

Zur Platzierungen der Energieeffizienzklasse-Angaben in einem Online-Shop

Bundesgerichtshof

Urteil vom 06.04.2017

Az.: I ZR 159/16

Tenor

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 6. April 2017

für Recht erkannt:

Auf die Revision des Klägers wird das Urteil des 4. Zivilsenats des Pfälzischen Oberlandesgerichts Zweibrücken vom 21. Juni 2016 aufgehoben.

Auf die Berufung des Klägers wird das Urteil der 4. Zivilkammer des Landgerichts Landau in der Pfalz vom 23. Juni 2015 abgeändert.

Die Beklagte wird unter Androhung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollstrecken an den Mitgliedern ihres Vorstands, verurteilt, es zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern auf www. ,de für das mobile Klimagerät „DeLonghi Wasser-Luft PAC WE 112 Öko“, Preis 909,07 € mit Preisen ohne Angabe der Energieeffizienzklasse zu werben oder werben zu lassen, wenn dies geschieht wie in der Anlage K 1 abgebildet.

Die Beklagte wird weiterhin verurteilt, an den Kläger 214 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 12. Dezember 2014 zu zahlen.

Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Von Rechts wegen

Tatbestand

Die Beklagte betreibt Baumärkte. Sie wirbt für ihre Produkte im Internet und unterhält auch einen Online-Shop. Am 1. September 2014 bewarb sie dort auf einer Übersichtsseite wie aus dem nachstehend wiedergegebenen Ausschnitt der Anlage K 1 ersichtlich ein mobiles Klimagerät „DeLonghi Wasser- Luft PAC“ (im Weiteren: Luftkonditionierer) zum Preis von 909,07 €. Unter den Preisangaben für die einzelnen auf dieser Internetseite beworbenen Produkte befand sich jeweils ein Link „Mehr zum Artikel“. Nach dessen Anklicken öffnete sich eine weitere Seite. Sie enthielt weitere Informationen zu dem betreffenden Artikel. Bei dem Luftkonditionierer befand sich auch ein Hinweis darauf, dass das Gerät die Energieeffizienzklasse „A +“ erfüllt.

Nach Ansicht des Klägers, des in der Liste der qualifizierten Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragenen Bundesverbands der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, hätte die Information über die Energieeffizienzklasse schon auf der Übersichtsseite erscheinen müssen.

Der Kläger hat beantragt, die Beklagte unter Androhung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern auf www. ,de für das mobile Klimagerät „DeLonghi Wasser-Luft PAC WE 112 Öko“, Preis 909,07 € mit Preisen ohne Angabe der Energieeffizienzklasse zu werben bzw. werben zu lassen, wenn dies geschieht wie in der Anlage K 1 abgebildet.

Darüber hinaus hat der Kläger von der Beklagten den Ersatz pauschaler Abmahnkosten in Höhe von 214 € nebst Zinsen beansprucht.

Die im Unterlassungsantrag in Bezug genommene Anlage K 1 war ausschnittsweise wie folgt gestaltet:

[Abbildung]

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Die Berufung des Klägers ist ohne Erfolg geblieben (OLG Zweibrücken, WRP 2016, 1174).

Mit seiner vom Berufungsgericht zugelassenen Revision, deren Zurückweisung die Beklagte beantragt, verfolgt der Kläger seine Klageanträge weiter.

Entscheidungsgründe

I. Das Berufungsgericht hat die Klage als unbegründet angesehen. Dazu hat es ausgeführt:

Die vom Kläger beanstandete Werbung der Beklagten sei wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden. Die Beklagte habe den gebotenen Hinweis auf die Energieeffizienz in ausreichender Weise erteilt. Es genüge, wenn im Internet auf eine Pflichtangabe durch einen ausreichend aussagekräftigen Link hingewiesen werde, der direkt zu der Stelle führe, an der sich die Pflichtangabe befinde. Der Link „Mehr zum Artikel“ verdeutliche dem Interessenten, dass sich dort nähere Angaben zu dem Produkt befänden. Er verdeutliche nicht anders als Hinweise wie „Details“, „Produktinformationen“ oder auch nur „mehr“ unmissverständlich, dass der interessierte Kunde unter dem Link nähere Angaben auch zu den technischen Daten eines Produkts finden könne, zu denen die Energieeffizienzklasse zähle.

II. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision des Klägers ist begründet und führt zur Stattgabe der Klage.

