

I-20 U 149/20
22 O 53/19
LG Duisburg



Verkündet am 18.02.2021
Giesen, Justizbeschäftigte
als Urkundsbeamtin der
Geschäftsstelle

EINGEGANGEN

01. März 2021

OBERLANDESGERICHT DÜSSELDORF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

In dem Rechtsstreit

der ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH & Co. oHG, vertreten durch die ALDI SÜD Dienstleistungs-GmbH, diese vertreten durch die Geschäftsführer Stefan Book, Simon Gelzer, Michael Gscheldinger, René Karczewski, Alexander Markov, Andreas Rohlfing und Peter Wübben, Burgstraße 37, 45476 Mülheim an der Ruhr,

Beklagten und Berufungsklägerin,

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte Schmidt, von der Osten & Huber,
Rechtsanwälte Steuerberater Partnerschaft mbB,
Rüttenscheider Straße 26, 45128 Essen,

gegen

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

Kläger und Berufungsbeklagten,

Prozessbevollmächtigter:

Rechtsanwalt Roland Demleitner, Rheinstraße 11,
65549 Limburg,

hat der 20. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Düsseldorf im schriftlichen Verfahren mit Schriftsatzfrist bis zum 29. Januar 2021 durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht Schüttpelz, den Richter am Oberlandesgericht Fuchs und die Richterin am Oberlandesgericht Dr. Terner

für R e c h t erkannt:

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil der 2. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Duisburg vom 29. Januar 2020 – 22 O 53/19 – wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens trägt die Beklagte.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

G r ü n d e

A.

Die Parteien streiten um die Energieverbrauchskennzeichnung einer Haushaltswaschmaschine, die die Beklagte im Rahmen eines Adventsgewinnspiels im Dezember 2018 auf ihrer Internetseite als Tagesgewinn anbot.

Wegen des tatsächlichen Sach- und Streitstandes wird auf das angefochtene Urteil Bezug genommen. Das Landgericht hat der Klage nach teilweiser Klagerücknahme stattgegeben. Mit ihrer Berufung verfolgt die Beklagte ihren erstinstanzlichen Klageabweisungsantrag weiter.

Von einer weiteren Darstellung des Tatbestandes wird gemäß § 313a Abs. 1 S. 1 ZPO abgesehen.

B.

Die zulässige Berufung der Beklagten hat in der Sache keinen Erfolg. Dem Kläger stehen die geltend gemachten Ansprüche auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten zu.

I. Der Anspruch auf Unterlassen der im Tenor des angefochtenen Urteils näher bezeichneten Internetwerbung für Haushaltswaschmaschinen ohne Angabe des Spektrums der verfügbaren Energieeffizienzklassen folgt aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 3a UWG. Die Beklagte hat mit dem streitgegenständlichen Internetangebot gegen die Marktverhaltensregelung in Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 verstoßen.

1. Das Landgericht hat zu Recht und mit zutreffender Begründung angenommen, dass die Beklagte auch in der vorliegenden Konstellation, in der sie im Rahmen eines Gewinnspiels eine ansonsten nicht von ihr angebotene Haushaltswaschmaschine als Gewinn ausgelobt hat, Händlerin im Sinne von Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 ist und eine Werbung für das fragliche Gerätemodell vorliegt.

a) Der Händlerbegriff beschränkt sich, wie sich aus der Legaldefinition in Art. 2 Nr. 13 VO (EU) 2017/1369 ergibt, nicht auf Unternehmen, die Gegenstände zum Kauf anbieten, sondern umfasst auch die unentgeltliche Abgabe von Waren. Entgegen der Auffassung der Berufung bezieht sich nämlich der Begriff „unentgeltlich“ in der Legaldefinition nicht nur auf die Variante des „Ausstellens von Produkten“, sondern auf sämtliche Tätigkeitsvarianten. Dies wird besonders deutlich an der englischen Textfassung, in der die Legaldefinition lautet: „‘dealer’ means a retailer (...) who offers for sale, hire or hire purchase, or displays products to customers (...) in the course of a commercial activity, whether or not in return for payment“. Der Zusatz „whether or not in return for payment“ („entgeltlich oder unentgeltlich“) erscheint hier durch Satzzeichen abgetrennt am Ende der Definition, bezieht sich also auf sämtliches Vorhergehendes. Unter „unentgeltlichem Kauf“ ist – auch wenn eine solche Begrifflichkeit dem deutschen Recht fremd ist – eine Schenkung zu verstehen. Eine solche steht hier in Rede. Die Beklagte hat angekündigt, dem jeweiligen täglichen Gewinner des Adventsgewinnspiels den ausgelobten Tagesgewinn zu schenken. Dies geschah auch im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit. Auf die Frage, ob die Gewinne Teil des regulären Sortiments der Beklagten bzw. der mit ihr verbundenen Unternehmen sind und in welcher Stückzahl die Gewinne ausgelobt werden, kommt es nicht an.

