

Marketplace-Händler haftet für fehlerhafte Preisangaben von Amazon

Bundesgerichtshof

Urteil vom 03.03.2016

Az.: I ZR 110/15

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 3. März für Recht erkannt:

Die Revision gegen das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Köln vom 24. April 2015 wird auf Kosten der Beklagten zurückgewiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Parteien handeln über das Internet mit Uhren.

Die Beklagte bot auf der Internetplattform www.amazon.de am 2. Juli 2013 eine Uhr der Marke „Casio“ wie aus dem nachstehenden Klageantrag ersichtlich zu einem Kaufpreis von 19,90 € an. Über der Preisangabe war der Hinweis „Unverb. Preisempf.“ und dahinter die durchgestrichene Angabe „EUR 39,90“ angebracht.

Der Betreiber des Internetportals www.amazon.de vergibt für jedes identische Produkt, das auf seiner Plattform angeboten wird, eine Identifikationsnummer („ASIN“). Jeder Anbieter, der ein Produkt anbieten möchte, für das bereits eine Identifikationsnummer vergeben ist, muss sein Angebot ebenfalls unter dieser Nummer auflisten. Bei der Angebotserstellung kann der Anbieter den eigenen Verkaufspreis

angeben. Die Angabe einer unverbindlichen Preisempfehlung hin gegen kann allein der Plattformbetreiber einstellen oder verändern. Auch die vorliegend beanstandete Preisempfehlung hat der Plattformbetreiber eingestellt.

Die Klägerin beanstandet das Angebot der Beklagten mit der Begründung als irreführend, die darin angegebene unverbindliche Preisempfehlung habe im Angebotszeitpunkt tatsächlich nicht bestanden. Sie hat die Beklagte im Juli 2013 erfolglos abgemahnt und am 22. Juli 2013 gegen die Beklagte eine einstweilige Verfügung erwirkt, die im Widerspruchsverfahren aufgehoben, jedoch vom Berufungsgericht mit Urteil vom 28. Mai 2014 neu erlassen worden ist.

Die Klägerin hat – soweit für die Revision von Bedeutung – beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin 491,90 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 14. Januar 2014 zu zahlen;
2. die Beklagte unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Bereich des Handels mit Armbanduhren unter Gegenüberstellung des eigenen Verkaufspreises mit unverbindlichen Preisempfehlungen des Herstellers zu werben, die zum Zeitpunkt der Werbung nicht bestehen, wie am 2. Juli 2013 auf der Handelsplattform Amazon im Angebot „Casio Collection Herren-Armbanduhr Solar-Kollektion Digital Quarz AL-190WD-1AVEF“ und nachfolgend wiedergegeben geschehen:

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben (OLG Köln, GRURRR 2015, 387 = WRP 2015, 983). Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision, deren Zurückweisung die Klägerin beantragt, verfolgt die Beklagte ihren Antrag auf Klageabweisung weiter.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat die Klage für zulässig und begründet erachtet und hierzu ausgeführt:

Die Abmahnung der Klägerin sei nicht rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG gewesen. Die Klägerin betreibe zwar kein Ladengeschäft, sondern nur einen Online-Handel. Sie sei aber gleichwohl Mitbewerberin mit einem ernsthaften Gewinnerzielungsinteresse. Die Behauptung, die Klägerin sei vielfache Abmahnerin mit einem nur marginalen Umsatz, habe die Beklagte nicht substantiiert dargelegt. Auch eine Mehrzahl von Abmahnungen begründe nicht ohne weiteres den Vorwurf rechtsmissbräuchlichen Verhaltens. Für die Annahme, der Prozessbevollmächtigte der Klägerin betreibe das Abmahngeschäft „in eigener Regie“, fehle es an Belegen. Weitere von der Beklagten in der Berufungsinstanz benannte einzelne Abmahnvorgänge sprächen weder für sich genommen für einen Rechtsmissbrauch noch könnten sie überhaupt den Vorwurf des Rechtsmissbrauchs zum Zeitpunkt der Verfahrenseinleitung im Juli 2013 begründen, da sie aus dem Jahr 2014 stammten. Nehme der Gläubiger eine berechtigte Abmahnung vor, so erscheine auch die gerichtliche Durchsetzung des Anspruchs regelmäßig legitim und nicht sachfremd.

