

Aktuelle Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs im Lauterkeitsrecht



Jörn Feddersen, Richter am BGH

Forum Wettbewerbsrecht

26. November 2020

§ 3a UWG (Rechtsbruchstatbestand):

Urteil vom 28. November 2019, I ZR 23/19, GRUR 2020, 303 - Pflichten des Batterieherstellers

Urteil vom 11. April 2019, I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 - Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

Urteil vom 25. Juni 2020, I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 - B-Vitamine II

Beschluss vom 30. Januar 2020, I ZR 25/19, GRUR 2020, 420 - Inbox-Werbung

Urteil vom 28. Mai 2020, I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 - Cookie-Einwilligung II

Beschluss vom 28. Mai 2020, I ZR 186/17, GRUR 2020, 896 - App-Zentrum

Urteil vom 12. März 2020, I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 - WarnWetter-App

Urteil vom 17. Oktober 2019, I ZR 44/19, GRUR 2020, 307 - Sonntagsverkauf von Backwaren

§ 5 UWG (Irreführungstatbestand):

Urteil vom 20. Februar 2020, I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 - Kundenbewertung auf Amazon

Urteil vom 4. Juli 2019, I ZR 161/18, GRUR 2020, 299 - IVD-Gütesiegel

Urteil vom 23. April 2020, I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 - Preisänderungsregelung

Urteil vom 16. Januar 2020, I ZR 74/16, GRUR 2020, 432 - Kulturchampignons II

Urteil vom 28. November 2019 - I ZR 23/19, GRUR 2020, 303 – Pflichten des
Batterieherstellers

Sachverhalt:

Die Klägerin verkauft über ihren Online-Shop Sport- und Outdoor-Artikel. Ob sie gegenwärtig auch noch Taschenlampen vertreibt, ist zwischen den Parteien streitig. Die Beklagte beliefert Einzelhändler in Deutschland unter anderem mit Taschenlampen.

Eine Testkäuferin der Klägerin erwarb am 28. Dezember 2015 über einen von einem dritten Unternehmen betriebenen Online-Shop eine von der Beklagten importierte und in Deutschland in den Verkehr gebrachte Taschenlampe mit der Bezeichnung "L. ". Die Taschenlampe enthielt eine Batterie der Marke "K. ". Zu diesem Zeitpunkt hatte die Beklagte das Inverkehrbringen von Batterien dieser Marke nicht beim Umweltbundesamt angezeigt.

Antrag: (...) es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Batterien in Deutschland ohne Anzeige gegenüber dem Umweltbundesamt nach § 4 Abs. 1 BattG (...) in den Verkehr zu bringen, wie geschehen beim Vertrieb der Taschenlampe "L. " (wie aus Anlage K2 ersichtlich).

Urteil vom 28. November 2019 - I ZR 23/19, GRUR 2020, 303 – Pflichten des
Batterieherstellers

Landgericht: Klage abgewiesen

Oberlandesgericht: Berufung der Klägerin ohne Erfolg

BGH: Auf Revision der Kl. Aufhebung und Zurückverweisung

Begründung OLG: Klage zulässig, aber unbegründet, da § 3 Abs. 3, § 4 Abs. 1 BattG, keine Marktverhaltensregelungen iSv § 3a UWG

Urteil vom 28. November 2019 - I ZR 23/19, GRUR 2020, 303 – Pflichten des Batterieherstellers

§ 3 Abs. 3 BatterieG: Verkehrsverbote

Hersteller dürfen Batterien im Geltungsbereich dieses Gesetzes nur in den Verkehr bringen, wenn sie dies zuvor nach § 4 Absatz 1 Satz 1 in Verbindung mit einer Rechtsverordnung nach § 20 Nummer 1 angezeigt haben und durch Erfüllung der ihnen nach § 5 in Verbindung mit § 6 Absatz 1 Satz 1 oder Absatz 5, § 7 Absatz 1 oder § 8 Absatz 1 jeweils obliegenden Rücknahmepflichten sicherstellen, dass Altbatterien nach Maßgabe dieses Gesetzes zurückgegeben werden können.

§ 4 Abs. 1 BattG Anzeigepflichten der Hersteller

Jeder Hersteller ist verpflichtet, bevor er Batterien im Geltungsbereich dieses Gesetzes in den Verkehr bringt, dies gegenüber dem Umweltbundesamt unter Angabe der durch Rechtsverordnung nach § 20 Nummer 1 festgelegten Daten anzuzeigen. Änderungen der nach Satz 1 angezeigten Daten sowie die dauerhafte Aufgabe des Inverkehrbringens sind dem Umweltbundesamt unverzüglich mitzuteilen. Die Anzeigen nach den Sätzen 1 und 2 erfolgen elektronisch über die Internetseite des Umweltbundesamtes. (...)

§ 2 Abs. 2 Nr. 15 BattG: Begriffsbestimmungen

„Hersteller“ ist jeder, der, unabhängig von der Vertriebsmethode, gewerblich Batterien im Geltungsbereich dieses Gesetzes erstmals in den Verkehr bringt. (...)

Urteil vom 28. November 2019 - I ZR 23/19, GRUR 2020, 303 – Pflichten des Batterieherstellers

Begründetheit der Klage

- Verstoß gegen § 3a UWG iVm § 3 III, § 4 I BattG
 - Pflichtverletzung: Bekl. hat Anzeigepflicht gem. § 4 I BattG unstreitig verletzt
 - § 4 I 1 ist Marktverhaltensregel iSv § 3a UWG
 - Def.: Vorschrift, die dem Schutz von Rechten, Rechtsgütern oder sonstigen Interessen von Marktmitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern dient, wenn das geschützte Interesse gerade durch die Marktteilnahme, also durch den Abschluss von Austauschverträgen und den nachfolgenden Verbrauch oder Gebrauch der erworbenen Ware oder in Anspruch genommenen Dienstleistung berührt wird. Nicht erforderlich: eine spezifisch wettbewerbsbezogene Schutzfunktion in dem Sinne, dass die Regelung die Marktteilnehmer speziell vor dem Risiko einer unlauteren Beeinflussung ihres Marktverhaltens schützt. Vorschrift muss aber zumindest auch den Schutz der wettbewerblichen Interessen der Marktteilnehmer bezwecken; lediglich reflexartige Auswirkungen zu deren Gunsten genügen daher nicht
 - Verkehrsverbot für Batterien, deren Inverkehrbringen nicht angezeigt worden ist, erschöpft sich nicht darin, eine Marktzugangsvoraussetzung zu errichten und im Interesse der Allgemeinheit umweltbezogene Belange zu schützen
 - Anmeldepflicht soll verhindern, dass sich einzelne Hersteller von Batterien die mit deren Rücknahme und Verwertung oder Beseitigung verbundenen Kosten zu Lasten der anderen Hersteller sparen
 - Verstoß ist auch spürbar, da er die Gefahr begründet, dass sich Bekl. ihrer Beitragspflicht entzieht

Leitsätze:

1. Das in § 4 Abs. 1 Satz 1 BattG geregelte Verbot des Vertriebs von Batterien ohne vorangegangene Anzeige gegenüber dem Umweltbundesamt stellt eine dem Schutz der Mitbewerber dienende Marktverhaltensregelung im Sinne des § 3a UWG dar.
2. Eine im Zeitpunkt der Verletzungshandlung gegebene Anspruchsberechtigung des Mitbewerbers gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG besteht nicht mehr, wenn der Mitbewerber die unternehmerische Tätigkeit, die diese Anspruchsberechtigung zunächst begründet hatte, im Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung aufgegeben hat. Es reicht insoweit nicht aus, dass der (frühere) Mitbewerber in einem solchen Fall immerhin noch als mindestens potentieller Wettbewerber auf dem Markt anzusehen ist (Fortführung von BGH, Urteil vom 10. März 2016 - I ZR 183/14, GRUR 2016, 1187 Rn. 16 - Stirnlampen, mwN).

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 –
Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

Sachverhalt:

Die Klägerin ist die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Die Beklagte verbreitete im Jahr 2014 als Beilage zu verschiedenen Zeitschriften und Zeitungen einen ausklappbaren Werbeprospekt, der einen Umfang von sechs Seiten im Format von 19 x 23,7 cm hatte. Der Prospekt enthielt auf der unteren Hälfte der rechten Ausklappseite eine heraustrennbare Bestellpostkarte. Sowohl auf der Vorder- als auch auf der Rückseite der Postkarte wurde auf das gesetzliche Widerrufsrecht hingewiesen. Auf einem Abschnitt neben der Vorderseite der Bestellpostkarte waren unter der Überschrift "So bestellen Sie bei ..." Telefon- und Faxnummer, Internetadresse und Postanschrift der Beklagten angegeben, in der Fußleiste auf Vorder- und Rückseite des zusammengeklappten Werbeprospekts fanden sich unter der Überschrift "Bestellservice" Telefonnummer und Internetadresse der Beklagten. Bei Eingabe der Internetadresse erschien die Startseite des Internetauftritts der Beklagten. Über den Link "AGB" unter der Überschrift "Rechtliches" waren die Widerrufsbelehrung und das Muster-Widerrufsformular aufrufbar.

Die Klägerin beanstandet den Prospekt als unlauter, weil es an einer ordnungsgemäßen Widerrufsbelehrung fehle und das Muster-Widerrufsformular nicht beigefügt sei.



KENNENLERN-AKTION
nur € **129,-**
Sie sparen € 70,-

Wasserdicht mit Garantie!
2 Jacken, 3 Tragevarianten.

FÜR ALLE WETTER.

Gratis für Sie!
Taschen-Fernrohr mit 8-facher Vergrößerung.

BESTELLSERVICE DER OUTDOOR-SHOP VON
Tel.: www.



Die Touringhose: leicht, weich – aber strapazierfähig.
bequemer Comfort-Bund (ca. 6 cm dehbar)

- 8-mal schneller trocken
- atmungsaktiv

Wind- und wasserabweisend: die Touringhose von ... Aus Tactel gearbeitet, hält sie auf Tour einiges aus ... und Regen zuverlässig ab. Falls die Hose doch einmal nass wird, trocknet das Material 8-mal schneller als Baumwolle. Praktisch sind die großen Taschen, zum Beispiel für Karten und das GPS. Und der Comfort-Bund garantiert Ihnen viel Bewegungsfreiheit.

Verarbeitung: Bequemer Comfort-Bund (ca. 6 cm dehbar), 2 Schubtaschen mit vielen Taschenbeuteln, 1 Beistaste rechts mit Patte und Klettverschluss. Gesäßtasche mit verdecktem Reißverschluss. **Material:** 100% Polyamid (Tactel). Waschmaschinenfest, pflegeleicht.

Touringhose Tactel (ohne Gürtel)
Marine Nr. 24-2777-9
Schilf Nr. 24-0712-2
Kieselgrau Nr. 24-2783-0
Schwarz Nr. 24-0113-7
Größen: 48, 50, 52, 54 | 56, 58
Unters.: 24, 25, 26, 27 | 28, 29
€ 79,90 89,90

GRATIS für Sie!
Als Dankeschön für Ihre Bestellung erhalten Sie dieses Taschen-Fernrohr mit 8-facher Vergrößerung. Mit Tasche, Tragegurt und Putztuch. Sie behalten Ihr Fernrohr auch dann, wenn Sie Ihr 14-tägiges Rückgaberecht wahrnehmen.

PERSÖNLICHE TESTBESTELLUNG
Ja, Ich bin bereit, Sie mit garantiertem Rückgaberecht von 14 Tagen (Kauf auf Probe) und mit zusätzlichem gesetzlichem Widerrufsrecht gegen Rechnung (mit 30 Tagen Zahlungsziel) folgende Artikel:

Artikel-Beschreibung	Anzahl	Artikel-Nr.	Größe	Betrag
Taschen-Fernrohr	1	27-0846-1	1	Gratis

Bitte in Druckbuchstaben schreiben! + 12019-7

Sicher kaufen bei

- Kauf auf Rechnung – Sie haben 30 Tage Zeit.
- 5 Jahre Langzeit-Garantie – auf alle Artikel.
- Kostenlose Retoure – immer.

Kunden Nr. (falls bekannt):
Vorname, Name, Titel
Straße, Nr.
PLZ, Ort
Geburtsdatum
Datum

Bitte unterschreiben nicht vergessen



Wasserdicht – mit Garantie!

- für Damen und Herren
- rutschfeste Profisohle
- atmungsaktiv

Der Schnürer: wasserdicht dank Aquastop. Mit robuster, griffiger Profisohle aus Gummi, praktischer Schnellschnürung und Schafrandpolsterung. Einlegesohle aus Rindleder mit Latex – herausnehmbar. Futter: Textil. Obermaterial aus pflegeleichtem Rindhubuk. Sie lassen Schmutz nur trocken und können ihn danach einfach abbürsten.

Schnürer Aquastop Herr
Schlamm Nr. 25-0900-2
Größen: 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46
nur € 69,90

Schnürer Aquastop Dame
Schlamm Nr. 45-0901-3
Größen: 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42
nur € 69,90

Als Damen- und Herren-Modell

Wir garantieren Ihnen Zufriedenheit.
Im Outdoor-Shop von ... erhalten Sie die komplette Funktionsbeschreibung von ... mit allen Garantien von ... im Lieferumfang haben Sie 14 Tage lang volles Rückgaberecht. Was Ihnen nicht gefällt, können Sie während dieser Frist kostenlos zurückkommen oder umtauschen. Zur Fristwahrung reicht die rechtzeitige Abmeldung. Im Anschluss bleibt Ihnen das gesetzliche Widerrufsrecht.