b) Der Begriff der Werbung ist nach Sinn und Zweck der VO (EU) 2017/1369 weit zu verstehen. Für den europarechtlichen Kontext findet sich eine Definition in Art. 2 Buchst. a) der Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung, wonach unter Werbung – soweit hier von Bedeutung – „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, (...) mit dem Ziel, den Absatz von Waren (...) zu fördern“ zu verstehen ist. Diese Definition kann auch für den Begriff der Werbung in Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 herangezogen werden.

Im vorliegenden Fall hat die Beklagte die fragliche Haushaltswaschmaschine als Tagesgewinn in ihrem Adventsgewinnspiel präsentiert. Die Präsentation geschah zu dem Zwecke, das Interesse der Verbraucher an einem Gewinn der Waschmaschine zu wecken und damit möglichst viele Personen zur Teilnahme an dem Gewinnspiel zu bewegen. Dies wiederum geschah zu dem Zweck, Kunden an sich und die mit ihr verbundenen Unternehmen zu binden und neue Kunden zu gewinnen und dadurch letztlich den Warenabsatz zu fördern. Die Werbung für den Tagesgewinn war in diesem Zusammenhang zumindest notwendiges Zwischenziel zur Erreichung von Kundenbindung und Kundengewinnung zwecks Förderung des Warenabsatzes als Endziel.

2. Zu Recht hat das Landgericht im Ergebnis auch einen Verstoß gegen die in Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 normierten Energieverbrauchskennzeichnungspflichten angenommen. Nach dieser Vorschrift ist in jeglicher visuell wahrnehmbarer Werbung für ein bestimmtes Modell auf die Energieeffizienzklasse des Produkts und das Spektrum der auf dem Etikett verfügbaren Energieeffizienzklassen gemäß den einschlägigen delegierten Rechtsakten hinzuweisen. Einschlägiger delegierter Rechtsakt ist hier – noch – die Delegierte VO (EU) Nr. 1061/2010 der Kommission. Diese bleibt in Kraft, bis sie mit Wirkung zum 01. März 2021 durch die ihr nachfolgende Delegierte VO (EU) 2019/2014 der Kommission aufgehoben wird (vgl. Art. 20 Abs. 4 VO (EU) 2017/1369).

Allerdings ist die vom Landgericht zur Begründung herangezogene Vorschrift des Art. 3 Buchst. a) Delegierte VO (EU) Nr. 1061/2010 nicht anwendbar, weil sie allein festlegt, dass der Lieferant die Waschmaschine mit einem in bestimmter Weise gestalteten Etikett versehen muss. Weder ist die Beklagte im vorliegenden Fall Lieferantin noch streiten die Parteien überhaupt darüber, ob das Gerät als solches mit dem erforderlichen Etikett versehen war. Im Streit stehen allein die an die Werbung für Haushaltswaschmaschinen zu stellenden Anforderungen.

Hierzu verhält sich Art. 4 Buchst. c) Delegierte VO (EU) Nr. 1061/2010, der allerdings – anders als die entsprechende Vorschrift in der demnächst in Kraft tretenden Delegierten VO (EU) 2019/2014 – nur bestimmt, dass bei energie- oder preisbezogener Werbung die Energieeffizienzklasse anzugeben ist, und weder die Angabe des Spektrums der verfügbaren Energieeffizienzklassen fordert noch festlegt, wie die Energieverbrauchskennzeichnung optisch zu gestalten ist. Diese Anforderungen erfüllt das streitgegenständliche Internetangebot mit der auf das Bild der Waschmaschine gesetzten Angabe „A+++“.