Der Unterlassungsanspruch der Klägerin sei gemäß §§ 8, 3, 5 Abs. 1 Satz Nr. 2 UWG wegen Irreführung über das Bestehen einer unverbindlichen Preisempfehlung begründet. Die beanstandete Werbung sei irreführend, weil die darin angegebene, durchgestrichene unverbindliche Preisempfehlung im Zeitpunkt der Werbung nicht mehr bestanden habe. Eine zulässige unverbindliche Preisempfehlung setze nach § 23 Abs. 1 Nr. 2 GWB voraus, dass sie in der Erwartung ausgesprochen werde, der empfohlene Preis entspreche dem von der Mehrheit der Empfehlungsempfänger voraussichtlich geforderten Preis. Von der Fortgeltung der Preisempfehlung könne vorliegend nicht ausgegangen werden, weil das angebotene Uhrenmodell im Zeitpunkt des Angebots weder in den Fachhandels- und

Endkundenportalen noch in den geltenden Fachhandelspreislisten des Herstellers aufgeführt gewesen sei. Dass nach Auskunft des Herstellers die Uhr zwar nicht mehr zum aktiven Sortiment zählte, aber Bestandteil des Gesamtsortiments geblieben und auch noch lieferbar sei, stehe dieser Annahme nicht entgegen. Es handele sich um ein Auslaufmodell mit entfallener Preisempfehlung des Herstellers.

Die Beklagte hafte als Täterin für diesen Wettbewerbsverstoß. Zwar könne nur der Betreiber der Internetplattform www.amazon.de die Angabe unverbindlicher Preisempfehlungen vornehmen oder korrigieren. Jedoch mache sich die Beklagte solche produktbezogenen Angaben im Angebot zu eigen und sie treffe als Nutzerin des von Amazon bereitgestellten Internetportals die Pflicht, ihre dort angezeigten Angebote auf ihre Rechtmäßigkeit hin zu überprüfen.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision der Beklagten hat keinen Erfolg. Die Revision ist uneingeschränkt zulässig (dazu II 1). Die Klage ist nicht wegen rechtmisbräuchlicher Anspruchsverfolgung im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG unzulässig (dazu II 2). Zu Recht hat das Berufungsgericht die Voraussetzungen eines Unterlassungsanspruchs gemäß §§ 8, 3, 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 Nr. 2 UWG angenommen (dazu II 3).

1. Die Revision der Beklagten ist uneingeschränkt zulässig.

Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann die Zulassung der Revision nur auf einen selbständigen, durch Teil- oder Grundurteil ab-trennbaren Teil des Rechtsstreits, nicht aber auf einen bestimmten rechtlichen Gesichtspunkt oder auf ein einzelnes Entscheidungselement beschränkt werden (vgl. etwa BGH, Urteil vom 10. Juli 1986 – I ZR 203/84, GRUR 1987, 63 = WRP 1987, 103 – Kfz-Preisgestaltung; Urteil vom 2. April 1998 – I ZR 1/96, GRUR 1998, 1052 = WRP 1998, 881 – Vitaminmangel; Urteil vom 23. September 2015 – I ZR 105/14, GRUR 2015, 2014 Rn. 16 = WRP 2015, 1181 – Goldbären). Eine

Beschränkung auf einen in diesem Sinn selbständigen Teil des Rechtsstreits ist vorliegend nicht erfolgt.

2. Die Klage ist zulässig. Das Berufungsgericht hat im Ergebnis zu Recht angenommen, dass die Voraussetzungen des Rechtsmissbrauchs im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG im Hinblick auf die Abmahnung der Klägerin nicht vorliegen.

