

Online-Händler haftet für irreführende Werbung auf Preisvergleichsportalen

Landgericht Arnsberg

Urteil vom 08.09.2016

Az.: 8 0 83/16

Tenor

1.

Der Verfügungsbeklagten wird untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs gegenüber Letztverbrauchern bei der Bewerbung von Sonnenschirmen und dem entsprechenden Zubehör wie nachfolgend dargestellt zu werben, wenn die abgebildeten Produkte nicht vollständig zu dem angegebenen Angebotspreis erworben werden können:

– An dieser Stelle sind 4 Internetseiten enthalten –

2.

Der Verfügungsbeklagten wird für den Fall der Zuwiderhandlung gegen die Untersagungsanordnung aus Ziffer 1 angedroht:

Die Festsetzung eines Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, die Anordnung von Ordnungshaft sowie die Anordnung unmittelbarer Ordnungshaft bis zu 6 Monate, bei mehreren oder wiederholten Zuwiderhandlungen von bis zu insgesamt 2 Jahren, wobei die Ordnungshaft bei der Verfügungsbeklagten an deren gesetzlichen Vertretern zu vollziehen ist.

Die Verfügungsbeklagte trägt die Kosten des Verfahrens.

Tatbestand

Die Verfügungsklägerin (im Folgenden: Klägerin) macht gegen die Verfügungsbeklagte (im Folgenden: Beklagte) im Wege des Antrags auf Erlass einer einstweiligen Verfügung einen Unterlassungsanspruch geltend.

Die Parteien sind beide im Bereich des Vertriebs und des Handels mit Sonnenschirmen nebst Zubehör tätig. Die Beklagte bedient sich zum Vertrieb ihrer Waren u.a. auch der Preissuchmaschine „J.de“ (im Folgenden: J). Die Beklagte bewarb am 31.07.2016 Waren ihres Sortiments über diese Preissuchmaschine. Wegen des Erscheinungsbildes dieser Werbung wird auf den durch die Klägerin zum Inhalt ihres Verfügungsantrages zu 1. gemachten Ausdruck (Seite 2- 5 der Antragsschrift = Bl. 2 – 5 d. A.) verwiesen. Ausweislich dieses Ausdruckes werden die von der Beklagten vertriebenen Sonnenschirme dort mit Schirmständer und Bodenplatten dargestellt. Die Klägerin ist der Ansicht, durch diese Art der Werbung verstoße die Beklagte gegen das Wettbewerbsrecht, weil die Bodenplatten vom Angebotspreis unstreitig nicht umfasst werden. Dies erfahre der Verbraucher aber erst, wenn er im Wege des „Weiterklickens“ auf der Homepage der Beklagten – diese wird unter der Bezeichnung „X“ betrieben – lande, da auf dieser (wegen des genauen Aussehens wird auf den auf Seite 8 der Antragsschrift – Bl. 8 d. A. – enthaltenen Ausdruck verwiesen) der beworbene Schirm ohne Bodenplatten dargestellt werde und es zudem dort heiße „Lieferung erfolgt ohne Schirmständer, Befestigung o.ä.“.

Die Klägerin ist der Ansicht, es handele sich dabei um eine irreführende geschäftliche Handlung, für die die Beklagte als Vertragspartnerin der J verantwortlich sei.

Dementsprechend beantragt die Klägerin den Erlass einer einstweiligen Verfügung mit folgendem Inhalt:

- 1.

Der Verfügungsbeklagten wird untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs gegenüber Letztverbrauchern bei der Bewerbung von Sonnenschirmen und dem entsprechenden Zubehör wie nachfolgend dargestellt zu werben, wenn die abgebildeten Produkte nicht vollständig zu dem angegebenen Angebotspreis erworben werden können:

– An dieser Stelle sind 4 Internetseiten enthalten –

2.

Der Verfügungsbeklagten wird für den Fall der Zuwiderhandlung gegen die Untersagungsanordnung aus Ziffer 1 angedroht:

Die Festsetzung eines Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, die Anordnung von Ordnungshaft sowie die Anordnung unmittelbarer Ordnungshaft bis zu 6 Monate, bei mehreren oder wiederholten Zuwiderhandlungen von bis zu insgesamt 2 Jahren, wobei die Ordnungshaft bei der Verfügungsbeklagten an deren gesetzlichen Vertretern zu vollziehen ist.

