

GEULEN & KLINGER

Rechtsanwälte

per beA
Landgericht Frankfurt (Oder)
- Kammer für Handelssachen -
Postfach 11 75

15201 Frankfurt (Oder)

[REDACTED]

28. Februar 2024

K l a g e

Deutsche Umwelthilfe e.V.,
vertreten durch ihre Bundesgeschäftsführer
Jürgen Resch und Sascha Müller-Kraenner,
Fritz-Reichle-Ring 4, 78315 Radolfzell,

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

g e g e n

[REDACTED]

- Beklagte -

wegen eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs und eines Konventionalstrafenanspruchs.

Namens und in Vollmacht des Klägers erheben wir Klage und werden Folgendes beantragen:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, letztere zu vollziehen an den jeweils verantwortlichen Geschäftsführern der Beklagten,

zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Internet für neue Personenkraftwagenmodelle zu werben, ohne dabei Angaben über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen dieser Fahrzeugmodelle zu machen,

wie geschehen in der Anlage K 1 zur Klageschrift für den

Skoda Kamiq Style, 110 kW (150 PS), EZ 01/23, 10 km, 31.250 EUR.
2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 5.281,78 Euro nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

vorläufiger Streitwert: 30.001,- Euro

Sofern das Gericht das schriftliche Vorverfahren anordnet, wird für den Fall der Fristversäumnis oder des Anerkennens beantragt,

die Beklagte durch Versäumnisurteil oder Anerkenntnisurteil ohne mündliche Verhandlung zu verurteilen.

Zudem beantragen wir,

den Parteien während der mündlichen Verhandlung zu gestatten, sich an einem anderen Ort aufzuhalten (§ 128a ZPO).

Einer Entscheidung des Rechtsstreits durch den/die Vorsitzende(n) wird zugestimmt.

BEGRÜNDUNG

1. Streitgegenstand

Der Kläger ist ein nach dem Wettbewerbsrecht klagefähiger Umwelt- und Verbraucherschutzverband. Nach seiner Satzung bezweckt der Kläger unter anderem, die aufklärende Verbraucherberatung sowie den Umweltschutz in der Bundesrepublik Deutschland zu fördern. Seit dem 13. Oktober 2004 ist er in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 des Unterlassungsklagengesetzes mit Wirkung zum 11. Oktober 2004 eingetragen.

Die Liste ist über die Webseite des Bundesamtes für Justiz in ihrer jeweils aktuellen Fassung abrufbar. Der Kläger wird dort auf Seite 3 geführt (https://www.bundesjustizamt.de/SharedDocs/Downloads/DE/Verbraucherschutz/Liste_qualifizierter_Einrichtungen.pdf?__blob=publicationFile&v=12).

Die Beklagte handelt mit Kraftfahrzeugen. Sie verstößt in ihrer Internetwerbung auf

„<https://home.mobile.de/AUTOHAUSBADERUCOGBH#se>“

Oktober 2023, gegen die Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung für Pkw (Pkw-EnVKV) vom 28. Mai 2004, insbesondere gegen § 5 Pkw-EnVKV.

Dabei geht es um das im Klageantrag zu 1) näher bezeichnete Modell.

Beweis: Internetwerbung der Beklagten (**Anlage K 1**)

2. Verstoß gegen § 5 Pkw-EnVKV

Das Vorgehen der Beklagten stellt einen Verstoß gegen § 5 i.V.m. § 1 Absatz 2 Nr.1 Pkw-EnVKV dar.

In § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV ist folgendes geregelt:

„Hersteller und Händler, die Werbeschriften erstellen, erstellen lassen, weitergeben oder auf andere Weise verwenden, haben sicherzustellen, dass in den Werbeschriften Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen der betreffenden Modelle neuer Personenkraftwagen nach Maßgabe von Abschnitt I der Anlage 4 gemacht werden.“

Nach § 5 Abs. 2 Nr. 1 gilt Abs. 1 entsprechend für in elektronischer Form verbreitetes Werbematerial.

