

Beglaubigte Abschrift

Hanseatisches Oberlandesgericht

Az.: 15 U 152/20
416 HKO 218/19
LG Hamburg



Beschluss

In der Sache

Deutsche Umwelthilfe e.V., vertreten durch d. Vorstand, Fritz-Reichle-Ring 4, 78315 Radolfzell
- **Kläger, Berufungskläger u. Berufungsbeklagter** -

Prozessbevollmächtigte:

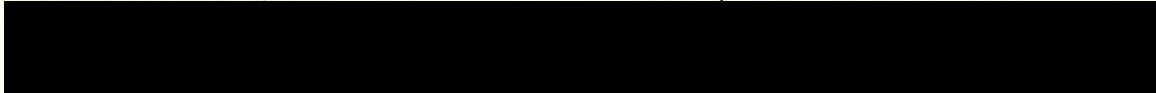
Rechtsanwälte **Geulen & Klinger**, Schaperstraße 15, 10719 Berlin, Gz.: ./.

gegen



- **Beklagte, Berufungsbeklagte u. Berufungsklägerin** -

Prozessbevollmächtigte:



beschließt das Hanseatische Oberlandesgericht - 15. Zivilsenat - durch die Vorsitzende Richterin am Oberlandesgericht Dörffler, die Richterin am Oberlandesgericht Blömer und den Richter am Oberlandesgericht Dr. Hewicker am 12.01.2021:

Nach Vorberatung weist der Senat darauf hin, dass die Berufung des Klägers wohl Aussicht auf Erfolg haben dürfte, die der Beklagten hingegen nicht. Dem liegen folgende Erwägungen zugrunde:

1. Berufung des Klägers

Der Kläger trägt mit der Berufung vor:

Entgegen der Ansicht des Landgerichtes handele es sich bei Kühlschränken nicht um Geräte mit einem Preis im drei- oder vierstelligen Bereich, sondern im Mittel um einen Preis von ca. 300 €. Die Geräte hätten keine Türgriffe gehabt, die sich öffnen ließen, da es sich um Einbaugeräte gehandelt habe. Dies habe zu einem spürbaren Verbraucherrechteverstoß geführt. Der Sinn der Energieeffizienzetiketten sei, dass der Verbraucher auf den ersten Blick erkennen könne, welches die energieeffizienten Geräte seien. Der Verbraucher solle bereits dann, wenn er vor den

Geräten steht, erkennen können, welches Gerät besonders hohe Folgekosten auslöse. Dies sei nicht möglich, wenn die Etiketten innen liegend angebracht seien und sich an den ausgestellten Geräten nicht mal ein Griff zum Öffnen befinde. Der Verbraucher wisse auch nicht, dass er die Geräte überhaupt öffnen dürfe. Daher sei es ihm nicht möglich gewesen, die wesentlichen Informationen zum Energieverbrauch so zu erlangen, dass er eine informierte Entscheidung habe treffen können. Nach der Entscheidung des BGH „Energieeffizienzklasse III“ bestehe eine Vermutung dafür, dass das Vorenthalten einer wesentlichen Information geeignet sei, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er sonst nicht getroffen hätte.

Die Beklagte erwidert:

Die von der Beklagten angebotenen und vom Kläger vorliegend in seiner Darstellung angegriffenen Kühlschränke hätten Preise zwischen 199,99 € und 749,- € ausgewiesen. Die Kühlschränke seien auch alle zu öffnen gewesen, z.T. auch ohne Griff. Es sei abwegig davon auszugehen, dass der Kunde den Eindruck habe bekommen können, er dürfe die Produkte nicht öffnen. Die Innenansicht des Kühlschranks sei neben dem Preis und der Größe ein entscheidendes Kaufkriterium. Deshalb sei es ausgeschlossen, dass ein Kunde einen Kühlschrank kaufe, den er nur im geschlossenen Zustand gesehen habe. Damit sei auch sicher, dass der Verbraucher das Label vor dem Verkauf sehen könne. Im Übrigen seien die Energieetiketten wegen ihrer grafischen Größe nicht aus jedem Blickwinkel in der jeweiligen Produktstraße zu erkennen. Der Zeuge [REDACTED] habe mitgeteilt, dass bei der Beklagten etwa 50 Kühlschränke ausgestellt gewesen seien. Deshalb sei es schon in praktischer Hinsicht nicht möglich, dass der Verbraucher die unmittelbare und direkte Vergleichsmöglichkeit durch Kenntnisnahme aller Energieetiketten auf einen Blick habe.

