
Datum: 05.11.2019
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 4 U 11/19
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2019:1105.4U11.19.00

Vorinstanz: Landgericht Arnsberg, 8 O 73/18

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 06.12.2018 verkündete Urteil der 8. Zivilkammer - Kammer für Handelssachen - des Landgerichts Arnsberg wird zurückgewiesen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Berufungsverfahrens.

Dieses Urteil und das angefochtene Urteil sind ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar. Soweit die Beklagte zur Unterlassung verurteilt worden ist, kann sie die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 30.000,- Euro abwenden, sofern nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in dieser Höhe leistet. Im Übrigen kann die Beklagte die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, sofern nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Gründe:	1
I.	2
Der Kläger nimmt die Beklagte auf Unterlassung einer Printwerbung in Anspruch.	3
Der Kläger ist der Verein „V-Zentrale G e.V.“, die Beklagte betreibt ein Möbelhaus in X.	4
	5

In der 7. Kalenderwoche 2018 ließ die Beklagte folgenden beidseitig bedruckten Werbeflyer mit den Ausmaßen 32 cm x 16 cm zur Verteilung bringen, in dem sie unter anderem mit einer Tauschprämie warb:

500€ Tausch-Prämie für Ihre alten Möbel! **Große Möbel-Tausch-Aktion**

Donnerstag 15. Februar 10.00-19.30 Uhr geöffnet
Freitag 16. Februar 10.00-19.30 Uhr geöffnet
Samstag 17. Februar 10.00-18.30 Uhr geöffnet

Donnerstag, 10 Uhr gehts los!

Boutique-Gutschein 15€ geschenkt

Altes raus Neues rein

Anlage K2

6

Altes raus - Neues rein! **Sensationelle Spar-Angebote**

500€ Tausch-Prämie für Ihre alten Möbel!

Schlemmer Tipp Mo. - Sa. bis 16 Uhr 5,90 €

Frühstücksbuffet 8 Teile vom Buffet + Kaffee satt 3,95 €

AFTER WORK Entspannt in den Feierabend! ab 16 Uhr

MONTAG-FREITAG 3,90 €

+++ Aktuelle Angebote auf +++

Öffnungszeiten:
Mo.-Fr.: 10.00 - 19.30 Uhr
Sa.: 10.00 - 18.30 Uhr
Restaurant-Öffnungszeiten:
Mo.-Sa.: ab 9.00 Uhr

Anlage K1

7

Im Zeitpunkt seiner Verteilung war auf der Internetseite der Beklagten unter „Prospekte“ als einziger Prospekt der im Flyer in Bezug genommene hinterlegt.

8

Mit Schreiben vom 15.02.2018 mahnte der Kläger die Beklagte wegen der vorbezeichneten Werbung ab und forderte sie fruchtlos zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung sowie Erstattung von Abmahnkosten in Höhe von 267,50 € auf. Die vorbezeichnete Werbung verstoße gegen § 5a Abs. 2 UWG. Ihr fehle die wesentliche Information, welche Waren von der Aktion ausgeschlossen seien. Der Flyer verweise insofern lediglich auf Prospektangebote auf www.u.de. 9

Am 20.07.2018 hat der Kläger beim Landgericht Arnsberg unter Wiederholung und Vertiefung seines außergerichtlichen Vorbringens Klage erhoben. Er hat die Ansicht vertreten, die Werbung verstoße bereits deshalb gegen § 5a Abs. 2 UWG, weil ihr Blickfang irreführend sei. Dieser erwecke den Eindruck, die Aktion erstrecke sich auf das gesamte Sortiment. Um eine Irreführung über den Umfang der Aktion auszuschließen, habe die Aufklärung den blickfangmäßig herausgestellten Angaben unmittelbar zugeordnet sein müssen. Die am hiesigen Blickfang befindlichen zwei Sternchen seien jedoch zu klein geraten, um am Blickfang teilzuhaben. Jedenfalls aber liege ein unzulässiger Medienbruch vor. Die Beklagte habe für die von der Aktion ausgenommenen Waren nicht auf ihre Internetseite verweisen dürfen. Es habe räumlich ausreichend Platz zur Verfügung gestanden, die Ausnahmen auf dem Flyer zu benennen. 10

Der Kläger hat beantragt, 11

- **1.** 1123
die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu werben mit Preisvorteilen für den Verkauf von Möbeln und dabei Produkte auszunehmen, die in Prospekt-Angeboten enthalten sind, die auf der Internetseite der Beklagten einzusehen sind, mit den Angaben

„Altes raus – Neues rein! 14

bis zu 500,- € Tausch-Prämie** 15

für Ihre alten Möbel! 16

**** ausgenommen Prospekt-Angebote auf www.u.de“** 17

wie mit dem nachfolgend wiedergegebenen Werbeflyer geschehen 18

19

Altes raus - Neues rein!