Daneben musste das Internetangebot der Beklagten aber auch die Anforderungen erfüllen, die die Grundnorm des Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 an die Energieverbrauchskennzeichnung in Werbung stellt. Dessen Anwendung ist nicht etwa durch die Fortgeltung der bisherigen delegierten Verordnung als der spezielleren Vorschrift ausgeschlossen. Vielmehr heißt es in Erwägungsgrund 38 zur VO (EU) 2017/1369, dort Satz 2, ausdrücklich, dass die Geltung der bisherigen delegierten Rechtsakte die Geltung der Verpflichtungen nach dieser Verordnung nicht berührt. Dementsprechend bestimmt Art. 20 Abs. 4 S. 2 VO (EU) 2017/1369, dass die Verpflichtungen nach der vorliegenden Verordnung für alle Produktgruppen gelten, die unter die bisherigen delegierten Rechtsakte fallen. Die Anwendung des Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 ist auch nicht so lange suspendiert, bis die auf Grundlage der Verordnung erlassenen delegierten Rechtsakte in Kraft treten. Zwar sollen die delegierten Rechtsakte für spezifische Produktgruppen – wie die Delegierte VO (EU) 2019/2014 für Haushaltswaschmaschinen und Haushaltswaschtrockner – u.a. Vorgaben dazu machen, in welcher Art und Weise die Energieeffizienzklasse und das verfügbare Spektrum in visuell wahrnehmbarer Werbung anzugeben sind, Art. 16 Abs. 3 Buchst. j) VO (EU) 2017/1369. Jedoch bestimmt Art. 16 Abs. 1 VO (EU) 2017/1369 ausdrücklich, dass die delegierten Rechtsakte die Verordnung nur ergänzen sollen. Dies schließt aus, die Geltung des Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 bis zum Inkrafttreten der Delegierten VO (EU) 2019/2014 auszusetzen. Schließlich hat die Vorschrift auch ohne nähere Ausgestaltung der Anforderungen an die Energieverbrauchskennzeichnung in visuell wahrnehmbarer Werbung einen ausreichenden Sinngehalt. Sie legt fest, welche Angaben in der Werbung zu machen sind, stellt die Art und Weise dieser Angaben dem Verpflichteten aber frei.

Nach Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 bedarf es eines Hinweises auf die Energieeffizienzklasse und auf das verfügbare Spektrum. Gemäß Anhang VI Nr. 1 zur Delegierten VO (EU) Nr. 1061/2010 existieren für Haushaltswaschmaschinen die Energieeffizienzklassen

A+++ bis D. Im vorliegenden Fall war auf der ersten Seite des Internetangebots der Beklagten, dem Bild der Waschmaschine in der Gewinnübersicht, unstreitig nur die Angabe „A+++“ enthalten, das Spektrum der verfügbaren Energieeffizienzklassen war hingegen nicht angegeben. Damit verstößt das Internetangebot gegen Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369.

Dass sich am fraglichen Gewinntag über einen als „Mehr Informationen“ bezeichneten Link weitere Angaben zur Waschmaschine aufrufen ließen und es dort in Worten hieß „Energieeffizienzklasse A+++ (Spektrum A+++ bis D)“, gebietet keine andere Beurteilung. Zweifelhaft ist bereits, ob der erst am Tag des möglichen Gewinns zur Verfügung gestellte Link zu weiteren Informationen überhaupt geeignet gewesen wäre, einen Kennzeichnungsverstoß in der bereits vorher sichtbaren Werbung zu heilen (verneinend in einem insoweit vergleichbaren Fall BGH, GRUR 2017, 928 – Energieeffizienzklasse II, Rn. 25). Jedenfalls erfüllt der Link selbst nicht die Voraussetzungen des Art. 6 Buchst. a) VO (EU) 2017/1369 i.V.m. Anhang VI Nr. 1 Delegierte VO (EU) Nr. 1061/2010. Der Bundesgerichtshof hat für die vor Inkrafttreten der VO (EU) 2017/1369 allein erforderliche Angabe der Energieeffizienzklasse entschieden, dass diese zwar nicht auf der ersten Internetseite einer Werbung angegeben sein muss, sondern auch auf einer verlinkten Internetseite aufgeführt sein kann. Der Link muss dann aber klar und deutlich als elektronischer Verweis auf die Energieeffizienzklasse zu erkennen sein, eine Voraussetzung, die ein allgemein mit „Mehr zum Artikel“ bezeichneter Link nicht erfüllt (BGH, a.a.O. – Energieeffizienzklasse II, Leitsatz und Rn. 23 f.). Die Anforderungen an den Link werden unter Geltung der VO (EU) 2017/1369 auf die nunmehr zusätzlich erforderliche Angabe des verfügbaren Spektrums zu übertragen sein. Der mit „Mehr Informationen“ bezeichnete Link auf der Internetseite der Beklagten reichte demnach zur Erfüllung der Energieverbrauchskennzeichnungspflichten nicht aus.

