
Datum: 20.03.1992
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 169/91
ECLI: ECLI:DE:OLGK:1992:0320.6U169.91.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 81 O 13/91

Tenor:

Auf die Berufung der Klägerin wird das am 11.Juli 1991 verkündet Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Köln - 81 O 13/91 - teilweise abgeändert. 1.) Über die bereits vom Landgericht in dem Urteil vom 11. Juli 1991 ausgesprochene Verurteilung hinaus wird der Beklagte zusätzlich verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 500.000 DM, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen, Fahrzeug-e des Typs Turbo, die in den vereinigten Staaten von Amerika (USA) erstausgeliefert sind, wie nachfolgend wiedergegeben zu bewerben: XX 2.) Es wird festgestellt, daß der Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin jedweden Schaden zu ersetzen, der dieser seit dem 08.02.1991 durch Wettbewerbshandlungen der unter Ziffer 1) beschriebenen Art entstanden ist und noch entsteht. Im übrigen wird die Klage abgewiesen. 3.) Die weitergehende Berufung wird zurückgewiesen. 4.) Von den Kosten des Rechtsstreits der ersten Instanz tragen die Klägerin 1/50 und der Beklagte 49/50. Die Kosten des Rechtsstreits der 2. Instanz werden dem Beklagten auferlegt. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Beschwer des Beklagten: 27.000 DM.

##blob##nbsp;

1

Entscheidungsgründe

2

3

##blob##nbsp;	
##blob##nbsp;	4
##blob##nbsp;	5
Die Berufung der Klägerin ist zulässig und hat auch im wesentlichen Erfolg.	6
##blob##nbsp;	7
Die Klägerin kann vom Beklagten Unterlassung und Schadensersatzfeststellung verlangen, wie aus dem Tenor dieses Urteils ersichtlich.	8
##blob##nbsp;	9
Das mit der Berufung weiterverfolgte Unterlassungs-begehren der Klägerin ist gemäß § 3 UWG begründet, denn die beanstandete Anzeige des Beklagten ist irreführend und damit unzulässig. Dies können die Mitglieder des Senats als Teil der von der Werbung des Beklagten angesprochenen Verkehrskreise aus ei-gener Sachkunde und Erfahrung beurteilen.	10
##blob##nbsp;	11
Der Käufer eines Neuwagens - selbst wenn dieser aus dem Ausland importiert wird - geht regelmäßig auch ohne einen entsprechenden Hinweis des Verkäufers davon aus, daß für diesen Wagen eine Werks- oder Herstellergarantie besteht, die er im Inland gegen-über dem Hersteller bzw. den diesen repräsentieren-den Unternehmen wahrnehmen kann. Dabei handelt es sich bei dieser Garantie um ein beachtliches Kauf-argument, wie schon die unterschiedlichen Garan-tiefristen zeigen, die von den einzelnen Autoher-stellern - z.B. von den japanischen Herstellern - werblich herausgestellt werden.	12
##blob##nbsp;	13
Besteht daher keine derartige Garantie, obwohl ein Neufahrzeug gekauft wird, muß hierauf deutlich hingewiesen werden, um eine Irreführung des Käufers über den Umfang der mit dem Kauf verbundenen Garan-tieleistungen zu verhindern.	14
##blob##nbsp;	15
Derartige deutliche Hinweise fehlen aber in der Werbeanzeige des Beklagten. Daß ein "US-Modell" und ein Importwagen beworben wird, besagt nichts dar-über, daß für dieses Fahrzeug keine Werksgarantie der Klägerin besteht. Vielmehr ist ohne weiteres denkbar, daß es sich dabei lediglich um eine Typ-Variante handelt, die auch von der Klägerin und ihren Vertragshändlern angeboten wird, somit keine Besonderheiten hinsichtlich der Werksgarantie auf-weist.	16
##blob##nbsp;	17
Daß in der beanstandeten Anzeige eine - ansonsten nicht näher spezifizierte - Garantie des oder durch den Beklagten beworben wird, stellt ebenfalls das Nichtbestehen einer Werksgarantie seitens der Klägerin für das beworbene Modell nicht hinreichend klar. Diese Angabe erschöpft sich vielmehr in der Ankündigung der von dem Beklagten versprochenen Garantie, ohne daß damit gesagt wird, daß diese Ga-rantie an die Stelle der bei einem	18

Neukauf üblichen Werksgarantie treten und diese damit ersetzen soll.