Die Berufung des Klägers dürfte erfolgreich sein. Die Klage ist auch insoweit begründet, als das Landgericht sie abgewiesen hat.

Der Kläger hat einen Anspruch gegen die Beklagte auf Unterlassung des Angebots von Haushaltskühlgeräten unter Verwendung verdeckter Etiketten zur Energieeffizienz kennzeichnung, wenn diese innen in geschlossenen Kühlgeräten angebracht sind, gemäß §§ 8 Abs. 1, 3 Nr. 3, 3 Abs. 1, 3 a UWG iVm § 4 Abs. 4 EnKV und Art. 6 a) der EU-Rahmenverordnung zur Energieverbrauchskennzeichnung (EU) 2017/1369 iVm Art. 4 a) der Delegierten Verordnung (EU) Nr. 1060/2010.

Nach § 8 Abs. 1 S. 1 UWG kann, wer eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Nach § 3 Abs. 1 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig und gemäß § 3a UWG handelt unlauter, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln und der Verstoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen.

Der Kläger ist als eingetragener Umwelt- und Verbraucherschutzverband unstreitig aktiv legitimiert gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG.

Die Ausstellung von Elektrogeräten zum Verkauf in einem Ladenlokal ist unzweifelhaft eine geschäftliche Handlung gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG.

Die o.g. Regelungen zur Energiekennzeichnung bei Haushaltskühlgeräten sind Marktverhaltensregeln im Sinne von § 3a UWG (BGH GRUR 2017, 288, Rn. 26 – Energieverbrauchskennzeichnung).

Nach Art. 4 a der Delegierten Verordnung (EU) Nr. 1060/2010 stellen Händler sicher, dass alle Haushaltskühlgeräte in der Verkaufsstelle das von den Lieferanten gemäß Art. 3 a bereitgestellte Etikett deutlich sichtbar außen an der Vorder- oder Oberseite tragen. Dies ist nach den von der Berufung nicht angegriffenen Feststellungen des Landgerichts in 5 Fällen in den Verkaufsräumen der Beklagten am 10.8.2019 nicht der Fall gewesen, weil bei 5 Kühlschränken die Energieeffizienzkenzeichnungsetiketten nicht außen, sondern innen angebracht waren.

Dieser Verstoß ist geeignet, die Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen. Ob eine Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung besteht, beurteilt sich nach dem Schutzzweck der verletzten Marktverhaltensregelung. Sie ist zu bejahen, wenn eine Beeinträchtigung der geschützten Interessen nicht nur theoretisch, sondern auch tatsächlich mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit eintreten kann (Köhler in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 39. Aufl. 2021, § 3a Rn. 1.99 m.w.N. aus der Rspr.). Zusätzlich muss der Verstoß geeignet sein, den durchschnittlichen Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte (BGH GRUR 2019, 82, Rn. 31 - Jogginghosen). Das ist dann anzunehmen, wenn das Verhalten des Unternehmers den Durchschnittsverbraucher davon abhalten kann, die Vor- und Nachteile einer geschäftlichen Entscheidung zu erkennen, abzuwägen und eine effektive Wahl zu treffen (Köhler a.a.O., Rn. 1.103). Dies ist in der Regel zu bejahen. Der Verstoß gegen eine Marktverhaltensregelung indiziert im Regelfall die Eignung zur spürbaren Beeinträchtigung der Interessen der Verbraucher, an die sich die Handlung richtet (Köhler a.a.O. Rn. 1.112). Bei der Verletzung von unionsrechtlichen Informationspflichten ist zudem von dem Regelfall auszugehen, dass Verbraucherrinnen und Verbraucher die Information zur Energieeffizienzklasse für ihre Kaufentscheidung benötigen. Den Unternehmer, der geltend macht, dass der Verbraucher abweichend von diesem Regelfall die Information nicht benötigt, trifft insoweit eine sekundäre Darlegungslast (BGH, Urteil vom 7.3.2019, IZR 184/17, Rn. 28 und 30 – Energieeffizienzklasse III).