3. Der Verstoß gegen die Energieverbrauchskennzeichnungspflichten war auch geeignet, die Interessen der Verbraucher gemäß § 3a UWG spürbar zu beeinträchtigen. Ein Verstoß gegen Kennzeichnungspflichten ist zwar nicht ohne weiteres, sondern nur dann spürbar im Sinne von § 3a UWG, wenn der Verbraucher die ihm vorenthaltene Information benötigt, um eine informierte Entscheidung zu treffen, und die Vorenthaltung der Information geeignet ist, ihn zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte (BGH, GRUR 2019, 746 – Energieeffizienzklasse III, Rn. 26). Geschäftliche Entscheidungen sind nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs dabei neben der Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb auch damit unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen wie das Betreten eines Geschäfts oder der Zugang zu einem im Internet auf

einer Übersichtsseite angebotenen Produkt, um sich mit dem Produkt im Detail zu beschäftigen (BGH, a.a.O. – Energieeffizienzklasse III, Rn. 29). Diese Voraussetzungen sind – wie das Landgericht zutreffend entschieden hat – im vorliegenden Fall erfüllt. Die nach dem Aufrufen der Gewinnübersicht zu treffende Entscheidung, das Adventsgewinnspiel im Hinblick auf einen bestimmten angekündigten Gewinn (hier: die Haushaltswaschmaschine) im Auge zu behalten, um am fraglichen Tag an dem Adventsgewinnspiel der Beklagten teilnehmen und dadurch die Chance auf den Gewinn erlangen zu können, stellt eine geschäftliche Entscheidung in diesem Sinne dar. Um diese informiert treffen zu können, ist die Kenntnis aller vorgesehenen Energieverbrauchskennzeichen erforderlich. Zwar bietet die Teilnahme am Gewinnspiel nur eine geringe Chance auf einen zudem unentgeltlichen Erwerb der Waschmaschine, gleichwohl kann dem Verbraucher entgegen der Auffassung der Beklagten wegen der damit zusammenhängenden Kosten- und Umweltschutzaspekte nicht unterstellt werden, ihm sei der Energieverbrauch seiner möglichen zukünftigen Waschmaschine gleichgültig.

II. Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten folgt aus § 13 Abs. 3 UWG n.F. (= § 12 Abs. 1 S. 2 UWG a.F.).

III. Ohne Erfolg erhebt die Beklagte schließlich die Einrede der Verjährung. Die geltend gemachten Ansprüche verjähren nach § 11 Abs. 1 UWG in sechs Monaten, wobei die Verjährungsfrist beginnt, wenn der Anspruch entstanden ist und der Gläubiger hiervon Kenntnis erlangt oder erlangen müsste (§ 11 Abs. 2 UWG). Der Kläger hat vorgetragen, von dem streitgegenständlichen Internetangebot erstmals am 07. Dezember 2018 Kenntnis erlangt zu haben. Diesen Vortrag hat die für die Verjährung darlegungs- und beweisbelastete Beklagte nicht wirksam bestritten. Sie hat sich auf ein einfaches Bestreiten beschränkt, ohne Umstände darzulegen, aus denen eine frühere tatsächliche Kenntnis oder ein Kennenmüssen der anspruchsbegründenden Umstände folgen könnte. Im Übrigen begann die Verjährung erst mit der Beendigung der beanstandeten Handlung, mithin frühestens im Dezember 2018.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO, die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit aus § 708 Nr. 10, § 713 ZPO.

Gründe, die Revision zum Bundesgerichtshof zuzulassen (§ 543 Abs. 2 ZPO), liegen nicht vor. Weder hat die Rechtssache grundsätzliche Bedeutung noch erfordert die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs.

Eine Vorlage an den Gerichtshof der Europäischen Union nach Art. 267 Abs. 2 AEUV ist ebenfalls nicht veranlasst. Gemäß den obigen Ausführungen stellen sich im vorliegenden Fall keine entscheidungserheblichen Fragen zur Auslegung des Unionsrechts, die nicht zweifelsfrei zu beantworten sind.

Gegenstandswert des Berufungsverfahrens: 15.000,- EUR

Schüttpelz

Fuchs

Dr. Turner

Beglaubigt

J. Schütt

Justizangestellte
als Urkunde-Bearbeiter
der Geschäftsstelle

