
Datum: 21.03.2017
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 4 U 167/16
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2017:0321.4U167.16.00

Vorinstanz: Landgericht Bochum, 12 O 54/16

Schlagworte: Möbelhäuser, Ausstellungsstücke, Ausstattungsvarianten, Preisauszeichnung, Einzelpreise, Gesamtpreis, Verkaufspreis, Endpreis, Anbieten von Ware, einheitliches Leistungsangebot, unionsrechtliche Grundlage der PAngV, UGP-Richtlinie, Preisangaberichtlinie, Verjährung, Wissenszurechnung, Kenntnis von Mitgliedsunternehmen eines Wettbewerbsverbandes

Normen: §§ 2 Abs. 1 Nr. 9; 3a; 5 a; 11 UWG, § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV; Richtlinie 98/6/EG; Art. 3 Abs. 4 Richtlinie 2005/29/EG

Leitsätze:

Eine in Geschäftsräumen – als einheitliches Leistungsangebot - zum Verkauf angebotene Möbelwand incl. LED-Beleuchtung und Audiosystem muss mit dem Gesamtpreis für die konkret ausgestellte Ausstellungsvariante ausgezeichnet werden. Die Angabe von Teilpreisen bspw. für die Wohnwand, die LED-Beleuchtung und das Audiosystem genügt auch dann nicht, wenn der Kunde den Gesamtpreis mittels Addition der angegebenen Einzelpreise ermitteln kann. Zum Beginn der Verjährungsfrist gem. § 11 Abs. 2 UWG, wenn ein Verein zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs einen Wettbewerbsverstoß aufgrund eines Testkaufs eines Mitgliedsunternehmens verfolgt.

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 06.09.2016 verkündete Urteil der 12. Zivilkammer - Kammer für Handelssachen - des Landgerichts Bochum wird zurückgewiesen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Berufungsverfahrens.

Gründe

A.

Die Beklagte betreibt ein Einrichtungshaus.

Dort stellte sie am 19.09.2015 unter anderem eine Polsterecke des Herstellers Joop aus. Ein Preisschild auf dem Tisch neben der Polsterecke wies folgende Angaben aus: „Joop! Polsterecke ab 3.699,-- €“. Weitere Preisschilder befanden sich an den einzelnen Elementen der Polsterecke. Diese ergaben zusammengerechnet einen Preis von über 5000,-- EUR. Die ausgestellte Polsterecke hatte Füße aus Edelstahl. Jedenfalls diese waren gegenüber der Preisangabe von 3699,-- EUR aufpreispflichtig. Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die in den Akten befindlichen Lichtbilder in den Anlagen K1 und K2 (Bl. 13ff der Akten) verwiesen.

Zudem stellte die Beklagte eine Wohnwand „DSIGN Valentino, Kojen-Nr. 2127“ aus (Anlage K3 - Bl. 26/27 der Akten). Die ausgestellte Wohnwand beinhaltete eine LED-Beleuchtung und ein Audiosystem. Neben der Wohnwand hingen übereinander Aushängeschilder mit Preisangaben. Das obere Aushängeschild wies für die Wohnwand einen „Vollpreisservice“ von 4.499 € aus. Das untere Schild gab Preise für die LED-Beleuchtung und das Audiosystem an. Wegen der Einzelheiten der Darstellung wird auf die Anlagen K3 (Bl. 28 der Akten) und K4 (Bl. 29 der Akten) Bezug genommen.

Die Klägerin mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 17.11.2015 (Anlage K5 - Bl. 30ff. der Akten) ab. Hierin beanstandete sie deren Preisauszeichnung. Sie forderte die Beklagte deshalb zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. Die Beklagte lehnte dies mit Schreiben vom 27.11.2015 (Anlage K6 - Bl. 34 ff. der Akten) ab.