Sensationelle Spar-Angebote

bis zu 500€ Tausch-Prämie für Ihre alten Möbel!

✓ Polstergarnituren ✓ Schlafzimmer
✓ Wohnwände ✓ Badezimmer
✓ Speisezimmer ✓ Küchen
... und vieles mehr!

Schenker Tipp
Mo. - Sa. bis 16 Uhr
3 Schmeckerlücken Entdecken Sie die Geheimnisse von Schokolade, Pfeffer und Pflaumen. 5,90 €

Frühstücksbuffet
8 Teile vom Buffet + Kaffee satt 3,95 € pro Person

AFTER WORK
Entspannt in den Feierabend!
ab 16 Uhr
MONTAG-FREITAG
Küchengeräte, Haushaltswaren, Geschirre
3,90 €

+++ Aktuelle Angebote auf +++

Öffnungszeiten:
Mo.-Fr.: 10.00 - 19.30 Uhr
Sa.: 10.00 - 18.30 Uhr
Restaurants-Öffnungszeiten
Mo.-Sa.: ab 9.00 Uhr

bis zu 500€ für Ihre alten Möbel! Große Möbel-Tausch-Aktion

Altes raus Neues rein

Donnerstag, 10 Uhr gehts los!

15. Februar 10.00-19.30 Uhr geöffnet
16. Februar 10.00-19.30 Uhr geöffnet
17. Februar 10.00-18.30 Uhr geöffnet

Boutique-Gutschein
15€ geschenkt

✓ Glas, Porzellan ✓ Leuchten ✓ Geschirrkästen
✓ Bilder ✓ Kissenstühle ✓ Tappetiden
✓ Haushaltswaren ✓ Teppiche

Als einen Einkaufswert von 100 € schenken wir Ihnen 15 €.

20

222

- 2. der Beklagten für den Fall zukünftiger schuldhafter Zuwiderhandlung gegen das vorstehende Unterlassungsgebot ein Ordnungsgeld i.H.v. bis zu 250.000,- €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft von bis zu 6 Monaten anzudrohen, wobei die Ordnungshaft an dem Geschäftsführer der Komplementär-Gesellschaft der Beklagte zu vollziehen ist,

- 3. 224
die Beklagte zu verurteilen, an ihn 267,50 € nebst Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 31.08.2018 zu zahlen.

Die Beklagte hat beantragt, 25

die Klage abzuweisen. 26

Sie hat behauptet, bei den ausgenommenen Prospektangeboten handele es sich um die in 27
der Anlage B 1 aufgeführten 97 Einzelangebote. Sie hat die Ansicht vertreten, es sei nicht
möglich gewesen, diese Angebote auf dem Flyer bereitzustellen, ohne dass die Darstellung
wettbewerbsrechtlich als unklar, unverständlich, uneindeutig oder unlesbar angreifbar
gewesen sei.

Mit dem angefochtenen Urteil vom 06.12.2018 hat das Landgericht die Beklagte 28
antragsgemäß verurteilt. Die Beklagte sei nach § 8 Abs. 3 Nr. 2, Abs. 1, § 2 Abs. 1 Nrn. 1 und
3, § 3 Abs. 1, § 5a Abs. 2 UWG zur Unterlassung und nach § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG zur
Erstattung der Abmahnkosten verpflichtet. Die beanstandete Werbung enthalte dem
Verbraucher die wesentliche Information vor, welche Waren von der Preisbewerbung
ausgeschlossen seien. Die Beklagte habe nicht substantiiert dargelegt, dass es ihr unter
Berücksichtigung der Eigenart der Verkaufsförderungsmaßnahme und der Beschränkung des
verwendeten Kommunikationsmediums unmöglich gewesen sei, sämtliche wesentlichen
Informationen auf dem Flyer bereitzustellen.