Sie erhalten auf alle Artikel im Sortiment die 5 Jahre Langzeit-Garantie - ohne Wenn und Albert

Unsere Garantie besteht neben Ihrem gesetzlichen Gewährleistungsgesetz, die durch diese Garantie nicht eingeschränkt werden. Wir liefern gegen Rechnung für Versandkosten, Porto und Verpackung berechnen wir lediglich eine Kostenpauschale von € 5,95 pro Auftrag.

Ihre personenbezogenen Daten nutzen und speichern wir für die Auftragsabwicklung, eventuelle Gewährleistung sowie zu anderen Zwecken, soweit dies ohne gesonderte Einwilligung gesetzlich zulässig ist. Einer Nutzung oder Weitergabe Ihrer Daten zu Werbezwecken können Sie jederzeit für die Zukunft widersprechen. In Anspruch nehmen wir vor der Lieferung Informationen bei einer Wirtschaftskaufkraft ein.

Unsere Preise enthalten die gesetzliche deutsche Mehrwertsteuer. Sie gelten für Lieferung in Deutschland bei Zahlung innerhalb 30 Tagen ab Rechnungsdatum.

Bitte mit 0,45 € frankieren. Oder lassen an:

Deutsche Post ANTWORT
Firma

So bestellen Sie bei ...
... per Telefon:
... per Fax:
... im Online-Shop:
... per Post:

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

Antrag: (...) es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Verbrauchern den Abschluss von Fernabsatzverträgen über den Kauf von Waren mittels eines Printmediums zu ermöglichen, ohne in diesem Printmedium selbst unmittelbar über Folgendes zu informieren: Die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts, insbesondere Namen und Anschrift desjenigen, demgegenüber der Widerruf zu erklären ist, und ohne das Muster-Widerrufsformular dem Printmedium beizufügen, wenn das geschieht wie im nachfolgend eingelichteten Werbeprospekt mit Bestellformular (...)

LG: Klage erfolgreich

OLG: Berufung der Bekl. zurückgewiesen

BGH: Revision der Bekl. zurückgewiesen

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

Anspruch gem. §§ 8, 3, 3a UWG iVm. § 312d Abs. 1 BGB, Art. 246a §§ 1, 3 und 4 EGBGB

Art. 246 § 1 EGBGB: Informationspflichten

(2) Steht dem Verbraucher ein Widerrufsrecht nach § 312g Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs zu, ist der Unternehmer verpflichtet, den Verbraucher zu informieren

1. über die **Bedingungen, die Fristen und das Verfahren** für die Ausübung des Widerrufsrechts nach § 355 Absatz 1 des Bürgerlichen Gesetzbuchs sowie das Muster-Widerrufsformular in der Anlage 2, (...)

Art. 6 Abs. 1 Buchst. h RL 2001/83/EU: Informationspflichten bei Fernabsatz- und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen

Bevor der Verbraucher durch einen Vertrag im Fernabsatz oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag oder ein entsprechendes Vertragsangebot gebunden ist, informiert der Unternehmer den Verbraucher in klarer und verständlicher Weise über Folgendes: (...)

h) im Falle des Bestehens eines Widerrufsrechts die **Bedingungen, Fristen und Verfahren** für die Ausübung dieses Rechts gemäß Artikel 11 Absatz 1 sowie das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B (...)

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

Anspruch gem. §§ 8, 3, 3a UWG iVm. § 312d Abs. 1 BGB, Art. 246a §§ 1, 3 und 4 EGBGB

Art 246a § 3: Erleichterte Informationspflichten bei begrenzter Darstellungsmöglichkeit

Soll ein Fernabsatzvertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen werden, **das nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit für die dem Verbraucher zu erteilenden Informationen bietet**, ist der Unternehmer verpflichtet, dem Verbraucher mittels dieses Fernkommunikationsmittels zumindest folgende Informationen zur Verfügung zu stellen: (...)

4. gegebenenfalls das Bestehen eines Widerrufsrechts (...)

Die weiteren Angaben nach § 1 hat der Unternehmer dem Verbraucher in geeigneter Weise unter Beachtung von § 4 Absatz 3 zugänglich zu machen.

Art. 8 Abs. 4 RL 2001/83/EU: Formale Anforderungen bei Fernabsatzverträgen

Wird der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen, auf dem für die Darstellung der Informationen **nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht**, so hat der Unternehmer über das jeweilige Fernkommunikationsmittel vor dem Abschluss des Vertrags zumindest diejenigen vorvertraglichen Informationen zu erteilen, die die in Artikel 6 Absatz 1 Buchstaben a, b, e, h und o genannten wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen, die Identität des Unternehmers, den Gesamtpreis, das Widerrufsrecht, die Vertragslaufzeit und die Bedingungen der Kündigung unbefristeter Verträge betreffen. Die anderen in Artikel 6 Absatz 1 genannten Informationen hat der Unternehmer dem Verbraucher in geeigneter Weise im Einklang mit Absatz 1 dieses Artikels zu erteilen.

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

BGH, GRUR 2017, 930 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte I

1. Kommt es bei der Anwendung von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83/EU für die Frage, ob bei einem Fernkommunikationsmittel (hier: Werbeprospekt mit Bestellpostkarte) für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum oder begrenzte Zeit zur Verfügung steht, darauf an,

a) ob das Fernkommunikationsmittel (abstrakt) seiner Art nach nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit zur Verfügung stellt,

oder darauf,

b) ob es (konkret) in seiner vom Unternehmer gewählten Gestaltung nur begrenzten Raum oder begrenzte Zeit bietet?(Rn.17)

2. Ist es mit Art. 8 Abs. 4 und Art. 6 Abs. 1 Buchst. h der Richtlinie 2011/83/EU vereinbar, die Information über das Widerrufsrecht im Fall begrenzter Darstellungsmöglichkeit im Sinne von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83/EU auf die Information über das Bestehen eines Widerrufsrechts zu beschränken?(Rn.25)

3. Ist es nach Art. 8 Abs. 4 und Art. 6 Abs. 1 Buchst. h der Richtlinie 2011/83/EU vor einem Vertragsabschluss im Fernabsatz auch im Fall begrenzter Darstellungsmöglichkeit stets zwingend geboten, dem Fernkommunikationsmittel das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B der Richtlinie 2011/83/EU beizufügen?

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

EuGH, Urteil vom 23. Januar 2019 - C-430/17, GRUR 2019, 296 - Walbusch/Zentrale

Die Frage, ob in einem konkreten Fall auf dem Kommunikationsmittel für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht im Sinne von Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83/EU, ist unter Berücksichtigung sämtlicher technischer Eigenschaften der Werbebotschaft des Unternehmers zu beurteilen. Hierbei hat das nationale Gericht zu prüfen, ob - unter Berücksichtigung des Raums und der Zeit, die von der Botschaft eingenommen werden, und der Mindestgröße des Schrifttyps, der für einen durchschnittlichen Verbraucher, an den diese Botschaft gerichtet ist, angemessen ist, - alle in Art. 6 Abs. 1 dieser Richtlinie genannten Informationen objektiv in dieser Botschaft dargestellt werden könnten.

Art. 6 Abs. 1 Buchst. h und Art. 8 Abs. 4 der Richtlinie 2011/83/EU sind dahin auszulegen, dass - falls der Vertrag mittels eines Fernkommunikationsmittels geschlossen wird, auf dem für die Darstellung der Informationen nur begrenzter Raum bzw. begrenzte Zeit zur Verfügung steht, und wenn ein Widerrufsrecht besteht - der Unternehmer über das jeweilige Fernkommunikationsmittel vor dem Abschluss des Vertrags die Information über die Bedingungen, Fristen und Verfahren für die Ausübung dieses Rechts erteilen muss. In einem solchen Fall muss der Unternehmer dem Verbraucher das Muster-Widerrufsformular gemäß Anhang I Teil B dieser Richtlinie auf andere Weise in klarer und verständlicher Weise zur Verfügung stellen.

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

- Im Streitfall: Keine räumlich beschränkte Darstellungsmöglichkeit
 - Zur Verfügung stehender Raum hängt von der unternehmerischen Entscheidungen über Art und Umfang der Werbung ab: Katalog, Prospekt, Flyer oder Anzeige?
 - Diese unternehmerische Entscheidung ist Grundlage der Prüfung, ob Informationen dargestellt werden konnten (Unternehmerische Freiheit gem. Art. 16 EU-Grundrechtecharta)
 - Keine Beschränkung bei der Wahl der Werbemittel
 - Werbeprospekt mit sechs Seiten im Format 19x23,7 cm
 - Vollständige Informationen zum Widerrufsrecht einschließlich Muster-Widerrufsformular ließen sich auf etwas mehr als einer Seite unterbringen
 - Werbebotschaft tritt noch nicht unangemessen zurück, wenn bei Verwendung einer angemessenen Schrifttype nicht mehr als ein Fünftel des in der Printwerbung verfügbaren Raums benötigt wird
 - Muster-Widerrufsformular muss mit abgedruckt werden
 - Im Streitfall waren die Informationen daher objektiv darstellbar
 - § 5a Abs. 5 UWG rechtfertigt keine andere Beurteilung
 - Regelungen aufgrund der RL 2011/83/EU gehen als Bestimmungen für Fernabsatzverträge gem. Art. 3 Abs. 4 UGP-RL dieser RL vor
 - Es gelten also für den Fernabsatz strengere Regeln als im allgemeinen Wettbewerbsrecht

Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16, GRUR 2019, 961 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II

Leitsätze:

1. Bei einem Kauf auf Probe, bei dem die Absendung des Bestellscheins durch den Kunden ohne weiteres Handeln des Kunden ein Fernabsatzgeschäft auslöst, muss der Unternehmer die Informationspflichten gemäß Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB vor Absendung des Bestellscheins erfüllen.
2. Die nach Art. 246a § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 EGBGB und Art. 6 Abs. 1 Buchst. h der Richtlinie 2011/83/EU erforderlichen Informationen sind grundsätzlich unmittelbar in dem für den Fernabsatz benutzten Fernkommunikationsmittel selbst zu erteilen.
3. Für die Frage, ob alle in Art. 6 Abs. 1 der Richtlinie 2011/83/EU genannten Informationen objektiv in einem Werbemittel dargestellt werden können, ist erheblich, welchen Anteil diese Informationen am verfügbaren Raum des vom Unternehmer ausgewählten Werbeträgers einnehmen würden; die Werbebotschaft muss gegenüber den Verbraucherinformationen nicht zurücktreten. Das ist regelmäßig nicht der Fall, wenn für die verpflichtenden Verbraucherinformationen bei Verwendung einer für den durchschnittlichen Adressaten der Werbung angemessenen Schrifttype nicht mehr als ein Fünftel des für eine konkrete Printwerbung verfügbaren Raums benötigt wird.
4. Art. 246a § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 EGBGB umfasst auch die Verpflichtung des Unternehmers, dem für seine Werbung genutzten Fernkommunikationsmittel - etwa einem Werbeprospekt - das Muster-Widerrufsformular beizufügen.
5. Wird für die verpflichtenden Verbraucherinformationen nebst Muster-Widerrufsformular mehr als ein Fünftel des für die konkrete Printwerbung verfügbaren Raums benötigt, muss das Muster-Widerrufsformular nicht in der Werbung abgedruckt und kann sein Inhalt auf andere Weise in klarer und verständlicher Sprache mitgeteilt werden; sodann ist zu prüfen, ob die übrigen Pflichtangaben nicht mehr als ein Fünftel des Raums der Printwerbung in Anspruch nehmen.

Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 – B-Vitamine II

Sachverhalt:

Die Klägerin stellt pflanzliche Arzneimittel mit Ginkgo-Blätter-Extrakt her, die sie in Deutschland unter der Bezeichnung "Tebonin®" vertreibt. Diese Arzneimittel sind zur symptomatischen Behandlung von hirnrnorganisch bedingten mentalen Leistungseinbußen zugelassen, wozu insbesondere Gedächtnis- und Konzentrationsstörungen gehören.

Die Beklagte vertreibt unter der Dachmarke "Doppelherz®" Arznei- und Nahrungsergänzungsmittel, darunter das Nahrungsergänzungsmittel "Doppelherz® aktiv Ginkgo + B-Vitamine + Cholin". Dabei handelt es sich um ein Kombinationspräparat, das aus insgesamt acht Inhaltsstoffen besteht, darunter Cholin, Zink, Ginkgoblätter-Extrakt und die Vitamine B1 (Thiamin), B2, B5 (Pantothensäure) und B12. Die Beklagte brachte ihr Produkt in der nachfolgend abgebildeten Aufmachung (Anlage K 3) in Verkehr. Auf der Vorderseite der Umverpackung befand sich die Angabe

„B-Vitamine und Zink für Gehirn, Nerven, Konzentration und Gedächtnis.“

Sachverhalt (Forts.):

Auf der Rückseite der Umverpackung waren unter anderem die folgenden Angaben aufgedruckt:

„Für Gedächtnis, Konzentrationsvermögen und die Fähigkeit die Aufgaben des Alltags zu bewältigen, spielen regelmäßige geistige Herausforderung sowie gesunde Ernährung eine Rolle. Der Stoffwechsel von Gehirn und Nerven ist daher auf eine gute Nährstoffversorgung angewiesen. Die Kapseln von Doppelherz enthalten 100 mg Cholin, B-Vitamine und das Spurenelement Zink. Zusätzlich enthalten sind 100 mg Ginkgoextrakt.

Vitamin B1 und Vitamin B12 tragen zum normalen Energiestoffwechsel und zur normalen Nervenfunktion bei und leisten einen Beitrag zur normalen Funktion der Psyche.

Vitamin B2 spielt wie Vitamin B1 eine Rolle im normalen Energiestoffwechsel und für die normale Nervenfunktion. Darüber hinaus trägt es dazu bei, die Zellen vor oxidativem Stress zu schützen.

Folsäure spielt auch eine Rolle für die normale Funktion der Psyche. Darüber hinaus hat Folsäure eine Funktion bei der Zellteilung.