Die Klägerin hat die Ansicht vertreten, die Beklagte verstoße gegen § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV. Denn sie habe in beiden Fällen nicht den Gesamtpreis angegeben. Zudem habe die Beklagte hiermit zur Täuschung geeignete Angaben i.S.d. § 5 Abs. 1 UWG gemacht. Ferner habe sie auch gemäß § 5 a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 3 UWG unlauter gehandelt. Schließlich liege auch ein Verstoß gegen § 5 a Abs. 2, Abs. 4 UWG i.V.m. § 312 a BGB und Art. 246 Abs. 1 Nr. 3 EGBGB vor.

Die Klägerin hat beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 250.000 Euro, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in den Geschäftsräumen ausgestellte Möbel mit Zusatzausstattung dergestalt mit einer Preisauszeichnung zu versehen, dass auf dem Preisschild lediglich ein Preis des entsprechenden Modells ohne diese Zusatzausstattung angegeben ist, wenn dies geschieht wie in Anlage K1 und/oder Anlage K3.

2. die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin 246,10 Euro zzgl. Zinsen in Höhe von neun Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank seit dem 18.12.2015 zu zahlen.

Die Beklagte hat beantragt,	
die Klage abzuweisen.	12
Sie hat die Ansicht vertreten, ihre Preisauszeichnung sei nicht wettbewerbswidrig.	13
Bei den Ausstattungsmerkmalen der Wohnwand habe es sich lediglich um optionale Preisbestandteile gehandelt, da der Kunde nicht verpflichtet gewesen sei, die Wohnwand mit diesen Ausstattungsmerkmalen zu erwerben. Ein Gesamtpreis nach der PAngV sei jedoch lediglich für obligatorische Preisbestandteile zu bilden.	14
Im Übrigen existiere ein eigenständiger Unrechtstatbestand des § 3 a UWG i.V.m. § 1 Abs. 1 PAngV nach der letzten Novellierung des UWG nicht mehr. Denn die PAngV ginge über die europarechtlichen Vorgaben der Richtlinie 2005/29/EG, die abschließend in § 5 a Abs. 2, Abs. 3 UWG umgesetzt worden sei, hinaus.	15
Ein Verstoß gegen § 5 a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 3 UWG liege nicht vor. Denn der Verbraucher werde im Detail über die Preisberechnung einschließlich aller Zusatzkosten informiert. Ihm würden keine Informationen vorbehalten, die er benötige, um eine informierte, geschäftliche Entscheidung zu treffen.	16
Dementsprechend sei auch keine Irreführung gegeben.	17
Die Beklagte hat die Einrede der Verjährung erhoben. Sie hat hierzu die Ansicht vertreten, die Verjährungsfrist sei zum Zeitpunkt der Klagerhebung am 24.03.2016 abgelaufen gewesen, nachdem der Testbesuch am 19.09.2015 stattgefunden hatte.	18
Die Klägerin hat demgegenüber die Ansicht vertreten, die Verjährungseinrede sei unbegründet. Denn sie habe selbst – und dies ist unstreitig – erstmals am 14.10.2015 von dem Sachverhalt durch eine entsprechende Beschwerde eines ihrer Mitglieder Kenntnis erlangt. Eine vorherige Kenntnis dieses Mitgliedes brauche sie sich als Verband i.S.d. § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG nicht zurechnen zu lassen.	19
Wegen des weiteren Vorbringens der Parteien erster Instanz einschließlich der Anträge wird auf den Tatbestand des angefochtenen Urteils Bezug genommen.	20
Das Landgericht hat die Beklagte verurteilt, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in den Geschäftsräumen ausgestellte Möbel mit Zusatzausstattung dergestalt mit einer Preisauszeichnung zu versehen, dass auf dem Preisschild lediglich ein Preis des entsprechenden Modells ohne diese Zusatzausstattung angegeben ist, wenn dies geschieht wie in Anlage K1 und/oder Anlage K3., sowie an die Klägerin Abmahnkosten in Höhe von 246,10 EUR nebst Zinsen zu zahlen. Wegen der Begründung wird auf die Entscheidungsgründe des angefochtenen Urteils Bezug genommen.	21
Hiergegen richtet sich die Beklagte unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vorbringens mit der Berufung wie folgt:	22
Die erstinstanzliche Entscheidung werde nur insoweit angegriffen, als sich die Verurteilung auf die Anlage K3 und den diesbezüglich vorgetragenen Sachverhalt beziehe.	23
Das Urteil sei insoweit schon wegen fehlender hinreichender Bestimmtheit aufzuheben, da die mit der Klageschrift zugestellten Anlagen, insbesondere die Anlagen K3 und die Anlage K4 eine derart schlechte Qualität aufwiesen, dass sie nicht dazu dienen könnten, als	24