Die Verfügungsbeklagte beantragt,

den auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gerichteten Antrag der Klägerin vom 17.08.2016 zurückzuweisen.

Die Beklagte vertritt die Ansicht, der von der Klägerin geltend gemachte Unterlassungsanspruch bestehe schon deshalb nicht, weil sich auf dem von ihr in Bezug genommenen und in dem erfolglos gebliebenen Abmahnschreiben vom 05.08.2016 der Klägerin abgelichteten Ausdruck der in Bezug genommenen Webseite der J nicht erkennen lasse, dass der Schirm mit der Bezeichnung „H Sonnenschirm 1“ mit Ständer inklusive Platten angezeigt werden. Diese Ausführungen verstehen sich vor dem Hintergrund, dass dort mehrere Schirmmodelle aufgeführt und entsprechend auch mehrere unterschiedliche Produktbilder eingefügt seien. Das in dem von der Klägerin erstellten

Abmahnschreiben eingelegte Produktbild beziehe sich nicht auf das streitgegenständliche Produkt in der Farbe „1“, sondern zeige ein Schirmmodell in der Farbe „2“.

Im Übrigen fehle es an einer Irreführung schon deshalb, weil sich auf der von der Klägerin in Bezug genommenen Webseite der J im Zusammenhang mit der von der Klägerin in Bezug genommenen Darstellung die Ausführungen „Ausstattung mit Plattenständer (ohne Platten)“ befinde. Schließlich werde der angesprochene Verbraucher jedenfalls auf der von der Beklagten innegehaltenen Webseite X, auf die er weitergeleitet werde, darauf hingewiesen, dass der Schirm ohne Bodenplatten geliefert werde und dass diese auch nicht im angegebenen Preis enthalten seien. Diese genüge nach obergerichtlichen Rechtsprechungsgrundsätzen den Anforderungen an einen lautereren Wettbewerb.

Zur Ergänzung des Sach- und Streitstandes wird auf den Inhalt der gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

Entscheidungsgründe

Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung hat Erfolg.

A. Zulässigkeit

Der Antrag ist zulässig.

I.

Die Voraussetzungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO werden gewahrt, da die Klägerin ausweislich des Inhalts der Antragschrift vom 17.08.2016 eine konkrete Bewerbung beanstandet.

Soweit die Beklagte rügt, die Klägerin mache das Produktbild für einen Sonnenschirm „H Sonnenschirm 2“ zum Gegenstand des Verfahrens, obwohl sie auf die Werbung für den Schirm „H Sonnenschirm 1“ abstelle, ändert das nichts daran, dass den Voraussetzungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO Genüge getan ist.

Hintergrund des dieser Regelung zugrunde liegenden Konkretisierungsgebotes ist auch, dass ein auf einem gestellten Antrag beruhender Titel zur Vollstreckung geeignet sein muss, weshalb ein Verbotstitel den maßgeblichen „Kern“ zweifelsfrei erkennen lassen muss. Das kann vorliegend aber – wie bereits dargelegt – nicht verneint werden.

II.

Gegen die Geltendmachung mehrerer Ansprüche – die Klägerin macht neben dem Unterlassungsanspruch auch noch einen Androhungsanspruch gemäß § 890 Abs. 2 ZPO geltend – bestehen keine Bedenken (§ 260 ZPO).

III.

Die Voraussetzungen der Eilbedürftigkeit im Sinne des § 12 Abs. 2 UWG liegen vor.

IV.

Weitere Zulässigkeitsbedenken sind nicht ersichtlich.

B. Begründetheit

Die Anträge auf Erlass einer einstweiligen Verfügung sind auch begründet.

I. Unterlassungsantrag (Antrag zu 1)

Der Klägerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 3 Nr. 1, Abs. 1, § 2 Abs. 1 Nrn. 1 und 3, § 3 Abs. 1, § 5 Abs. 1 Satz 1, Satz 2 Nr. 1 UWG zu.

1.

Zwischen der Klägerin und der Beklagten besteht unstreitig ein Wettbewerbsverhältnis im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG, so dass die Klägerin aktiv legitimiert ist im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG.

2.