a) Nach § 8 Abs. 4 UWG ist die Geltendmachung der in § 8 Abs. 1 UWG bezeichneten Ansprüche auf Beseitigung und Unterlassung wegen einer nach § 3 UWG oder § 7 UWG unzulässigen geschäftlichen Handlung unzulässig, wenn sie unter Berücksichtigung aller relevanten Umstände missbräuchlich ist, insbesondere wenn sie vorwiegend dazu dient, gegen den Zuwiderhandelnden einen Anspruch auf Ersatz von Aufwendungen oder Kosten der Rechtsverfolgung entstehen zu lassen. Ist eine vorgerichtliche Abmahnung rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG erfolgt, so sind nachfolgende gerichtliche Anträge unzulässig (vgl. BGH, Urteil vom 15. Dezember 2011 – I ZR 174/10, GRUR 2012, 730 Rn. 47 = WRP 2012, 930 – Bauheizgerät, mwN). Von einem Missbrauch im Sinne von § 8 Abs. 4 UWG ist auszugehen, wenn das beherrschende Motiv des Gläubigers bei der Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs sachfremde, für sich genommen nicht schutzwürdige Interessen und Ziele sind (vgl. BGH, Urteil vom 6. April 2000 – I ZR 76/98, BGHZ 144, 165, 170 – Missbräuchliche Mehrfachverfolgung). Diese müssen allerdings nicht das alleinige Motiv des Gläubigers sein. Es reicht aus, dass die sachfremden Ziele überwiegen (BGH, Urteil vom 6. April 2000 – I ZR 114/98, WRP 2000, 1266, 1267 – Neu in Bielefeld II; Urteil vom 17. November 2005 – I ZR 300/02, GRUR 2006, 243 Rn. 16 = WRP 2006, 354 – MEGA SALE). Die Annahme eines derartigen Rechtsmissbrauchs erfordert eine sorgfältige Prüfung und Abwägung der maßgeblichen Einzelumstände (vgl. BGH, GRUR 2012, 730 Rn. 15 – Bauheizgerät). Ein Anhaltspunkt für eine missbräuchliche Rechtsverfolgung kann sich daraus ergeben, dass die Abmahntätigkeit in keinem vernünftigen

wirtschaftlichen Verhältnis zur gewerblichen Tätigkeit des Abmahnenden steht, der Anspruchsberechtigte die Belastung des Gegners mit möglichst hohen Prozesskosten bezweckt oder der Abmahnende systematisch überhöhte Abmahngebühren oder Vertragsstrafen verlangt (vgl. BGHZ 144, 165, 170 – Missbräuchliche Mehrfachverfolgung; BGH, Urteil vom 5. Oktober 2000 – I ZR 237/98, GRUR 2001, 260, 261 = WRP 2001, 148 – Vielfachabmahner; Urteil vom 6. Oktober 2011 – I ZR 42/10, GRUR 2012, 286 Rn. 13 = WRP 2012, 464 – Falsche Suchrubrik, jeweils mwN).

b) Danach hält die Beurteilung des Berufungsgerichts der rechtlichen Nachprüfung stand.

aa) Allerdings kann dem Berufungsgericht nicht darin zugestimmt werden, dass zeitlich nach der Abmahnung auftretende Umstände bei der Beurteilung der Frage, ob die gerichtliche Durchsetzung des mit der Abmahnung verfolgten Anspruchs rechtsmissbräuchlich ist, regelmäßig unberücksichtigt zu bleiben hätten.

Erweist sich eine vorgerichtliche Abmahnung als rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG, so fehlt es für ein gerichtliches Vorgehen an der Prozessführungsbefugnis und sind nachfolgende gerichtliche Anträge unzulässig (st. Rspr.; vgl. nur BGHZ 144, 165, 170 – Missbräuchliche Mehrfachverfolgung; BGH, Urteil vom 17. Januar 2002 – I ZR 241/99, BGHZ 149, 371, 379 f. – Missbräuchliche Mehrfachabmahnung; BGH, GRUR 2012, 730 Rn. 47 – Bauheizgerät, mwN).

Erfüllt hingegen die vorgerichtliche Abmahnung nicht die Voraussetzungen des § 8 Abs. 4 UWG, so bleibt es dabei, dass die Frage, ob die nachfolgende gerichtliche Anspruchsdurchsetzung als rechtsmissbräuchlich zu bewerten ist, unter Berücksichtigung sämtlicher, auch im Verfahrensverlauf auftretender Umstände zu beurteilen ist.

bb) Der unzutreffende rechtliche Ansatzpunkt des Berufungsgerichts wirkt sich im Ergebnis jedoch nicht aus. Das Berufungsgericht hat in Ansehung der von der Beklagten vorgebrachten tatsächlichen Umstände die Voraussetzungen des Rechtsmissbrauchs im Sinne des § 8 Abs. 4 UWG zutreffend verneint.