Pantothensäure leistet einen Beitrag zur normalen geistigen Leistungsfähigkeit und trägt wie Folsäure und Vitamin B12 zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung bei.

Das Spurenelement Zink leistet einen Beitrag zur normalen kognitiven Funktion und trägt dazu bei, die Zellen vor oxidativem Stress zu schützen.

Cholin ist Bestandteil von Phospholipiden, den Hauptbestandteilen der Zellmembranen. Cholin wird in Nerven und Gehirn zu dem Neurotransmitter Acetylcholin umgewandelt. Neurotransmitter sind Botenstoffe, die Informationen zwischen den Nervenzellen übertragen.

Der Ginkgo-Baum ist widerstandsfähig und sehr anpassungsfähig. In Asien ist der Baum ein Symbol für Lebenskraft.“

Ginkgo + B-Vitamine + Cholin
40 Kapseln

33% mehr Inhalt
33% mehr Inhalt
33% mehr Inhalt

Doppelherz aktiv

Ginkgo + B-Vitamine + Cholin

B-Vitamine und Zink für Gehirn, Nerven, Konzentration und Gedächtnis

+100mg CHOLIN + B-VITAMINE

Zink
Folsäure
B1
B2
B12

40 Kapseln – 22,2 g

33% mehr Inhalt

Doppelherz aktiv

Für Gedächtnis, Konzentrationsvermögen und die Fähigkeit die Aufgaben des Alltags zu bewältigen, spielen regelmäßige geistige Herausforderung sowie gesunde Ernährung eine Rolle. Der Stoffwechsel von Gehirn und Nerven ist daher auf eine gute Nährstoffversorgung angewiesen.

Die Kapseln von Doppelherz enthalten 100 mg Cholin, B-Vitamine und das Spurenelement Zink. Zusätzlich enthalten sind 100 mg Ginkgoextrakt.

Vitamin B1 und Vitamin B12 tragen zum normalen Energiestoffwechsel und zur normalen Nervenfunktion bei und leisten einen Beitrag zur normalen Funktion der Psyche.

Vitamin B2 spielt wie Vitamin B1 eine Rolle im normalen Energiestoffwechsel und für die normale Nervenfunktion. Darüber hinaus trägt es dazu bei, die Zellen vor oxidativem Stress zu schützen.

Folsäure spielt eine Rolle für die normale Funktion der Psyche. Darüber hinaus hat Folsäure eine Funktion bei der Zellteilung.

Pantothensäure leistet einen Beitrag zur normalen geistigen Leistungsfähigkeit und trägt wie Folsäure und Vitamin B12 zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung bei.

Das Spurenelement Zink leistet einen Beitrag zur normalen kognitiven Funktion und trägt dazu bei, die Zellen vor oxidativem Stress zu schützen.

Cholin ist Bestandteil von Phospholipiden, den Hauptbestandteilen der Zellmembranen. Cholin wird in Nerven und Gehirn zu dem Neurotransmitter Acetylcholin umgewandelt. Neurotransmitter sind Botenstoffe, die Informationen zwischen den Nervenzellen übertragen.

Der Ginkgo-Baum ist widerstandsfähig und sehr anpassungsfähig. In Asien ist der Baum ein Symbol für Lebenskraft.

Zusammensetzung	pro Kapsel (100 mg)	% des empfohlenen Tageswertes*
Cholin B5	100 mg	100%
Cholin B12	100 µg	100%
Cholin B1	100 µg	100%
Cholin B2	100 µg	100%
Cholin B6	100 µg	100%
Cholin B9	100 µg	100%
Zink	100 µg	100%
Ginkgoextrakt	100 mg	100%

* auf Basis der im Lebensmittelbuch festgelegten Referenzwerte für Erwachsene (DIN 10166)

GRUNDFORSCHEUNGS- UND ENTWICKLUNGSGESELLSCHAFT

GRUNDFORSCHEUNGS- UND ENTWICKLUNGSGESELLSCHAFT

GRUNDFORSCHEUNGS- UND ENTWICKLUNGSGESELLSCHAFT

Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 –
B-Vitamine II

Antrag: (...) es zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen das Nahrungsergänzungsmittel „Doppelherz aktiv Gingko + B-Vitamine + Cholin“ mit der Angabe zu bewerben oder bewerben zu lassen,

„für Gehirn, Nerven, Konzentration und Gedächtnis“,

wenn dies geschieht wie in der vorstehend wiedergegebenen Umverpackung angegeben

LG: Klage abgewiesen

OLG: Berufung der Klägerin erfolglos

BGH: Auf Revision der Klägerin antragsgemäße Verurteilung der Bekl.

Begründung OLG: zulässiger Verweis auf einen allgemeinen, nichtspezifischen Vorteil iSv Art. 10 Abs. 3 der VO (EG) Nr. 1924/2006, da ihm auf der Rückseite der Verpackung zugelassene spezielle gesundheitsbezogene Angaben beigefügt seien; jedenfalls gleichbedeutend mit den zugelassenen Angaben

Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 –
B-Vitamine II

Rechtsgrundlagen in der HCV

- Art. 2 Abs. 2 Nr. 1: „Angabe“ jede Aussage oder Darstellung, die nach dem Gemeinschaftsrecht oder den nationalen Vorschriften nicht obligatorisch ist, einschließlich Darstellungen durch Bilder, grafische Elemente oder Symbole in jeder Form, und mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Lebensmittel besondere Eigenschaften besitzt
- Art. 2 Abs. 2 Nr. 5: „gesundheitsbezogene Angabe“ jede Angabe, mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem seiner Bestandteile einerseits und der Gesundheit andererseits besteht
- Art. 10 Abs. 1: „Gesundheitsbezogene Angaben sind verboten, sofern sie nicht den allgemeinen Anforderungen in Kapitel II und den speziellen Anforderungen im vorliegenden Kapitel entsprechen, gemäß dieser Verordnung zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Artikeln 13 und 14 aufgenommen sind.
- Art. 10 Abs. 3: Verweise auf „allgemeine, nichtspezifische Vorteile“ des Nährstoffs oder Lebensmittels für die Gesundheit im Allgemeinen oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden sind nur zulässig, wenn ihnen eine in einer der Listen nach Artikel 13 oder 14 enthaltene spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt ist.

Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 –
B-Vitamine II

BGH, GRUR 2018, 959 - B- Vitamine I:

1. Sind einem Verweis auf allgemeine, nichtspezifische gesundheitsbezogene Vorteile spezielle gesundheitsbezogene Angaben gemäß einer der Listen nach Art. 13 oder Art. 14 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 bereits dann "beigefügt" im Sinne von Art. 10 Abs. 3 dieser Verordnung, wenn sich der Verweis auf der Vorderseite und die zugelassenen Angaben auf der Rückseite einer Umverpackung befinden und nach der Verkehrsauffassung die Angaben zwar inhaltlich eindeutig auf den Verweis bezogen sind, der Verweis aber keinen eindeutigen Hinweis wie etwa einen Sternchenhinweis auf die rückseitigen Angaben enthält?
2. Müssen auch bei Verweisen auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile im Sinne des Art. 10 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 Nachweise im Sinne von Art. 5 Abs. 1 Buchst. a und Art. 6 Abs. 1 dieser Verordnung vorliegen?

Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 –
B-Vitamine II

EuGH, Urteil v. 30. Januar 2020, C-524/18, GRUR 2020, 310 - Dr. Willmar Schwabe:

1. Art. 10 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 über Nährwert- und gesundheitsbezogene Angaben über Lebensmittel in der durch die Verordnung (EG) Nr. 107/2008 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 15. Januar 2008 geänderten Fassung ist dahin auszulegen, dass die darin vorgesehene Anforderung, wonach jedem Verweis auf allgemeine, nicht spezifische Vorteile eines Nährstoffs oder Lebensmittels eine in einer der Listen nach Art. 13 oder Art. 14 dieser Verordnung enthaltene spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt sein muss, nicht erfüllt ist, wenn die Vorderseite der Umverpackung eines Nahrungsergänzungsmittels einen Verweis auf allgemeine, nicht spezifische Vorteile eines Nährstoffs oder Lebensmittels für die Gesundheit enthält, während sich die spezielle gesundheitsbezogene Angabe, die diesem Verweis beigefügt sein soll, nur auf der Rückseite der Umverpackung befindet und es keinen ausdrücklichen Hinweis wie etwa einen Sternchenhinweis auf den Bezug zwischen den beiden Angaben gibt.
2. Art. 10 Abs. 3 der Verordnung Nr. 1924/2006 in der durch die Verordnung Nr. 107/2008 geänderten Fassung ist dahin auszulegen, dass Verweise auf allgemeine, nicht spezifische Vorteile eines Nährstoffs oder Lebensmittels für die Gesundheit im Allgemeinen oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden durch wissenschaftliche Nachweise im Sinne von Art. 5 Abs. 1 Buchst. a und Art. 6 Abs. 1 dieser Verordnung abgesichert sein müssen. Dafür reicht es aus, dass diesen Verweisen spezielle gesundheitsbezogene Angaben aus einer der Listen nach Art. 13 oder Art. 14 der Verordnung beigefügt sind.

Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 –
B-Vitamine II

Verstoß gegen § 3a UWG iVm Art. 10 Abs. 3 VO (EG) 1924/2006?

- Spezielle gesundheitsbezogene Angaben „beigefügt“
 - EuGH (GRUR 2020, 310 - Dr. Willmar Schwabe): Begriff des Beifügens hat eine materielle und eine visuelle Dimension
 - Materiell: inhaltliche Entsprechung zwischen der allgemeinen, nichtspezifischen und der speziellen gesundheitsbezogenen Angabe
 - Visuell: sofortige Wahrnehmung eines unmittelbaren visuellen Zusammenhangs zwischen dem Verweis auf die allgemeinen, nichtspezifischen und der speziellen gesundheitsbezogenen Angabe durch Referenzverbraucher
 - Können die speziellen gesundheitsbezogenen Angaben wegen ihrer großen Zahl oder Länge nicht vollständig auf der Seite der Verpackung erscheinen, auf der sich der Verweis befindet, den sie untermauern sollen, kann das Erfordernis eines unmittelbaren visuellen Zusammenhangs ausnahmsweise durch einen ausdrücklichen Hinweis wie etwa einen Sternchenhinweis erfüllt werden.
 - Voraussetzung ist allerdings, dass damit klar und für den Verbraucher vollkommen verständlich die inhaltliche Entsprechung zwischen den gesundheitsbezogenen Angaben und dem Verweis in räumlicher Hinsicht sichergestellt wird

Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 162/16, GRUR 2020, 1007 –
B-Vitamine II

Verstoß gegen § 3a UWG iVm Art. 10 Abs. 3 VO (EG) 1924/2006?

- Spezielle gesundheitsbezogene Angaben „beigefügt“
 - Jedenfalls ist visuelle Dimension im Streitfall nicht erfüllt
 - Kein unmittelbarer visueller Zusammenhang zwischen angegriffenem Verweis und den auf der Rückseite angebrachten speziellen gesundheitsbezogenen Angaben
 - Es fehlt an einem Hinweis (zB Sternchenhinweis), mit dem klar und für den Verbraucher vollkommen verständlich die inhaltliche Entsprechung zwischen den gesundheitsbezogenen Angaben und dem Verweis in räumlicher Hinsicht sichergestellt wird

Leitsätze:

1. Der Begriff "beifügen" im Sinne von Art. 10 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 hat eine materielle und eine visuelle Dimension.
2. In seiner materiellen Dimension erfordert er eine inhaltliche Entsprechung zwischen der allgemeinen gesundheitsbezogenen Angabe und der speziellen gesundheitsbezogenen Angabe. Dies setzt im Wesentlichen voraus, dass die spezielle Angabe die allgemeine Angabe umfassend untermauert.
3. Die visuelle Dimension des Erfordernisses des "Beifügens" im Sinne von Art. 10 Abs. 3 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 bezieht sich auf die sofortige Wahrnehmung eines unmittelbaren visuellen Zusammenhangs zwischen dem Verweis auf die allgemeinen, nicht spezifischen Vorteile für die Gesundheit und der speziellen gesundheitsbezogenen Angabe durch einen normal informierten und angemessen aufmerksamen Durchschnittsverbraucher und erfordert grundsätzlich eine räumliche Nähe oder unmittelbare Nachbarschaft zwischen dem Verweis und der Angabe.

Leitsätze (Forts.):

4. Können die speziellen gesundheitsbezogenen Angaben wegen ihrer großen Zahl oder Länge nicht vollständig auf der Seite der Verpackung erscheinen, auf der sich der Verweis befindet, den sie untermauern sollen, kann das Erfordernis eines unmittelbaren visuellen Zusammenhangs ausnahmsweise durch einen ausdrücklichen Hinweis wie etwa einen Sternchenhinweis erfüllt werden. Voraussetzung ist allerdings, dass damit klar und für den Verbraucher vollkommen verständlich die inhaltliche Entsprechung zwischen den gesundheitsbezogenen Angaben und dem Verweis in räumlicher Hinsicht sichergestellt wird.
5. Für allgemeine gesundheitsbezogene Angaben müssen - anders als für spezielle gesundheitsbezogene Angaben - keine unmittelbaren wissenschaftlichen Nachweise im Sinne von Art. 5 Abs. 1 Buchst. a und Art. 6 Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1924/2006 erbracht werden. Vielmehr genügt es, dass für allgemeine gesundheitsbezogene Angaben dadurch mittelbare wissenschaftliche Nachweise erbracht werden, dass ihnen spezielle gesundheitsbezogene Angaben beigefügt sein müssen, die durch wissenschaftliche Nachweise belegt sind.