Bezugnahme den Umfang der Verurteilung zu erläutern.

Die Einrede der Verjährung werde aufrechterhalten. Die Klägerin müsse sich die Kenntnis des Testkäufers zurechnen lassen, die dieser zum Zeitpunkt des Testbesuchs zur Vorbereitung dieses gerichtlichen Verfahrens erlangt habe. 25

Im vorliegenden Berufungsverfahren sei nur noch die von der Beklagten ausgestellte Wohnwand zum Preis von 4.499,00 €, die auf der Anlage K3 abgebildet sei, maßgeblich. Dieses Ausstellungstück sei nicht verkäuflich gewesen. Es habe lediglich der Veranschaulichung aller zur Verfügung stehenden Ausstattungsoptionen gedient. Anders als Mitnahmeware würden Produkte der vorliegenden Gattung individuell für die Interessenten konfektioniert und hergestellt. Der Kunde habe also lediglich die Möglichkeit, ein gleichartiges, nicht aber dasselbe Möbelstück zu erwerben. 26

Das angegriffene Urteil verkenne, dass die Bestimmungen der PAngV durch höherrangiges europäisches Recht verdrängt würden. Für die vorliegende Rechtsfrage nach der Angabe des Gesamtpreises sei § 5 a Abs. 3 Nr. 3 UWG einschlägig. Dessen Voraussetzungen lägen nicht vor. Es fehle bereits an einer Aufforderung zum Kauf, solange die Konfiguration des Produktes noch nicht festgelegt sei. Im Übrigen habe es nur der Angabe der Kosten für die Wohnwand als obligatorischem Preisbestandteil bedurft. Andernfalls habe der Gesamtpreis für sämtliche Variationen angegeben werden müssen. Dies führe jedoch zu einem „Preisangabe-Chaos“, so dass der Kunde nicht mehr unterscheiden könne, welcher Gesamtpreis für ihn maßgeblich sei. Ihr könne danach nicht vorgehalten werden, ihrer Informationspflicht nicht gerecht zu werden. Dem Kunden würden keine wesentlichen Informationen vorenthalten. 27

Die Beklagte beantragt deshalb, 28

das Urteil des Landgerichts Bochum vom 06.09.2016 Aktenzeichen I-12 O 54/2016 abzuändern und die Klage kostenpflichtig abzuweisen, soweit die Beklagte verurteilt wurde, es bei Meidung eines Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 250.000 Euro, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in den Geschäftsräumen ausgestellte Möbel mit Zusatzausstattung dergestalt mit einer Preisauszeichnung zu versehen, dass auf dem Preisschild lediglich ein Preis des entsprechenden Modells ohne diese Zusatzausstattung angegeben ist, wenn dies geschieht wie in Anlage K3. 29

Die Klägerin beantragt, 30

die Berufung zurückzuweisen. 31

Sie trägt unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vorbringens vor: 32

Das Landgericht habe ihrem Unterlassungsbegehren zu Recht stattgegeben. 33

Der Tenor des erstinstanzlichen Urteils sei hinreichend bestimmt. Denn die Beklagte wisse, was das Unterlassungsbegehren der Klägerin sei, und was das Landgericht ihr zu unterlassen aufgegeben habe. 34