Das von der Klägerin ausweislich ihres Antragsinhalts in Bezug genommene Angebot auf der Internetplattform J stellt eine geschäftliche Handlung der Beklagten im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar. Der Umstand, dass diese Werbung nicht auf der von der Beklagten, sondern auf der von der J betriebenen Webseite erscheint, ändert daran nichts. Nach der obergerichtlichen Rechtsprechung steht dieser Umstand der verschuldensunabhängigen Haftung der Beklagten für ihre eigenen Angebote nicht entgegen, weil sich ein Anbieter wie die Beklagte, der seine Waren auf von Dritten betriebenen Plattformen bewirbt, sich die dortigen Angaben und Funktionen für sein Angebot als eigenes Handeln zurechnen lassen, deshalb diese auf Wettbewerbsverstöße hin kontrollieren muss; dabei ist er – insbesondere zur Vermeidung einer Inanspruchnahme aus wettbewerblichen Gesichtspunkten – gehalten, entweder die beanstandete Werbung einzustellen oder beim Betreiber der Plattform auf eine Änderung der Angaben hinzuwirken (OLG Köln, ZVertriebsR 2015, 261 ff.)

3.

Das Handeln der Beklagten ist auch unlauter im Sinne des § 8 Abs. 1 UWG und wegen der Eignung, die Interessen von Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen, auch im Sinne des § 3 Abs. 1 UWG.

a)

Das ergibt sich aus § 5 Abs. 1 Satz 1, Satz 2 Nr. 1 UWG, wonach unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, wobei eine geschäftliche Handlung auch dann irreführend ist, wenn sie zur Täuschung geeignete Angaben über wesentliche Merkmale der Ware enthält. Solche zur Täuschung geeignete Angaben enthält der von der Klägerin zur Stützung ihres Unterlassungsantrags herangezogene Auftritt der Beklagten auf der Plattform J, weil dort bei der Bewerbung des

Sonnenschirmes ein Bild mit Bodenplatten zu sehen ist, obwohl diese vom Angebotspreis und Lieferumfang nicht umfasst sind. Eine solche Bewerbung ist nach obergerichtlicher Rechtsprechung grundsätzlich geeignet, beim Verbraucher die irrige Vorstellung hervorzurufen, das Angebot des beworbenen Sonnenschirmes umfasse auch die abgebildeten Betonplatten (so ausdrücklich OLG Hamm, MR 2016, 536 ff.).

b)

Der Umstand, dass die konkret von der Klägerin herangezogene Werbung nicht auf der eigenen Internetseite der Beklagten, sondern auf der Internetseite der Preissuchmaschine J erscheint, vermag am Vorliegen einer Irreführungsgefahr nichts zu ändern:

aa)

Werbeauftritten in von Preissuchmaschinen betriebenen bzw. innegehaltenen Webseiten stellen eine Werbung und damit eine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar (BGH, NJW-RR 2010, 1051).

bb)

Es entspricht der Lebenserfahrung, dass ein Verbraucher, der sich mit Hilfe einer Preisvergleichsliste informiert, bereits dadurch eine gewisse Vorauswahl trifft, dass er sich mit einem Angebot näher befasst und die Internetseite des fraglichen Anbieters mit Hilfe des elektronischen Verweises (Link) aufsucht. Dabei wird er naturgemäß aus der Fülle der Angebote die preislich günstigsten Angebote bevorzugen. Maßgebend für die Meinungsbildung darüber, ob ein günstiger Preis zu bejahen ist oder nicht, ist naturgemäß auch der vom angegebenen Preis (vermeintlich) umfasste Umfang der angebotenen Ware. Da der Verbraucher davon ausgeht, dass zu dem angebotenen Preis auch Zubehör mitgeliefert wird – hier: Bodenplatten -, liegt es nahe, dass er diesem Angebot gegenüber einem anderen Angebot, aus dem klar hervorgeht, dass solches Zubehör (Platten) nicht

zum Angebots- und Lieferumfang gehört, den Vorzug geben wird. Wenn der Verbraucher erst nach dieser Vorauswahl darauf hingewiesen wird, dass er irrig von einem größeren Warenumfang ausgegangen ist, als das Angebot tatsächlich umfasst, ist die für den Kaufentschluss wichtige Vorauswahl bereits getroffen worden.