Hiergegen wendet sich die Beklagte mit ihrer Berufung vom 14.01.2019. Sie macht unter 29
Wiederholung ihres erstinstanzlichen Vorbringens insbesondere geltend, das Landgericht sei
zu Unrecht davon ausgegangen, der Flyer lasse es räumlich zu, die von der Aktion
ausgenommenen Waren in ihn aufzunehmen. Die Wiedergabe des ausgenommenen
Prospekts auf dem Flyer genüge nicht den wettbewerbsrechtlichen Anforderungen. Die
Schriftgröße sei weit kleiner als 6 Didot-Punkt, der Verbraucher benötige zum Lesen eine
Lupe oder Ähnliches und müsse einen erheblichen Zeitaufwand betreiben.

Die Beklagte beantragt, 30

**die Klage unter Abänderung des Urteils des Landgerichts Arnsherg vom 06.12.2018 zu 31
I-8 O 73/18 abzuweisen.**

Der Kläger beantragt, 32

die Berufung zurückzuweisen. 33

Er verteidigt das erstinstanzliche Urteil. 34

II. 35

Die zulässige Berufung der Beklagten hat in der Sache keinen Erfolg. Zu Recht hat das 36
Landgericht die Beklagte zur Unterlassung und Zahlung der Abmahnkostenpauschale
verurteilt.

1) Der Kläger ist als eingetragener Verein zur Förderung gewerblicher Interessen, 37
insbesondere zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs, aufgrund seiner

Mitgliederstruktur prozessführungsbefugt (vgl. zur anerkannten umfassenden Verbandsklagebefugnis des Klägers für das gesamte Bundesgebiet: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 37. Auflage 2019, Einleitung Rn. 2.45).

2) Der mit dem Antrag zu 1. geltend gemachte und vom Landgericht zurecht zuerkannte Unterlassungsanspruch findet seine Grundlage in § 8 Abs. 1 Satz 1, Abs. 3 Nr. 2, § 3 Abs. 1, § 5a Abs. 2 UWG. Die Werbung ist nach § 3 Abs. 1 UWG unzulässig, da unlauter i.S.v. § 5a Abs. 2 UWG. Der Kläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG aktivlegitimiert (vgl. zur sog. Doppelnatur des § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG: BGH Urteil vom 07.05.2015 - I ZR 158/14).

38

Nach §§ 8 Abs. 1 Satz 1 UWG kann derjenige, der eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Unzulässig sind nach § 3 Abs. 1 UWG unlautere geschäftliche Handlungen. Unlauter handelt nach § 5a Abs. 2 Satz 1 UWG wiederum, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, die er je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen und deren Vorenthalten geeignet ist, ihn zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Als Vorenthalten gilt nach Satz 2 dieser Vorschrift die nicht rechtzeitige Bereitstellung wesentlicher Informationen.

39

a) Zwar liegt entgegen der Auffassung des Klägers ein Verstoß gegen § 5a Abs. 2 UWG nicht bereits darin, dass die Aufklärung zum Blickfang nicht hinreichend an diesem Teil hat. Der im Streitfall gegebene Fußzeilenhinweis ist geeignet, die beim Durchschnittsverbraucher durch die herausgestellte Werbung erweckte Erwartung, das Tauschangebot beziehe sich auf das gesamte Warensortiment, zu zerstören. Der „Tauschcoupon“, auf dem sich der Blickfang befindet, ist kurz und übersichtlich gestaltet, der Zusammenhang zwischen unrichtigem Blickfang und aufklärendem Hinweis leicht erkennbar. Beide Bestandteile stehen in räumlicher Nähe zueinander und die aufklärenden Informationen sind nicht in einem unübersichtlichen Text "versteckt". Auch der Sterneverweis ist für den aufmerksamen Durchschnittsverbraucher leicht erkennbar. Er reiht sich farblich in den Blickfang ein und ist hinreichend deutlich.

40

b) Zutreffend ist das Landgericht jedoch davon ausgegangen, dass die Beklagte den Verbrauchern wesentliche Informationen i.S.v. § 5a Abs. 2 UWG vorenthalten hat, indem sie die von der Tauschaktion ausgeschlossenen Prospektangebote nicht in ihren Flyer aufgenommen, sondern hierfür auf ihre Internetseite verwiesen hat.

