
Datum: 23.11.2011
Gericht: Landgericht Essen
Spruchkörper: 1. Kammer für Handelssachen
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 41 O 69/11
ECLI: ECLI:DE:LGE:2011:1123.41O69.11.00

Sachgebiet: Wirtschaftsrecht

Tenor:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern der persönlich haftenden Gesellschafterin, zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr gegenüber dem Letztverbraucher zu werben, ohne die Identität und die Anschrift des Unternehmers bzw. der Unternehmen, für die gehandelt wird, anzugeben,

und dies geschieht wie in Anlage K 1 zur Klage wiedergegeben.

Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 166,60 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 02.09.2011 zu zahlen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung von 55.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Achtung darauf gehört, dass die Regeln des lautereren Wettbewerbs eingehalten werden.	2
Die Beklagte warb in der ... Zeitung vom 00.00.2011, Seite ..., für die ab dem 9. Mai 2011 angebotenen Aktionsprodukte unter Nennung des Preises. Ein Hinweis auf die Beklagte und ihre Anschrift erfolgt in der Werbung nicht. Auf Seite ... ist lediglich der Hinweis "B online: www.b-o.de" enthalten.	3
Der Kläger, der die Werbung für wettbewerbswidrig hält, weil entgegen § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG die Identität und Anschrift des Unternehmers, ggfls. die Identität und Anschrift des Unternehmers, für den er handelt, nicht angegeben ist, mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 13.04.2011 ab.	4
Eine strafbewehrte Unterlassungserklärung wurde von der Beklagten nicht abgegeben. Neben dem Unterlassungsanspruch macht der Kläger Zahlung einer Abmahnkostenpauschale von 166,60 € geltend.	5
Der Kläger stellt den aus dem Urteilstenor ersichtlichen Antrag.	6
Die Beklagte beantragt,	7
die Klage abzuweisen.	8
Sie weist darauf hin, dass die Filialen, in denen die von ihr beworbenen Waren dem Verbraucher zum Kauf angeboten werden, nicht von ihr, der Beklagten, sondern von insgesamt 35 Regionalgesellschaften der Unternehmensgruppe B O betrieben werden. Es gestalte sich organisatorisch schwierig, der entsprechenden Werbung jeweils die für den Verbreitungskreis einschlägige Regionalgesellschaft zuzuweisen oder gar die Filialen jeweils aufzuführen. Sie, die Beklagte, habe dem Kläger – dies ist unstreitig – angeboten, ihre Anschrift anzugeben und einen Hinweis wie folgt aufzunehmen:	9
"Die Anschriften unserer Regionalgesellschaften finden Sie unter "www.b-o/filialfinder".	10
Die Beklagte ist der Ansicht, durch diesen Hinweis sei der Verbraucher hinreichend informiert, zumal im Eingangsbereich sämtlicher Filialen der Unternehmensgruppe B O jeweils ein Aushang angebracht sei, aus dem ersichtlich sei, wer die die Filiale betreibende Regionalgesellschaft sei und unter welcher Anschrift diese zu erreichen sei.	11
<u>Entscheidungsgründe:</u>	12
Die Klage ist begründet.	13
Der Unterlassungsanspruch des Klägers ergibt sich aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3, 5 a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 2 UWG.	14
Die Klagebefugnis des Klägers ist höchstrichterlich anerkannt und bedarf keiner weiteren Ausführung.	15
Die Beklagte hat mit der beanstandeten Werbung eine unlautere irreführende Werbung im Sinne von §§ 5 a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 2 UWG vorgenommen. Denn sie hat wesentliche Informationspflichten verletzt. Nach der zitierten Vorschrift müssen nämlich Identität und Anschrift des Unternehmers angegeben werden. Hierbei reicht es nicht aus, dass der	16

Verbraucher sich die entsprechenden Informationen über eine Internetseite beschaffen kann (vgl.: OLG Hamm, Beschluss vom 14.09.2011, Aktenzeichen 4 W 64/11). Weitere Informationen hat die Beklagte aber hinsichtlich ihrer Identität und ihrer Anschrift in der streitgegenständlichen Werbung nicht gegeben. Sie hat auch nicht über ihre Einkaufsgesellschaften oder die Filialen informiert.

Wie die Beklagte ihre Werbung in der Zukunft konkret umgestaltet, um den gesetzlichen Anforderungen genüge zu tun, bleibt ihrer Entscheidung vorbehalten. Der Einwand der Beklagten, die Umgestaltung der Werbung sei mit hohen Kosten verbunden und organisatorisch nur schwer beherrschbar, greift nicht. Denn die Vorgaben des § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG sind eindeutig. Der Verbraucherschutz gebietet es, dass der Verbraucher bereits im Zusammenhang mit der Kenntnisnahme vom Inhalts der Warenprospekte die Informationen erhält, die es ihm unmittelbar ermöglichen, in Kontakt mit dem Werbenden oder dem von ihm vertretenen Unternehmen zu treten, ohne dass er Internetseiten aufrufen oder sich zum Geschäftslokal begeben muss (vgl. OLG Hamm, wie oben zitiert).

17

Der Verstoß gegen § 5 a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 2 UWG ist auch wettbewerbsrechtlich relevant, weil es sich um die Verletzung wesentlicher Informationspflichten handelt.

18

Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten ergibt sich aus § 12 Abs. 1 S. 2 UWG.

19

Die Nebenentscheidungen folgen aus §§ 91 Abs. 1, 709 ZPO.

20