Damit ist aber eine Irreführung im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 1, Satz 2 Nr. 1 UWG eingetreten und somit das Vorliegen der Voraussetzungen dieser Norm zu bejahen:

Anerkanntermaßen (BGH, Urteil vom 28.04.2016 – I ZR 23/15 –) umfasst der Schutzbereich des § 5 UWG auch Fälle, in denen von der Irreführung eine Anlockwirkung im vorstehend genannten Sinne ausgeht, die hier darin liegt, dass es naheliegt, dass der jeweilige Verbraucher sich mit einem vermeintlich günstigeren Angebot beschäftigt als dieses tatsächlich gegeben ist. Am Vorliegen einer Irreführung ändert es nach ständiger obergerichtlicher Rechtsprechung nichts, wenn die Irreführung – wie hier dadurch, dass der auf die von der Beklagten betriebene Webseite X umgeleitete Verbraucher dort erfährt, dass vom Angebotspreis die Bodenplatten nicht mit umfasst sind – noch rechtzeitig vor der Kaufentscheidung ausgeräumt wird (BGH, WRP 2012, 311).

Dabei verkennt die Kammer nicht, dass nach dem Inhalt der von der Beklagten zitierten Entscheidungen auch Fußzeilenhinweise vom angesprochenen Verbraucher zu beachten sind. Die herangezogenen BGH-Urteile (I-ZR 222/00; I-ZR 314/02; I-ZR 50/00; I-ZR 129/13) sind jedoch mit dem vorliegenden Sachverhalt nicht vergleichbar, weil diese sich nicht mit dem hier vorliegenden Fall der Werbung bei Preissuchmaschinen befassen.

4.

Auch die Voraussetzungen des § 3 Abs. 2 UWG liegen vor.

Dabei verkennt die Kammer nicht, dass sich aus dem von der

Beklagten herangezogenen Urteil des OLG Hamm vom 04.06.2009 – 4 U 19/09 – auf den ersten Blick etwas anderes ergibt. Die dortige Entscheidung ist mit der vorliegenden aber nicht vergleichbar: Dort ging es darum, dass die Angabe „Lieferung binnen 24 Stunden“ unter eine Bedingung gestellt war, dass nämlich die Bestellung bis 16.45 Uhr erfolgen musste. Vorliegend ist es aber so, dass bei der auf der Webseite der J zu sehenden Bewerbung des von der Beklagten vertriebenen Sonnenschirms eine fehlerhafte Darstellung erfolgt insofern, als Betonplatten abgebildet werden, die nicht zum Preis und zum Lieferumfang gehören.

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass dann, wenn man auf die von der Firma J innegehaltene Webseite X im Suchfeld die Worte „Sonnenschirm H“ eingibt, Bilder erscheinen, die zum Teil Schirme mit Bodenplatten zeigen, zum Teil aber auch Schirme ohne Bodenplatten. Daraus folgt, dass zum Einen die Möglichkeit besteht, Bilder von Sonnenschirmen einzustellen, die keine Bodenplatten zeigen; zum Anderen folgt die Irreführungsgefahr für den Verbraucher auch aus diesem Umstand, weil dieser gerade auf Grund dieses verschiedenartigen Erscheinungsbildes von Sonnenschirmen noch eher zur irreführenden Vorstellung gelangt, wenn zum Teil Bilder von Sonnenschirmen mit Beschwerungsplatten gezeigt werden, zum Teil aber nicht, dass die auf den Bildern zu sehenden Betonplatten auch vom angegebenen Preis mit umfasst seien.

Deshalb liegt eine geschäftliche Handlung vor, die das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen geeignet ist im Sinne des § 3 Abs. 2 UWG. Insofern entspricht der Fall auch den „Froogle“-Entscheidungen des Bundesgerichtshofes (NJW-RR 2010, 1051 f. und MDR 2010 1413 f.). Denn das dort hervorgehobene Argument, dass für den Verbraucher das Preis-Leistungs-Verhältnis entscheidend sein wird, so dass er naturgemäß aus der Fülle der Angebote die preislich günstigsten Angebote bevorzugen

wird (BGH, NJW-RR 2010, 1051, 1052 – „Froogle I“), gilt auch für den vorliegenden Fall entsprechend, wie oben bereits dargelegt wurde.

5.