Nach der Anlage 4 zu § 5 Pkw-EnVKV und dem dortigen Abschnitt II sind durch den Verweis auf den Abschnitt I Absatz 3 Angaben der Verbrauchs- und CO₂-Werte nur dann nicht erforderlich, wenn der Händler lediglich für eine Fabrikmarke und nicht für ein Modell wirbt. Werden Angaben zur Motorisierung, zum Beispiel zu Motorleistung, Hubraum oder Beschleunigung gemacht, wirbt man aber stets für ein konkretes Modell (grundsätzlich zur Pkw-EnVKV vgl. auch Schmidt, NJW 2005, 329 – 332).

Vorliegend macht die Beklagte in ihrer Werbung Angaben zur Motorisierung des beworbenen Fahrzeugs, indem sie Angaben zur Motorleistung des Fahrzeugs in kW und PS macht.

Beweis: Internetwerbung der Beklagten (Anlagen K 1)

Die Beklagte war daher verpflichtet, die Angaben zu den Verbrauchs- und CO₂-Werte in der Anzeige zu machen. Dies hat die Beklagte nicht getan.

Die Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO₂-Emissionen fehlten in Gänze.

Beweis: Internetwerbung der Beklagten (Anlagen K 1)

3. Unterlassungsanspruch gegenüber der Beklagten

Der Kläger kann wegen der Werbungen einen Unterlassungsanspruch gegenüber der Beklagten geltend machen und tut dies mit dem Klageantrag zu 1).

Der Unterlassungsanspruch ergibt sich aus §§ 8, 3, 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG i.V.m. §§ 1 Abs. 1, 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 Pkw-EnVKV i.V.m. Abschn. II der Anlage 4 zu § 5 Pkw-EnVKV.

Nach § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, die der Verbraucher oder der sonstige Marktteilnehmer nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und deren Vorenthalten dazu

geeignet ist, den Verbraucher oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Nach § 5b Abs. 4 UWG gelten als wesentlich im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG solche Informationen, die dem Verbraucher auf Grund unionsrechtlicher Verordnungen oder nach Rechtsvorschriften zur Umsetzung unionsrechtlicher Richtlinien für kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen.

Die Angaben über die Emissionen und den Kraftstoffverbrauch von Fahrzeugen stellen wesentliche Informationen im Sinne des § 5b Abs. 4 UWG dar.

In dem Urteil „Neue Personenkraftwagen“ vom 21. Dezember 2011 hat der BGH entschieden:

„Bei den in der Werbung anzugebenden Werten zum Kraftstoffverbrauch und zu den CO₂-Emissionen handelt es sich um Informationen, die die Werbung und damit die kommerzielle Kommunikation betreffen und die dem Verbraucher aufgrund einer unionsrechtlichen Richtlinie, der Richtlinie 1999/94/EG, nicht vorenthalten werden dürfen (§ 5a Abs. 4 UWG; Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie 2005/29/EG). Derartige Informationen sind nach der gesetzlichen Regelung stets wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG und Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG. Werden Informationen vorenthalten, die das Unionsrecht als wesentlich einstuft, ist zugleich geklärt, dass das Erfordernis der Spürbarkeit nach § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG erfüllt ist (vgl. BGH, GRUR 2010, 852 Rn. 21 - Gallardo Spyder; Urteil vom 29. April 2009 - I ZR 66/08, GRUR 2010, 1142 Rn. 24 = WRP 2010, 1517 - Holzocker; BGH, Urteil vom 29. April 2010 - I ZR 99/08, GRUR 2011, 82 Rn. 33 = WRP 2011, 55 - Preiswerbung ohne Umsatzsteuer; Bornkamm in Köhler/Bornkamm aaO § 5a Rn. 57; ders. WRP 2012, 1, 5).“

(BGH, Urteil vom 21. Dezember 2011 – I ZR 190/10, Juris, Rn. 25)

Auch das OLG Frankfurt am Main hat mit Urteil vom 9. Juni 2022 entschieden, dass genaue, zweckdienliche und vergleichbare Informationen über den spezifischen Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen von Personenkraftwagen die Kaufentscheidung der Verbraucher zugunsten sparsamerer, CO₂-reduzierter Fahrzeuge beeinflussen können. Das Vorenthalten dieser Informationen ist grundsätzlich geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 9. Juni 2022 – 6 U 102/21, Juris, Rn. 36).

