

---

**Datum:** 18.09.2012  
**Gericht:** Oberlandesgericht Düsseldorf  
**Spruchkörper:** 20. Zivilsenat  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** I-20 U 58/12  
**ECLI:** ECLI:DE:OLGD:2012:0918.I20U58.12.00

---

**Tenor:**

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Duisburg vom 20. März 2012 wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens werden der Antragsgegnerin auferlegt.

---

**Gründe:**

**I.**

Der Antragsteller ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben auch die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder gehört. Die Antragsgegnerin handelt mit Kraftfahrzeugen. Am 6. Januar 2012 bot sie auf der Internetplattform „www.xxx.de“ einen dort abgebildeten neuen BMW 528 iA INNOVATION NAVI BI-XENON mit einer näher definierten Ausstattung zu einem Preis von 51.500,00 Euro an. Die Internetplattform „www.xxx.de“ ermöglicht dem Verbraucher eine gezielte Fahrzeugsuche nach bestimmten Kriterien wie Modell, Farbe, Motorleistung und Ausstattung. Wegen der weiteren Einzelheiten des Angebots wird auf den als Anlage A 1 vorgelegten Internetausdruck Bezug genommen.

Der Antragsteller erachtet dieses Angebot als unter dem Gesichtspunkt des Rechtsbruchs wettbewerbswidrig, da die CO2-Effizienzklasse entgegen §§ 1, 5 Abs. 1, Abs. 2 Pkw-EnVKV in Verbindung mit Anlage 4 Abschnitt II Nr. 4 weder angegeben noch grafisch dargestellt sei.

Auf seinen Antrag hat das Landgericht der Antragsgegnerin das elektronische Angebot neuer Personenkraftwagen als bestimmtes Fahrzeugmodell zum Kauf oder Leasing ohne Angabe und grafische Darstellung der CO2-Effizienzklasse durch Beschluss 25. Januar 2012 unter

1

2

3

4

5

Bezugnahme auf die Anlage A 1 untersagt. Dem Widerspruch der Antragsgegnerin war kein Erfolg beschieden. Das Landgericht hat die Beschlussverfügung mit der Beschränkung auf das Angebot zum Kauf durch Urteil bestätigt und zur Begründung ausgeführt, es fehle weder an einer Aktivlegitimation des Antragstellers noch an einem virtuellen Verkaufsraum. Zu den Mitgliedern des Antragstellers gehörten die A. AG und die Kfz-Innung S., deren Mitglieder wegen der bundesweiten Wirkung des Angebots ebenfalls zu berücksichtigen seien. Bei dem Angebot auf der Internetplattform „www.xxx.de“ handele es sich um einen virtuellen Verkaufsraum, da der potentielle Kunde zunächst über eine Suchmaske eine Auswahlentscheidung treffen müsse.

Hiergegen wendet sich die Antragsgegnerin mit ihrer Berufung. Es fehle schon an einer Aktivlegitimation des Antragstellers, da dessen Mitgliederliste 2008 lediglich vier Kfz-Unternehmen und den B.-Verband mit 50 Kfz-Händlern als Mitglieder ausweise. Letztere hätten die Abmahnung aber gerade nicht veranlasst. Zudem sei das parallele Vorgehen des Antragstellers gegen eine Vielzahl von Kraftfahrzeughändlern wettbewerbswidrig, da die Streitfrage auch im Rahmen eines Musterverfahrens hätte geklärt werden können. Ihr Verhalten sei im Übrigen auch wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden. Es handele sich bei „www.xxx.de“ nicht um einen virtuellen Verkaufsraum. Maßstab sei insoweit der Vergleich mit dem realen Verkaufsraum, in dem der Kunde sein Fahrzeug nach seinen individuellen Wünschen selbst auswählen könne. Der Kunde müsse also ein konkretes Fahrzeug auswählen und dann hinsichtlich der gewünschten Ausstattung konfigurieren können. Genau dies sei jedoch bei www.xxx.de nicht möglich. Dem Kunden würden lediglich nach Eingabe einiger Suchkriterien einige Fahrzeugmodelle zur weiteren Betrachtung angezeigt. Dies sei noch keine konkret auf das favorisierte Fahrzeug gerichtete Auswahlentscheidung, sondern als bloße Werbung zu qualifizieren. Ansonsten unterliefe bei dieser Betrachtung jede Bewerbung im Internet dem Begriff des virtuellen Verkaufsraums, wenn sie über eine Suchmaske mittels einer Suchmaschine aufgefunden werde. Zudem müsse für den virtuellen Verkaufsraum, wegen der Vergleichbarkeit zum realen Verkaufsraum eine sofortige Kaufmöglichkeit gefordert werden, die vorliegend nicht gegeben gewesen sei. Schließlich beanstandet sie, dass das Landgericht dem Antragsteller nicht einen Teil der Kosten deshalb auferlegt habe, weil das Landgericht die Beschlussverfügung in Bezug auf das Leasing aufgehoben habe.