Gemäß § 8 Abs. 1 UWG ist die Klägerin daher berechtigt, die Beklagte im Wege des Antrags auf Erlass einer einstweiligen Verfügung auf Unterlassung in Anspruch zu nehmen.

a)

Daran vermag der von der Beklagten herangezogene Umstand, dass in dem Abmahnschreiben der Klägerin vom 05.08.2016 ein „H Sonnenschirm 1“ in Bezug genommen wird, während die Klägerin nunmehr auf einen „H Sonnenschirm 2“ abstellt, nichts zu ändern. Dieser Umstand ändert insbesondere nichts am Vorliegen einer genügenden Glaubhaftmachung des Bestehens eines Unterlassungsanspruchs, da die Glaubhaftmachung insbesondere aus der Beifügung von Ausdrucken vom seitens der Beklagten initiierten Werbeauftritt auf der Seite J folgt.

b)

Etwas anderes ergibt sich auch nicht aus dem von der Beklagten angeführten Argument, auf der Seite der Fa. J werde unmittelbar unterhalb der Überschrift durch das Schlagwort „Produktdatenblatt“ explizit auf Details zum Produkt verwiesen, woraus sich ergebe, dass eine Irreführungsgefahr zu verneinen sei.

Zwar ist es richtig, dass dann, wenn man auf das Wort „Produktdatenblatt“ klickt, eine Seite erscheint, die u.a. ein „Datenblatt“ aufweist, auf dem sich verschiedene Daten wie Schirmbreite, -tiefe und -form, Bezugsmaterial, -eigenschaften und -stärke u. ä. Angaben finden, u. a. die Angabe „Ausstattung: mit Plattenständer (ohne Platten)“ und die Angabe „Achtung: Bodenplatten nicht im Lieferumfang enthalten“. Dadurch wird die Irreführungsgefahr aber nicht

ausgeräumt. Etwas anderes folgt nicht aus den Entscheidungen des Bundesgerichtshofes, wie sie auf Seite 2 des Schriftsatzes der Beklagten vom 07.09.2016 (Bl. 36 d. A.) zitiert werden: Aus dem Urteil vom 24.10. 2002 (I ZR 50/00) ergibt sich deshalb nichts anderes, weil es dort heißt, eine die Irreführungsfahr ausschließende genügende Aufklärung könne nur durch einen klar und unmissverständlichen Hinweis erfolgen, wenn dieser am Blickfang teilhabe. Das gilt aber für das Wort „Produktdatenblatt“ nicht, weil es nicht in unmittelbarer Nähe zum Blickfang aufgeführt ist. Im Urteil vom 07.04.2005 (I ZR 314/02) heißt es zwar, eine Irreführung liege dann nicht vor, wenn ein Verbraucher erfahrungsgemäß über die Fähigkeit verfüge, einen elektronischen Verweis zu erkennen, aus dem eine genügende Aufklärung erfolge, weil der jeweilige Kaufinteressent gerade diejenigen über einen elektronischen Verweis verknüpften Seiten aufrufen werde, die er zu Information über die von ihm ins Auge gefasste Ware benötige. Daraus folgt vorliegend nichts anderes: Abgesehen davon, dass aus dem Wort „Produktdatenblatt“ nicht für jeden Verbraucher verständlich hervorgeht, dass unter diesem Link nähere Einzelheiten zum interessierenden Schirm aufgerufen werden können, gilt diese BGH-Recht- sprechung nur für Seiten des jeweiligen Produkthanbieters. Daraus folgt, dass sich diese Entscheidungen nicht auf Seiten von Preissuchmaschinen beziehen können. Im Übrigen gilt diese Argumentation gerade nicht für Verbraucher, die Seiten von Preissuchmaschinen aufsuchen, weil Verbraucher, die solche Seiten aufsuchen, sich regelmäßig zuvor schon über das jeweilige Produkt informiert haben und deshalb nicht zwingend weitere Informationen auf den Seiten von Preissuchmaschinen suchen. In diesen Fällen bleibt die Irreführungsfahr erhalten, wenn – wie vorliegend – Produktbilder abgebildet werden, auf denen Betonplatten zu sehen sind, obwohl diese vom Angebotspreis nicht umfasst sind, wie bereits oben dargelegt wurde.

II. Antrag zu 2. (Androhungsantrag)

Entsprechend ist auch dieser Antrag begründet, wie sich aus § 890 Abs. 2 ZPO ergibt.

C. Nebenentscheidungen

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO. Eine Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit ist nicht veranlasst.