Das OLG Köln hat geklärt, dass es sich bei den in der Werbung anzugebenden Werten zu Kraftfahrstoffverbrauch und CO₂-Emissionen um auf das Unionsrecht zurückgehende

verbraucherschützende Informationen handelt, die stets wesentlich sind, und deren Vorenthaltung damit auch stets spürbar ist (OLG Köln, Urteil vom 10. Juni 2022 – 6 U 3/22, Juris, Rn. 68).

Die Angaben zu Verbrauchs- und Emissionswerten sind mithin wesentliche Angaben im Sinne des § 5b Abs. 4 UWG, die die Verbraucher benötigen, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Ihre fehlende Mitteilung ist geeignet, die Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten (Köhler, in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 40. Aufl. 2022, UWG § 3a Rn. 1.213). Die verspätete Mitteilung steht gemäß § 5 a Abs. 2 Nr.3 UWG einer vorenthaltenen Mitteilung gleich.

4. Konventionalstrafenanspruch gegenüber der Beklagten

Der Kläger kann auch einen Konventionalstrafenanspruch geltend machen und tut dies mit dem Antrag zu 2) in Höhe von 5.001,00 Euro.

Mit einer Unterlassungserklärung vom 26. Juni 2018 verpflichtete sich die Beklagte dazu, es zu unterlassen, insbesondere in „*elektronisch verbreitetem Werbematerial*“ für Fahrzeuge zu werben, ohne dabei die Pflichtangaben zu dem Kraftstoffverbrauch und zu den CO₂-Emissionen der beworbenen Fahrzeuge „*nach Maßgabe und unter Beachtung*“ der Pkw-EnVKV „*in ihrer jeweils geltenden Fassung*“ zu machen und für den Fall des Verstoßes eine Vertragsstrafe in Höhe von 5.001,- EUR an den Kläger zu zahlen.

Beweis: Unterlassungserklärung (**Anlage K 2**)

Im Rahmen der Unterlassungserklärung nahm die Beklagte auf das (über das Internet elektronisch verbreitete) ePaper „Der Oberlandspiegel“ durch einen „so wie geschehen in“- Einschub Bezug.

Durch diese Bezugnahme wird der Umfang der Unterlassungserklärung nicht beschränkt. Vielmehr wird durch einen solchen Zusatz verdeutlicht, welche Verletzungshandlung der Unterlassungserklärung zugrunde lag.

Die Unterlassungserklärung vom 26. Juni 2018 enthält einen abstrakt gehaltenen Teil, mit dem sich die Beklagte verpflichtet, bei elektronisch verbreiteter Werbung die Pflichtangaben zu machen. Allein aus dem abstrakt gehaltenen Teil der Erklärung ergibt sich

eine Verpflichtung der Beklagten, die diese streitgegenständlich missachtet hat. Dies begründet den Vertragsstrafenanspruch des Klägers.

Eine etwaige Auslegung der Unterlassungserklärung ist zur Begründung des Vertragsstrafenanspruchs des Klägers daher nicht erforderlich.

Nimmt man eine solche dennoch vor, so ergibt sich, dass der Beklagten selbst ein weitreichendes Verständnis ihres Unterlassungsvertrages zugrunde lag:

Die Auslegung eines Unterlassungsvertrages richtet sich nach den allgemeinen Grundsätzen (BGH, Urt. v. 13. November 2013 – I ZR 77/12, Juris, Rn. 28). Die Parteien sind grundsätzlich frei den Inhalt des Vertrages zu wählen. Maßgebend für die Reichweite einer vertraglichen Unterlassungsverpflichtung ist daher der wirkliche Wille der Vertragsparteien (§§ 133, 157 BGB).