Unter Zugrundelegung dieser Voraussetzungen ist davon auszugehen, dass der Verstoß gegen die Regelung, dass die Etiketten zur Energieeffizienzklasse außen an den Kühlgeräten anzubringen sind, dazu geeignet ist die Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie anderenfalls nicht getroffen hätten. Die nach der zitierten Rechtsprechung des BGH bestehende Vermutung hat die Beklagte nicht zu widerlegen vermocht. Zwar ist mit der Beklagten und dem Landgericht davon auszugehen, dass der Verbraucher vor einer Kaufentscheidung die angebotenen Kühlschränke öffnen wird, um sich auch ein Bild von dem Innern des Kühlschranks zu machen und hierzu auch ohne Griff an der Tür in der Lage ist.

Eine geschäftliche Entscheidung ist nach der Definition des § 2 Abs. 1 Nr. 9 UWG aber jede Entscheidung eines Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er ein Geschäft abschließen, eine Zahlung leisten, eine Ware oder Dienstleistung behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit einer Ware oder Dienstleistung ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer sich entschließt, tätig zu werden. Der Begriff der geschäftlichen Entscheidung ist richtlinienkonform anhand der Legaldefinition in Art. 2 k) UGP-RL und damit weit auszulegen (OLG Köln, GRUR-RR 2016, 284 Rn. 39). Um einen umfassenden Schutz der

Entscheidungsfreiheit zu gewährleisten, werden von der Definition auch Entscheidungen im Vorfeld des eigentlichen Geschäftsabschlusses erfasst, auch wenn sie sich nur im tatsächlichen Bereich abspielen. Der Begriff erfasst deshalb außer der Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb auch damit unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen wie insbesondere das Betreten eines Geschäfts, das Aufsuchen einer Internetseite oder die Anforderung von Prospektmaterial (vgl. EuGH, GRUR 2014, 196 Rn. 36 – Trento Sviluppo; BGH, GRUR 2016, 1076 Rn. 29 – LGA tested; GRUR 2017, 1269 Rn. 19 – MeinPaket.de II; GRUR 2018, 438 Rn. 34 – Energieausweis; MüKoUWG/Bähr, 3. Aufl. 2020, UWG § 2 Rn. 378, 379) oder den Zugang zu einem im Internet angebotenen Produkt über eine Übersichtsseite, um sich mit dem Produkt im Detail zu beschäftigen (BGH GRUR 2019, 746 Rn. 29 – Energieeffizienzklasse III). Deshalb stellt auch bereits die nähere Beschäftigung mit Produkten im stationären Handel eine geschäftliche Entscheidung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 9 UWG dar.

Der Verbraucher wird durch die fehlende Energieeffizienzbezeichnung außen an den Kühlgeräten dazu veranlasst oder davon abgehalten, sich näher mit den Geräten zu beschäftigen. Er muss sie nicht nur öffnen, um sich ein Bild von dem jeweiligen Inneren zu machen, sondern auch um zu erfahren, welchen Energieverbrauch das einzelne Gerät hat. Dabei ist ihm zunächst nicht bekannt, dass sich die Angaben zum Energieverbrauch im Innern der Kühlschränke befinden, er muss also zunächst davon ausgehen, dass die Angaben überhaupt nicht vorhanden sind und wird erste Vergleiche der Geräte ohne diese Informationen vornehmen. Weiterhin kann der Verbraucher die Geräte nicht unmittelbar miteinander vergleichen, sondern muss dafür zahlreiche Türen öffnen und offen stehen lassen. Er kann mithin nicht auf den ersten Blick erkennen, welche Geräte besonders energieeffizient sind und wie die Geräte sich in dieser Frage zueinander verhalten. Die Beklagte weist darauf hin, dass in ihrem Geschäft ca. 50 Kühlschränke gleichzeitig ausgestellt waren, so dass ein Vergleich der Geräte unter Heranziehung der Energieetiketten sowieso kaum möglich gewesen sei. Dabei übersieht die Beklagte, dass ein Vergleich ohne sichtbare Etiketten überhaupt nicht mehr möglich ist. Der Kunde muss zahlreiche Kühlschränke erst öffnen und kann dadurch auf einen Blick die Unterschiede nicht erkennen oder den Vergleich auch nur auf wenige Geräte eingrenzen. Der Verbraucher wird die Energieeffizienz der Geräte damit nicht in seine erste Auswahlentscheidung einbeziehen können. Sinn und Zweck der Energieeffizienzbezeichnung ist es aber gerade, dass der Verbraucher seine Entscheidung in erster Linie hiervon leiten lässt, was ihm so nicht möglich ist.

