben auf der Ebene der Preissuchmaschine beschäftigt hat. Er hat hierzu unter anderem ausgeführt:

Eine Werbung für Waren in Preisvergleichslisten einer Preissuchmaschine ist jedoch – wie der Senat inzwischen entschieden hat (BGH, a.a.O., Rdnr. 13 ff. – Versandkosten bei Froogle I) – anders zu beurteilen. Hier dürfen die zum Kaufpreis hinzukommenden Versandkosten nicht erst auf der eigenen Internetseite des Anbieters genannt werden, die über eine – beispielsweise bei der Warenabbildung oder dem Produktnamen angebrachte – elektronische Verknüpfung erreicht werden kann. []

Es entspricht der Lebenserfahrung, dass der Verbraucher, der sich mit Hilfe einer Preisvergleichsliste informiert, sich bevorzugt mit den preisgünstigsten Angeboten befasst und über die elektronische Verknüpfung die Internetseite eines entsprechenden Anbieters aufsucht. Wird der Verbraucher erst nach dieser Entscheidung darauf hingewiesen, dass bei dem fraglichen Produkt zusätzliche Versandkosten anfallen, ist eine für den Kaufentschluss wichtige Vorauswahl bereits getroffen. Auch wenn sich ein Teil der Interessenten der Mühe unterziehen wird, nunmehr zu überprüfen, ob bei den Preisen der anderen Anbieter ebenfalls die Versandkosten noch nicht eingeschlossen waren, wird ein anderer Teil auf Grund des Hinweises auf die Versandkosten annehmen, dass wohl auch bei den anderen Anbietern noch zusätzlich Versandkosten anfallen. Unabhängig davon bleibt der Anlockeffekt, der in jedem Fall damit verbunden ist, dass bei der Preisangabe in der Preisvergleichsliste ein Hinweis auf die noch zusätzlich zu

zahlenden Versandkosten fehlt (BGH, a.a.O., Rdnr. 15 – Versandkosten bei Froogle I).

Eben darum geht es der Antragstellerin auch hier in Bezug auf den von der Antragsgegnerin zu 1. weiterhin berechneten, aber erst in ihrem Onlineshop ausgewiesenen Preisbestandteil Bearbeitungs-/Verpackungskosten.

e. Die Antragsgegnerin zu 1. hat ihre aus der Anlage ASt 7 ersichtliche allgemeine Preisgestaltung im Hinblick auf Versandkosten einerseits und zusätzliche Bearbeitungs-/Verpackungskosten nicht in Abrede genommen. Vor diesem Hintergrund muss der Senat nicht näher darauf eingehen, welche Bildschirmseitenausdrucke an welchem Datum hergestellt worden sind oder sichtbar waren. Auch die von den Parteienstreitig erörterte Höhe der bei einzelnen Käufen angefallenen weiteren Kosten bedarf keiner Vertiefung, so dass es auf die hierzu u.a. vorgelegten eidesstattlichen Versicherungen von ... (Anlage AG 1) und ... (Anlage AG 3) für die Entscheidung des Rechtsstreits nicht ankommt. Der relevante Preisangabenverstoß ergibt sich bereits aus der Gestaltung der Seite Liefer- und Versandkosten, wie sie jedenfalls am 27.04.2012 sichtbar war (Anlage ASt 7), sowie aus der im Berufungsverfahren in den Hauptantrag eingeblendeten Preisdarstellung der Preissuchmaschine www...de in Bezug auf ein Produkt Suncomfort Siesta Sonnenschirm der Antragsgegnerin zu 1. Insoweit ist zwischen den Parteien nicht streitig, dass der dort angegebene Verkaufspreis die zusätzlich berechneten Bearbeitungs-/Verpackungskosten (noch) nicht enthält und auch ein weiterer Link außerdem hier nicht relevanten Verweis auf die Versandkosten nicht besteht, so dass die Bearbeitungs-/Verpackungskosten auf der Ebene der Preissuchmaschine in Bezug auf die Produkte der Antragsgegnerin zu 1. in keiner Weise in die Preisgestaltung mit eingeflossen sind, sondern einem Interessenten erst zur Kenntnis gelangen, nachdem er dem Link Zum Shop gefolgt ist. Dies ist auf der Grundlage der einschlägigen BGH-Rechtsprechung Versandkosten bei Froogle II

im Anwendungsbereich von § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV zu spät und stellt einen Verstoß gegen die zwingenden Vorschriften der Preisangabenverordnung dar.