41

aa) Der Verbraucher benötigt die Angaben zu den von der „Tausch-Aktion“ ausgeschlossenen Waren, um informiert die geschäftliche Entscheidung treffen zu können, ob er sich in das Einrichtungshaus der Beklagten begibt, um sich dort über deren konkrete Möbelangebote zu unterrichten. Ebenso wie im elektronischen Geschäftsverkehr sind Bedingungen der Inanspruchnahme von Preisnachlässen auch im nichtelektronischen Geschäftsverkehr als wesentliche Informationen im Sinne des § 5a Abs. 2 UWG anzusehen. Nach Art. 6 Buchst. c der Richtlinie 2000/31/EG und § 6 Abs. 1 Nr. 3 TMG müssen im elektronischen Geschäftsverkehr die Bedingungen für die Inanspruchnahme von Verkaufsförderungsmaßnahmen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden. Nach wie vor ist ein unterschiedliches Schutzniveau für elektronischen und nichtelektronischen Geschäftsverkehr nicht zu rechtfertigen. Zu den Bedingungen der Inanspruchnahme gehört bei Preisnachlässen die Angabe, welche Waren oder Warengruppen mit welchen Preisnachlässen erworben werden können (BGH Urteil vom 27.07.2017 - I ZR 153/16 - 19% MwSt. geschenkt m.w.N.).

42

bb) Das Vorenthalten der Informationen über die von der Aktion ausgeschlossenen Produkte ist geeignet, den Verbraucher zu der geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, das Einrichtungshaus der Beklagten aufzusuchen, wovon er bei vollständiger Aufklärung abgesehen hätte.

Die beanstandete Anzeige zielt darauf ab, Verbraucher zu einem Besuch des Einrichtungshauses der Beklagten in X zu bringen. Dies ergibt sich bereits daraus, dass die Verbraucher unter ** aufgefordert werden, den „Tausch-Coupon“ abzutrennen und mitzubringen, der Hervorhebung der Öffnungszeiten, der Angabe von Anschrift und Anfahrtsweg sowie der Werbung mit Speiseangeboten. Dem Vorenthalten der Informationen wohnt die Gefahr inne, den Verbraucher zu einem Besuch des Einrichtungshauses zu veranlassen, den er in Kenntnis der Einschränkung der Aktion unter Umständen nicht getätigt hätte, weil die Aktion das Produkt, für das er sich interessiert, nicht umfasst. 44

cc) Die Beklagte hat diese wesentlichen Informationen über die Einschränkung der Tauschaktion auch vorenthalten. Sie war verpflichtet, sie direkt in dem Flyer aufzuführen. Die Voraussetzungen für einen „Medienbruch“, also die Verweisung des Verbrauchers von der Printwerbung für weitere Informationen auf die Webseite des werbenden Unternehmens, liegen nicht vor. Der Flyer ist bereits nicht räumlich beschränkt i.S.v. § 5a Abs. 5 Nr. 1 UWG. 45