Die durch die begangene Rechtsverletzung indizierte Wiederholungsgefahr besteht mangels Abgabe einer Unterlassungsverpflichtungserklärung fort.

2. Berufung der Beklagten

Die Beklagte trägt mit ihrer Berufung vor:

Das Landgericht Bremen habe in einem vergleichbaren Verfahren darauf hingewiesen, dass mit der Anbringung eines schwarz-weißen Etiketts zur Energieeffizienzbezeichnung dem Verbraucher keine wesentliche Information vorenthalten werde. Daraufhin habe der Kläger die Klage zurückgenommen. Ausweislich des Erhebungsbogens des Zeugen [REDACTED] hatte die Beklagte etwa 100 TV Geräte und zehn Geschirrspüler ausgestellt. Davon seien jeweils nur eins

mit einem schwarz-weißen Label ausgestattet gewesen. Bei dem Geschirrspüler habe zudem direkt daneben ein Gerät gestanden, bei dem ein farbiges Etikett vorhanden war. Dem Verbraucher werde keine Information vorenthalten, wenn das im Übrigen mit allen erforderlichen Informationen und Anordnungen ausgestattete Energieetikett nur schwarz-weiß abgebildet sei. Der Informationserfolg, auf den nach dem BGH abzustellen sei, werde erreicht. Die Farbgestaltung als solche vermittele keine Information. Die Informationen würden lediglich nicht so dargestellt, wie dies die entsprechenden Normen verlangen würden, die von der EU-Verordnung verlangte Kerninformationen, nämlich um welche Energieeffizienzklasse es sich handele, werde gegeben. Dies folge auch daraus, dass nach den geltenden delegierten Verordnungen für die einzelnen Produktgruppen Etiketten mit unterschiedlichen Skalen relevant seien. Die farbliche Gestaltung dieser Etiketten unterscheide sich allerdings nicht. Die Farbskala reiche jeweils von dunkelgrün bis dunkelrot. Ein gelb gekennzeichnetes Produkt könne daher etwa beim Backofen Energieeffizienzklasse D bedeuten, bei einem Wäschetrockner demgegenüber die Klasse A. Der Verbraucher sei zu seiner Orientierung daher maßgeblich auf den Abdruck der Buchstabenskala angewiesen. Außerdem werde die konkrete Energieeffizienzklasse immer in schwarz-weiß dargestellt.

Der Verbraucher könne auch bei einem schwarz-weißen Etikett erkennen, welche Energieeffizienzklasse das entsprechende Gerät besitze. Die Farbabstufungen der Pyramide seien auch in schwarz-weiß durch verschiedene Graustufungen leicht zu erkennen. Entscheidend seien die Buchstaben, die aus sich heraus verständlich seien. Schulnoten seien ja auch nicht farblich gekennzeichnet. Der Erwägungsgrund 14 der EU-Rahmenverordnung (2017/1369) verlange ein solches Etikett beim Fernabsatz nicht. Deshalb sei ein Vergleich mit einem Kunden, der im Laden ein Produkt anfrage, das nicht ausgestellt sei, naheliegend. Schon aus diesem Grund könne dem Etikett nicht die vom Landgericht zugemessene Bedeutung zukommen.

Der Kläger erwidert hierauf:

Die Farbskalierung der Etiketten sei eine wesentliche Information im Sinne des § 5a Abs. 2 UWG, da der Verbraucher hierdurch in Sekundenschnelle erfassen könne, ob es sich bei dem Produkt um ein energieeffizientes oder weniger effizientes Gerät handele. Dies sei für den Verbraucher wesentlich, da Produkte mit einer sehr guten Energieeffizienzklasse meist teurer seien als andere. Diese Preisunterschiede würden sich jedoch bei der Benutzung bezahlt machen. Hierfür seien auch die Farben wichtig, damit die Einstufung der Geräte für den Verbraucher möglichst einfach und intuitiv nachvollziehbar sei. Dies sei eine wesentliche Information, weil die Verwendung eines Ampelsystems intuitiven Regeln folge und die rote Skala als deutlich weniger vorteilhaft gesehen wird, als die grüne. Es komme somit nicht darauf an, ob der Verbraucher bestimmte Energiekennzeichnungswerte zuordnen könne. Aufgrund der hohen Bekanntheit der Ampelfarben liefere dieses System dem Verbraucher einen konkreten Mehrwert an Informationen. Der Umstand, dass das Label in Zeitschriften, Zeitungen oder bei Internetwerbung nicht verwendet werden müsse, ändere an dem Ergebnis nichts. Denn in derartigen Werbeprodukten sei der räumliche Umfang regelmäßig beschränkt. Führe dies ausnahmsweise dazu, dass die Energieeffizienzampel nicht verpflichtend zu benutzen ist, bedeute dies nicht, dass die Ampel dort, wo sie ohne weiteres angebracht werden kann, entfallen könne.

