

Hersteller muss auch bei Werbung für „No-Name“-Elektrohaushaltsgeräte genannt werden

Landgericht Dortmund

Urteil vom 24.10.2018

Az.: 10 O 15/18

Tenor

I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr gegenüber dem Verbraucher zu werben und hierbei den Hersteller der beworbenen Elektrohaushaltsgeräte dem Verbraucher vorzuenthalten, wenn dies geschieht wie in dem Prospekt „Tiefpreiswochen“ (KW 06/2018) auf Seite 1, für die Side- by- Side- Kühl-/Gefrierkombination HC-683 WEN, und / oder Seite 38 für die Elektrogeräte Stand-Kühlschrank RT2016/2, Stand-Kühlschrank RT 155/1, Kühl- Gefrierkombination HD-208RN und Kühl-/Gefrierkombination PCCB306NFEPX und aus Anlage K 3 ersichtlich.

II. Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 178,50 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 07.05.2018 zu zahlen.

III. Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklagten auferlegt.

IV. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Wegen des Tenors zu I. ist das Urteil gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 25.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Achtung darauf gehört, dass die Regeln des lauterer Wettbewerbs eingehalten werden.

Die Beklagte, welche den Einzelhandel mit Möbeln und Einrichtungsgegenständen im Discountbereich betreibt, bewarb mit ihrem Prospekt „Tiefpreiswochen“ (KW 06/2018) die aus dem Tenor ersichtlichen Elektrohaushaltsgeräte, ohne dabei den Hersteller dieser Produkte zu nennen. Wegen der Einzelheiten wird auf die Anlage K3 zur Klageschrift, Bl. 45f. der Akten (und die Anlage zu diesem Urteil) Bezug genommen.

Bei dem nicht genannten Hersteller handelt es sich um die in D ansässige „N Co. Ltd.“ Die Produkte werden von der Beklagten als Eigenimporteurin bezogen.

Der Kläger, der die Werbung für wettbewerbswidrig hält, weil sie dem Verbraucher nötige wesentliche Informationen vorenthalte und damit gegen § 5a Abs. 2 und 3 UWG verstoße, mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 26.02.2018 ab. Die Beklagte ließ, anwaltlich vertreten, die geltend gemachten Ansprüche mit Schreiben vom 05.03.2018 und 28.03.2018 zurückweisen.

Der Kläger ist der Auffassung, die Angabe des Herstellers sei erforderlich, so wie dies die Rechtsprechung auch für die Mitteilung der Typenbezeichnung fordere. Auch hierbei handele es sich um ein wesentliches Merkmal der Elektrohaushaltsgeräte, wie es im Zusammenhang mit

Einbauküchen bereits von mehreren Gerichten entschieden worden sei.

Die Herstellerangabe solle auch den Vergleich zwischen den Geräten unterschiedlicher Hersteller ermöglichen, sowohl zwischen Herstellern von No-Name- Produkten, als auch zwischen Herstellern von No-Name- Produkten und Herstellern von Markenprodukten. Hier werde aber dem Verbraucher noch nicht einmal mitgeteilt, dass es sich bei den angebotenen Geräten um No-Name- Produkte handele. Werde dem Verbraucher der Hersteller angegeben, so habe er die Möglichkeit, weitere Recherchen zu diesem und den von diesem hergestellten Produkten vorzunehmen. Er könne sich dann auch über das Renommee des Herstellers informieren.

Besonders für in D hergestellte Waren gelte die Einschätzung des Verbrauchers, dass diese nicht das Qualitätsniveau erreichten, wie beispielsweise in Deutschland oder Europa hergestellte Waren.

Er meint, der gegebene Verstoß der Beklagten sei auch spürbar im Sinne von § 3 Abs. 2 S. 1 UWG, da dem Verbraucher Informationen vorenthalten würden, die das Unionsrecht als wesentlich ansehe.

Letztlich macht der Kläger noch pauschalierter Abmahnkosten i.H.v. 178,50 € geltend.

Der Kläger beantragt,
wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,
die Klage abzuweisen.

Die Beklagte behauptet, die Produkte des Herstellers N würden in Deutschland ausschließlich durch die Beklagte vertrieben. Sie würden von keinem anderen Wettbewerber in Deutschland angeboten und verkauft, auch nicht von dem Hersteller unter

einer gesonderten Marke.