Die Verjährungseinrede greife nicht durch. Denn es sei allein maßgeblich, wann sie selbst Kenntnis von dem Verstoß erlangt habe. 35

36

Die Beklagte habe gegen § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV verstoßen. Die Bestimmung des § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV habe ausweislich der Entscheidung des BGH, Urt. vom 10.11.2016 – I ZR 29/15 – <i>Hörgeräteausstellung</i> ihre (alleinige) unionsrechtliche Grundlage in der Richtlinie 98/6/EG. Diese regle besondere Aspekte im Sinne von Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EGUGP-RL. Die Richtlinie 2005/29/EG sei hinsichtlich des in der Richtlinie 98/6/EG geregelten Aspekts eines in der Werbung angegebenen oder anzugebenden Verkaufspreises nicht anwendbar. Danach bleibe § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV anwendbar.	
Soweit die Beklagte erstmals mit der Berufungsbegründung vorbringe, die ausgestellte Wohnwand sei ein Ausstellungsstück und überhaupt nicht verkäuflich gewesen, werde dies bestritten. Die Beklagte sei mit diesem Vorbringen präkludiert. Hierauf komme es aber auch nicht an. Denn auch in diesem Fall liege ein Angebot im Sinne des § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV. Hierfür genüge es, dass der Gewerbetreibende unter Verwendung eines möglicherweise nicht verkäuflichen Ausstellungsstückes dem Verbraucher erkläre, dass er bereit sei, ihm die gleiche Ware zum genannten Preis zu verkaufen. Dass der Kunde diese Möglichkeit habe, räume die Beklagte ein.	37
Es gehe nicht um die Frage, ob irgendwelche Ausstattungsmerkmale obligatorisch oder optional seien. Denn die Wohnwand könne insoweit nicht sachlich oder rechtlich aufgespalten werden. Das, was die Beklagte als Zusatzausstattung bezeichne, sei tatsächlich Teil der Ausstattung der Wohnwand. Wenn es der Beklagten wirklich darum gegangen sei, den Verbraucher zu informieren, was ein „Basismodell“ und einzelne Ausstattungsmöglichkeiten kosten, wäre sie nicht gehindert gewesen, den Gesamtpreis aufzugliedern. Damit wäre der Verbraucher genügend informiert.	38
Wegen des weiteren Vorbringens wird auf den Inhalt der Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.	39
B.	40
Die zulässige Berufung ist unbegründet.	41
I.	42
Die Klage ist zulässig.	43
1.	44
Der Klageantrag ist durch seine Bezugnahme auf die konkrete Verletzungshandlung hinreichend bestimmt i.S.d. § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.	45
Nichts anderes gilt hinsichtlich des Tenors des angefochtenen Urteils. Denn der Umfang der konkreten Verletzungsform steht zwischen den Parteien nicht in Streit und kann im Übrigen mithilfe der Entscheidungsgründe ausgelegt werden.	46
2.	47
Die Klägerin ist klagebefugt i.S.d. § 8 Abs. 1 Nr. 2 UWG.	48
II.	49
Die Klage ist auch begründet.	50
	51

1.

Der aktivlegitimierten Klägerin steht der mit dem Klageantrag zu 1. geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1; Abs. 3 Nr. 2; 3; 3 a UWG i.V.m. § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV gegen die Beklagte zu. 52

Soweit mittlerweile das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb durch das Zweite Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb mit Wirkung vom 10.12.2015 novelliert worden ist, hat sich hieraus keine maßgebliche Änderung der Rechtslage ergeben. Der nun geltende § 3 a UWG entspricht der bis dahin in § 4 Nr. 11 UWG aF enthaltenen Regelung des wettbewerbsrechtlichen Rechtsbruchtatbestands (BGH, GRUR 2016, 1200 Rn. 11 – *Repair-Kapseln*). 53