Der Zweck einer Unterlassungserklärung ist es, nach einer Verletzungshandlung die Vermutung der Wiederholungsgefahr auszuräumen. Aufgrund der Kerntheorie gilt die Vermutung der Wiederholungsgefahr für alle gleichartigen Verletzungsformen. Der Zweck der Unterlassungserklärung spricht daher dafür, dass die Vertragsparteien im Kern gleichartige Verletzungsformen erfassen wollten (OLG Frankfurt, Urt. v. 9. Juni 2022 – 6 U 102/21, Juris, Rn. 40; OLG Köln, Urt. v. 13. März 2020 – I-6 U 201/19 – Juris, Rn. 95). Das Ziel des Klägers, eine umfassende Einhaltung der Vorschriften der Pkw-EnVKV zu erreichen, war für die Beklagte – wie für jedermann – eindeutig aus der Stellung des Klägers als Umwelt- und Verbraucherschutzverband abzuleiten.

Die Bezugnahme in der Unterlassungserklärung auf das ePaper ist somit unschädlich. Sowohl im Jahr 2018 als auch im vorliegenden Fall geht es um rechtswidrige Werbung, die von der Beklagten über das Internet verbreitet wurde.

Die Beklagte hat sich zur Zahlung einer festen Vertragsstrafe in Höhe von 5.001,00 € verpflichtet. Auf Fragen der Angemessenheit kommt es daher nicht an.

5. Vorgerichtliche Abmahnung / Wiederholungsgefahr

Die Beklagte wurde wegen der Werbung durch Schreiben des Klägers vom 24. November 2023 aufgefordert, eine Unterlassungserklärung abzugeben, die Vertragsstrafe zu zahlen und die Kosten der Abmahnung zu tragen.

Beweis: Schreiben des Klägers (**Anlage K 3**)

Die Beklagte reagierte durch Schreiben vom 29. November 2023 und erklärte, dass das Fahrzeug am 27. November 2023 an die [REDACTED] weiterverkauft worden sei. Zuvor sei das Fahrzeug vom Sohn des Geschäftsführers der Beklagten überführt und auch genutzt worden. Das Fahrzeug habe zum Zeitpunkt der Bewerbung „mehr als 1.000 km“ Laufleistung gehabt, zum Zeitpunkt der Weiterveräußerung an die [REDACTED] seien es 1.500 km gewesen. Es sei mithin ein Gebrauchtfahrzeug beworben worden. Die Angabe des Kilometerstandes in der streitgegenständlichen Werbung mit 10 km sei fehlerhaft passiert.

Beweis: Schreiben der Beklagten (**Anlage K 4**)

Die Argumente der Beklagten stehen den Ansprüchen des Klägers nicht entgegen.

Zunächst ist es für die Einordnung als Neufahrzeug unerheblich, welchen Kilometerstand das Fahrzeug zum Zeitpunkt der angeblichen Weiterveräußerung an die Autohaus Schniegler GmbH hatte. Maßgeblich ist insoweit allein der Zeitpunkt der Bewerbung bzw. der Zeitpunkt, an welchem der Kläger den Verstoß festgestellt hat.

Zu diesem Zeitpunkt hatte das Fahrzeug eine Laufleistung von 10 km.

Es wird hiermit bestritten, dass das streitgegenständliche Fahrzeug zu diesem Zeitpunkt eine Laufleistung von „mehr als 1.000 km“ hatte.

Selbst wenn das Fahrzeug zwischenzeitlich genutzt worden wäre – auch diese Nutzung wird hiermit bestritten – stünde dies der Neuwageneigenschaft des Fahrzeugs nicht entgegen. Eine zwischenzeitliche Nutzung beispielsweise als Vorführgewagen oder Werkstattfahrzeug steht der Neuwageneigenschaft des Fahrzeugs nicht entgegen. Eine kurzzeitige private Nutzung ändert nichts daran, dass das Fahrzeug von der Beklagten zum Zweck des Weiterverkaufs angeschafft worden war und dann auch zu diesem Zweck an ein anderes Autohaus veräußert wurde.