3. Zu Recht hat das Berufungsgericht die Voraussetzungen eines Unterlassungsanspruchs gemäß §§ 8, 3, 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 Nr. 2 UWG angenommen.

a) Ohne Rechtsfehler und von der Revision unbeanstandet ist das Berufungsgericht davon ausgegangen, dass die beanstandete Handlung der Beklagten eine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG darstellt und dass die Parteien des Rechtsstreits Mitbewerber im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG sind.

b) Die Beurteilung des Berufungsgerichts, die beanstandete Werbung sei im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG irreführend, hält den Angriffen der Revision stand.

aa) Die Neufassung des § 5 UWG durch das am 10. Dezember 2015 in Kraft getretene Zweite Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (BGBl. I, S. 2158) lässt den Unterlassungsanspruch der Klägerin unberührt.

(1) Die Klägerin hat ihren Unterlassungsanspruch auf Wiederholungsgefahr gestützt und hierfür auf eine am 2. Juli 2013 vorgenommene Handlung der Beklagten Bezug genommen. Der Unterlassungsantrag ist nur dann begründet, wenn das beanstandete Verhalten der Beklagten nach dem zur Zeit der Handlung geltenden Recht rechtswidrig war. Da der Unterlassungsanspruch in die Zukunft gerichtet ist, muss das beanstandete Verhalten der Beklagten zudem nach dem zur Zeit der Entscheidung geltenden Recht rechtswidrig sein (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 3. März 2011 I ZR 167/09, GRUR 2011, 474 Rn. 13 = WRP 2011, 1054 – Kreditkartenübersendung; Urteil

vom 6. November 2014 – I ZR 26/13, GRUR 2015, 504 Rn. 8 = WRP 2015, 565 – Kostenlose Zweitbrille, jeweils mwN).

(2) Durch das Zweite Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb ist am Ende des § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG mit Bezug auf die irreführende geschäftliche Handlung der Relativsatz angefügt worden „die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte“. Diese Änderung trägt dem Wortlaut des Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken Rechnung und beinhaltet gegenüber der bisherigen Rechtslage im Hinblick darauf, dass schon bisher im Rahmen des § 3 Abs. 1 UWG aF die Spürbarkeit der Interessenbeeinträchtigung zu prüfen war, keine inhaltliche Änderung (vgl. Begründung des Regierungsentwurfs eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, BT-Drucks. 18/4535, S. 15).

bb) Bei der Beurteilung von unverbindlichen Preisempfehlungen ist im Ausgangspunkt zu beachten, dass kartellrechtlich erlaubte Preisempfehlungen grundsätzlich auch lauterkeitsrechtlich zulässig sind (BGH, Urteil vom 27. November 2003 – I ZR 94/01, GRUR 2004, 246, 247 = WRP 2004, 343 – Mondpreise?; Bornkamm in Köhler/Bornkamm, UWG, 34. Aufl., § 5 Rn. 7.47; MünchKomm.UWG/ Busche, 2. Aufl., § 5 Rn. 463). Nach der Abschaffung der Spezialregelungen zur unverbindlichen Preisempfehlung in §§ 22, 23 GWB aF durch das Siebte GWB-Änderungsgesetz vom 7. Juli 2005 (BGBl. I, S. 1954) unterliegen Preisempfehlungen allein dem – vorliegend nicht betroffenen – allgemeinen kartellrechtlichen Verbot abgestimmter Verhaltensweisen gemäß § 1 GWB und Art. 101 AEUV (Bornkamm in Köhler/Bornkamm aaO § 5 Rn. 7.45; MünchKomm.UWG/Busche aaO § 5 Rn. 463).