Urteil vom 17. Oktober 2019 – I ZR 44/19, GRUR 2020, 307 – Sonntagsverkauf von
Backwaren

Sachverhalt:

Die Klägerin ist die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Die Beklagte stellt Brot-, Back- und Konditorwaren her und vertreibt diese in Filialen in München. Zwei Filialen befinden sich in der T. Straße und in der P. Straße. (...) In den Verkaufsstellen befinden sich Tische und Stühle zum Verzehr von Speisen und Getränken.

Die Beklagte veräußerte am Sonntag, dem 21. Februar 2016, in der Filiale in der T. Straße um 11.12 Uhr ein Stangenbrot und zwei Römersemmeln. Um 15.46 Uhr desselben Tags verkaufte sie dort ein Stangenbrot und zwei Vollkornsemmeln. (...) Am Sonntag, dem 11. März 2018, wurden in der Filiale in der P. Straße um 11.45 Uhr ein Kastenbrot (500 g), zwei Vinschgauer, zwei Vollkorn-Kartoffelsemmeln und ein halbes Elsässer-Brot (100 g) sowie um 17.30 Uhr ein weiteres Kastenbrot (500 g) veräußert.

Die Klägerin mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 9. Juni 2016 wegen des Verkaufsgeschehens in der T. Straße ab. Ein danach eingeleitetes Einigungsstellenverfahren scheiterte.

Die Klägerin ist der Auffassung, die Beklagte habe die beanstandeten Verkäufe außerhalb der zulässigen Ladenöffnungszeiten in unlauterer Weise vorgenommen.

Urteil vom 17. Oktober 2019 – I ZR 44/19, GRUR 2020, 307 – Sonntagsverkauf von
Backwaren

Antrag: (...) es zu unterlassen, in den von ihr betriebenen Ladenlokalen, die als Verkaufsstellen für Bäckereiwaren und/oder dem Betrieb eines Cafés dienen,

1. an Sonn- oder Feiertagen für eine Dauer von mehr als drei Stunden Bäckereiwaren, insbesondere unbelegte Brote und/oder Brötchen, zum Mitnehmen anzubieten und/oder zu verkaufen und/oder
2. (...)

LG: Klage abgewiesen

OLG: Berufung der Klägerin ohne Erfolg

BGH: Zurückweisung der Revision der Klägerin

Begründung OLG: Antrag 1 unbegründet, da Kl. Verantwortlichkeit der Bekl. nicht dargelegt habe; Antrag 2 unbegründet, da kein Verstoß gegen Bestimmungen über den Ladenschluss

Urteil vom 17. Oktober 2019 – I ZR 44/19, GRUR 2020, 307 – Sonntagsverkauf von Backwaren

Antrag 2: Liegt ein Verstoß gegen Bestimmungen über den Ladenschluss nicht vor, weil die Ausnahme des § 7 Abs. 2 Nr. 1 GastG greift?

§ 7 Gaststättengesetz: Nebenleistungen

- (1) Im Gaststättengewerbe dürfen der Gewerbetreibende oder Dritte auch während der Ladenschlußzeiten Zubehörwaren an Gäste abgeben und ihnen Zubehörleistungen erbringen.
- (2) Der Schank- oder Speisewirt darf außerhalb der Sperrzeit zum alsbaldigen Verzehr oder Verbrauch
 1. Getränke und zubereitete Speisen, die er in seinem Betrieb verabreicht,
 2. Flaschenbier, alkoholfreie Getränke, Tabak- und Süßwarenan jedermann über die Straße abgeben.

Urteil vom 17. Oktober 2019 – I ZR 44/19, GRUR 2020, 307 – Sonntagsverkauf von Backwaren

Rechtsgrundlagen:

§ 3 LadenschlussG: Allgemeine Ladenschlusszeiten

Verkaufsstellen müssen zu folgenden Zeiten für den geschäftlichen Verkehr mit Kunden geschlossen sein:

1. an Sonn- und Feiertagen,
2. montags bis samstags bis 6 Uhr und ab 20 Uhr,
3. am 24. Dezember, wenn dieser Tag auf einen Werktag fällt, bis 6 Uhr und ab 14 Uhr.

Verkaufsstellen für Bäckerwaren dürfen abweichend von Satz 1 den Beginn der Ladenöffnungszeit an Werktagen auf 5.30 Uhr vorverlegen. Die beim Ladenschluss anwesenden Kunden dürfen noch bedient werden.

§ 12 LadenschlussG: Verkauf bestimmter Waren an Sonntagen (Verordnungsermächtigung für Ausnahmen vom Verbot des § 3)

§ 1 Verordnung über den Verkauf bestimmter Waren an Sonn- und Feiertagen

- (1) Abweichend von der Vorschrift des § 3 Abs. 1 Nr. 1 des Gesetzes über den Ladenschluß dürfen an Sonn- und Feiertagen geöffnet sein für die Abgabe (...)
2. von Bäcker- oder Konditorwaren: Verkaufsstellen von Betrieben, die Bäcker- oder Konditorwaren herstellen, für die Dauer von drei Stunden, (...)

§ 7 Gaststättengesetz: Nebenleistungen

- (1) Im Gaststättengewerbe dürfen der Gewerbetreibende oder Dritte auch während der Ladenschlußzeiten Zubehörwaren an Gäste abgeben und ihnen Zubehörleistungen erbringen.
- (2) Der Schank- oder Speisewirt darf außerhalb der Sperrzeit zum alsbaldigen Verzehr oder Verbrauch
 1. Getränke und zubereitete Speisen, die er in seinem Betrieb verabreicht,
 2. Flaschenbier, alkoholfreie Getränke, Tabak- und Süßwarenan jedermann über die Straße abgeben.

Urteil vom 17. Oktober 2019 – I ZR 44/19, GRUR 2020, 307 – Sonntagsverkauf von
Backwaren

- Voraussetzungen des § 7 II Nr. 1 GastG liegen vor
 - Gaststättengewerbe
 - Bekl. betreibt (auch) ein Gaststättengewerbe (Mischbetrieb)
 - Unbelegte Brötchen, Brezeln und Brote sind zubereitete Speisen iSv § 7 II Nr. 1 GastG
 - Zubereitete Speisen im Sinne dieser Vorschriften sind alle essfertig gemachten Lebensmittel, ohne dass es auf den bei der Zubereitung getriebenen Aufwand ankommt. Sie sind abzugrenzen von solchen Lebensmitteln, die, wie etwa Obst, schon an sich verzehrfertig sind. Für die Beurteilung der Verzehrfertigkeit ist auf die Verkehrsanschauung abzustellen.
 - Annahme des OLG, bei unbelegten Brötchen und Brot handele es sich um durch den Backvorgang essfertig gemachte und verzehrfertige Lebensmittel, ist nicht denkgesetz- oder erfahrungswidrig

Urteil vom 17. Oktober 2019 – I ZR 44/19, GRUR 2020, 307 – Sonntagsverkauf von
Backwaren

Leitsatz:

Unbelegte Brötchen und Brot sind zubereitete Speisen, die ein Bäckereibetrieb mit angeschlossenem Café nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 GastG ohne Bindung an die gesetzlichen Bestimmungen über den Ladenschluss zum alsbaldigen Verzehr an jedermann über die Straße abgeben darf.

Beschluss vom 30. Januar 2020 - I ZR 25/19, GRUR 2020, 420 – Inbox-Werbung

Sachverhalt:

Die Parteien beliefern Endkunden mit Strom. Die Streithelferin der Beklagten ist eine Werbeagentur.

Die Beklagte beauftragte die Streithelferin mit der Schaltung von Werbeeinblendungen in E-Mail-Postfächern von Nutzern des kostenlosen E-Mail-Dienstes T-Online. Die Werbung wurde dergestalt umgesetzt, dass im privaten Postfach eines Nutzers dieses E-Mail-Dienstes am 15. Januar 2017 in dem Bereich, in dem die eingegangenen E-Mails listenförmig angezeigt werden (nachfolgend: Inbox), eingebettet in eingegangene E-Mails die nachfolgend eingeblendete Werbung mit folgendem Text erschien: "e. Mehr Sparen: Günstig Strom und Gas. Jetzt top e. Preise mit attraktivem Bonus sichern! Mehr erfahren auf e. .de".

Entsprechende Werbeeinblendungen erschienen bereits am 12. Dezember 2016 und 13. Januar 2017 in der Inbox des Nutzers.

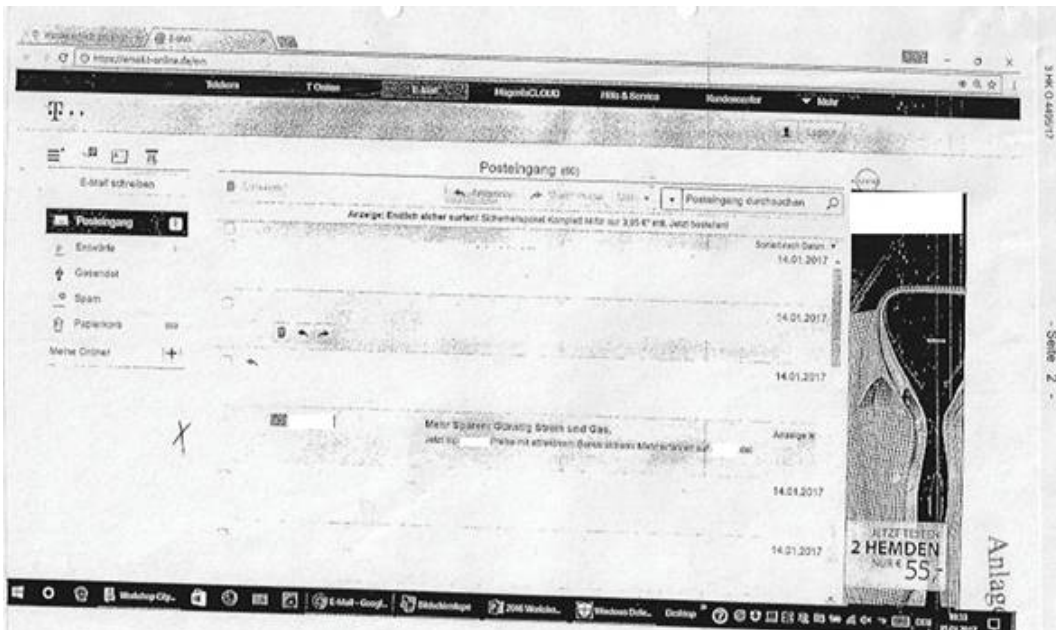
Derartige Werbung wird auf speziellen Werbeflächen in der Inbox des Postfachs des kostenlosen E-Mail-Dienstes der Telekom Deutschland GmbH eingeblendet. Sie wird als "T-Online.de Mail Ad" bezeichnet und konnte von Werbekunden dieses Anbieters gebucht werden. Auf der vom Nutzer eines solchen kostenlosen E-Mail-Postfachs aufgerufenen Internetseite war an der entsprechenden Stelle der Inbox ein JavaScript-Code eines Adservers (TAG) eingebunden. Dadurch wurde beim Öffnen der Internetseite eine Anfrage (Adrequest) an den

Beschluss vom 30. Januar 2020 - I ZR 25/19, GRUR 2020, 420 – Inbox-Werbung

Sachverhalt (Forts.):

Adserver geschickt, ein Werbebanner aus dem Pool einzublenden. Der Adserver sandte sodann die entsprechenden Parameter an den Internetbrowser des Nutzers, wodurch in der Inbox des Nutzers ein nach dem Zufallsprinzip ausgewähltes Werbebanner eingeblendet wurde. Klickte der Nutzer auf die eingeblendete Werbung, wurde die Eingabe zunächst an den Adserver weitergeleitet, der den Klick protokollierte und den Browser auf die Seite des Werbenden weiterleitete. Die in der Inbox erscheinende Werbung war mit dem Wort "Anzeige" versehen und konnte durch Klicken auf das daneben zu findende Kreuz-Symbol "x" aus der Inbox entfernt werden. Die Werbung erschien - anders als die in der Inbox angezeigten E-Mails des Nutzers - grau unterlegt und enthielt weder ein Datum noch einen Absender. Außerdem konnte sie mit den vom Anbieter des E-Mail-Dienstes für E-Mails vorgesehenen Bearbeitungsoptionen nicht archiviert, beantwortet oder weitergeleitet werden. Sie wurde auch nicht in die vom Dienst ausgewiesene Anzahl ungelesener E-Mails des Nutzers eingerechnet und belegte keinen Speicherplatz im Posteingang des Nutzers.

Beschluss vom 30. Januar 2020 - I ZR 25/19, GRUR 2020, 420 – Inbox-Werbung



Beschluss vom 30. Januar 2020 - I ZR 25/19, GRUR 2020, 420 – Inbox-Werbung

Angriff der Klägerin: unzumutbare Belästigung und Irreführung

Antrag: 1. (...) es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs Werbung über das emailaccount "T-online.de" zu betreiben im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Strom an Letztverbraucher, wenn dies so geschieht wie folgt (Anlage K3) [es folgt eine Einblendung der oben wiedergegebenen Werbung].

2. Zahlung von Abmahnkosten

Landgericht: Klage erfolgreich

Oberlandesgericht: Auf Berufung der Beklagten Abweisung der Klage

BGH: EuGH-Vorlage

Begründung OLG: Keine unzumutbare Belästigung iSv. § 7 Abs. 2 Nr. 3 und Abs. 1 UWG; keine Werbung mit Nachrichten iSv. § 7 Abs. 4 Buchst. a UWG; kein Ansprechen iSv. § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG; keine verschleierte Werbung gem. § 5a Abs. 6 UWG

§ 7 UWG: Unzumutbare Belästigungen

(1) Eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.

(2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen (...)

3. bei Werbung unter Verwendung einer automatischen Anrufmaschine, eines Faxgerätes oder elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt (...)