Ebenso wenig folgt daraus, dass in § 1 Abs. 1 PAngV durch Art. 11 Nr. 1 Buchst. a des Gesetzes zur Umsetzung der Wohnimmobilienkreditrichtlinie und zur Änderung handelsrechtlicher Vorschriften vom 11.3.2016 mit Wirkung vom 21.3.2016 das Wort „Letztverbraucher“ durch die Wendung „Verbraucher gem. § 13 des BGB“ ersetzt worden sind, eine für die Beurteilung des Streitfalls maßgebliche Änderung der Rechtslage (vgl. BGH, GRUR 2017, 286, 287 - *Hörgeräteausstellung*). 54

a) 55

Die Vorschrift des § 1 Abs. 1 S. 1 Fall 1 PAngV stellt eine Marktverhaltensregelung zum Schutze der Verbraucher i.S.d. § 3 a UWG dar (u.a. BGH, GRUR 2013, 850 – *Grundpreisangabe im Supermarkt*). 56

Ihr Regelungsgehalt wird nicht etwa durch die Vorgaben der Richtlinie 2005/29/EG eingeschränkt, geschweige denn durch deren Art. 7 Abs. 4 Buchst. c verdrängt. Die Bestimmung des § 1 Abs. 1 S. 1 Fall 1 PAngV hat ihre (alleinige) unionsrechtliche Grundlage in der Richtlinie 98/6/EG über den Schutz der Verbraucher bei der Angabe der Preise der ihnen angebotenen Erzeugnisse (BGH, GRUR 2017, 286, 287/288 - *Hörgeräteausstellung*). Soweit die Vorschrift Unternehmer zur Angabe des Endpreises beim Warenhandel – und hierum und nicht um das Angebot von Dienstleistungen (allein hierzu BGH, GRUR 2015, 1240 – *Zauber des Nordens*) geht es vorliegend - verpflichtet, hat sie ihre Grundlage in Art. 1 und 2 Buchst. a, 3 Abs. 1 und 4 Abs. 1 der Richtlinie 98/6/EG. Nach diesen Bestimmungen des Unionsrechts ist bei Erzeugnissen, die Händler Verbrauchern anbieten, der Endpreis für eine Produkteinheit unmissverständlich, klar erkennbar und gut lesbar als Verkaufspreis anzugeben, der die Umsatzsteuer einschließt. Die Richtlinie 98/6/EG regelt so im Zusammenhang mit der Angabe des Verkaufspreises von Erzeugnissen in Verkaufsangeboten besondere Aspekte im Sinne von Art. 3 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG und geht damit deren Vorschriften vor (EuGH, GRUR 2016, 945 Rn. 42 bis 45 – *Citroën/ZLW*). 57

b) 58

Die Beklagte hat mit der beanstandeten Preisauszeichnung der Wohnwand in der Ausstellung ihres Möbelhauses gegen die Verpflichtung zur Angabe des Gesamtpreises bei Angeboten von Waren (§ 1 Abs. 1 S. 1 Fall 1 PAngV) verstoßen. 59

aa) 60

61

Die Ausstellung des hier in Rede stehenden Möbelstücks stellt sich unter den gegebenen Umständen als Anbieten von Ware i.S.d. § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV dar.

Denn ein normal informierter, angemessen aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher kann eine Werbung, in der ein Gewerbetreibender die Besonderheiten des beworbenen Erzeugnisses und einen Preis, der aus der Sicht des Verbrauchers dem Verkaufspreis dieses Erzeugnisses gleichkommt, sowie ein Datum, bis zu dem das Angebot gültig bleibt, angibt, als Angebot des Gewerbetreibenden auffassen, das Erzeugnis zu dem in dieser Werbung genannten Konditionen zu verkaufen (EuGH, GRUR 2016, 945 Rn. 30 – *Citroën/ZLW*; BGH, GRUR 2017, 286, 288 – *Hörgeräteausstellung*; Büscher, GRUR 2017, 105, 110/111).