Die Bezugnahme auf eine unverbindliche Preisempfehlung ist allerdings irreführend, wenn nicht klargestellt wird, dass es sich bei der Herstellerempfehlung um eine unverbindliche

Preisempfehlung handelt, wenn die Empfehlung nicht auf der Grundlage einer ernsthaften Kalkulation als angemessener Verbraucherpreis ermittelt worden ist oder wenn sie im Zeitpunkt der Bezugnahme nicht mehr gültig ist (vgl. BGH, Urteil vom 15. September 1999 – I ZR 131/97, GRUR 2000, 436, 437 = WRP 2000, 383 – Ehemalige Herstellerpreisempfehlung; Urteil vom 14. November 2002 – I ZR 137/00, GRUR 2003, 446 f. = WRP 2003, 509 – Preisempfehlung für Sondermodelle; Urteil vom 29. Januar 2004 – I ZR 132/01, GRUR 2004, 437 = WRP 2004, 606 – Fortfall einer Herstellerpreisempfehlung).

cc) Die Revision greift danach ohne Erfolg die Beurteilung des Berufungsgerichts an, die Werbung mit der unverbindlichen Preisempfehlung für das vorliegend beworbene Uhrenmodell sei mangels fortbestehender Preisempfehlung des Herstellers irreführend gewesen, weil es sich um ein Auslaufmodell gehandelt habe, das seinerzeit zwar noch habe geliefert werden können, aber in den Fachhandels- und Endkundenportalen nicht mehr angeboten und in den Fachhandelspreislisten seit April 2012 nicht mehr aufgeführt worden sei.

Ohne Erfolg macht die Revision geltend, die Marktbedeutung der unverbindlichen Preisempfehlung habe seinerzeit fortbestanden, weil von den bei Amazon vertretenen Händlern die Mehrzahl das Uhrenmodell zum Preis von 39,90 € angeboten und ein weiterer Händler sogar einen höheren Preis verlangt habe. Die Revision setzt hiermit lediglich ihre eigene Würdigung an die Stelle der trichterlichen Würdigung des Berufungsgerichts, ohne einen Rechtsfehler aufzuzeigen. Es verstößt weder gegen Denkgesetze noch erweist es sich als erfahrungswidrig, dass das Berufungsgericht unter Berücksichtigung der aus den Jahren 2012 und 2013 stammenden Handelsunterlagen des Herstellers angenommen hat, die Herstellerpreisempfehlung sei entfallen, selbst wenn einzelne Händler die Uhr noch zum zuvor empfohlenen Preis angeboten hätten. Gleiches gilt für den Umstand, dass der Hersteller auf Nachfrage der Beklagten behauptet hat, seine Preisempfehlung sei im Zeitpunkt des

Angebots noch gültig gewesen. Auch hier hat das Berufungsgericht im Rahmen seiner tatrichterlichen Würdigung in nach § 286 ZPO nicht zu beanstandender Weise dem Inhalt der Handelsunterlagen des Herstellers größeres Gewicht beigemessen als einer nachträglich von einer Prozesspartei eingeholten Auskunft.

dd) Die irreführende Werbung mit einer entfallenen Herstellerpreisempfehlung ist geeignet, die Interessen der Verbraucher im Sinne des § 3 Abs. 1 UWG aF spürbar zu beeinträchtigen und den Verbraucher im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er ansonsten nicht getroffen hätte. Die Preisempfehlung des Herstellers stellt für den Verbraucher eine wesentliche Orientierungshilfe bei der Einschätzung der Vorteilhaftigkeit von Marktangeboten dar. Wird nicht kenntlich gemacht, dass eine angegebene Herstellerpreisempfehlung tatsächlich nicht mehr besteht, so besteht daher die Gefahr, dass der Verbraucher seine Kaufentscheidung auf einer unzutreffenden Tatsachengrundlage trifft.

c) Die Revision wendet sich ferner ohne Erfolg gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte hafte als Täterin für die irreführende Werbung.

aa) Schuldner der in § 8 Abs. 1 UWG geregelten Abwehransprüche ist jeder, der durch sein Verhalten den objektiven Tatbestand einer Zuwiderhandlung selbst, durch einen anderen oder gemeinschaftlich mit einem anderen adäquat kausal verwirklicht oder sich als Teilnehmer an der deliktischen Handlung eines Dritten beteiligt (vgl. BGH, Urteil vom 10. Februar 2011 I ZR 183/09, GRUR 2011, 340 Rn. 30 = WRP 2011, 459 Irische Butter; Urteil vom 18. Juni 2014 I ZR 242/12, BGHZ 201, 344 Rn. 13 Geschäftsführerhaftung; Urteil vom 17. September 2015 – I ZR 92/14, GRUR 2016, 395 Rn. 23 = WRP 2016, 454 – Smartphone-Werbung).

bb) Entgegen der Ansicht der Revision ist das Verhalten der

Beklagten adäquat kausal für die eingetretene Irreführung gewesen.