Die Berufung der Beklagten hat wohl keine Aussicht auf Erfolg. Der Kläger hat einen Anspruch

gegen die Beklagte auf Unterlassung des Angebots eines Fernsehers und eines Geschirrspülers unter Verwendung schwarz-weißer Etiketten zur Energieeffizienzkenzeichnung gemäß §§ 8 Abs. 1, 3 Nr. 3, 3 Abs. 1, 3 a UWG iVm § 4 Abs. 4 EnKV und Art. 6 a) der EU-Rahmenverordnung zur Energieverbrauchskennzeichnung (EU) 2017/1369 iVm Art. 4 a) der Delegierten Verordnung (EU) Nr. 1062/2010 (für Fernsehgeräte) und 1059/2010 (für Geschirrspüler).

Die Aktivlegitimation des Klägers und die geschäftliche Handlung der Beklagten sind nach dem oben Gesagten zweifelsfrei gegeben.

Die o.g. Regelungen zur Energiekennzeichnung bei Fernsehgeräten und Geschirrspülern sind Marktverhaltensregeln im Sinne von § 3a UWG (BGH GRUR 2016, 954, Rn. 13 – Energieeffizienzklasse I zu Fernsehgeräten und BGH GRUR 2017, 292, Rn. 14 zu Geschirrspülern).

Der Verstoß gegen diese Regelungen durch die Anbringung von schwarz-weiß Etiketten ist mit der Berufung nicht angegriffen. Mit der Berufung greift die Beklagte die Annahme des Landgerichts an, die Interessen der Verbraucher würden durch das Vorenthalten einer wesentlichen Information spürbar beeinträchtigt. Dem kann aus den überzeugenden und zutreffenden Gründen des landgerichtlichen Urteils nicht gefolgt werden.

Der Umstand, dass nur an zwei von zahlreichen Geräten schwarz-weiß Etiketten angebracht waren, ändert an der Spürbarkeit der Beeinträchtigung im Sinne des § 3 a UWG nach den unter Ziffer 1. genannten Kriterien nichts. Denn die Häufigkeit oder Dauer einer unlauteren Handlung kann zwar deren Spürbarkeit erhöhen, es kann daraus aber nicht der Umkehrschluss gezogen werden, dass eine unlautere Handlung schon deshalb nicht spürbar ist, weil sie nur einmal oder nur für kurze Zeit vorgenommen worden ist. Denn dies fällt in den Bereich der Wiederholungsfahr, auf die es nicht schon bei der Prüfung, ob das Verhalten unzulässig ist, sondern erst beim Unterlassungsanspruch ankommt. Im Rahmen des § 3 a UWG genügt dagegen bereits die Eignung zu einer spürbaren Beeinträchtigung der Marktteilnehmer (vgl. BGH GRUR 2011, 842, Rn. 21 – RC-Netzmittel).

Gleiches gilt für den Umstand, dass bei dem Geschirrspüler direkt daneben ein Gerät stand, bei dem ein farbiges Etikett vorhanden war. Denn der Verbraucher soll – wie ausgeführt – auf den ersten Blick erkennen können, ob ein Gerät besonders energieeffizient ist und nicht gezwungen werden, erst durch einen Vergleich mit anderen Etiketten festzustellen, welcher Energieklasse das betreffende Gerät angehört. Das Landgericht hat zutreffend darauf hingewiesen, dass die Farbgestaltung in der Form einer Ampelfunktion dem Verbraucher auf einen Blick deutlich macht, welche Geräte bei dem Energieverbrauch „gut“ oder „schlecht“ sind. Dies ist bei der isolierten Betrachtung des rechten Geschirrspülers auf Seite 17 der Anlage K2 nicht möglich. Es ist möglich, dass der Verbraucher durch weitere Recherchen (Einbeziehung des farbigen Labels auf dem Nachbargerät) die richtigen Schlüsse zieht zur Energieeffizienzklasse des betroffenen Gerätes. Sinn und Zweck der Energiekennzeichnung ist aber eine einfache, intuitive und deutliche Wahrnehmbarkeit der Klassen.