###blob###nbsp;	19
Nicht unbeachtliche Teile der durchschnittlichen Verbraucher werden daher auf dem Hintergrund der von ihnen auch ohne einen ausdrücklichen Hinweis erwarteten Werksgarantie in der beworbenen Garantie des Beklagten eine zusätzliche Leistung sehen, die sie bei einem Kauf bei dem Beklagten erhalten, so-mit annehmen, sie erhielten bei einem Kauf bei dem Beklagten die Werksgarantie der Klägerin <u>und</u> die in der Anzeige angeführte Garantie des Beklagten.	20
###blob###nbsp;	21
Diese Vorstellung ist jedoch unrichtig und damit irreführend im Sinne von § 3 UWG. Die Klägerin ist weder vertraglich verpflichtet, für die von dem Beklagten aus den USA importierten und in der Bundesrepublik in Verkehr gebrachten Fahrzeuge eine Garantie zu gewähren, noch erbringt die Klägerin zumindest tatsächlich derartige Garantieleistungen. Insoweit wird gemäß § 543 Abs. 2 ZPO auf die überzeugenden Ausführungen des Landgerichts Bezug genommen. Der Beklagte hat auch in der Berufungsinstanz keine Tatsachen vorgetragen oder rechtliche Aspekte aufgezeigt, die geeignet wären, Zweifel gegenüber diesen Feststellungen des Landgericht zu begründen.	22
###blob###nbsp;	23
Ohne Erfolg wendet der Beklagte demgegenüber ein, er werbe mit der beanstandeten Anzeige - unstreitig - bislang nur in den Zeitschriften "Auto, Motor, Sport" und "MOT", bei den Lesern dieser Zeitschriften könne aber nicht von einer Irreführung im dar-gelegten Sinne ausgegangen werden.	24
###blob###nbsp;	25
Zunächst vermag auch der Beklagte nicht darzutun, daß die Zeitschrift "Auto, Motor, Sport" und "MOT" regelmäßig ihre Leser darüber unterrichten, daß die Klägerin keine Werksgarantie für sogenannte Graum-porte gibt. Hinzu kommt, daß es sich bei der Frage, ob die Klägerin zur Gewährung einer Werksgarantie für derartige Importe verpflichtet ist, um ein komplexes Problem handelt, das nicht für jedermann verständlich ist. Wie unterschiedlich zudem dieses Problem beurteilt wird, zeigt, daß selbst der Be-klagte immer noch vom Bestehen einer Werksgarantie seitens der Klägerin für die von ihm importierten Fahrzeuge ausgeht. Auch der nicht nur an techni-schen Berichten interessierte Leser derartiger Autozeitschriften wie "Auto, Motor, Sport" oder "MOT" dürfte daher nicht sicher beurteilen können, ob die Klägerin eine Werksgarantie für die von dem Beklag-ten beworbenen Fahrzeugen gewährt. Um so weniger kann dies von den zahlreichen Verbrauchern angenommen werden, die derartige Zeitschriften nicht re-gelmäßig lesen, sondern nur dann eine oder mehrere Ausgaben erstehen, wenn sie sich ein neues Fahrzeug kaufen wollen, um sich anhand der Anzeigen über die Angebote des Markts zu informieren, oder die zu diesem Zweck die Zeitschrift von Arbeitskollegen, Verwandten oder Freunden erhalten. Zu berücksich-tigen sind schließlich auch diejenigen Leser, die sich ausschließlich für die technischen Berichte derartiger Autozeitschriften interessieren.	26
###blob###nbsp;	27
	28

Nach alledem hat der Senat keine Zweifel, daß je-denfalls ein nicht unbeachtlicher Teil des Verkehrs die Ersatzfunktion der in der beanstandeten Wer-beanzeige genannten "Garantie d.Fa. P." nicht er-kennt, sondern davon ausgeht, man erhalte bei einem Kauf bei dem Beklagten die in der Anzeige beworbene Garantie zusätzlich zu der Werksgarantie der Klä-gerin.