Die Beklagte meint, da man bei einer Internetsuche nach Eingabe der Typenbezeichnungen ausschließlich auf die Beklagte gelange, existierten keine Konkurrenzangebote auf dem deutschen Markt, mit denen bezüglich der streitgegenständlichen Produkte in qualitativer und insbesondere preislicher Hinsicht Vergleiche angestellt werden könnten. Insofern sei die Situation ähnlich wie bei den Angeboten von J.

Bei No-Name- Produkten, die auf dem relevanten Markt in Deutschland nur von der Beklagten angeboten und beworben würden, sei die Herstellerangabe nicht relevant und daher entbehrlich. Die Qualitätserwartungen des Verbrauchers, der erkenne, dass es sich nicht um Markenprodukte handele, knüpften sich in solchen Fällen nicht an eine bestimmte Herstellerbezeichnung, sondern an das vertreibende Handelsunternehmen.

Die wesentlichen Informationen, Typenbezeichnung und Produkteigenschaften in technischer Hinsicht (Größe, Ausstattung, Aufteilung von Kühl-und Gefrierfächern) sowie bezüglich der Energieeffizienz, seien mitgeteilt worden.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist in vollem Umfang begründet.

I.

Der Kläger ist klagebefugt gem. § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG.

Dass er nach seiner personellen, sachlichen wie finanziellen Ausstattung fähig ist, die ihm übertragenen Aufgaben tatsächlich wahrzunehmen, ist nicht im Streit.

Dem Kläger gehört nach seinen unbestrittenen Darlegungen auch eine erhebliche Zahl von Unternehmen an, die Waren gleicher und verwandter Art auf demselben Markt vertreiben.

II.

Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 8, 5a Abs. 2 und Abs. 3 Nr. 1 UWG zu.

Die Beklagte hat dadurch, dass sie in der beanstandeten Werbung für die aus dem Tenor ersichtlichen Elektrogeräte den Hersteller nicht angab, gegen § 5a Abs. 2 und Abs. 3 Nr. 1 UWG verstoßen.

1.

Ein Angebot im Sinne des § 5a Abs. 3 UWG liegt mit dem Werbeprospekt unzweifelhaft vor. Ein durchschnittlicher Verbraucher kann das Geschäft aufgrund der Angaben in dem Prospekt abschließen.

2.

Die Herstellerbezeichnungen stellen wesentliche Merkmale der im Tenor genannten Elektrohaushaltsgeräte dar.

a)

Nach der – soweit ersichtlich – einhelligen Rechtsprechung sind selbst bei der Bewerbung einer Einbauküche bzw. eines Küchenblocks mit integrierten Elektrogeräten die Hersteller- und Typenbezeichnungen dieser anzugeben (BGH NJW-RR 2017, 1190; OLG Hamm, Urteil vom 13.06.2017, Az: I-4 U 174/16; OLG Celle, Urteil vom 16.07.2015; Az: 13 U 71/15 mit zustimmender Anmerkung Schollmeyer in WRP 2015, 1399; OLG Bamberg, Beschluss vom 11.03.2016, Az: 3 U 8/16; OLG Jena, Urteil vom 13.04.2016, Az: 2 U 33/16; LG Dortmund, Urteil vom 27.04.2016, Az: 10 O 124/15).

b)

Für die hier beworbenen Elektrohaushaltsgeräte kann erst recht nichts anderes gelten.

aa)

Nach der Rechtsprechung des BGH (a.a.O.) muss im Rahmen der Bewerbung einer Einbauküche über die Nennung von Hersteller- und Typenbezeichnung die Identität der integrierten Elektrogeräte erkennbar sein, um zumindest einen Anhaltspunkt zur Einschätzung des jeweiligen Preis-/Leistungsverhältnisses zu geben. Nichts anderes kann für die Bewerbung der Elektrogeräte selbst gelten.

bb)

Auch bietet die vorliegende Fallgestaltung keine Besonderheiten, die eine abweichende Beurteilung rechtfertigen könnten:

Soweit die Beklagte geltend macht, der Verbraucher erkenne, dass es sich um kein Markenprodukt (sondern um ein No-Name-Produkte) handle, kann dem bereits im Ansatz nicht gefolgt werden. Die Annahme, der durchschnittliche Verbraucher werde allein aus dem Umstand, dass die Marke des Elektrogeräts nicht genannt ist, darauf schließen, dass es sich nicht um eine bekannte Marke handeln wird, ist nicht gerechtfertigt; dies gilt erst recht dann, wenn – wie hier – genannte hohe Effizienzklassen der Geräte andere Erwartungen wecken (vgl. OLG Celle, a.a.O. mit zustimmender Anmerkung Schollmeyer).