Letztlich wird es auf diese tatsächlichen Fragen aber nicht einmal ankommen, denn nach Rechtsprechung des BGH ist

„Für die Frage, ob es sich um einen neuen Personenkraftwagen im Sinne von § 1 Abs. 1, § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV handelt, [...] nicht das im in elektronischer Form verbreiteten Werbematerial (hier: Werbung eines Autohändlers auf Facebook) im Sinne von § 5 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 Pkw-EnVKV abgebildete konkrete Fahrzeug maßgebend, sondern der Personenkraftwagen, für den geworben wird (im Anschluss an BGH, Beschluss vom 28. Mai 2020 - I ZR 170/19, GRURPrax 2020, 420).“

(BGH, Urteil vom 1. April 2021 – I ZR 115/20, Juris, Leitsatz)

Selbst wenn also nach dem Vortrag der Beklagten das streitgegenständliche Fahrzeug eine Laufleistung von mehr als 1000 km aufweisen würde und damit nicht als neuer Personenkraftwagen im Sinne der Pkw-EnVKV zu qualifizieren wäre, hätte die Beklagte durch die streitgegenständliche Werbung für neue Personenkraftwagen gleichen Modells geworben. Noch zum Zeitpunkt der Klageerhebung können Fahrzeuge des gleichen Fahrzeugmodells als Neufahrzeuge im Internet erworben werden (siehe **Anlage K 5**).

Allein dies begründet die Kennzeichnungspflicht.

Dem steht nicht entgegen, dass die Beklagte vorrangig mit Ford-Fahrzeugen handelt. Denn: Es ist üblich und stets möglich, auf Kundenwunsch hin das gewünschte Fahrzeug zu beziehen, um es dem nachfragenden Kunden verkaufen zu können.

Selbst wenn die Beklagte nicht im Kundenauftrag neue Personenkraftwagen gleichen Modells verkaufen könnte, stünde dies den geltend gemachten Ansprüchen nicht im Wege, denn in der bereits zuvor zitierten Entscheidung des BGH erklärte dieser im weiteren:

„Nach dem Wortlaut des § 1 Abs. 1 Pkw-EnVKV trifft die Informationspflicht über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen nicht nur den Hersteller oder Händler, der neue Personenkraftwagen zum Kauf oder Leasing anbietet. Der Verordnungsgeber hat dieselbe Verpflichtung dem Hersteller oder Händler auferlegt, der für den Kauf oder das Leasing neuer Personenkraftwagen (nur) wirbt. Dies entspricht dem bereits dargelegten Zweck der Pkw-EnVKV sicherzustellen, dass die Verbraucher bereits durch die Werbung für Kauf oder Leasing Informationen über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen von neuen Personenkraftwagen erhalten und so bereits im Vorfeld einer konkreten Kaufsituation ihre Entscheidung in voller Sachkenntnis treffen können. Dementsprechend sind gemäß § 5 Pkw-EnVKV die Informationspflichten auch in Werbeschriften und in elektronisch verbreitetem Werbematerial zu erfüllen, ohne dass der Verordnungsgeber

dies davon abhängig gemacht hat, dass der werbende Hersteller oder Händler objektiv zur Lieferung des beworbenen Pkw-Modells in der Lage ist.“

(BGH, Urteil vom 1. April 2021 – I ZR 115/20, Juris, Rn. 30; Unterstreichungen durch den Verfasser)

Die Kennzeichnungspflicht besteht daher sogar dann, wenn der Händler eines Neufahrzeugs nicht einmal zur Bestellung eben jenes Fahrzeugs in der Lage ist.

Die Beklagte war daher zur Abgabe der Unterlassungserklärung und der Zahlung der Vertragsstrafe und der Abmahnpauschale verpflichtet. Da die Beklagte diesen Verpflichtungen nicht nachgekommen ist, war Klage geboten.

6. Abmahnpauschale

Der Kläger kann seine Abmahnungskosten von der Beklagten ersetzt verlangen und tut dies mit der Forderung des Klageantrags zu 2). Rechtsgrundlage ist § 13 Abs. 3 UWG und §§ 683 Satz 1, 677, 670 BGB. Dies begründet den Zahlungsanspruch.