##blob##nbsp; 29

Diese Fehlvorstellung ist auch geeignet, die Verbraucher bei ihrer Kaufentscheidung positiv zu beeinflussen. Es liegt auf der Hand, daß sich die Verbraucher eher einem Autohändler zuwenden, dessen Fahrzeuge mit der üblichen Werksgarantie der Kläge-rin versehen sind, als einem Autohändler, der diese Garantie nicht vermitteln kann, sondern stattdessen eine Garantie anbietet, deren "Güte" sie bei einem erstmaligen Kauf bei den Beklagten nicht beurteilen können.

##blob##nbsp; 31

Dabei spielt es entgegen dem Berufungsvorbringen des Beklagten keine Rolle, ob die von ihm angebote-ne Garantie "besser" ist als die Werksgarantie der Klägerin. Entscheidend ist allein, daß der Beklagte mit der Anzeige über den Umfang der mit dem Kauf vermittelten Garantieleistungen täuscht und auf diese Weise auch solche Interessenten veranlaßt, mit ihm in geschäftlichen Kontakt zu treten, die dies ohne die irreführenden Angaben der Werbeanzei-ge nicht getan hätten.

##blob##nbsp; 33

Der Anspruch der Klägerin auf Schadensersatzfest-stellung hinsichtlich der danach gemäß § 3 UWG wettbewerbswidrigen Anzeige ist gemäß §§ 3, 13 Abs. 6. Ziffer 1 UWG begründet. Bei entsprechender Sorg-falt hätte der Beklagte ohne weiteres erkennen kön-nen und auch erkennen müssen, daß die beanstandete Anzeige im dargelegten Sinne irreführend ist. Er hat diese Anzeige erstmals während des vorliegenden Verfahrens verwendet und mußte sich schon durch die schriftsätzlichen Erörterungen und Beanstandungen zu den zuvor von ihm verwendeten Anzeigen darüber im klaren sein, daß auch diese dritte Anzeige den Anforderungen des § 3 UWG nicht genügt.

##blob##nbsp; 35

Es ist ebenfalls hinreichend wahrscheinlich, daß der Wettbewerbsverstoß des Beklagten zu einem Scha-den der Klägerin geführt hat und noch führt, weil sich Käufer aufgrund der streitbefangenen Anzeige zum Kauf eines Fahrzeugs bei dem Beklagten ent-schließen, die sich ohne die Irreführung nicht bei dem Beklagten gemeldet, sondern die langen Liefer-zeiten der von der Klägerin importierten Fahrzeuge abgewartet hätten, um ein Auto mit der Werksgaran-tie der Klägerin zu erwerben.

##blob##nbsp; 37

Die Schadensersatzpflicht des Beklagten beginnt aber erst mit dem 08.02.1991, dem unstreitigen Zeitpunkt des erstmaligen Erscheines der Anzeige im Heft der Zeitschrift "Auto, Motor, Sport" vom 08.02.1991. Ein früherer Zeitpunkt für das Einset-zen der Schadensersatzpflicht des Beklagten ist von der Klägerin nicht dargetan.

##blob##nbsp; 39

40

Ist somit der Anspruch der Klägerin auf Schadensersatzfeststellung im dargelegten Umfang begründet, ergibt sich daraus zugleich, daß auch der in erster Instanz bis zur übereinstimmenden Erledigungserklärung der Parteien verfolgte Auskunftsanspruch der Klägerin gemäß § 242 BGB in Verbindung mit §§ 3, 13 Abs. 6 Ziffer 1 UWG erfolgreich war, denn die Klägerin bedurfte dieser Auskünfte zur näheren Konkretisierung des ihr durch den Wettbewerbsverstoß des Beklagten entstandenen Schadens.

##blob##nbsp; 41

Die Entscheidung über die Kosten der ersten Instanz beruht auf §§ 92 Abs. 1, 91 a ZPO. 42

##blob##nbsp; 43

Über die Kosten des Berufungsverfahrens war nach § 92 Abs. 2 ZPO zu entscheiden; 44
insoweit waren die gesamten Kosten den Beklagten aufzuerlegen, da das geringfügige Unterliegen der Klägerin mit ihrer Berufung keine besonderen Kosten veranlaßt hat.

##blob##nbsp; 45

Die übrigen Nebenentscheidungen ergehen gemäß § 708 Nr. 10, 713, 546 Abs. 2 ZPO. 46