Die Antragsgegnerin beantragt,

unter Abänderung des am 20. März 2012 verkündeten Urteils des Landgerichts Duisburg die einstweilige Verfügung vom 25. Januar 2012 aufzuheben und den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung vom 24. Januar 2012 zurückzuweisen.

Der Antragsteller beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Der Antragsteller verteidigt die landgerichtliche Entscheidung. Seine Aktivlegitimation folge bereits aus der Mitgliedschaft der A. AG, die über 24 Vertragshändler im Umkreis von 40 Kilometern um den Sitz der Antragsgegnerin verfüge. Zudem gehöre ihr der B.-Verband an. Der Begriff des virtuellen Verkaufsraums dürfe nicht auf die Konfiguration eines konkreten Fahrzeugmodells im Internet verengt werden, er erfasse auch die Suche unter Angabe bestimmter Suchkriterien. Nur dies werde der Zielsetzung des Gesetzgebers gerecht, dem Verbraucher weitere Information für seine Kaufentscheidung zur Verfügung zu stellen. Auch der Wortlaut „im Internet ausstellt oder zum Kauf oder Leasing anbietet“ erfordere die vorherige Durchführung einer Konfiguration nicht. Es genüge, dass der Verbraucher das nach

seinen Vorstellungen bezüglich Motorleistung, Farbe und Ausstattung ausgewählte Fahrzeug in Augenschein nehmen könne. Eine sofortige Bestellmöglichkeit sei nicht Voraussetzung, wie sich aus der Oder-Verknüpfung zwischen „ausstellt“ und „zum Kauf anbietet“ ergebe. Die Kostenentscheidung sei nicht zu beanstanden, da es ohnehin nur um das konkrete Angebot gegangen sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstands erster Instanz wird auf die tatsächlichen Feststellungen im angefochtenen Urteil, Bl. 173 ff. d. GA., wegen des Parteivorbringens im Übrigen wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen. 12

**II.** 13

Die zulässige Berufung der Antragsgegnerin hat in der Sache keinen Erfolg. 14

Der Unterlassungstenor ist hinreichend bestimmt. Gemäß § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO muss die Klageschrift einen bestimmten Antrag enthalten. Ein Verbotsantrag darf nicht derart undeutlich gefasst sein, dass sich der Beklagte nicht erschöpfend verteidigen kann und es in der Zwangsvollstreckung, wenn dem im Erkenntnisverfahren gestellten Antrag Rechnung getragen würde, die Entscheidung darüber, was dem Beklagten verboten ist, dem Vollstreckungsgericht überlassen wäre (BGH, GRUR 1998, 489, 491 - Unbestimmter Unterlassungsantrag III). Vorliegend ist der Tenor schon deshalb hinreichend bestimmt, weil er auf die konkrete Verletzungsform und auf diese allein Bezug nimmt. Dass hinsichtlich der grafischen Angabe auch ein Verweis auf die Webseite des Herstellers zulässig ist, gehört nicht in den Tenor. Es ist allein Sache der Antragsgegnerin, wie sie ihrer Verpflichtung zur grafischen Darstellung nachkommt. 15

