

# Falsche Aussage über Inhaberstatus- Irreführung des Verkehrs

Oberlandesgericht Frankfurt am Main

Urteil vom 08.08.2019

Az.: 6 U 40/19

## Tenor

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das am 6.2.2019 verkündete Urteil der 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Frankfurt a.M. wird auf Kosten der Antragsgegnerin zurückgewiesen.

Das Urteil ist rechtskräftig.

## Gründe

Von der Darstellung des Sachverhalts wird gemäß §§ 540 II i.V.m. 313a ZPO abgesehen.

Die zulässige Berufung hat in der Sache keinen Erfolg. Der Antragstellerin stehen die geltend gemachten Unterlassungsansprüche aus §§ 3 I, 5, 5a II, 8 III Nr. 1 UWG zu. Zur Begründung wird auf die zutreffenden Ausführungen im angefochtenen Urteil Bezug genommen. Auch das Vorbringen der Antragsgegnerin in der Berufung rechtfertigt keine abweichende Begründung.

1.

Ohne Erfolg beruft sich die Antragsgegnerin darauf, die Geltendmachung der streitgegenständlichen Ansprüche sei

rechtsmissbräuchlich (§ 8 IV UWG). Wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, kann allein der Umstand, dass eine Abmahnung als Reaktion auf eine Abmahnung des Gegners erfolgt („Gegenschlag“), den Vorwurf des Rechtsmissbrauchs nicht begründen. Unter diesem Gesichtspunkt ist es auch unbedenklich, dass die Antragstellerin in ihrer Abmahnung die Aufrechnung mit dem Kostenerstattungsanspruch aus dieser Abmahnung gegenüber dem Kostenerstattungsanspruch der Antragsgegnerin aus der ersten Abmahnung erklärt hat. Es ist nicht ersichtlich, warum die Geltendmachung des gesetzlich vorgesehenen (§ 12 I 2 UWG) Kostenerstattungsanspruchs allein deswegen ein Indiz für Rechtsmissbrauch sein soll, weil an Stelle eines Zahlungsverlangens die Forderung zur Aufrechnung verwendet wird.

2.

Das beanstandete Angebot gemäß Anlagen AST 2 und 3 (Tenor zu 1. der Beschlussverfügung vom 14.8.2018) ist unlauter im Sinne von §§ 5a II, 312f BGB, weil nach dem Sach- und Streitstand davon auszugehen ist, dass dieses Angebot nicht die erforderliche Angabe über die akzeptierten Zahlungsmittel enthielt.

Die Antragsgegnerin hat ihre Behauptung, sie sei ihrer Verpflichtung zum Hinweis auf das Zahlungsmittel tatsächlich nachgekommen, nicht hinreichend substantiiert. Die Antragstellerin hat zumindest maßgebliche Teile des Bestellvorgangs vorgelegt, in denen sich ein solcher Hinweis gerade nicht finden lässt (AST 2 und 3). Unter diesen Umständen trifft – worauf das Landgericht mit Recht hingewiesen hat – die Antragsgegnerin eine sekundäre Darlegungslast dafür, wo der Hinweis denn stattdessen erfolgt sein soll. Hierzu hat sie auch in der Senatsverhandlung konkret nichts vortragen können.

Die Vorenthaltung der nach § 312f BGB gebotenen Informationen ist unlauter im Sinne von § 5a II UWG. Da die

Informationspflicht ihre Grundlage im Unionsrecht hat, gilt sie gemäß § 5 IV UWG als wesentlich. Gründe dafür, warum die Vorenthaltung der Informationen für die geschäftliche Entscheidung ausnahmsweise ohne Bedeutung sein soll (vgl. hierzu BGH GRUR 2017, 922 – Komplettküchen; Senat WRP 2018, 241; juris-Rn. 26), hat die Antragsgegnerin nicht dargetan.

3.

Die mit den Anträgen zu 2. und 3. beanstandeten Aussagen („... ist eine Marke der A.com GmbH“) hat das Landgericht mit Recht als irreführend (§ 5 UWG) angesehen.

Die Aussagen können nur so verstanden werden, dass die Antragsgegnerin selbst Inhaberin der eingetragenen Marken „B“ und „A“ sei. Dies trifft unstreitig nicht zu. Die dadurch hervorgerufene Fehlvorstellung führt auch zu einer relevanten Irreführung im Sinne von § 5 UWG, da sie den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen kann, die er ansonsten nicht getroffen hätte. Die Behauptung eines Unternehmens, Inhaber einer Marke zu sein, kann dazu führen, dass der Verkehr diesem Unternehmen eine gewisse, durch die Markeninhaberschaft dokumentierte wirtschaftliche Bedeutung beimisst; dies kann auch auf die Kaufentscheidung ausstrahlen (allgemein zur Relevanz einer unzutreffenden Markenberühmung vgl. BGH GRUR 2009, 888 – Thermoroll). Etwas anderes ergibt sich hier nicht daraus, dass die Antragsgegnerin jedenfalls Inhaberin einer ausschließlichen Lizenz an den Marken ist und mit dem Markeninhaber und Lizenzgeber gesellschaftsrechtlich verbunden ist. Auch dann ist nicht ausgeschlossen, dass der Werbeadressat der Antragsgegnerin wegen des Umstandes, dass gerade deren Unternehmen – vermeintlich – Inhaber eingetragener Marken ist, eine erhöhte Wertschätzung entgegenbringt.

4.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 I ZPO.