1. Der vom Kläger verfolgte Unterlassungsantrag ist zulässig und aus §§ 8, 3, 3a UWG (§§ 3, 4 Nr. 11 UWG aF) in Verbindung mit Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung (EU) Nr. 626/2011 zur Ergänzung der Richtlinie 2010/30/EU im Hinblick auf die Kennzeichnung von Luftkonditionierern in Bezug auf den Energieverbrauch (im Weiteren: Delegierte Verordnung) begründet.

a) Der Kläger ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG klagebefugt.

b) Der Unterlassungsantrag orientiert sich durch seine Bezugnahme auf die Anlage K 1 an der konkreten Verletzungshandlung und ist daher bestimmt im Sinne von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

c) Da der Kläger den geltend gemachten Unterlassungsanspruch auf Wiederholungsgefahr gestützt hat, ist seine Klage nur begründet, wenn das beanstandete Verhalten der Beklagten sowohl zum Zeitpunkt seiner Vornahme rechtswidrig war als auch zum Zeitpunkt der Entscheidung in der Revisionsinstanz rechtswidrig ist (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 4. Februar 2016 – I ZR 181/14, GRUR 2016, 954 Rn. 10 = WRP 2016, 1100 – Energieeffizienzklasse I; Urteil vom 10. November 2016 – I ZR 29/15, GRUR 2017, 286 Rn. 8 = WRP 2017, 296 – Hörgeräteausstellung, jeweils mwN).

aa) In der Zeit zwischen der Veröffentlichung der beanstandeten Werbung am 1. September 2014 und der Verkündung des vorliegenden Revisionsurteils am 6. April 2017 ist das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb durch das Zweite Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb vom 2. Dezember 2015 (BGBl. I, S. 2158) mit Wirkung vom 10. Dezember 2015 novelliert worden. Eine für die Beurteilung des Streitfalls maßgebliche Änderung der Rechtslage im Hinblick auf den nunmehr in § 3a UWG geregelten Rechtsbruchtatbestand folgt daraus aber nicht (st. Rspr.; vgl. nur BGH, GRUR 2016, 954 Rn. 11 – Energieeffizienzklasse I; BGH, Urteil vom 23. Juni 2016 – I ZR 71/15, GRUR 2017, 95 Rn. 14 = WRP 2017, 69 –

Arbeitnehmerüberlassung, jeweils mwN).

bb) Die gemäß Art. 10 Abs. 2 der Delegierten Verordnung seit dem 1. Januar 2013 geltende Bestimmung des Art. 4 Buchst. c dieser Verordnung ist nicht geändert worden. Nach dieser Vorschrift hat der Händler sicherzustellen, dass bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Luftkonditionierermmodell mit energie- oder preisbezogenen Informationen auch dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird (Satz 1), und, wenn mehrere Effizienzklassen möglich sind, mindestens die der Klimazone „mittel“ entsprechende Energieeffizienzklasse genannt wird (Satz 2).

d) Die Bestimmung des Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung stellt eine dem Schutz der Verbraucher dienende Marktverhaltensregelung im Sinne von § 3a UWG und § 4 Nr. 11 UWG aF dar (zu Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung (EU) Nr. 1062/2010 zur Ergänzung der Richtlinie 2010/30/EU im Hinblick auf die Kennzeichnung von Fernsehgeräten in Bezug auf den Energieverbrauch vgl. BGH, GRUR 2016, 954 Rn. 13 – Energieeffizienzklasse I, mwN).

e) Das Berufungsgericht hat den vom Kläger geltend gemachten Unterlassungsanspruch zu Unrecht mit der Begründung verneint, die beanstandete Werbung der Beklagten habe den Erfordernissen entsprochen, die die Beklagte als Händlerin nach Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung zu beachten gehabt habe. Die Beklagte musste die Energieeffizienzklasse des beworbenen Luftkonditionierermmodells zwar nicht auf derselben Internetseite wie die preisbezogene Werbung angeben (dazu unter II 1 e aa). Der von der Beklagten unterhalb der beanstandeten Werbung angebrachte Link mit der Bezeichnung „Mehr zum Artikel“ entsprach aber nicht den Anforderungen, die an einen solchen elektronischen Verweis nach Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung zu stellen sind (dazu unter II 1 e bb).

aa) Die Beklagte hat nicht schon deshalb gegen Art. 4 Buchst.

c der Delegierten Verordnung verstoßen, weil sie die Angaben zur Energieeffizienzklasse des von ihr beworbenen Luftkonditionierermodells nicht auf derselben, sondern auf einer über einen elektronischen Verweis erreichbaren anderen Internetseite gemacht hat.

(1) Der Senat hat zu Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung (EU) Nr. 1062/2010 – nach dieser Vorschrift haben die Händler sicherzustellen, dass bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Fernsehgerätemodell mit energie- oder preisbezogenen Informationen auch dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird – entschieden, dass die Energieeffizienzklasse eines im Internet beworbenen Fernsehgerätemodells nicht auf derselben Internetseite wie die preisbezogene Werbung angegeben werden muss (BGH, GRUR 2016, 954 Rn. 15 bis 23 – Energieeffizienzklasse I). Die dort angestellten Erwägungen lassen sich ohne Einschränkungen auf die damit übereinstimmende Rechts- und Interessenlage bei der im Streitfall anzuwendenden Vorschrift des Art. 4 Buchst. c der Delegierten Verordnung übertragen.