f. Der Umstand, dass die Antragsgegnerin zu 1. – wie sie in 2. Instanz geltend macht – auf das Layout von Preissuchmaschinen keinen Einfluss hat, ändert hieran nichts. Es mag unterstellt werden, dass diese Darstellung zutrifft. In diesem Fall muss die Antragsgegnerin zu 1. jedenfalls bei einem Angebot über Preissuchmaschinen (die Gestaltung ihres eigenen Onlineshops steht ihr frei) eine abweichende Art der Preiskalkulation wählen, bei der die von ihr gesondert ausgewiesenen Verpackungs-/Bearbeitungskosten bereits in den Endpreis mit integriert sind. Dies mag zwar schwierig sein, wenn diese Kosten erst nach dem Gesamtvolumen des Auftrags berechnet werden müssen. Letztlich ist dies jedoch Folge der von der Antragsgegnerin zu 1. selbst gewählten Art einer komplexen Berechnung zusätzlicher Preisbestandteile. Dieser Umstand kann aber nichts daran ändern, dass sich auch die Antragsgegnerin zu 1. an die Vorgaben der Preisangabenverordnung zu halten hat. Die Tatsache, dass auch Konkurrenten der Antragsgegnerin zu 1. möglicherweise zusätzliche Kostenpositionen berechnen, die sie ebenfalls nicht in die Versandkosten mit einbeziehen, vermag die Antragsgegnerin zu 1. ebenfalls nicht zu entlasten. Dieser Umstand könnte auch nicht zu einer relevanten, ein wettbewerbswidriges Handeln ausschließenden Gewöhnung des Verkehrs führen, weil er – wie hier – im Gegensatz zu den zwingenden Vorschriften der Preisangabenverordnung steht.

g. Damit steht fest, dass sich die Antragsgegnerin zu 1. mit ihren Produkten den angesprochenen Verkehrskreisen durch die von ihr vorgenommene Ausgliederung von Kostenbestandteilen auf der Ebene der Preissuchmaschine als wesentlich kostengünstiger und somit (preis)attraktiver darstellt, als sie es tatsächlich ist. Hiermit verschafft sie sich auf Kosten der Preistransparenz einen ungerechtfertigten Wettbewerbsvorteil gegenüber rechtstreuen Mitbewerbern, der durch die

Vorschriften der Preisangabenverordnung gerade verhindert werden soll. Der von der Antragstellerin gerügte Wettbewerbsverstoß in Bezug auf die Preisangabenverordnung liegt damit vor. Auf den von der Antragstellerin ebenfalls gerügten Verstoß gegen § 5 a Abs. 2, Abs. 4 UWG wegen irreführender Werbung muss deshalb nicht gesondert eingegangen werden.

3. Für diesen der Antragsgegnerin zu 1. zur Last zu legenden Verstoß gegen die Preisangabenverordnung ist auch der Antragsgegner zu 2. als deren Geschäftsführer verantwortlich und insoweit ebenfalls zur Unterlassung verpflichtet.

a. Allerdings besteht die Verantwortlichkeit des Antragsgegners zu 2. nicht bereits allein auf Grund seiner Position als Geschäftsführer, sondern ist von weiteren Voraussetzungen abhängig. Der Bundesgerichtshof hat hierzu in der Entscheidung „Sporthosen“ (BGH GRUR 1986, 248, 250, 251 – Sporthosen) ausgeführt:

Nicht zweifelsfrei geklärt ist dagegen die Frage, ob der Geschäftsführer einer GmbH im Hinblick auf seine allgemeine Verantwortlichkeit für den Geschäftsbetrieb des Unternehmens auch dann in Anspruch genommen werden kann, wenn er selbst, wie im Streitfall unstreitig der Bekl. zu 2, an der rechtsverletzenden Handlung nicht teilgenommen hat, auch nichts von dieser wusste. []

Der Senat sieht jedenfalls für einen Fall, wie er hier vorliegt, keinen zureichenden Grund, von diesem Rechtsstand abzuweichen, und den gesetzlichen Vertreter einer GmbH auch dann als Störer persönlich haftbar zu machen, wenn er an der Rechtsverletzung nicht teilgenommen hat und nichts von ihr wusste, wie dies hier beim Bekl. zu 2 unstreitig der Fall war. Der Einwand der Revision, damit könne sich der gesetzliche Vertreter der Verantwortung entziehen, mag einen rechtspolitisch vertretbaren Kern enthalten, trägt aber zur Auslegung des Störerbegriffs nach geltendem Recht nichts bei.