62

Diese Voraussetzungen sind hier erfüllt. Der angesprochene Verbraucher konnte vor allem davon ausgehen, die ausgestellte Wohnwand aktuell zu dem ausgezeichneten Preis, wenn auch erst nach Addition sämtlicher Preisangaben zu erwerben. Der Präsentation der Ware ließ sich jedenfalls nichts anderes entnehmen. Dies stellt auch die Beklagte letztlich gar nicht in Frage, wenn sie „lediglich“ ausführt, der Kunde habe die Wohnwand nicht in der Ausstattung kaufen müsse, wie sie ausgestellt war. Es mag sein, dass derlei Wohnwände in der Regel anhand der individuellen Bedürfnisse des Kunden entsprechend konfiguriert werden. Zwingend ist dies jedoch nicht.

63

bb) 64

Demzufolge hätte die Beklagte den Gesamtpreis respektive den Verkaufspreis (Art. 1 und 2 Buchst. a, 3 Abs. 1 und 4 Abs. 1 der Richtlinie 98/6/EG) angeben müssen. 65

Dieser Verkaufspreis ist der Endpreis (Art. 2 Buchst. a der Richtlinie 2005/29/EG), der als solcher notwendigerweise die unvermeidbaren und vorhersehbaren Bestandteile des Preises enthalten muss, die obligatorisch vom Verbraucher zu tragen sind und die Gegenleistung in Geld für den Erwerb des betreffenden Erzeugnisses bilden (EuGH GRUR 2016, 945, 946 – *Citroen/ZLW*) – und dies ist das tatsächlich zu zahlende Gesamtentgelt (Köhler/Bornkamm/Köhler, UWG, 35. Aufl., § 1 PAngV Rn. 15). 66

(1) 67

Maßgeblich ist insoweit das unmittelbar angebotene oder beworbene Erzeugnis. Dies ist hier die konkret ausgestellte Ausstattungsvariante der Wohnwand mitsamt LED-Beleuchtung und Audiosystem. 68

Denn aus Sicht des angesprochenen Verkehrs stellt diese ein einheitliches Leistungsangebot dar. Der Verbraucher geht nicht davon aus, dass es sich bei der Wohnwand einerseits und deren besonderer Ausstattung andererseits um selbstständige Leistungsgegenstände handelt, die er nur auf Grund des Abschlusses mehrerer Verträge erwerben kann. Die gesonderten Preisschilder für Wohnwand, LED-Beleuchtung und Audiosystem mögen ihm verdeutlichen, dass er im Rahmen einer Bestellung die Wohnwand zum angegebenen Preis auch ohne LED-Beleuchtung und Audiosystem erwerben kann, mithin diese Ausstattung optional ist. Dennoch kann er aber an eben dieser ausgestellten Variante mitsamt der Ausstattung interessiert sein, und in diesem Fall soll er wissen, wieviel er bezahlen muss, wenn er dieses Angebot, so wie es ihm in der Ausstellung dargeboten wird, annimmt (vgl. hierzu Harte/Henning/Weidert, UWG, § 1 PAngV Rn. 26; Köhler/Bornkamm/Köhler, UWG, 35. Aufl., § 1 PAngV Rn. 13/14; Ohly/Sosnitza/Sosnitza, UWG, 7. Aufl., § 1 PAngV Rn. 25). 69