(1) Das Kriterium der Adäquanz dient im Rahmen der Feststellung des Zurechnungszusammenhangs dem Zweck, diejenigen Kausalverläufe auszugrenzen, die dem Schädiger billigerweise nicht mehr zugerechnet werden können. Nach ständiger Rechtsprechung besteht im Deliktsrecht ein adäquater Zusammenhang zwischen Tatbeitrag und Taterfolg, wenn eine Tatsache im Allgemeinen und nicht nur unter besonders eigenartigen, ganz unwahrscheinlichen und nach regelmäßigem Verlauf der Dinge außer Betracht zu lassenden Umständen zur Herbeiführung eines Erfolges geeignet ist (vgl. BGH, Urteil vom 14. Oktober 1971 – VII ZR 313/69, BGHZ 57, 137, 141; Urteil vom 9. Oktober 1997 – III ZR 4/97, BGHZ 137, 11, 19 mwN; Palandt/Grüneberg, BGB, 75. Aufl., Vorb v § 249 Rn. 26; MünchKomm.BGB/Oetker, 7. Aufl., § 249 Rn. 110). Hieran kann es fehlen, wenn der Geschädigte oder ein Dritter in völlig ungewöhnlicher und unsachgemäßer Weise in den schadensträchtigen Geschehensablauf eingreift und eine weitere Ursache setzt, die den Schaden erst endgültig herbeiführt (vgl. BGH, Urteil vom 7. Januar 1988 – IX ZR 7/87 – NJW 1988, 1262, 1263; BGHZ 137, 11, 19, jeweils mwN). Bei der Ermittlung der Adäquanz ist auf eine nachträgliche Prognose abzustellen, bei der neben den dem Schädiger bekannten Umständen alle einem optimalen Betrachter zur Zeit des Eintritts des Schadensereignisses erkennbaren Gegebenheiten zu berücksichtigen sind. Der so festgestellte Sachverhalt ist unter Heranziehung des gesamten, zur Zeit der Beurteilung zur Verfügung stehenden menschlichen Erfahrungswissens darauf zu prüfen, ob er den Eintritt des Schadens in erheblicher Weise begünstigt hat (vgl. BGH, Urteil vom 23. Oktober 1951 – I ZR 31/51, BGHZ 3, 261, 266 f.; Urteil vom 15. Oktober 1971 – I ZR 27/70, VersR 1972, 67, 69).

(2) Nach diesem Maßstab ist die Einstellung des Angebots der Uhr der Marke Casio auf der Internetplattform von Amazon durch

die Beklagte adäquat kausal für die Irreführung des angesprochenen Publikums gewesen.

Nach den von der Revision nicht angegriffenen Feststellungen des Berufungsgerichts ist im Rahmen eines Angebots auf der Internetplattform www.amazon.de die Angabe einer unverbindlichen Preisempfehlung ebenso wie ihre Veränderung nur dem Plattformbetreiber selbst, nicht aber dem diese Plattform nutzenden Händler möglich. Mit der Nutzung der Plattform lässt der Händler im eigenen Namen ein Angebot veröffentlichen, obwohl er dessen inhaltliche Gestaltung nicht vollständig beherrscht, weil dem Plattformbetreiber die Angabe und Änderung der unverbindlichen Preisempfehlung vorbehalten ist. Diese Möglichkeit der Einflussnahme auf die inhaltliche Gestaltung führt – wie dem objektiven Betrachter im Vorhinein ohne weiteres erkennbar ist – im Falle der Hinzufügung einer unzutreffenden Herstellerpreisempfehlung zum irreführenden Gehalt des vom Händler eingestellten Angebots. Bei wertender Betrachtung liegt es aber keinesfalls außerhalb der Lebenserfahrung, dass es zur Einstellung falscher Herstellerpreisempfehlungen kommt, so dass ein entsprechender Fehler des Plattformbetreibers nicht als völlig ungewöhnliche und unsachgemäße Handlungsweise angesehen werden kann, die die Adäquanz entfallen ließe. Dass der Plattformbetreiber selbst fehlerhafte Angaben für möglich hält, folgt nicht zuletzt daraus, dass er den Händlern nach den – auch insoweit von der Revision nicht angegriffenen – Feststellungen des Berufungsgerichts im Wege Allgemeiner Geschäftsbedingungen die Pflicht auferlegt, die für sein Angebot angezeigten Produktinformationen und deren Rechtmäßigkeit regelmäßig zu kontrollieren. Die dem Plattformbetreiber eingeräumte Möglichkeit, dem Angebot des Händlers von diesem nicht kontrollierte Informationen hinzuzufügen, erweist sich als Umstand, der einen irreführenden Gehalt des Angebots erheblich begünstigt.