Artikel 13 Abs. 1 RL 2002/58/EG: Unerbetene Nachrichten

Die Verwendung von automatischen Anrufsystemen ohne menschlichen Eingriff (automatische Anrufmaschinen), Faxgeräten oder elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung darf nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer gestattet werden.

Artikel 2 Satz 2 Buchst. h RL 2002/58/EG: Begriffsbestimmungen

(...) Weiterhin bezeichnet im Sinne dieser Richtlinie der Ausdruck

h) "elektronische Post" jede über ein öffentliches Kommunikationsnetz verschickte Text-, Sprach-, Ton- oder Bildnachricht, die im Netz oder im Endgerät des Empfängers gespeichert werden kann, bis sie von diesem abgerufen wird.

Leitsätze:

Dem Gerichtshof der Europäischen Union werden zur Auslegung von Art. 2 Satz 2 Buchst. h und Art. 13 Abs. 1 der Richtlinie 2002/58/EG über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation) sowie Nr. 26 des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken) folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorgelegt:

1. Ist der Begriff des Verschickens im Sinne von Art. 2 Satz 2 Buchst. h der Richtlinie 2002/58/EG erfüllt, wenn eine Nachricht nicht von einem Nutzer eines elektronischen Kommunikationsdienstes an einen anderen Nutzer durch ein Dienstleistungsunternehmen an die elektronische "Anschrift" des zweiten Nutzers übersandt wird, sondern infolge des Öffnens der passwortgeschützten Internetseite eines E-Mail-Kontos automatisiert von Adservern auf bestimmten dafür vorgesehene Flächen in der E-Mail-Inbox eines nach dem Zufallsprinzip ausgewählten Nutzers angezeigt wird (Inbox-Werbung)?

2. Setzt ein Abrufen einer Nachricht im Sinne von Art. 2 Satz 2 Buchst. h der Richtlinie 2002/58/EG voraus, dass der Empfänger nach Kenntniserlangung vom Vorliegen einer Nachricht durch ein willensgetragenes Abrufverlangen eine programmtechnisch vorgegebene Übermittlung der Nachrichtendaten auslöst oder genügt es, wenn das Erscheinen einer Nachricht in der Inbox eines E-Mail-Kontos dadurch ausgelöst wird, dass der Nutzer die passwortgeschützte Internetseite seines E-Mail-Kontos öffnet?

3. Liegt eine elektronische Post im Sinne von Art. 13 Abs. 1 der Richtlinie 2002/58/EG auch dann vor, wenn eine Nachricht nicht an einen bereits vor der Übermittlung konkret feststehenden individuellen Empfänger verschickt wird, sondern in der Inbox eines nach dem Zufallsprinzip ausgewählten Nutzers eingeblendet wird?

Beschluss vom 30. Januar 2020 - I ZR 25/19, GRUR 2020, 420 – Inbox-Werbung

Leitsätze (Forts.):

4. Liegt die Verwendung einer elektronischen Post für die Zwecke der Direktwerbung im Sinne von Art. 13 Abs. 1 der Richtlinie 2002/58/EG nur dann vor, wenn eine Belastung des Nutzers festgestellt wird, die über eine Belästigung hinausgeht?

5. Liegt eine die Voraussetzungen eines "Ansprechens" erfüllende Individualwerbung im Sinne von Nr. 26 Satz 1 des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG nur dann vor, wenn ein Kunde mittels eines herkömmlich zur Individualkommunikation zwischen einem Absender und einem Empfänger dienenden Mediums kontaktiert wird, oder reicht es aus, wenn - wie bei der im Streitfall in Rede stehenden Werbung - ein Individualbezug dadurch hergestellt wird, dass die Werbung in der Inbox eines privaten E-Mail-Kontos und damit in einem Bereich angezeigt wird, in dem der Kunde individuell an ihn gerichtete Nachrichten erwartet?

Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 – Cookie-Einwilligung II

Sachverhalt:

Der Kläger ist der in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragene Bundesverband der Verbraucherzentralen. Die Beklagte bietet die Teilnahme an Gewinnspielen im Internet an.

Am 24. September 2013 veranstaltete die Beklagte unter der Internetadresse "www...de" ein Gewinnspiel. Nach Eingabe der Postleitzahl gelangte der Nutzer hierbei auf eine Seite, auf der Name und Anschrift des Nutzers einzutragen waren. Unter den Eingabefeldern für die Adresse befanden sich zwei mit Ankreuzfeldern versehene Hinweistexte.

Der erste Hinweistext, dessen Ankreuzfeld nicht mit einem voreingestellten Häkchen versehen war, lautete:

Ich bin einverstanden, dass einige Sponsoren und Kooperationspartner mich postalisch oder telefonisch oder per E-Mail/SMS über Angebote aus ihrem jeweiligen Geschäftsbereich informieren. Diese kann ich hier selbst bestimmen, ansonsten erfolgt die Auswahl durch den Veranstalter. Das Einverständnis kann ich jederzeit widerrufen. Weitere Infos dazu [hier](#).

Der zweite Hinweistext, der mit einem voreingestellten Häkchen versehen war, lautete:

Ich bin einverstanden, dass der Webanalysedienst R. bei mir eingesetzt wird. Das hat zur Folge, dass der Gewinnspielveranstalter, die P. GmbH, nach Registrierung für das Gewinnspiel Cookies setzt, welches P. eine Auswertung meines Surf- und Nutzungsverhaltens auf Websites von Werbepartnern und damit interessengerichtete Werbung durch R. ermöglicht. Die Cookies kann ich jederzeit wieder löschen. Lesen Sie Näheres [hier](#).

Eine Teilnahme am Gewinnspiel war nur möglich, wenn mindestens das Häkchen vor dem ersten Hinweistext gesetzt wurde.

Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 – Cookie-Einwilligung II

Sachverhalt (Forts.):

Der im ersten Hinweistext den Worten "Sponsoren und Kooperationspartner" und "hier" unterlegte elektronische Verweis führte zu einer Liste, die 57 Unternehmen, ihre Adresse, den zu bewerbenden Geschäftsbereich und die für die Werbung genutzte Kommunikationsart (E-Mail, Post oder Telefon) sowie nach jedem Unternehmen das unterstrichene Wort "Abmelden" enthielt. Der Liste vorangestellt war folgender Hinweis:

Durch Anklicken auf dem Link "Abmelden" entscheide ich, dass dem genannten Partner/Sponsoren kein Werbeeinverständnis erteilt werden darf. Wenn ich keinen oder nicht ausreichend viele Partner/Sponsoren abgemeldet habe, wählt P. für mich Partner/Sponsoren nach freiem Ermessen aus (Höchstzahl: 30 Partner/Sponsoren).

Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 – Cookie-Einwilligung II

Sachverhalt (Forts.):

Bei Betätigung des im zweiten Hinweistext dem Wort "hier" unterlegten elektronischen Verweises wurde folgende Information angezeigt:

Bei den gesetzten Cookies mit den Namen ceng_cache, ceng_etag, ceng_png und gcr handelt es sich um kleine Dateien, die auf Ihrer Festplatte von dem von Ihnen verwendeten Browser zugeordnet gespeichert werden und durch welche bestimmte Informationen zufließen, die eine nutzerfreundlichere und effektivere Werbung ermöglichen. Die Cookies enthalten eine bestimmte zufallsgenerierte Nummer (ID), die gleichzeitig Ihren Registrierungsdaten zugeordnet ist. Besuchen Sie anschließend die Webseite eines für R. registrierten Werbepartners (ob eine Registrierung vorliegt, entnehmen Sie bitte der Datenschutzerklärung des Werbepartners), wird automatisch aufgrund eines dort eingebundenen iFrames von R. erfasst, dass Sie (d.h. der Nutzer mit der gespeicherten ID) die Seite besucht haben, für welches Produkt Sie sich interessiert haben und ob es zu einem Vertragsschluss gekommen ist.

Anschließend kann die P. GmbH aufgrund des bei der Gewinnspielregistrierung gegebenen Werbeeinverständnisses Ihnen Werbemails zukommen lassen, die Ihre auf der Website des Werbepartners gezeigten Interessen berücksichtigen. Nach einem Widerruf der Werbeerlaubnis erhalten Sie selbstverständlich keine E-Mail-Werbung mehr.

Die durch die Cookies übermittelten Informationen werden ausschließlich für Werbung verwendet, in der Produkte des Werbepartners vorgestellt werden. Die Informationen werden für jeden Werbepartner getrennt erhoben, gespeichert und genutzt. Keinesfalls werden werbepartnerübergreifende Nutzerprofile erstellt. Die einzelnen Werbepartner erhalten keine personenbezogenen Daten.

Sofern Sie kein weiteres Interesse an einer Verwendung der Cookies haben, können Sie diese über Ihren Browser jederzeit löschen. Eine Anleitung finden Sie in der Hilfefunktion Ihres Browsers.

Durch die Cookies können keine Programme ausgeführt oder Viren übertragen werden.

Sie haben selbstverständlich die Möglichkeit, dieses Einverständnis jederzeit zu widerrufen. Den Widerruf können Sie schriftlich an die P. GmbH [Adresse] richten. Es genügt jedoch auch eine E-Mail an unseren Kundenservice [E-Mail-Adresse].

Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 – Cookie-Einwilligung II

Antrag: (...) es zu unterlassen, nachfolgende oder mit diesen inhaltsgleiche Bestimmungen, deren Akzeptanz für die Teilnahme an einem Gewinnspiel obligatorisch ist, in Gewinnspielvereinbarungen mit Verbrauchern einzubeziehen sowie sich auf die Bestimmungen bei der Abwicklung derartiger Verträge (...) zu berufen:

1. Hinweistext 1 [wie vorstehend]
2. Hinweistext 2 [wie vorstehend]

Landgericht: Klage erfolgreich

Oberlandesgericht: Antrag 1 erfolgreich (ergänzt um den Zusatz „wenn diese Bestimmung verwendet wird in Verbindung mit einer Liste wie in Anlage K 1 zur Klageschrift wiedergegeben“); Antrag 2 abgewiesen

BGH: Revision der Beklagten (Antrag 1) zurückgewiesen; auf Revision des Klägers Verurteilung auch nach dem Antrag 2

Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 – Cookie-Einwilligung II

BGH, GRUR 2018, 96 – Cookie-Einwilligung I:

1. a) Handelt es sich um eine wirksame Einwilligung im Sinne des Art. 5 Abs. 3 und des Art. 2 Buchst. f der Richtlinie 2002/58/EG in Verbindung mit Art. 2 Buchst. h der Richtlinie 95/46/EG, wenn die Speicherung von Informationen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits im Endgerät des Nutzers gespeichert sind, durch ein voreingestelltes Ankreuzkästchen erlaubt wird, das der Nutzer zur Verweigerung seiner Einwilligung abwählen muss?

b) Macht es bei der Anwendung des Art. 5 Abs. 3 und des Art. 2 Buchst. f der Richtlinie 2002/58/EG in Verbindung mit Art. 2 Buchst. h der Richtlinie 95/46/EG einen Unterschied, ob es sich bei den gespeicherten oder abgerufenen Informationen um personenbezogene Daten handelt?

c) Liegt unter den in Vorlagefrage 1 a) genannten Umständen eine wirksame Einwilligung im Sinne des Art. 6 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung (EU) 2016/679 vor?

2. Welche Informationen hat der Diensteanbieter im Rahmen der nach Art. 5 Abs. 3 der Richtlinie 2002/58/EG vorzunehmenden klaren und umfassenden Information dem Nutzer zu erteilen? Zählen hierzu auch die Funktionsdauer der Cookies und die Frage, ob Dritte auf die Cookies Zugriff erhalten?

Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 – Cookie-Einwilligung II

EuGH, GRUR 2019, 1198 - Verbraucherzentrale Bundesverband/Planet49:

1. Art. 2 Buchst. f und Art. 5 Abs. 3 der Richtlinie 2002/58/EG (...) sind dahin auszulegen, dass keine wirksame Einwilligung im Sinne dieser Bestimmungen vorliegt, wenn die Speicherung von Informationen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits im Endgerät des Nutzers einer Website gespeichert sind, mittels Cookies durch ein voreingestelltes Ankreuzkästchen erlaubt wird, das der Nutzer zur Verweigerung seiner Einwilligung abwählen muss.
2. Art. 2 Buchst. f und Art. 5 Abs. 3 der Richtlinie 2002/58 in der durch die Richtlinie 2009/136 geänderten Fassung in Verbindung mit Art. 2 Buchst. h der Richtlinie 95/46 bzw. mit Art. 4 Nr. 11 und Art. 6 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung 2016/679 sind nicht unterschiedlich auszulegen, je nachdem, ob es sich bei den im Endgerät des Nutzers einer Website gespeicherten oder abgerufenen Informationen um personenbezogene Daten im Sinne der Richtlinie 95/46 bzw. der Verordnung 2016/679 handelt oder nicht.
3. Art. 5 Abs. 3 der Richtlinie 2002/58 in der durch die Richtlinie 2009/136 geänderten Fassung ist dahin auszulegen, dass Angaben zur Funktionsdauer der Cookies und dazu, ob Dritte Zugriff auf die Cookies erhalten können, zu den Informationen zählen, die der Diensteanbieter dem Nutzer einer Website zu geben hat.

Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16, GRUR 2020, 891 – Cookie-Einwilligung II

Leitsätze:

1. Eine wirksame Einwilligung in telefonische Werbung im Sinne von § 7 Abs. 2 Nr. 2 Fall 1 UWG liegt nicht vor, wenn der Verbraucher bei der Erklärung der Einwilligung mit einem aufwendigen Verfahren der Abwahl von in einer Liste aufgeführten Partnerunternehmen konfrontiert wird, das ihn dazu veranlassen kann, von der Ausübung dieser Wahl Abstand zu nehmen und stattdessen dem Unternehmer die Wahl der Werbepartner zu überlassen. Weiß der Verbraucher mangels Kenntnisnahme vom Inhalt der Liste und ohne Ausübung des Wahlrechts nicht, die Produkte oder Dienstleistungen welcher Unternehmer die Einwilligung erfasst, liegt keine Einwilligung für den konkreten Fall vor.
2. § 15 Abs. 3 Satz 1 TMG ist mit Blick auf Art. 5 Abs. 3 Satz 1 der Richtlinie 2002/58/EG dahin richtlinienkonform auszulegen, dass der Diensteanbieter Cookies zur Erstellung von Nutzungsprofilen für Zwecke der Werbung oder Marktforschung nur mit Einwilligung des Nutzers einsetzen darf. Eine elektronisch zu erklärende Einwilligung des Nutzers, die den Abruf von auf seinem Endgerät gespeicherten Informationen mithilfe von Cookies im Wege eines voreingestellten Ankreuzkästchens gestattet, genügt diesem Einwilligungserfordernis nicht.

Beschluss vom 28. Mai 2020 – I ZR 186/17, GRUR 2020, 896 – App-Zentrum

Sachverhalt:

Der Kläger ist der in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragene Bundesverband der Verbraucherzentralen der Bundesländer. Die in Irland ansässige Beklagte betreibt unter der Adresse www.facebook.de die Internetplattform Facebook, die dem Austausch persönlicher und sonstiger Daten dient. Eine Schwestergesellschaft der Beklagten, die in Deutschland ansässige Facebook Germany GmbH, bewirbt dort die Verfügbarkeit von Werbeflächen auf der Internetplattform und unterstützt lokale Werbekunden der Beklagten. Vertragspartner für Werbekunden in Deutschland ist die Beklagte. Diese verarbeitet zudem die Daten der deutschen Kunden von Facebook. Die Muttergesellschaft der Beklagten und der Facebook Germany GmbH ist in den Vereinigten Staaten von Amerika ansässig.

Auf der Internetplattform Facebook befindet sich ein sogenanntes "App-Zentrum", in dem die Beklagte ihren Nutzern unter anderem kostenlose Spiele von Drittanbietern zugänglich macht. Bei Aufruf des App-Zentrums am 26. November 2012 wurde dort das Spiel "The Ville" angeboten, wobei unter einem Button "Sofort spielen" folgende Informationen erschienen:

Durch das Anklicken von 'Spiel spielen' oben erhält diese Anwendung
- Deine allgemeinen Informationen (?)
- Deine-Mail-Adresse
- Über Dich
- Deine Statusmeldungen
Diese Anwendung darf in deinem Namen posten, einschließlich dein Punktestand und mehr.

Ferner befand sich dort der Hinweis

Wenn du fortfährst, stimmst du The Ville Allgemeine Geschäftsbedingungen und Datenschutzrichtlinien zu.

Beschluss vom 28. Mai 2020 – I ZR 186/17, GRUR 2020, 896 – App-Zentrum

Sachverhalt (Forts.):

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Datenschutzbestimmungen waren über einen elektronischen Verweis (Link) aufrufbar. Entsprechende Hinweise erschienen bei den Spielen "Diamond Dash" und "Wetpaint Entertainment" gleichfalls unter dem Button "Sofort spielen". Beim Spiel "Scrabble" endeten die Hinweise mit dem Satz:

Diese Anwendung darf Statusmeldungen, Fotos und mehr in deinem Namen posten.

Der Kläger beanstandet die Präsentation der unter dem Button "Sofort spielen" gegebenen Hinweise im App-Zentrum als unlauter unter anderem unter dem Gesichtspunkt des Rechtsbruchs wegen Verstoßes gegen gesetzliche Anforderungen an die Einholung einer wirksamen datenschutzrechtlichen Einwilligung des Nutzers. Ferner sieht er in dem abschließenden Hinweis beim Spiel "Scrabble" eine den Nutzer unangemessen benachteiligende Allgemeine Geschäftsbedingung.

Der Kläger hat die vorliegende Klage unabhängig von der konkreten Verletzung von Datenschutzrechten einer betroffenen Person und ohne Auftrag einer solchen Person erhoben.

Beschluss vom 28. Mai 2020 – I ZR 186/17, GRUR 2020, 896 – App-Zentrum

Antrag: (...) es zu unterlassen

1. im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern mit einem ständigen Aufenthalt in der Bundesrepublik Deutschland auf der Internetseite mit der Adresse www.facebook.com Spiele in einem so genannten "App-Zentrum" derart zu präsentieren, dass der Verbraucher mit dem Betätigen eines Buttons wie "Spiel spielen" die Erklärung abgibt, dass der Betreiber des Spiels über das von der Beklagten betriebene soziale Netzwerk Informationen über die dort hinterlegten personenbezogenen Daten erhält und ermächtigt ist, Informationen im Namen des Verbrauchers zu übermitteln (posten) wie in bildlich wiedergegebenen [vorliegend nicht abgedruckten] Bildschirmpkopien ersichtlich;

2. nachfolgende oder mit diesen inhaltsgleiche Bestimmungen in Vereinbarungen mit Verbrauchern, die ihren gewöhnlichen Aufenthalt in der Bundesrepublik Deutschland haben, über die Nutzung von Applikationen (Apps) im Rahmen eines sozialen Netzwerkes einzubeziehen, sowie sich auf die Bestimmungen über die Übertragung von Daten an die Betreiber der Spiele zu berufen:

„Diese Anwendung darf Statusmeldungen, Fotos und mehr in deinem Namen posten.“

Landgericht: antragsgemäße Verurteilung

Kammergericht: Berufung der Bekl. zurückgewiesen

BGH: EuGH-Vorlage

Beschluss vom 28. Mai 2020 – I ZR 186/17 , GRUR 2020, 896 – App-Zentrum

Vorlagefrage:

Stehen die Regelungen in Kapitel VIII, insbesondere in Art. 80 Abs. 1 und 2 sowie Art. 84 Abs. 1 der Verordnung (EU) 2016/679 nationalen Regelungen entgegen, die - neben den Eingriffsbefugnissen der zur Überwachung und Durchsetzung der Verordnung zuständigen Aufsichtsbehörden und den Rechtsschutzmöglichkeiten der betroffenen Personen - einerseits Mitbewerbern und andererseits nach dem nationalen Recht berechtigten Verbänden, Einrichtungen und Kammern die Befugnis einräumen, wegen Verstößen gegen die Verordnung (EU) 2016/679 unabhängig von der Verletzung konkreter Rechte einzelner betroffener Personen und ohne Auftrag einer betroffenen Person gegen den Verletzer im Wege einer Klage vor den Zivilgerichten unter den Gesichtspunkten des Verbots der Vornahme unlauterer Geschäftspraktiken oder des Verstoßes gegen ein Verbraucherschutzgesetz oder des Verbots der Verwendung unwirksamer Allgemeiner Geschäftsbedingungen vorzugehen?

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App

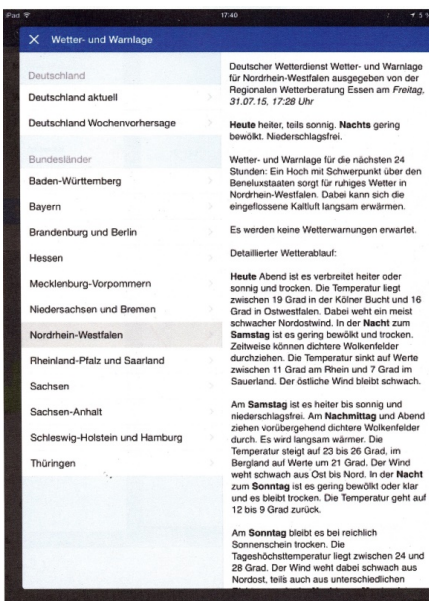
Sachverhalt:

Die Klägerin bietet gewerblich meteorologische Dienstleistungen über ihre Internetseite und seit dem Jahr 2013 auch über eine Anwendungssoftware für mobile Endgeräte an, die sogenannte WetterOnline-App. Diese Anwendung ist in der Standard-Version für den Nutzer kostenlos und werbefinanziert. Daneben gibt es werbefreie Versionen, die der Kunde gegen Entgelt erhalten kann.

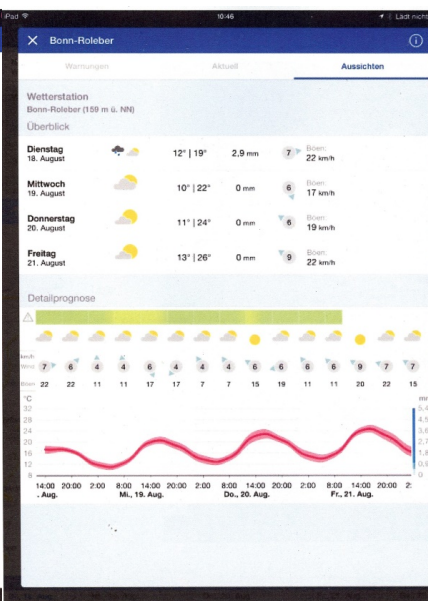
Der Deutsche Wetterdienst (im Folgenden: DWD), eine Bundesoberbehörde und teilrechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts, ist der nationale meteorologische Dienst der beklagten Bundesrepublik Deutschland. Er bot ab Juni 2015 über zwei Vertriebsplattformen eine kostenlose und werbefreie Anwendungssoftware für mobile Endgeräte an, mit der er zahlreiche Informationen über das Wetter zur Verfügung stellte. Diese Anwendung - die sogenannte DWD WarnWetter-App (im Folgenden nur: WarnWetter-App) - erlangte binnen kurzer Zeit erhebliche Marktverbreitung.

Die Klägerin hält das unentgeltliche Anbieten und Verbreiten der Inhalte der WarnWetter-App für wettbewerbswidrig, da der DWD allenfalls amtliche Wetterwarnungen unentgeltlich verbreiten dürfe. Die WarnWetter-App benachteilige wegen ihrer Finanzierung durch den Staat nichtstaatliche Anbieter von Wetter-Anwendungen.

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App



(zu 1.)



(zu 3.)



(zu 5.)

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App

Anträge: (...) durch den Deutschen Wetterdienst oder durch Dritte meteorologische Dienstleistungen für die Allgemeinheit unentgeltlich zu erbringen, bei denen es sich nicht um amtliche Warnungen über Wettererscheinungen, die zu einer Gefahr für die öffentliche Sicherheit und Ordnung führen können oder die in Bezug zu drohenden Wetter- und Witterungsereignissen mit hohem Schadenspotenzial stehen, handelt, wenn dies geschieht durch Anbieten und Verbreiten folgender, von der Beklagten so bezeichneter Inhalte der "DWD WarnWetter-App" in ihrer jüngsten Version 1.6.4 oder jeder anderen Version:

- | | |
|---|--|
| 1. Berichte "Wetter- und Warnlage" | 10. Karten "Aktuell Satellitenbilder" |
| 2. Darstellungen für einen Ort "Aktuell," | 11. Karten "Aktuell Radar- und Satellitenbilder" |
| 3. Darstellungen für einen Ort "Aussichten" | 12. Karten "Aussichten" |
| 4. Karten "Orte Aussichten" | 13. Karten "Aktuell Radar und Blitze" |
| 5. Karten "Orte Aktuell" | 14. Karten "Gefahren UV Index" |
| 6. Karten "Orte Vergangenheit" | 15. Karten "Gefahren Thermisches Empfinden" |
| 7. Karten "Aktuell Radar-Prognosen" | 16. "Pegelinformationen" |
| 8. Karten "Aktuell Niederschlagsradar" | 17. "Tidenwerte", |
| 9. Karten "Aktuell Niederschlagssumme" | |

die mit den nachfolgend eingeblendeten Screenshots dokumentiert werden:

[es folgen 17 Bildschirmansichten aus der WarnWetter-App]

Hilfswiderklage: (...) festzustellen, dass Bekl. nicht verpflichtet ist, es zu unterlassen, die WarnWetter-App unentgeltlich anzubieten und zu verbreiten, sofern daran im Hilfswiderklageantrag im Einzelnen aufgeführte Änderungen vorgenommen werden

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App

Landgericht: Rechtsweg zu den ordentlichen Gerichten auf Rüge der Bekl. für zulässig erklärt; Klage stattgegeben; über Hilfswiderklage nicht entschieden

Berufungsgericht: Abweisung der auf Wettbewerbsrecht gestützten Klage durch Teilurteil

Begründung: Klage zulässig, aber nicht begründet, da Angebot der App keine geschäftliche Handlung; für den hilfsweise geltend gemachten öffentlich-rechtlichen Unterlassungsanspruch, der einen separaten Streitgegenstand darstelle, seien nicht die ordentlichen Gerichte, sondern die Verwaltungsgerichte zuständig

BGH: Auf Revision der Klägerin Aufhebung des Teilurteils und Wiederherstellung des Urteils des Landgerichts mit der Maßgabe, dass die Wörter „insbesondere“ im abstrakten Teil und „beispielhaft“ im nachfolgenden Teil des Tenors gestrichen werden

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App

Begründetheit der Klage

- Anbieten der WarnWetter-App als geschäftliche Handlung gem. § 2 I Nr. 1 UWG
 - § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG: Geschäftliche Handlung ist jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrages über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt.
 - Bei Tätigkeit der öffentlichen Hand ist zu differenzieren:
 - erwerbswirtschaftliche Betätigung ist auch dann geschäftliche Handlung, wenn öffentliche Zwecke mitverfolgt werden
 - Bei einer Tätigkeit zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben ist weiter zu unterscheiden,
 - ob die öffentliche Hand aufgrund gesetzlicher Ermächtigung hoheitlich tätig wird; dann ist ihre Betätigung einer Überprüfung anhand des Wettbewerbsrechts entzogen; oder
 - ob sie ohne gesetzliche Ermächtigung tätig wird; dann ist geschäftl. Charakter aufgrund Einzelfallwürdigung zu prüfen

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App

§ 4 DWDG: Aufgaben

(1) Aufgaben des Deutschen Wetterdienstes sind

1. die Erbringung meteorologischer und klimatologischer Dienstleistungen für die Allgemeinheit oder einzelne Kunden und Nutzer, insbesondere auf den Gebieten des Verkehrs, der gewerblichen Wirtschaft, der Land- und Forstwirtschaft, des Bauwesens, des Gesundheitswesens, der Wasserwirtschaft einschließlich des vorbeugenden Hochwasserschutzes, des Umwelt- und Naturschutzes und der Wissenschaft (...)