Bei der Beurteilung, ob Informationen vorenthalten wurden, sind gemäß § 5a Abs. 5 UWG räumliche oder zeitliche Beschränkungen durch das für die geschäftliche Handlung gewählte Kommunikationsmittel (Nr. 1) sowie alle Maßnahmen des Unternehmers zu berücksichtigen, um dem Verbraucher die Informationen auf andere Weise als durch das Kommunikationsmittel nach Nummer 1 zur Verfügung zu stellen (Nr. 2). Die Bestimmung setzt Art. 7 Abs. 3 der Richtlinie 2005/29/EG um und ist richtlinienkonform auszulegen. Nach Art. 7 Abs. 3 der Richtlinie sind, wenn das für die Geschäftspraxis verwendete Kommunikationsmittel räumliche oder zeitliche Beschränkungen auferlegt, bei der Entscheidung darüber, ob Informationen vorenthalten wurden, diese Beschränkungen sowie alle Maßnahmen zu berücksichtigen, die der Gewerbetreibende getroffen hat, um den Verbrauchern die Informationen anderweitig zur Verfügung zu stellen. Auf die Maßnahmen, die der Gewerbetreibende getroffen hat, um den Verbrauchern die Informationen anderweitig zur Verfügung zu stellen, kommt es danach nur an, wenn das Kommunikationsmedium räumliche oder zeitliche Beschränkungen für die erforderlichen Angaben aufweist. Bestehen für ein Kommunikationsmittel dagegen keine ins Gewicht fallenden räumlichen oder zeitlichen Beschränkungen, kann der Unternehmer nicht mit Erfolg geltend machen, er habe die Informationen an anderer Stelle zur Verfügung gestellt (vgl. BGH Urteil vom 27.07.2017 - I ZR 153/16 - 19% MwSt. geschenkt; Köhler in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 37. Aufl. 2019, § 5a Rn. 6.11). Der Werbende ist daher grundsätzlich verpflichtet, die dem Verbraucher im konkreten Fall zu erteilenden wesentlichen Informationen direkt in dem für die Verkaufsförderungsmaßnahme verwendeten ursprünglichen Kommunikationsmittel klar, verständlich und eindeutig bereitzustellen (vgl. Art. 7 Abs. 2 der Richtlinie 2005/29/EG; EuGH GRUR 2016, 1307 Rn. 62 - Canal Digital), es sei denn, es ist unter Berücksichtigung der Eigenart der Verkaufsförderungsmaßnahme und der Beschränkungen des verwendeten Kommunikationsmediums unmöglich ist, sämtliche wesentlichen Informationen zu der in Rede stehenden Aktion in diesem Kommunikationsmedium bereitzustellen ([EuGH Urteil vom 26.10.2016 - C-611/14](#) - Canal Digital; BGH a.a.O.). 46

aaa) Eine solche räumliche Beschränkung hat die insoweit darlegungs- und beweisbelastete Beklagte nicht hinreichend dargelegt. 47

Ebenso wie im Rahmen von Art. 246a § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 EGBGB ist für die Frage, ob Informationen objektiv in einem Werbemittel dargestellt werden können, erheblich, welchen Anteil diese Informationen am verfügbaren Raum des vom Unternehmer ausgewählten Werbeträgers einnehmen würden. Aus der Anforderung, die Informationen objektiv in der Werbebotschaft darstellen zu können, ist zu schließen, dass die Werbebotschaft gegenüber den Verbraucherinformationen nicht zurücktreten muss. Wann diese Grenze überschritten wird, ist im Einzelfall anhand einer Gesamtwürdigung des konkreten Werbemittels zu bestimmen (zu Art. 246a § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 EGBGB BGH Urteil vom 11.04.2019 - I ZR 54/16 - Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II; EuGH Urteil vom 23.01.2019 - C-430/17).

Nach der Entscheidung des Bundesgerichtshofs vom 11.04.2019 (I ZR 54/16 - Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II) zu Art. 246a § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 EGBGB soll die Werbebotschaft regelmäßig dann noch nicht zurücktreten, wenn für die erforderlichen Verbraucherinformationen bei Verwendung eines für den durchschnittlichen Adressaten der Werbung angemessenen Schrifttyps nicht mehr als ein Fünftel des für eine konkrete Printwerbung verfügbaren Raums benötigt wird, wobei die gestalterische Entscheidung des Unternehmers hinsichtlich der Aufteilung und Nutzung von Raum und Zeit bei dem von ihm gewählten Kommunikationsmittel unberücksichtigt bleibt (vgl. auch EuGH Urteil vom 23.01.2019 - C-430/17). Zwar hat der Senat Bedenken, ob diese zu Art. 246a § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 EGBGB ergangene Rechtsprechung auf den vorliegenden Fall anwendbar ist. Anders als in dem vom Bundesgerichtshof entschiedenen Fall geht es vorliegend nicht um Verbraucherinformationen zum Widerrufsrecht, die neben die Werbebotschaft treten, sondern um die Werbebotschaft an sich. Ob sich der Werbende auch in diesem Fall lediglich auf eine Fläche von einem Fünftel verweisen lassen muss, erscheint zumindest zweifelhaft. Im Ergebnis kann dies jedoch dahinstehen. Die Beklagte hat - unabhängig davon, ob es sich bei dem von ihr vorgelegten Prospekt um den auf dem Flyer in Bezug genommenen handelt - auch nicht dargelegt, dass es ihr unmöglich war, die Ausnahmen auf einer Fläche von einem Fünftel des Flyers aufzuführen.