(2) Dieses Ergebnis steht in Einklang mit der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union zu Art. 7 Abs. 4 Buchst. a der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken sowie der Rechtsprechung des Senats, nach der bei einer Internetwerbung wegen vom Gesetz geforderter und für den Verbraucher wesentlicher Angaben grundsätzlich auf eine andere Internetseite verwiesen werden kann (EuGH, Urteil vom 12. Mai 2011 – C-122/10, Slg. 2011, I-3903 = GRUR 2011, 930 Rn. 59 – Ving Sverige; BGH, GRUR 2016, 954 Rn. 24 – Energieeffizienzklasse I).

bb) Der in der beanstandeten Werbung angebrachte Link mit der Bezeichnung „Mehr zum Artikel“ entsprach jedoch nicht den Anforderungen, die an einen solchen elektronischen Verweis zu stellen sind.

(1) Nach Art. 4 Buchst. c Satz 1 der Delegierten Verordnung

muss der Händler bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Luftkonditionierermmodell mit energie- oder preisbezogenen Informationen die Angabe der Energieeffizienzklasse sicherstellen. Diese Verpflichtung soll, wie sich aus dem Erwägungsgrund 9 der Delegierten Verordnung ergibt, gewährleisten, dass die Verbraucher genauere Vergleichsangaben über die Leistung von Luftkonditionierern erhalten. Im Hinblick darauf muss ein Link, mit dem auf die Angabe der Energieeffizienzklasse auf einer anderen Internetseite verwiesen wird, nicht nur räumlich in der Nähe der preisbezogenen Werbung angebracht, sondern auch inhaltlich als elektronischer Verweis auf die Angabe der Effizienzklasse zu erkennen sein (vgl. BGH, GRUR 2016, 954 Rn. 22 – Energieeffizienzklasse I).

(2) Dem zuletzt genannten Erfordernis entspricht der von der Beklagten gesetzte Link nicht. Seine nur allgemeine Bezeichnung „Mehr zum Artikel“ führt dem Verbraucher nicht vor Augen, dass er an der betreffenden Stelle Informationen zur Energieeffizienzklasse findet, die für die Bewertung des Geräts in wirtschaftlicher und umweltmäßiger Hinsicht von erheblicher Bedeutung sind.

(3) Die Revisionserwiderung hat darauf hingewiesen, dass der Kunde in dem beanstandeten Internetauftritt der Beklagten nach den in den Vorinstanzen getroffenen Feststellungen einen Artikel erst in seinen virtuellen Warenkorb legen konnte, nachdem er die Seite mit den Produktdetails einschließlich der Angaben zur Energieeffizienzklasse aufgerufen hatte. Damit war aber lediglich gewährleistet, dass der Verbraucher vor dem Kauf des auf der Übersichtsseite beworbenen mobilen Klimageräts von dessen Energieeffizienzklasse Kenntnis erlangte. Nach Art. 4 Buchst. c Satz 1 der Delegierten Verordnung hat der Händler jedoch sicherzustellen, dass schon bei jeglicher Werbung für ein bestimmtes Luftkonditionierermmodell mit energie- oder preisbezogenen Informationen dessen Energieeffizienzklasse angegeben wird.

Insoweit sind allein die auf der Übersichtsseite enthaltenen Angaben zu berücksichtigen, nicht dagegen auch die Angaben auf der Seite mit den Produktdetails, zu der der Link mit der Bezeichnung „Mehr zum Artikel“ führte (vgl. oben unter II 1 e bb (2)).

(4) Angesichts des Gewichts der durch die beanstandete Verhaltensweise der Beklagten beeinträchtigten Interessen der Verbraucher ist der Verstoß auch geeignet, die Interessen der Verbraucher gemäß § 3a UWG (§ 3 Abs. 1 UWG aF) spürbar zu beeinträchtigen.

2. Nach den Ausführungen zu vorstehend II 1 war die vom Kläger gegenüber der Beklagten ausgesprochene Abmahnung berechtigt. Danach kann der Kläger von der Beklagten die ihm entstandenen Abmahnkosten ersetzt verlangen (§ 12 Abs. 1 Satz 2 UWG).

3. Da keine vernünftigen Zweifel an der vorstehend vorgenommenen Auslegung des Unionsrechts bestehen, ist kein Vorabentscheidungsersuchen an den Gerichtshof der Europäischen Union gemäß Art. 267 AEUV veranlasst (vgl. EuGH, Urteil vom 6. Oktober 1982 – 283/81, Slg. 1982, 3415 Rn. 21 = NJW 1983, 1257 – C. I. L. F. I. T.; Urteil vom 18. Oktober 2011 – C-128/09 bis C-131/09, C-134/09 und C-135/09, Slg. 2011, I-9711 = NVwZ 2011, 1506 Rn. 31 – Boxus).

III. Nach allem ist das Urteil des Berufungsgerichts aufzuheben und, da die Sache zur Endentscheidung reif ist, der Klage unter Abänderung des landgerichtlichen Urteils stattzugeben (§ 562 Abs. 1, § 563 Abs. 3 ZPO).

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.

Vorinstanzen:

LG Landau, Entscheidung vom 23.06.2015 – 4 O 380/14 –

OLG Zweibrücken, Entscheidung vom 21.06.2016 – 4 U 111/15 –