Anerkannt ist, dass Verbände Pauschalen der durchschnittlich anfallenden Kosten geltend machen können. Eine Aufstellung der durchschnittlichen Kosten des Klägers wird als **Anlage K 5** beigelegt. Daraus ergeben sich unter Hinzufügung der USt 280, 78 Euro. Diese sind im Klageantrag enthalten. Im Zweifel kann die Schätzung der Kosten nach § 287 ZPO die geeignete Maßnahme zur Feststellung der Höhe sein.

7. Gerichtsstand / Streitwert

Die örtliche Zuständigkeit des Landgerichts folgt aus dem Geschäftssitz der Beklagten.

Für Unterlassungsansprüche wegen Verstößen gegen die Kennzeichnungspflichten der Pkw-EnVKV hat sich in den vergangenen Jahren eine gefestigte Rechtsprechung des BGH und der Oberlandesgerichte zum Streitwert herausgebildet. Dabei ist sowohl zu berücksichtigen, dass Angaben zu den Folgekosten eines Autokaufs (wie es die Angaben zum Kraftstoffverbrauch [Benzinpreis] und zu den CO₂-Emissionen [Höhe der Kfz-Steuer] sind) für die Kaufentscheidung des einzelnen Verbrauchers von erheblicher Bedeutung sind. Darüber hinaus ist zu bewerten, dass ein Verbraucherschutzverband nicht nur die Interessen eines einzelnen Marktteilnehmers wahrnimmt, sondern die Interessen der Allgemeinheit vertritt, was sich grundsätzlich streitwerterhöhend auswirkt.

Auf der Grundlage dieser Überlegungen setzen der BGH und die Oberlandesgerichte den Streitwert (nahezu) übereinstimmend auf 30.000 Euro fest (vgl. etwa BGH, Urt. v. 5.3.2015 - I ZR 164/13 -, juris; Beschluss vom 23.02.2012 – I ZR 39/11; BGH, Urt. v. 21.12.2011 – I ZR 190/10; OLG Frankfurt a.M., Beschluss vom 05.09.2013 – 25 W 37/13; OLG Frankfurt a.M., Beschluss vom 08.07.2013 – 6 W 63/13; OLG Stuttgart, Beschluss vom 02.01.2013 – 2 W 51/12; OLG Düsseldorf, Urteil vom 18.12.2012 – I-20 U 1/12; OLG Köln, Beschluss vom 05.04.2012 – 6 U 29/12); OLG München, Beschluss vom 16.03.2012 – 29 W 447/12; OLG München, Urteil vom 06.10.2011 – 29 U 2574/11; OLG Oldenburg, Beschluss vom 01.03.2011 – 6 W 15/11; OLG Oldenburg, Beschluss vom 07.07.2008 – 1 W 57/08; OLG Celle, Beschluss vom 24.01.2011 – 13 W 112/10; Pfälzisches OLG Zweibrücken, Beschluss vom 30.07.2009 – 4 W 41/09; OLG Hamm, Beschluss vom 15.04.2008 – I-4 W 29/08; OLG Dresden, Beschlüsse vom 25.04.2008 – 14 W 0150/08 und 14 U 0136/08).

Danach kommt es hier „auf die gerade den Verbrauchern drohenden Nachteile an. Dieses Interesse kann unter Umständen erheblich höher liegen als das Interesse des Mitbewerbers. Die hier fehlenden Angaben über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen beeinträchtigen die gesetzlich geschützten Informationsinteressen des Verbrauchers, der so Gefahr läuft, seine Kaufentscheidung auf der Basis ungenügender Informationen zu treffen, die gegebenenfalls anders ausgefallen wäre“ (OLG Dresden, Beschl. v. 25.04.2008 – 14 W 0150/08, BA S. 2).

Obwohl damit ein Streitwert von 30.000 € für den Unterlassungsanspruch angemessen wäre, schlägt der Kläger in Anwendung der regelmäßigen Rechtsprechung des Oberlandesgerichts Brandenburg einen Streitwert von 25.000 € für den Unterlassungsanspruch vor.

Dazu kommt der Wert der Vertragsstrafe.

Die Kosten der Abmahnung bleiben bei der Streitwertberechnung als untergeordnete Nebenforderung außen vor.


(Rechtsanwalt)