49

Der streitgegenständliche Flyer war 32 cm x 16 cm groß und beidseitig bedruckt. Dies entspricht einer Gesamtfläche von 1.024 cm^2 ($2 \times 512 \text{ cm}^2$), so dass die Beklagte zur Darstellung der Ausnahmen zumindest auf eine Fläche von $204,8 \text{ cm}^2$ (z.B. $12,8 \text{ cm} \times 16 \text{ cm}$) zu verweisen war. Dass bei einer Schriftgröße von 6 Didot-Punkt auf dieser Fläche 97 Ausnahmen nicht darstellbar wären, lässt sich dem Vortrag der Beklagten weder entnehmen noch ist dies ersichtlich. Soweit die Beklagte als Nachweis der Unmöglichkeit auf die von ihr zur Gerichtsakte gereichten Anlagen verweist, in die sie den ausgenommenen Prospekt hereinkopiert hat, ergibt sich hieraus nichts anderes. Auch wenn der in den Flyer hineinkopierte Prospekt nicht hinreichend lesbar sein dürfte, folgt hieraus nicht, dass die von der Aktion ausgenommenen Produkte nicht hinreichend klar und verständlich auf 20% der Flyerfläche wiedergegeben werden konnten. Zum einen enthält der in den Flyer einbezogene Prospekt Mehrfach- und Großbilder, Werbeslogans, Materialangaben, Adresse und Anfahrtsplan etc., die für die Information des Verbrauchers, welche Waren von der Aktion ausgeschlossen sind, nicht erforderlich sind. Zum anderen und vor allem ist nicht ersichtlich, dass die Beklagte die Ausnahmen nicht auf andere Art und Weise als durch Abdruck von Bildern, z.B. durch schriftliche Bezeichnung, darstellen konnte. Gegenteiliges hat die darlegungs- und beweisbelastete Beklagte jedenfalls nicht aufgezeigt (im Ergebnis ebenso Entscheidung des Senats vom 22.03.2018 - I-4 U 4/18, 4 U 4/18 - 15% Rabatt auf alle Artikel und OLG München Urteil vom 17.01.2019 - 29 U 3848/17 – Werbepreise Rn. 78ff.).

50

Der Senat brauchte auch nicht zu entscheiden, ob der Unternehmer für die Bedingungen der Inanspruchnahme einer Sonderaktion auf seine Webseite verweisen darf, wenn andernfalls

51

eine Werbeanzeige wegen der von ihm gewählten Gestaltung durch die erforderlichen Angaben überfrachtet würde. Im hiesigen Fall ist dies aufgrund der Gesamtgröße des Flyers im Hinblick auf die Angaben über die ausgenommenen Waren, die für die Verbraucher von zentraler Bedeutung sind, jedenfalls nicht zu befürchten (vgl. BGH Urteil vom 27.07.2017 - I ZR 153/16 - 19% MwSt. geschenkt).

bbb) Im Übrigen weist der Senat darauf hin, dass sich die Werbung auch dann als unlauter darstellen würde, wenn der Flyer eine räumliche Beschränkung aufweisen würde. Anders als Art. 246a § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 EGBGB, der bei einer begrenzten Darstellmöglichkeit unmittelbar eine Erleichterung der Informationspflichten vorsieht, ordnet § 5a Abs. 5 UWG lediglich an, dass die Begrenzungen des Kommunikationsmittels und die Maßnahmen des Unternehmers, die Informationen auf andere Weise zur Verfügung zu stellen, bei der Beurteilung, ob Informationen vorenthalten wurden, zu berücksichtigen sind. Eine anderweitige Bereitstellung der Informationen führt daher nicht ohne Weiteres zur Erfüllung der Informationspflichten. Vielmehr ist stets im Einzelfall zu prüfen, ob es dem Verbraucher möglich und zumutbar ist, sich die Informationen auf diesem Weg zu beschaffen, um eine informierte geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Zwar kann hierfür auch der Verweis auf die Website eines Unternehmens, die über die Angabe einer Internet-Adresse aufgerufen werden kann, ausreichend sein (EuGH Urteile vom 12.05.2011 - C-122/10 – *Ving Sverige* und vom 30.03.2017 - C-146/16 – *DHL Paket*). Die Informationen müssen allerdings einfach und schnell mitgeteilt werden (EuGH Urteil vom 30.03.2017 - C-146/16 - *DHL Paket*). Insgesamt ist daher zwischen dem Interesse des Unternehmers an der Nutzung von Kommunikationsmitteln mit räumlichen und/oder zeitlichen Beschränkungen und dem Interesse des Verbrauchers an der leichten Wahrnehmung aller für ihn relevanten Informationen abzuwägen. Dabei spielt eine wichtige Rolle, für welche geschäftliche Entscheidung der Verbraucher eine bestimmte, ihm auf andere Weise zur Verfügung gestellte Information benötigt und wann er sie benötigt (Köhler in: Köhler/Bornkamm/Feddersen UWG, 37. Aufl. 2019, § 5a Rn. 6.9).