Die Zurechnung der Gefahr, in dieser Konstellation für falsche

Angaben Dritter zu haften, stellt deshalb keine völlig unvorhersehbare Rechtsfolge dar, weil sie gleichsam die Kehrseite der von den Händlern in Anspruch genommenen Vorteile einer internetbasierten, allgemein zugänglichen und eine weitgehende Preis-transparenz vermittelnden Verkaufsplattform darstellt. Wenn es – wie das Berufungsgericht ebenfalls von der Revision unbeanstandet festgestellt hat – zur Wahrung der Einheitlichkeit und Übersichtlichkeit des Produktangebots im Internetportal erforderlich ist, identische Produkte unter einer Identifikationsnummer aufzulisten, und Händler sich in diesem Zusammenhang einer inhaltlichen Einflussnahmemöglichkeit des Plattformbetreibers unterwerfen, müssen sie auch mit der hiermit potentiell verbundenen Verfälschung ihres Angebots rechnen.

Der Annahme der adäquaten Verursachung der Irreführung steht nicht entgegen, dass selbst bei Löschung des vorliegend beanstandeten Angebots die fehlerhafte Herstellerpreisempfehlung im Zusammenhang mit anderen Angeboten des Uhrenmodells im Internetportal sichtbar bleiben kann. Mit der Löschung entfällt das irreführende Angebot, für das die Beklagte verantwortlich ist. Im Übrigen kann derjenige, der wettbewerbswidrig handelt, seiner Haftung nicht dadurch entgehen, dass er darauf verweist, gleichgelagerte Wettbewerbsverstöße Dritter dauerten fort (vgl. [zur Verletzung des Urheberrechts] BGH, Urteil vom 26. November 2015 – I ZR 174/14, GRUR 2016, 268 Rn. 47 = WRP 2016, 341 – Störerhaftung des Accessproviders).

(3) Dieses Ergebnis steht nicht in Widerspruch dazu, dass einem Unternehmen, welches sich nach dem äußeren Erscheinungsbild einer Werbung als hierfür verantwortlich geriert, der Nachweis offensteht, tatsächlich nicht in der Lage gewesen zu sein, auf den Inhalt der beanstandeten Werbung Einfluss zu nehmen (vgl. BGH, GRUR 2011, 340 Rn. 31 Irische Butter; GRUR 2016, 395 Rn. 23 – Smartphone-Werbung). Diese Rechtsprechung betrifft Sachverhalte, in denen das in Anspruch

genommene Unternehmen gerade jeglichen Tatbeitrag in Abrede stellt. In der vorliegenden Konstellation steht aber nicht im Streit, dass die Beklagte die Veröffentlichung des beanstandeten Uhrenangebots auf der Internetplattform selbst veranlasst hat. In diesem Fall haftet die Beklagte als Täterin für die adäquat kausal verursachte Irreführung (vgl. BGH, GRUR 2016, 395 Rn. 26 Smartphone-Werbung).

(4) Die Beklagte hat, indem sie dem Plattformbetreiber die Möglichkeit der Einflussnahme auf das Erscheinungsbild ihres Angebots eingeräumt hat, ohne sich ein vertragliches Entscheidungs- oder Kontrollrecht vorzubehalten, die Gewähr für die Richtigkeit der vom Plattformbetreiber vorgenommenen Angaben übernommen.

III. Die Revision ist danach zurückzuweisen. Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO.

Vorinstanzen:

LG Köln, Entscheidung vom 02.10.2014 – 81 O 72/14

OLG Köln, Entscheidung vom 24.04.2015 – 6 U 175/14