(4) Im Rahmen seiner Aufgaben nach Absatz 1 unterstützt der Deutsche Wetterdienst den Bund, die Länder und die Gemeinden und Gemeindeverbände bei der Durchführung ihrer Aufgaben im Bereich von Katastrophenschutz, Bevölkerungs- und Umweltschutz, insbesondere bei Wetter- und Klimaereignissen mit hohem Schadenspotenzial und beteiligt sich an den Aufgaben im Rahmen der Zivilen Verteidigung und der zivil-militärischen Zusammenarbeit (...)

(6) Der Deutsche Wetterdienst darf Leistungen, die im Sinne des § 6 Absatz 2a unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden, selbst öffentlich verbreiten, soweit dies zu seinen gesetzlichen Aufgaben gehört.

§ 6 DWDG: Vergütungen

(2) 1. Der Deutsche Wetterdienst verlangt für die Erbringung seiner Dienstleistungen eine Vergütung. 2. Die Höhe der Vergütung wird vom Vorstand auf Basis betriebswirtschaftlicher Kalkulationsverfahren, gegebenenfalls erhöht auf Grund des wirtschaftlichen Wertes oder ermäßigt auf Grund eines besonderen öffentlichen Interesses, oder auf Grund internationaler Vereinbarungen in einer Preisliste festgesetzt. 3. Sie enthält die Preise für Daten, Produkte und Spezialdienstleistungen.

(2a) Sofern nicht auf Grund anderer gesetzlicher Regelungen eine Pflicht zur Entrichtung von Gebühren besteht, sind folgende Dienstleistungen des Deutschen Wetterdienstes entgeltfrei:

1. jene an Bund, Länder und Gemeinden und Gemeindeverbände nach § 4 Absatz 4,

2. jene an die Allgemeinheit nach § 4 Absatz 1 Nummer 3 und 7 zur öffentlichen Verbreitung, 3. die Bereitstellung von Geodaten und Geodatendiensten im Sinne des § 3 Absatz 1 und 3 des Geodatenzugangsgesetzes im Geoportal der nationalen Geodateninfrastruktur.

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App

III. Begründetheit der Klage

- Anbieten der WarnWetter-App als geschäftliche Handlung gem. § 2 I Nr. 1 UWG
 - Keine erwerbswirtschaftliche Betätigung, da unentgeltliches Angebot der App
 - Aber: Angebot der App erfolgt in Erfüllung einer öffentlichen Aufgabe (§ 4 Abs. 1 Nr. 1, 4, 6, 8 DWDG)
 - Wahl der privatrechtlichen Handlungsform steht der öffentlichen Aufgabenerfüllung nicht entgegen
 - Es steht der öffentliche Hand grds. frei, sich zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben privatrechtlicher Handlungsformen zu bedienen oder Privatunternehmen zu beauftragen
 - DWD hat im Streitfall jedoch die Grenzen der Ermächtigungsgrundlage überschritten, so dass geschäftl. Handlung vorliegt
 - DWD ist nach § 4 Abs. 6 DWDG iVm § 6 Abs. 2a DWDG berechtigt, bestimmte meteorologische und klimatologische Dienstleistungen für die Allgemeinheit unentgeltlich anzubieten und zu verbreiten.
 - Die beanstandeten Inhalte gehören nicht dazu, weil ihre Verbreitung nicht die Tatbestände des § 6 Abs. 2a DWDG erfüllt (insbes. keine amtliche Warnung, sondern mit allgemeinen Wetterinformationen darüber hinausgehend)

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 – WarnWetter-App

III. Begründetheit der Klage

- § 6 Abs. 2 Satz 1 und Abs. 2a Nr. 2 DWDG sind Marktverhaltensregelungen iSv § 3a UWG
 - Nicht gegeben, wenn eine Vorschrift lediglich bestimmte Unternehmen von bestimmten Märkten fernhalten oder die Rahmenbedingungen des Wettbewerbs festlegen soll
 - Im Streitfall:
 - DWD darf Dienstleistungen nur entgeltlich erbringen, sofern keine der in § 6 Abs. 2a DWDG geregelten Ausnahmen vorliegt.
 - DWD darf also seine Dienstleistungen im Grundsatz nur unter Marktbedingungen erbringen und wie jeder andere Anbieter einer Anwendungssoftware für meteorologische Dienstleistungen hierfür unmittelbar eine Vergütung verlangen oder - wenn die Anwendungssoftware kostenlos abgegeben wird - die Leistungen mittelbar etwa durch Werbeeinnahmen finanzieren.
 - Normen mit einem derartigen Regelungsgehalt sind Marktverhaltensregelungen. Sie haben den Zweck, die Betätigung der öffentlichen Hand auf einem bestimmten Markt (hier: dem Markt meteorologischer Dienstleistungen) zum Schutz privatwirtschaftlicher Mitbewerber zu begrenzen (so auch Entstehungsgeschichte des § 6 Abs. 2a Nr. 2 DWDG)

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 –
WarnWetter-App

Leitsätze:

1. Wird ein einheitlicher Streitgegenstand geltend gemacht, darf das Gericht nicht durch Teilurteil über einzelne von mehreren konkurrierenden Anspruchsgrundlagen entscheiden. Dabei ist unerheblich, ob die Anspruchsgrundlagen verschiedenen Rechtsgebieten entstammen, über die grundsätzlich in unterschiedlichen Rechtswegen zu entscheiden ist. Das zuständige Gericht hat auch über solche Normen zu befinden, die für sich allein die Zuständigkeit einer anderen Gerichtsbarkeit begründen würden.
2. Hat das Berufungsgericht bei einem einheitlichen Streitgegenstand eine materiell-rechtliche Anspruchsgrundlage ungeprüft gelassen und durch Teilurteil entschieden, kann von einer Zurückverweisung der Sache abgesehen werden, wenn die vom Berufungsgericht getroffenen Feststellungen eine abschließende Entscheidung zulassen.
3. Nimmt die öffentliche Hand öffentliche Aufgaben wahr und bewegt sie sich dabei außerhalb des ihr durch eine Ermächtigungsgrundlage zugewiesenen öffentlich-rechtlichen Aufgabenbereichs, ist ihr Handeln als geschäftliche Handlung anzusehen mit der Folge, dass sie sich an den Regeln des Wettbewerbsrechts messen lassen muss und bei Vorliegen der weiteren Voraussetzungen des § 8 Abs. 1 UWG auf Unterlassung in Anspruch genommen werden kann.

Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18, GRUR 2020, 755 –
WarnWetter-App

Leitsätze (Forts.):

4. Bei den Bestimmungen der § 6 Abs. 2 Satz 1 und Abs. 2a Nr. 2 DWDG handelt es sich um Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 3a UWG.
5. Der Deutsche Wetterdienst darf gegenüber der Allgemeinheit unentgeltlich amtliche Warnungen über Wettererscheinungen herausgeben, die zu einer Gefahr für die öffentliche Sicherheit und Ordnung führen können oder die in Bezug zu drohenden Wetter- und Witterungsereignissen mit hohem Schadenspotenzial stehen. Er ist jedoch nicht berechtigt, unabhängig von Warnlagen die Allgemeinheit unentgeltlich laufend allgemein über das Wetter zu informieren.

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 - Kundenbewertungen auf Amazon

Sachverhalt:

Der Kläger, der Verband Sozialer Wettbewerb e.V., ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder gehört. Die Beklagte vertreibt Kinesiologie-Tapes. Im Jahre 2013 bewarb sie die Tapes mit der Angabe, diese seien zur Schmerzbehandlung geeignet. Da dies medizinisch nicht gesichert nachweisbar ist, gab die Beklagte gegenüber dem Kläger auf dessen Abmahnung eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab. Sie verpflichtete sich dazu, zukünftig für Kinesiologie-Tapes und insbesondere für das Produkt "Gitter Tape" nicht mehr mit Werbeaussagen wie "Kleben Sie den Schmerz einfach weg", "Schmerzlinderung", "Schmerzen können ohne Medikamente gelindert bis geheilt werden" und "Perfekt für Schmerz" zu werben.

Nach einem Verstoß gegen die Unterlassungsverpflichtung im Februar 2014 einigten sich die Parteien für zukünftige Vertragsverletzungen auf eine Vertragsstrafe von 1.500 €.

Die Beklagte bietet ihre Produkte auch auf der Online-Handelsplattform Amazon (im Folgenden: Amazon) an. Dort wird für jedes Produkt über die EAN (European Article Number) eine diesem Produkt zugewiesene ASIN (Amazon-Standard-Identifikationsnummer) generiert, die sicherstellen soll, dass beim Aufruf eines bestimmten Produkts die Angebote sämtlicher Anbieter dieses Produkts angezeigt werden. Käuferinnen und Käufer können bei Amazon die Produkte bewerten. Amazon weist eine solche Bewertung ohne nähere Prüfung dem unter der entsprechenden ASIN geführten Produkt zu. Das hat zur Folge, dass zu einem Artikel alle Kundenbewertungen angezeigt werden, die zu diesem - unter Umständen von mehreren Verkäufern angebotenen - Produkt abgegeben wurden.

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 - Kundenbewertungen auf Amazon

Sachverhalt (Forts.):

Am 17. Januar 2017 bot die Beklagte bei Amazon Kinesiologie-Tapes an. Unter diesem Angebot waren Kundenrezensionen abrufbar, die unter anderem die Hinweise "Schmerzlinderndes Tape!", "This product is perfect for pain...", "Schnell lässt der Schmerz nach", "Linderung der Schmerzen ist spürbar", "Die Schmerzen gehen durch das Bekleben weg" und "Schmerzen lindern" enthielten. Auf Anfrage der Beklagten lehnte Amazon die Löschung der Kundenrezensionen ab.

Antrag: I. (...) es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr für ein Nasara Original Kinesiologie-Tape mit der Angabe zu werben:

1. "Schmerzlinderndes Tape!",
2. "perfect for pain...",
3. "Schnell lässt der Schmerz nach",
4. "Linderung der Schmerzen ist spürbar",
5. "Die Schmerzen gehen durch das Bekleben weg",
6. "Schmerzen lindern",

jeweils sofern dies geschieht, wie in Anlage K 8 wiedergegeben;

II. Vertragsstrafe iHv 4.500 €

III. Abmahnkosten

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 - Kundenbewertungen auf Amazon

Landgericht: Klage abgewiesen

Oberlandesgericht: Berufung des Klägers zurückgewiesen

BGH: Zurückweisung der Revision des Klägers

Begründung OLG: Kein Verstoß gegen § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 11 HWG, da keine der Beklagten zuzurechnende Werbung; deshalb auch kein Verstoß gegen wettbewerbsrechtl. Verkehrspflichten gem. § 3 Abs. 2 UWG

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 - Kundenbewertungen auf Amazon

Unterlassungsanspruch gem. § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3 Abs. 1, § 3a UWG iVm. § 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 11 HWG?

§ 11 Abs. 1 Satz 1 Nr. 11 HWG

Außerhalb der Fachkreise darf für Arzneimittel, Verfahren, Behandlungen, Gegenstände oder andere Mittel nicht geworben werden (...)

11. mit Äußerungen Dritter, insbesondere mit Dank-, Anerkennungs- oder Empfehlungsschreiben, oder mit Hinweisen auf solche Äußerungen, wenn diese in missbräuchlicher, abstoßender oder irreführender Weise erfolgen, (...)

Für Medizinprodukte gilt Satz 1 Nr. 7 bis 9, 11 und 12 entsprechend. (...)