Nach diesen Grundsätzen überwiegt das Informationsinteresse der Verbraucher das Interesse der Beklagten, das (unterstellt) räumlich begrenzte Kommunikationsmittel zu nutzen. Hierbei ist zunächst zu berücksichtigen, dass die Aufklärung über die von der Aktion ausgeschlossenen Waren erforderlich ist, um eine Irreführung durch den im Blickfang hervorgerufenen Eindruck einer das Gesamtsortiment der Beklagten erfassenden Aktion auszuräumen (vgl. BGH Urteil vom 27.07.2017 - I ZR 153/16 - 19% MwSt. geschenkt, Rn. 25). Zudem handelt es sich um eine Information, die der Verbraucher benötigt, um überhaupt entscheiden zu können, ob er das werbende Ladenlokal aufsuchen will. Er läuft Gefahr, aufgrund des irreführenden Blickfangs das Geschäft der Beklagten aufzusuchen, um hier zu erfahren, dass das von ihm in den Blick genommene Produkt von der Aktion ausgenommen ist. Zwar hätte der Verbraucher die Möglichkeit, sich die erforderlichen Informationen durch das Aufrufen der Internetseite der Beklagten zu beschaffen und auch ist der Durchschnittsverbraucher hierzu durchaus in der Lage. Allerdings gibt es keinen Erfahrungssatz, ein Verbraucher werde bei einer Anzeige der hier beanstandeten Art zunächst die Aktionsbedingungen im Internet aufrufen, bevor er sich auf den Weg zum Einrichtungshaus macht. Vielmehr liegt es nahe, dass ein erheblicher Teil der Durchschnittsverbraucher durch die Anzeige in das Einrichtungshaus gelockt und dort durch das Ausmaß der für die Aktion geltenden Einschränkungen überrascht wird (BGH Urteil vom 27.07.2019 - I ZR 153/16 - 19% MwSt. geschenkt).

Die Beklagte hat auch nicht dargelegt, dass die in Bezug genommenen Prospektangebote unter www.u.de schnell, leicht sowie klar zu erlangen waren. Um die ausgenommenen

Produkte zu ermitteln, hätte der Verbraucher einen mehrseitigen Prospekt durchblättern und auswerten müssen. Durch die Verteilung der Angebote auf mehrere Seiten und den Abdruck von Bildern, auf denen neben den angebotenen Produkten auch weitere Gegenstände abgebildet waren, war es dem Verbraucher nicht ohne Mühe möglich, sich ein klares Bild von den ausgenommenen Produkten und deren Umfang zu machen.

c) Die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr wird durch das festgestellte rechtsverletzende Verhalten der Beklagten indiziert. 55

3) Die Beklagte ist aus § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG auch zur Erstattung der Abmahnpauschale als Ersatz der anteiligen Personal- und Sachkosten verpflichtet. Die Höhe der Pauschale ist angemessen, Einwendungen hiergegen hat die Beklagte nicht erhoben (vgl. auch Urteil des Senats vom 18.06.2019 - 4 U 18/19 - Medikamentenmonat und vom 16.08.2018 - I-4 U 79/17, 4 U 79/17 – Zum Biker in acht Tagen, Bikerweek; OLG München Urteil vom 22.03.2019 - 6 U 3026/17). 56

4) Der Zinsanspruch folgt aus §§ 291, 288 Abs. 1 Satz 2 BGB. 57

III. 58

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf § 97 Abs. 1 ZPO, §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO. Anlass für die Zulassung der Revision (§ 543 Abs. 2 Satz 1 ZPO) besteht nicht. Weder hat die Rechtssache grundsätzliche Bedeutung, noch erfordert die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Revisionsgerichts. 59