Es darf in diesem Zusammenhang auch nicht außer Betracht bleiben, dass eine allgemeine Durchführung des von der Revision vertretenen Standpunkts die Tätigkeit des gesetzlichen Vertreters mit einem hohen Risiko belasten würde, das gerade bei Warenzeichenkonflikten, deren Beurteilung vielfach – vertretbaren – Zweifeln unterliegt, kaum kalkulierbar wäre. Schließlich kann auch die Besonderheit, dass der Bekl. zu 2 bei zahlreichen weiteren Gesellschaften als deren gesetzlicher Vertreter fungiert, im vorliegenden Zusammenhang keine andere Beurteilung rechtfertigen.

Die Gefahr künftiger Rechtsverletzung kann danach, weil der Bekl. zu 2 für die von der Bekl. zu 1 vor Prozeßbeginn begangenen Warenzeichenverletzungen nicht persönlich haftet, nicht unmittelbar auf den Gesichtspunkt der Wiederholungsgefahr gestützt werden.

b. Der Antragsgegner zu 2. hat eidesstattlich versichert, dass er „am Tagesgeschäft oder gar bezüglich der Vornahme bestimmter Werbemaßnahmen“ nicht maßgeblich beteiligt sei und „persönlich zu keinem Zeitpunkt Angebote in Preissuchmaschinen eingestellt oder diesbezüglich Anweisungen gegeben“ habe. Er hat weiter glaubhaft gemacht, er sei Geschäftsführer von insgesamt 7 Firmen, in denen derzeit weit über 200 Mitarbeiter beschäftigt sind. Er hat schließlich eidesstattlich versichert, „von Unregelmäßigkeiten bei Preissuchmaschinen im Zusammenhang mit unseren Produkten war mir nichts bekannt“ (Anlage AG 2). Alle diese Umstände – ihre Richtigkeit unterstellt – sind indes nicht geeignet, eine Verantwortlichkeit des Antragsgegners zu 2. im vorliegenden Fall auszuschließen.

aa. Dabei mag zugunsten des Antragsgegners zu 2. davon ausgegangen werden, dass er sich ursprünglich möglicherweise nicht um die Preisgestaltung der Produkte der Antragsgegnerin zu 1. in Preissuchmaschinen gekümmert, sondern diese Aufgabe als Bestandteil des Tagesgeschäfts an Mitarbeiter delegiert hat.

bb. Jedoch hat der Antragsgegner zu 2. spätestens mit der Abmahnung der Antragstellerin vom 11.04.2012 (Anlage ASt 8) unmittelbar eigene Kenntnis von dem Vorwurf der im vorliegenden Rechtsstreit streitgegenständlichen Rechtsverletzung erhalten. Das Schreiben war zwar an die Antragsgegnerin zu 1., aber ausdrücklich zu seinen Händen adressiert. Jedenfalls mit Erhalt dieses Schreibens hatte der Antragsgegner zu 2. nunmehr Veranlassung, die Handhabung der Preisgestaltung seines Unternehmens über Preissuchmaschinen konkret auf ihre Rechtmäßigkeit zu überprüfen und etwaige Verstöße abzustellen.

cc. Der Antragsgegner zu 2. hat mit eidesstattlicher Versicherung vom 08.06.2012 (Anlage AG 2) glaubhaft gemacht, dass er nach Erhalt der Abmahnung vom 11.04.2012 unverzüglich mit seinen Abteilungsleitern Rücksprache genommen und diese angewiesen hat, unverzüglich die Betreiber der Suchmaschinen anzuhalten, die von uns übermittelten Informationen zu den Preisen, also einschließlich sämtlicher Preisbestandteile vollständig anzuzeigen. Ob eine derartige Anweisung überhaupt zielführend sein konnte, mag hier dahinstehen. Immerhin betrifft der vorliegende Rechtsstreit im Kern gerade den Vorwurf, die Antragsgegnerin zu 1. habe bestimmte Preisbestandteile gerade nicht korrekt den Preissuchmaschinen mitgeteilt.

dd. Jedenfalls oblagen dem Antragsgegner zu 2. auch nach dieser glaubhaft gemachten Anweisung – ihre Wirksamkeit zur Beseitigung des Rechtsverstößes unterstellt – konkrete Prüfungspflichten in Bezug darauf, ob diese Anweisung einerseits von seinen Mitarbeitern befolgt und andererseits von den Preissuchmaschinen auch tatsächlich umgesetzt worden ist. Als Geschäftsführer eines Unternehmens musste sich der Antragsgegner zu 2. auf Grund seiner Leitungsposition konkret vergewissern, ob der ihm zur Kenntnis gebrachte Rechtsverstoß auch tatsächlich wirksam abgestellt worden ist. Immerhin handelte es sich bei der Preisgestaltung über