Der Antragsteller ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG prozessführungs- und anspruchsberechtigt. Die Voraussetzungen der Angehörigkeit einer erheblichen Zahl von Unternehmen, die Waren oder Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben, und einer für die Wahrnehmung seiner satzungsgemäßen Aufgabe erforderlichen personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung betreffen nicht nur die sachlich-rechtliche Anspruchsberechtigung, sondern auch die prozessuale Klagebefugnis (BGH, GRUR 2006, 873, 874 - Augenoptiker-Mittelstandsvereinigung). Insoweit reicht es aber aus, dass die Gewerbetreibenden aus der einschlägigen Branche im Verband - bezogen auf den maßgeblichen Markt - in der Weise repräsentativ sind, dass ein missbräuchliches Vorgehen des Verbandes ausgeschlossen werden kann; es kommt nicht entscheidend darauf an, ob den Verbandsmitgliedern nach Anzahl, Bedeutung oder Umsatz im Verhältnis zu allen auf diesem Markt tätigen Unternehmen eine repräsentative Stellung zukommt (BGH, GRUR 2009, 692 Tz. 12 - Sammelmitgliedschaft VI). Die Verbandsmitglieder müssen auch nicht auf derselben Handelsstufe tätig sein (Köhler/Bornkamm, UWG, 30. Aufl. § 8 Rn. 3.38). Es genügt, dass ihr Absatz durch das beanstandete Verhalten beeinträchtigt werden kann (BGH, GRUR 1997, 541, 542 - Produkt-Interview). 16

Die Voraussetzung ist vorliegend erfüllt. Zu den Mitgliedern des Antragstellers gehört die A. AG, ein namhafter Hersteller, der schon im unmittelbaren Nahbereich der Antragsgegnerin seine Fahrzeuge über 24 Vertragshändler absetzt. Bei hochpreisigen Erzeugnissen wie Neufahrzeugen sind zudem die Kaufinteressenten bereit, auch weitere Wege in Kauf zu nehmen, so dass - wenn nicht ohnehin von einem bundesweiten Markt auszugehen sein sollte - zumindest die Anbieter in einem Umkreis von 100 Kilometern zu berücksichtigen sind. In diesem Bereich sind weitere 21 Krafftfahrzeughändler ansässig, die über den B.-Verband mittelbar Mitglieder des Antragstellers sind. Dabei spielt es für Berechtigung des 17

Antragstellers keine Rolle, ob diese Mitglieder im konkreten Einzelfall ein Vorgehen des Verbandes veranlasst haben oder auch nur mit diesem einverstanden sind. Für die Legitimation des Verbandes ist das reine Bestehen der Mitgliedschaft ausreichend, einer Beauftragung bedarf es nicht.

Für das Vorhandensein der erforderlichen personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung spricht beim Antragsteller, der seit vielen Jahren entsprechend tätig ist und in dieser Zeit immer als entsprechend ausgestattet angesehen worden ist (zuletzt BGH, GRUR 2010, 749 - Erinnerungswerbung im Internet), eine tatsächliche Vermutung (BGH, GRUR 1997, 476 - Geburtstagswerbung II). 18

Das Vorgehen des Antragstellers ist auch nicht nach § 8 Abs. 4 UWG rechtsmissbräuchlich. Allein das parallele Vorgehen gegen eine Vielzahl von Kraftfahrzeughändlern rechtfertigt diesen Vorwurf nicht. Es ist ein legitimes Interesse des Antragstellers, den seiner Auffassung nach bestehenden wettbewerbswidrigen Zustands rasch und umfassend beseitigen zu wollen. Nicht umsonst hat der Gesetzgeber in § 12 Abs. 2 UWG bestimmt, dass auf Sicherung des Unterlassungsanspruchs gerichtete einstweilige Verfügungen auch ohne die Darlegung und Glaubhaftmachung eines Verfügungsgrundes erlassen werden können. Eine Verweisung des Antragstellers auf ein zeitraubendes Musterverfahren und damit eine Verpflichtung zur jahrelangen Duldung eines wettbewerbswidrigen Zustands ist damit nicht zu vereinbaren. 19