Insoweit mag es auch zutreffen, dass der Farbgestaltung kein eigener Informationsgehalt innewohnt. Sie erleichtert dem Verbraucher aber die rasche und leichte Wahrnehmung, sodass auch bei einem durchschnittlich informierten, situationsadäquat aufmerksamen und verständigen Verbraucher die schwarz-weiß Etiketten dazu führen können, dass eine nähere Beschäftigung mit der Energieeffizienzklasse unterbleibt und sodann eine Entscheidung ohne sämtliche

wesentlichen Informationen getroffen wird.

Hieran ändert sich auch nichts dadurch, dass die Skalen auf den Etiketten für die einzelnen Produktgruppen unterschiedlich sind. Denn entscheidend ist jeweils die Vergleichbarkeit der Geräte einer Produktgruppe untereinander und nicht deren Vergleichbarkeit mit einer anderen Produktgruppe. Vielmehr macht der Einwand der Beklagten deutlich, dass die Farbskala die Entscheidung des Verbrauchers unterstützen kann, weil er sich auf jeden Fall an der Farbgebung orientieren kann (grün gut, rot schlecht) und nicht auf die richtige Einordnung der Buchstaben angewiesen ist.

Der Einwand, dass auch bei einem schwarz-weißen Etikett die Farbabstufungen durch verschiedene Grauabstufungen zu erkennen seien, führt ebenfalls zu keinem anderen Ergebnis. Denn zum einen ist die Grauabstufung bei rot und grün in etwa gleich und zum anderen sollen gerade die Farben durch die Erinnerung an eine Ampel den Verbraucher auf energiesparsame Geräte hinweisen.

Schließlich ändert auch der Hinweis auf den Erwägungsgrund 14 der EU-Rahmenverordnung (2017/1369) die Rechtslage nicht. Denn hier hat die EU allein aus Praktikabilitätsabwägungen eine Ausnahme zugelassen für den Fall, dass das Energieetikett nicht gezeigt werden kann. Diese Überlegungen zu einem Ausnahmefall führen nicht dazu, dass die eindeutigen Regelungen für den Regelfall anders auszulegen sind.

3. Ergebnis

Damit hat die Berufung des Klägers nach dem derzeitigen Stand der Vorberatung des Senats wohl Aussicht auf Erfolg, die der Beklagten hingegen nicht. Der Senat regt an, dass die Beklagte eine Rücknahme ihrer Berufung und ein Anerkenntnis des Berufungsantrages des Klägers in Betracht zieht.

Das Landgericht hat den Streitwert (wie in der Klage angegeben und von keiner Partei angegriffen) auf insgesamt € 30.000,-- festgesetzt. Angegriffen waren mit der Klage diverse Etiketten an 16 unterschiedlichen Geräten in jeweils verschiedener Anzahl. Der Senat misst der Anzahl der betroffenen Geräte keine besondere Bedeutung zu, sondern der Art des Verstoßes, da diese bei dem in die Zukunft gerichteten Unterlassungstitel für den Kläger von Bedeutung ist, nicht hingegen die Anzahl der begangenen Verletzungshandlungen. Der schwerwiegendste Verstoß dürfte das Fehlen von Energieeffizienzetiketten überhaupt sein, das der Senat mit € 15.000,-- bewertet. Die Anbringung von schwarz-weiß Etiketten, die verdeckten Label und die innen angebrachten Etiketten sind mit jeweils € 5.000,-- zu bemessen.

Hieraus ergibt sich ein Streitwert für das Berufungsverfahren von € 10.000,--.

Die Kostenentscheidung des Landgerichtes würde demnach abgeändert werden müssen auf das Verhältnis 1/6 (Klägerin) zu 5/6 (Beklagte).

Die Parteien erhalten Gelegenheit zur Stellungnahme **binnen 3 Wochen**.

Dörffler
Vorsitzende Richterin
am Oberlandesgericht

Blömer
Richterin
am Oberlandesgericht

Dr. Hewicker
Richter
am Oberlandesgericht



Für die Richtigkeit der Abschrift
Hamburg, 15.01.2021

Hendrych, JAng
Urkuudsbeamtin der Geschäftsstelle