Die Frage, von welchem Hersteller mit welchem Ruf Küchengeräte stammen, ist aber für den Verbraucher wesentlich (vgl. OLG Celle, a.a.O.; LG Dortmund, a.a.O.). Der Verbraucher wird erfahrungsgemäß Markengeräten den Vorzug vor No-Name-Produkten geben und letztere nur mit einem erheblichen Preisabschlag akzeptieren (OLG Bamberg a.a.O.).

Es kann dabei auch dahinstehen, ob die streitgegenständlichen Elektrogeräte auf dem deutschen Markt nur bei der Beklagten und nicht bei Konkurrenten erhältlich sind. Denn selbst wenn der Verbraucher aus diesem Grund keine direkten Preisvergleiche über das Internet anstellen könnte, so bliebe

ihm doch die Möglichkeit, sich weiter über den Hersteller zu informieren, oder auch zu recherchieren, wie ähnliche Geräte des in Rede stehenden Herstellers bei Vergleichen abschneiden (vgl. OLG Celle, a.a.O.). Die Auffindbarkeit anderer Kühlschränke des Herstellers N im Internet hat der Kläger mit der Anlage K 11 zum Schriftsatz vom 22.06.2018 belegt.

Soweit die Beklagte unter Berufung auf einen Hinweisbeschluss des OLG Nürnberg vom 14.03.2014 (Az. 3 U 2352/13 = BeckRS 2014,11578) noch geltend macht, es seien hinreichend Eckdaten zu Produkteigenschaften in der Werbung mitgeteilt worden, so kann dem nicht gefolgt werden. Denn damit kann nicht überspielt werden, dass der Mitteilung des Herstellers/der Marke ein eigener Informationswert zukommt. Überdies lag dem Hinweisbeschluss des OLG Nürnberg ein anderer Sachverhalt zu Grunde. Dort wurde „offensichtlich“ ein No-Name- Produkt beworben, während vorliegend der Hersteller nicht genannt wird und nach obigen Ausführungen der Schluss, dass es sich für den Verbraucher nicht um eine bekannte Marke handele, auch nicht gerechtfertigt ist.

3.

Die geschäftliche Relevanz ist ebenfalls zu bejahen:

a)

Dabei kann dahinstehen, ob unter der Geltung des § 5a Abs. 2 S. 1 Nr. 2 UWG n.F. von einer stets gegebenen geschäftlichen Relevanz beim Vorenthalten einer wesentlichen Information nicht mehr ausgegangen werden kann (vgl. OLG Hamm a.a.O.).

b)

Denn das vorenthalten der Herstellerbezeichnung ist hier geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung im Sinne des § 2 Nr. 9 UWG zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Im Regelfall kann nämlich davon ausgegangen werden, dass der durchschnittliche Verbraucher

voraussichtlich eine andere Entscheidung getroffen hätte, wenn er die Information gehabt hätte (OLG Hamm, a. a. O.; Köhler/Bornkamm, UWG, 35. Aufl., § 5a, Rn. 3.43f.). Hier gilt nichts anderes. Die unzureichenden Angaben sind dazu geeignet, den Verbraucher zu veranlassen, einen der Märkte der Beklagten aufzusuchen, um sich die fehlenden Informationen zu verschaffen. Wie bereits oben dargelegt, kann gerade nicht davon ausgegangen werden, der Verbraucher wisse, dass es sich um keine Markenprodukte handle und die Herstellerangabe sei für ihn ohnehin nicht von Bedeutung.

Bereits das Aufsuchen eines Marktes des Werbenden stellt eine geschäftliche Entscheidung dar (OLG Hamm a. a. O.)

Darüber hinaus ist das Gericht der Auffassung, dass die Hersteller- und Typenbezeichnung ein so wesentliches Kriterium darstellt, dass eine Geeignetheit für eine Beeinflussung in dem Sinne besteht, dass der Verbraucher sonst eine andere Entscheidung getroffen hätte (vgl. zur Einbauküche: OLG Bamberg a. a. O.; LG Dortmund a. a. O.).

4.

Die Wiederholungsgefahr wird aufgrund des bereits verwirklichten Verstoßes tatsächlich vermutet.

III.

Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkostenpauschale folgt aus § 12 Abs. 1 S. 2 UWG, da die Abmahnung vom 26.02.2018 berechtigt war. Die Höhe der Pauschale ist nicht zu beanstanden.

Der Zinsanspruch findet seine Rechtfertigung in §§ 286, 288 BGB.

Die Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91, 709 ZPO.