Preissuchmaschinen um eine Preis- und Marketingmaßnahme seines Unternehmens, die für dessen Stellung im Markt von ausschlaggebender Bedeutung ist.

ee. Tatsächlich ist der von der Antragstellerin gerügte Preisangabenverstoß aber auch im Anschluss an die Anweisung des Antragsgegners zu 2. nicht beseitigt worden. Dies belegen die von der Antragstellerin im Kammertermin vor dem Landgericht am 22.08.2012 als Anlage ASt 11 vorgelegten diversen Bildschirmausdrucke der Preissuchmaschinen www...de und www...de. Zwar ergibt sich aus diesen Anlagen, dass die Antragsgegnerin zu 1. tatsächlich Veränderungen in der Angabe ihrer Preise auf Suchmaschinenebene vorgenommen hat. Die aus diesen Anlagen ersichtliche Preisgestaltung entspricht indes unverändert nicht den Vorgaben der Preisangabenverordnung. Durch die insoweit veranlasste Veränderung konnte der Antragsgegner zu 2. deshalb eine ihn nach Kenntnis des Rechtsverstoßes persönlich treffende Verantwortlichkeit zur Beseitigung nicht erfüllen. Er war nunmehr täterschaftlich verantwortlich, weil er den Rechtsverstoß als Leitungsorgan der Antragsgegnerin zu 1. nicht abgestellt hat.

Aus der aus der Anlage ASt 11 ersichtlichen Gestaltung ergibt sich nämlich, dass die Antragsgegnerin unverändert die Bearbeitungs-/Verpackungskosten auf der Ebene der Preissuchmaschine nicht korrekt angibt. Soweit etwa bei dem Produkt Suncomfort Pendolino ohne Volant nunmehr zusätzlich ein Gesamtpreis als Endpreis angegeben wird, errechnet sich dieser aus der Addition des Produktpreises sowie einer Position Versand: € 3,50. Die letztgenannte Kostenposition ist indes offensichtlich fehlbezeichnet. Hiermit versucht die Antragsgegnerin zu 1. im Widerspruch zur Preisangabenverordnung nunmehr, ihre „Bearbeitungs-/Verpackungskosten“ unzutreffend als „Versandkosten“ zu deklarieren. Ein derartiges Vorgehen widerspricht – wie bereits dargelegt – nicht nur den Vorgaben der Preisangabenverordnung aus § 1 Abs. 2 Nr. 2 PAngV, sondern

auch der eigenen Preisgestaltung der Antragsgegnerin zu 1., die beide Kostenarten gerade strikt nebeneinander anführt und in Rechnung stellt. Deshalb schließt sich schon auf der Grundlage der von ihr selbst gewählten Preisgestaltung die Darstellung unter einem Oberbegriff aus, der nur einen Teil der hierunter zusammengefassten Kosten bezeichnen kann. Zudem ist die in der Anlage ASt 11 insoweit mitgeteilte Preisangabe aber auch offensichtlich unzutreffend, weil es auf der Grundlage der aus der Anlage ASt 7 ersichtlichen eigenen Tabelle der Antragsgegnerin zu 1. überhaupt keine Fallgestaltung geben kann, in der Versandkosten in Höhe von € 3,50 anfallen. Die Tatsache, dass von den Preissuchmaschinen möglicherweise kein Feld für zusätzliche Preisangaben vorgesehen ist, vermag – wie bereits ausgeführt – auch den Antragsgegner zu 2. nicht zu entlasten.

c. Vor diesem Hintergrund sind die Maßnahmen, die der Antragsgegner zu 2. nach der Abmahnung unternommen hat, ersichtlich ungeeignet gewesen, den beanstandeten Rechtsverstoß abzustellen. Er hat sich entweder nicht davon überzeugt, dass von ihm erteilte Anweisungen wirksam umgesetzt worden sind oder seine Anweisungen waren nicht geeignet, den Rechtsverstoß abzustellen. In beiden Fällen rechtfertigt dies auf der Grundlage der einschlägigen BGH-Rechtsprechung eine persönliche Verantwortlichkeit auch des Antragsgegners zu 2. auf Unterlassung.

4. Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 92 Abs. 1, 100 Abs. 1, 269 Abs. 3 Satz 2 ZPO. Der Senat hat den Anteil des Unterliegens der Antragstellerin nach Rücknahme des Hauptantrags mit $\frac{1}{4}$ bewertet.