70

(2)	
Eine Angabe des Endpreises für dieses Erzeugnis fehlt. Der Preis, den der Verbraucher für den Erwerb des ausgestellten Möbelstücks mit den vorhandenen Ausstattungsmerkmalen (obligatorisch) hätte zahlen müssen, ergab sich vielmehr erst mittels Addition der angegebenen Einzelpreise. Dies reicht jedoch nicht. Es genügt gerade nicht, einen Teilpreis zu nennen und einen weiteren Betrag anzugeben, den der Kunde hinzurechnen muss, um den Gesamtpreis zu ermitteln (BGH, GRUR 2015, 1240, 1243 – <i>Der Zauber des Nordens</i>).	71
c)	72
Der Rechtsbruch der Beklagten ist geeignet, die Interessen der Verbraucher im Sinne des § 3 a UWG spürbar zu beeinträchtigen.	73
Werden – wie hier – unter Verstoß gegen § 3 a UWG Informationen vorenthalten, die das Unionsrecht als wesentlich einstuft, ist das Erfordernis der Spürbarkeit nämlich ohne weiteres erfüllt (vgl. BGH, GRUR 2016, 516, 520 – <i>Wir helfen im Trauerfall</i>).	74
d)	75
Die Wiederholungsgefahr wird sodann aufgrund des bereits verwirklichten Verstoßes tatsächlich vermutet (Köhler/Bornkamm/ <i>Bornkamm</i> , UWG, 35. Aufl., § 8 Rn. 1.43). Eine wettbewerbliche Unterwerfungserklärung seitens der Beklagten liegt nicht vor.	76
e)	77
Dem Unterlassungsanspruch der Klägerin steht auch nicht etwa die von der Beklagten erhobene Verjährungseinrede entgegen.	78
Die sechsmonatige Verjährungsfrist des § 11 Abs. 1 UWG beginnt gem. § 11 Abs. 2 Nr. 2 UWG, wenn der Gläubiger von den den Anspruch begründenden Umständen und der Person des Schuldners Kenntnis erlangt hat oder ohne grobe Fahrlässigkeit erlangen musste.	79
Vorliegend kommt es hierbei hinsichtlich der Kenntniserlangung allein auf die Klägerin an. Denn Gläubigerin des Unterlassungsanspruchs ist allein sie. Sie macht nicht Ansprüche ihrer Mitglieder, sondern einen eigenen Anspruch geltend, wie sich aus § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG ergibt. Die Kenntnis ihrer Mitglieder kann ihr grundsätzlich nicht zugerechnet werden (vgl. KG, WRP 1992, 564, 566; OLG Bamberg, GRUR 2007, 167; OLG Karlsruhe, GRUR-RR 2007, 51; Harte/Henning/ <i>Schulz</i> , UWG, 4. Aufl., § 11 Rn. 94 unter Hinweis auf BGH, GRUR 2011, 633 Rn. 38f.; jurisPK- <i>Ernst</i> , UWG, 4. Aufl., § 11 UWG, Rn. 26; Köhler/Bornkamm/ <i>Köhler</i> , 35. Aufl. 2017, UWG § 11 Rn. 1.27), auch wenn diese – wie vorliegend – auf dem gezielten Einsatz Dritter zur Ermittlung von Wettbewerbsverstößen beruhen mag. Denn weder die Mitgliedsunternehmen noch deren Beauftragte sind Wissensvertreter der Klägerin (zu den Anforderungen u.a. Palandt-Ellenberger, BGB, 76. Aufl., § 166 Rn. 6).	80
Der Lauf der Verjährungsfrist begann somit nicht, bevor die Klägerin selbst am 14.10.2015 Kenntnis von dem Verstoß erlangte, und endete demzufolge auch nicht vor Erhebung der Klage am 14.03.2016.	81
2.	82
Der Klageantrag zu 2. ist gleichermaßen begründet. Der Klägerin steht der hiermit geltend gemachte Zahlungsanspruch zu – und dieser wird der Höhe nach auch gar nicht in Frage	83

gestellt. Die Abmahnung war nach den vorstehenden Erwägungen zu 1. berechtigt i.S.d. § 12 Abs. 1 S. 2 UWG.

C. 84

Die Entscheidungen zur Kostentragung und vorläufigen Vollstreckbarkeit beruhen auf den §§ 97 Abs.1, 708 Nr. 10, 711, 713 ZPO. 85