Es wäre von daher auch verfehlt, allein auf die Zahl der Abmahnungen abzustellen. Schädlich ist erst das Verfolgen eines sich im finanziellen Anreiz erschöpfenden Eigeninteresses. Auch bei einer Vielzahl von Abmahnungen ist ein Missbrauchsvorwurf nicht veranlasst, wenn der Kläger dabei ein erhebliches Prozesskostenrisiko eingegangen ist (BGH, MMR 2005, 376, 377- Telekanzlei). Wer - wie vorliegend der Antragsteller - neue rechtliche Fragestellungen klären lässt, geht immer ein erhebliches Prozessrisiko ein. Soweit der Bundesgerichtshof in der Entscheidung „Bauheizgerät“ (GRUR 2012, 730) auf das Fordern einer verschuldensunabhängigen Vertragsstrafenverpflichtung abgestellt hat, trifft auch dieser Vorwurf den Antragsteller nicht. Eine Unterwerfungserklärung, die das Verschulden nicht erwähnt, sondern nur davon spricht, dass „für jeden Fall der Zuwiderhandlung eine Vertragsstrafe in Höhe von ... €“ geschuldet sei, ist so zu verstehen, dass nur eine schuldhafte Zuwiderhandlung die Verwirkung der Vertragsstrafe auslöst (OLG Köln, OLG-Rp 2008, 21; Köhler/Bornkamm, UWG, 30. Aufl., § 12 Rn. 1.152). Die vorliegende Fallgestaltung ist auch nicht mit der vom Bundesgerichtshof in der Entscheidung „Missbräuchliche Mehrfachverfolgung“ (GRUR 2000, 1089) beurteilten zu vergleichen. Das wettbewerbswidrige Verhalten eines Verletzers kann durch das Vorgehen eines einzigen Anspruchsberechtigten abgestellt werden, ein paralleles Vorgehen weiterer Berechtigter ist hierfür nicht erforderlich. Dagegen kann das wettbewerbswidrige Verhalten einer Reihe von Verletzern nur durch ein Vorgehen gegen alle zeitnah unterbunden werden. 20

Der Antragsteller hat gegenüber der Antragsgegnerin einen Anspruch auf Unterlassung des elektronischen Angebots neuer Personenkraftwagen als bestimmtes Fahrzeugmodell zum Kauf ohne Angabe und grafische Darstellung der CO2-Effizienzklasse wie geschehen aus § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG i. V. mit §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i. V. mit §§ 1, 5 Abs. 1, Abs. 2 PkwEnVKV i. V. mit Anlage 4 Abschnitt II Nr. 4. Der Senat ist in Übereinstimmung mit dem Landgericht der Auffassung, dass Internetplattformen wie „www.xxx.de“ einen virtuellen Verkaufsraum darstellen, die die Aussteller oder Anbieter der bebildert eingestellten, konkret existierenden Fahrzeuge zu Angaben bezüglich der CO2-Effizienzklasse verpflichten. 21

Gemäß Abschnitt II Nr. 4 Satz 1 der Anlage 4 zu § 5 PkwEnVKV hat, wer als Hersteller oder Händler Fahrzeugmodelle im Internet ausstellt oder zum Kauf oder Leasing anbietet (virtueller Verkaufsraum), die CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse einschließlich der grafischen Darstellung bei der Beschreibung des Fahrzeugmodells anzugeben. Dabei ist ausweislich Satz 4 sicherzustellen ist, dass die Angaben dem Benutzer spätestens in dem Augenblick zur Kenntnis gelangen, in welchem er ein Fahrzeugmodell ausgewählt oder eine Konfiguration abgeschlossen hat.

Der Gesetzgeber hat folglich zwei Fälle geschaffen, in denen es einer Angabe der CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse bedarf, von denen die Konfiguration des Fahrzeugs nur eine darstellt. Daneben steht die Auswahl des Fahrzeugs durch den Benutzer, die auch dergestalt erfolgen kann, dass der Benutzer mittels der von der Internetplattform zur Verfügung gestellten Suchmaske ein seinen individuellen Vorstellungen bereits entsprechendes konkret angebotenes Fahrzeug auffindet und aufgrund der Bebilderung in Augenschein nehmen kann. Einer Konfiguration bedarf es in diesem Fall nicht mehr. Würde gleichwohl die Konfiguration des Fahrzeugs als Voraussetzung für die Annahme eines virtuellen Verkaufsraums gefordert, bestünde die Gefahr, dass der Benutzer seine Auswahlentscheidung in Unkenntnis der CO<sub>2</sub>-Effizienzklasse trifft.

23

Genau diese Gefahr hat der Gesetzgeber gesehen und deswegen den Begriff „ausgewählt“ in den Verordnungstext aufgenommen. Ausweislich der Gesetzesbegründung sollte durch die Regelung des sogenannten virtuellen Verkaufsraums die Informationslücke geschlossen werden, die entstanden ist, weil Verbraucher Fahrzeuge zunehmend in elektronischen Medien aussuchen und teils selbst konfigurieren (Anlage A 5, Seite 48). Dem Gesetzgeber war folglich bewusst, dass eine Konfiguration ohnehin nur in einem Teil der Fälle überhaupt erfasst, während oftmals konkrete, in einer bestimmten Weise bereits ausgestattete Fahrzeuge lediglich ausgewählt werden.

24

Für die Subsumtion von Vergleichsportalen wie „www.xxx.de“, die dem Verbraucher eine Fahrzeugsuche nach bestimmten Kriterien wie Modell, Farbe, Motorleistung und Ausstattung ermöglichen, unter den Begriff des „virtuellen Verkaufsraums“ spricht im Übrigen auch der Vergleich mit dem realen Verkaufsraum eines Händlers. Auch hier kann der Verbraucher die konkret ausgestellten Fahrzeug vergleichen und eines auswählen, weil ihm Ausstattung und Preis zusagen, und auf die Bestellung eines nach seinen Vorstellungen konfigurierten Modells verzichten.

25

Der Umstand, dass der Verbraucher den Kaufvertrag nicht direkt abschließen kann, sondern noch Kontakt mit dem Verkäufer aufnehmen muss, steht eine Qualifizierung als virtueller Verkaufsraum nicht entgegen. So hat der Gesetzgeber neben das Anbieten zum Kauf das Ausstellen als eigenständigen Anwendungsfall gesetzt. Dabei handelt es sich nicht um ein Redaktionsversehen. Vielmehr hat der Gesetzgeber ersichtlich den Erfahrungssatz berücksichtigt, dass an einer einmal getroffenen Entscheidung vielfach auch dann festgehalten wird, wenn sie sich im Nachhinein als doch nicht so vorteilhaft erweist. Gerade bei im Bewusstsein der Verbraucher noch nicht verankerten Auswahlkriterien wie der CO<sub>2</sub>-Effizienz besteht die Gefahr, dass eine diesbezügliche Information, wenn sie nicht schon bei dem mit der Auswahlentscheidung verbundenen Vergleich der in Betracht kommenden Fahrzeuge vorlag, nachträglich keine Berücksichtigung mehr findet. Zudem kann es auch bei einer Auswahlentscheidung im realen Verkaufsraum vorkommen, dass der Kaufvertrag nicht unmittelbar, sondern mit einem gewissen zeitlichen Abstand geschlossen wird.

26

Wo die Grenzen des virtuellen Verkaufsraums zu ziehen sind, bedarf vorliegend keiner Entscheidung. Es kann derzeit offenbleiben, ob die gesetzlichen Vorgaben zur Folge haben,

27

dass jede Bewerbung eines konkreten, also nicht lediglich seiner Gattung nach bestimmten Fahrzeugs im Internet eine Verpflichtung zur Angabe der CO2-Effizienz auslöst, da derartige Angebote auch mittels der gängigen Internetsuchmaschinen nach bestimmten, wenn auch eher groben Kriterien gesucht, verglichen und ausgewählt werden können, oder ob es eines auf derartige Waren spezialisierten, eine differenzierte Suche ermöglichenden Vergleichsportals bedarf.

Nicht zu beanstanden ist auch die erstinstanzliche Kostenentscheidung. Das Verbot war von Anfang an auf die konkrete Verletzungsform eines Verkaufsangebots bezogen, nämlich die vorgelegte Anlage A1. Bei dieser Sachlage ist das Landgericht zu Recht davon ausgegangen, dass der Titel durch den Wegfall der Erstreckung auf das bisher nicht vorgekommene Leasing nur unwesentlich hinter dem Begehren zurückbleibt, so dass die Voraussetzungen des § 92 Abs. 2 Nr. 1 ZPO vorliegen. 28

Die Kostenentscheidung für das Berufungsverfahren folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO. Einer Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit bedarf es nicht, die Sache ist kraft Gesetzes nicht revisibel, § 542 Abs. 2 ZPO. 29

Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird in Übereinstimmung mit der unbeanstandet gebliebenen erstinstanzlichen Festsetzung auf 20.000,00 Euro festgesetzt. 30