- Äußerungen Dritter (+)
- Irreführend (+), da behauptete Wirkung wissenschaftlich nicht gesichert nachweisbar

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 - Kundenbewertungen auf Amazon

- Aber: Keine Werbung der Bekl.
 - Bekl. hat nicht selbst geworben oder die Angaben mittelbar veranlasst (Feststellungen des Berufungsgerichts)
 - Kundenbewertungen sind der Bekl. nicht zuzurechnen, weil es an einem Zu-Eigen-Machen fehlt
 - Zu-Eigen-Machen liegt vor, wenn Anspruchsgegner nach außen erkennbar die inhaltliche Verantwortung für die Äußerungen Dritter übernimmt oder den zurechenbaren Anschein erweckt, er identifiziere sich mit ihnen. Ob dies der Fall ist, ist aus der Sicht eines verständigen Durchschnittsnutzers auf der Grundlage einer Gesamtbetrachtung aller relevanten Umstände zu beurteilen
 - BGH billigt Beurteilung des Berufungsgerichts, dass ein Zu-Eigen-Machen nicht vorliegt:
 - Kundenbewertungen sind als solche gekennzeichnet, finden sich bei Amazon getrennt vom Angebot der Beklagten und werden von den Nutzern nicht der Sphäre der Beklagten als Verkäuferin zugerechnet

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 - Kundenbewertungen auf Amazon

- Verstoß gegen § 5 UWG?
 - Irreführende Angabe (+)
 - Keine Haftung der Bekl. als Täterin oder Teilnehmerin
 - Bekl. hat nicht selbst, durch einen anderen oder in bewusstem und gewolltem Zusammenwirken mit einem anderen eine irreführende geschäftliche Handlung begangen.
 - Für Haftung als Teilnehmerin fehlt es an einer rechtswidrigen Haupttat.
 - Keine Haftung der Bekl. wg. pflichtwidrigen Unterlassens
 - Erforderlich ist Garantenstellung des Täters, die ihn nach einer wertenden Betrachtung verpflichtet, den deliktischen Erfolg abzuwenden. Eine Garantenstellung kann sich aus vorhergehendem gefährdenden Tun (Ingerenz), Gesetz, Vertrag oder der Inanspruchnahme von Vertrauen ergeben. Sie muss gegenüber dem außenstehenden Dritten bestehen, der aus der Verletzung der Pflicht zur Erfolgsabwendung Ansprüche herleitet.
 - Abwägung unter Berücksichtigung der Interessenlage und den konkreten Verantwortungsbereichen der Beteiligten sowie der Möglichkeit und Zumutbarkeit von entsprechenden Kontroll- oder Sicherungsmaßnahmen
 - Einfließen können auch übergeordnete Aspekte (soziale Nützlichkeit eines Geschäftsmodells, rechtliche Grundwertungen wie der Schutz der Presse- und Meinungsfreiheit durch Art. 5 I GG, aber auch der vom HWG verfolgte Gesundheitsschutz
 - Abwägung führt im Streitfall zur Verneinung einer Garantenstellung

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 -
Kundenbewertungen auf Amazon

Leitsätze:

1. Den Anbieter eines auf der Online-Handelsplattform Amazon angebotenen Produkts trifft für nicht von ihm veranlasste Kundenbewertungen keine wettbewerbsrechtliche Haftung, wenn er sich diese Bewertungen nicht zu eigen macht. Für die Beurteilung, ob eine wegen wettbewerbswidriger Werbung in Anspruch genommene Person sich fremde Äußerungen zu eigen macht, kommt es entscheidend darauf an, ob sie nach außen erkennbar die inhaltliche Verantwortung für die Äußerungen Dritter übernimmt oder den zurechenbaren Anschein erweckt, sie identifiziere sich mit ihnen. Dieser Maßstab gilt auch im Heilmittelwerberecht.
2. Ob das Angebot auf der Online-Handelsplattform Amazon eine Garantenstellung mit der Rechtspflicht begründet, eine Irreführung durch Kundenbewertungen abzuwenden, bestimmt sich nach den Umständen des konkreten Einzelfalls und bedarf einer Abwägung.
3. Bei dieser Abwägung ist zu berücksichtigen, dass Kundenbewertungssysteme auf Online-Handelsplattformen gesellschaftlich erwünscht sind und verfassungsrechtlichen Schutz genießen. Das Interesse von Verbraucherinnen und Verbrauchern, sich zu Produkten zu äußern und sich vor dem Kauf über Eigenschaften, Vorzüge und Nachteile eines Produkts aus verschiedenen Quellen, zu denen auch Bewertungen anderer Kunden gehören, zu informieren oder auszutauschen, wird durch die Meinungs- und Informationsfreiheit des Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG geschützt. Bei einem Angebot von Arzneimitteln oder Medizinprodukten kann allerdings das Rechtsgut der öffentlichen Gesundheit bei der Abwägung zu berücksichtigen sein.

Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18, GRUR 2020, 543 -
Kundenbewertungen auf Amazon

Leitsätze (Forts.):

4. Gibt der Anbieter eines auf einer Online-Handelsplattform angebotenen Produkts selbst irreführende oder gefälschte Kundenbewertungen ab, bezahlt er dafür oder können ihm die Kundenbewertungen aus anderen Gründen als Werbung zugerechnet werden, haftet er als Täter, gegebenenfalls Mittäter, eines Wettbewerbsverstoßes.

Urteil vom 4. Juli 2019 - I ZR 161/18,
GRUR 2020, 299 - IVD-Gütesiegel

Sachverhalt:

Der Beklagte ist ein Industrieverband, dessen Aufgabe die wissenschaftliche und fachtechnische Förderung und Weiterentwicklung von Kleb- und Dichtstoffen ist. Auf seiner Internetseite zeigt er das folgende Siegel:



Der Beklagte vergibt dieses Gütesiegel für Produkte auf der Grundlage der von ihm selbst erstellten "IVD-Güterichtlinien". Die Klägerin, die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, hält die Bezeichnung des Siegels als Gütesiegel für irreführend.

Antrag: (...) es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr selbst oder durch Dritte für das nachfolgend eingeblendete Zeichen den Begriff "Gütesiegel" zu verwenden und/oder verwenden zu lassen: [es folgt das vorstehend abgebildete Siegel].

Urteil vom 4. Juli 2019 - I ZR 161/18,
GRUR 2020, 299 - IVD-Gütesiegel

Landgericht: Klage abgewiesen

Oberlandesgericht: Berufung der Klägerin erfolglos

BGH: Auf Revision der Klägerin Aufhebung und Zurückverweisung

Begründung OLG: Keine Irreführung, da sich das Verkehrsverständnis geändert habe; dem Verkehr seien seit längerem Gütezeichen bekannt, die von Industrieverbänden nach Kriterien vergeben würden, die ohne Beteiligung Dritter aufgestellt worden seien („Edelstahl rostfrei“, „Baumwollsiegel“). Seit Einführung der Gewährleistungsmarke im Markenrecht scheidet eine Irreführung aus, wenn ein Gütesiegel den für eine Gewährleistungsmarke geltenden Anforderungen entspreche. Dies treffe auf das streitige Zeichen jedenfalls im Zeitpunkt der Entscheidung des Berufungsgerichts mit Blick auf die von der Bekl. vorgelegte Markensatzung für die inzwischen angemeldete Gewährleistungsmarke zu (Vergabekriterien betreffen die Qualität, seien öffentlich zugänglich, es erfolge eine hinreichende Prüfung und Kompetenz und Unabhängigkeit des beauftragten Instituts stünden nicht im Zweifel).

Urteil vom 4. Juli 2019 - I ZR 161/18, GRUR 2020, 299 - IVD-Gütesiegel

Unterlassungsanspruch gem. §§ 8 I, 3 I, 5 I 1 und 2 Fall 2 Nr. 1 UWG

- Irreführung gem. § 5 UWG

§ 5 Abs. 1 UWG

Unlauter handelt, wer eine irreführende **geschäftliche Handlung** vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie **unwahre Angaben** enthält oder **sonstige zur Täuschung geeignete Angaben** über folgende Umstände enthält:

1. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung wie Verfügbarkeit, Art, Ausführung, **Vorteile, Risiken**, Zusammensetzung, Zubehör, Verfahren oder Zeitpunkt der Herstellung, Lieferung oder Erbringung, Zwecktauglichkeit, Verwendungsmöglichkeit, Menge, **Beschaffenheit**, Kundendienst und Beschwerdeverfahren, geographische oder betriebliche Herkunft, von der Verwendung zu erwartende Ergebnisse oder die **Ergebnisse oder wesentlichen Bestandteile von Tests der Waren oder Dienstleistungen**; (...)

- Führt eine Änderung des Verkehrsverständnisses dazu, dass die beanstandete Angabe den tatsächlichen Verhältnissen entspricht, kommt die Annahme einer Irreführung nicht mehr in Betracht; bei Änderung nach Vornahme der Handlung, aber vor der gerichtlichen Entscheidung entfällt die Wiederholungsgefahr
- OLG hat keine Feststellungen dazu getroffen, ob die Voraussetzungen einer Irreführung im Zeitpunkt der beanstandeten Handlung vorgelegen haben
- Annahme des OLG, infolge Änderung des Verkehrsverständnisses fehle es jedenfalls im Entscheidungszeitpunkt an einer Irreführung, hält der Nachprüfung nicht stand

Urteil vom 4. Juli 2019 - I ZR 161/18, GRUR 2020, 299 - IVD-Gütesiegel

- „Segelanweisung“

- Verkehrsverständnis bei Gütesiegeln:
 - Prüfung der Ware durch einen neutralen Dritten mit entsprechender Kompetenz nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien auf die Erfüllung von Mindestanforderungen geprüft hat
 - Neutralität nicht berührt, wenn Vergabe nur an Mitglieder und gegen Zahlung einer angemessenen Gebühr
 - Bestimmung des Verfahrens und der Prüfkriterien liegt grds. in der autonomen Entscheidung der vergebenden Stelle
 - Erforderlich ist Publizität des Prüfprogramms (vgl. BGH, GRUR 2016, 1076 - LGA tested: Informationspflicht bezüglich der Kriterien eines Produkttests).
 - Zeichen bietet aus der Sicht des Verkehrs die Gewähr, dass ein mit ihm gekennzeichnetes Produkt bestimmte, für seine Güte und Brauchbarkeit als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweist
 - Güteerwartung ist regelmäßig nicht auf den Zeitpunkt der Vornahme der Prüfung beschränkt, sondern geht von der Fortdauer der bescheinigten Produkteigenschaften, so dass eine kontinuierliche Überwachung der Verwendung des Gütesiegels durch die verleihende Stelle erforderlich.

Urteil vom 4. Juli 2019 - I ZR 161/18, GRUR 2020, 299 - IVD-Gütesiegel

Leitsätze:

1. Eine Irreführung liegt nicht (mehr) vor, wenn sich das Verkehrsverständnis mit der Folge geändert hat, dass die beanstandete Angabe den tatsächlichen Verhältnissen entspricht.
2. Ein Gütesiegel oder Prüfzeichen wird vom Verkehr dahingehend verstanden, dass ein neutraler Dritter mit entsprechender Kompetenz die beworbene Ware nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien auf die Erfüllung von Mindestanforderungen geprüft hat. Ein solches Zeichen bietet aus der Sicht des Verkehrs die Gewähr, dass ein mit ihm gekennzeichnetes Produkt bestimmte, für die Güte und Brauchbarkeit der Ware als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweist (Fortführung von BGH, Urteil vom 21. Juli 2016 - I ZR 26/15, GRUR 2016, 1076 Rn. 39 = WRP 2016, 1221 - LGA tested).
3. Die Bestimmung des Verfahrens und der Prüfkriterien liegt grundsätzlich in der autonomen Entscheidung der vergebenden Stelle. Sie kann jedoch daraufhin überprüft werden, ob im Einzelfall - etwa unter Bezugnahme auf anerkannte technische Standards oder Normierungen der betroffenen Produktparte - sachgerechte Kriterien festgelegt worden sind.
4. Die Zahlung einer angemessenen Gebühr für die Durchführung der Prüfung oder die Verleihung des Siegels steht der Neutralität der Prüfeinrichtung nicht entgegen.

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

Sachverhalt:

Der Kläger ist der in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragene Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. Die Beklagte ist eine Fernwärmeversorgerin mit dem Sitz in D.

Die Beklagte schloss mit dem Kunden M.S. im Jahr 1999 einen Fernwärme-Lieferungsvertrag. In § 3 des Vertrags werden unter anderem die AVBFernwärmeV und die Allgemeinen Vertragsbestimmungen der Beklagten zur Lieferung von Fernwärme "in ihren jeweils gültigen Fassungen" zum Vertragsbestandteil erklärt. In § 4 sieht der Vertrag eine Erstlaufzeit bis 31. März 2009 vor, die sich um jeweils fünf Jahre verlängert, wenn er nicht spätestens zwölf Monate vor Ablauf gekündigt wird. § 2 der Allgemeinen Vertragsbestimmungen lautet wie folgt:

Sollten sich während der Laufzeit dieses Vertrages die allgemeinen wirtschaftlichen und technischen Verhältnisse ändern, durch welche die Preisvereinbarung dieses Wärmelieferungsvertrages begründet sind, kann die F. eine entsprechende Anpassung der Preise und Bedingungen mit Wirkung des auf die Veröffentlichung folgenden Monats verlangen. Zu einer Einzelbenachrichtigung ist die F. nicht verpflichtet.

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

Sachverhalt (Forts.):

Mit Rundschreiben vom 23. September 2015 (Anlage K 1), das auch der Kunde M. S. erhielt, kündigte die Beklagte ab 1. Oktober 2015 ein neues Preissystem an. In dem Schreiben heißt es unter anderem:

Gemäß § 4 Abs. 2 der "Verordnung über Allgemeine Bedingungen für die Versorgung mit Fernwärme" (AVBFernwärmeV), die Bestandteil des zwischen Ihnen und der E. bestehenden Wärmelieferverhältnisses ist, können allgemeine Versorgungsbedingungen durch öffentliche Bekanntgabe wirksam geändert werden. Zu den allgemeinen Versorgungsbedingungen gehört u.a. auch das Preissystem bzw. die Preisänderungsregelung. Das neue Preissystem wird nach der öffentlichen Bekanntmachung zum 01.10.2015 in Kraft treten.

Das neue Preissystem, das unter anderem die Preisliste und die Preisänderungsregelung betraf, wurde noch im September 2015 in der "Stadtpost D." und der "O. Post" bekanntgegeben. Durch die neue Preisliste änderte sich sowohl der Grund- als auch der Verbrauchspreis. Beim Kunden M. S. führte dies bei gleicher Jahresleistung zu einer Preiserhöhung von 29,11%.

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

Antrag: (...) zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern den Eindruck zu erwecken, dass in laufenden Wärmelieferungsverträgen einseitig durch die Beklagte eine Änderung der Preisänderungsregelung vorgenommen werden kann, wenn dies geschieht wie in Anlage K 1 wiedergegeben.

LG: Verurteilung nach Klageantrag

OLG: Berufung der Bekl. zurückgewiesen

Begründung des OLG: Unzutreffende, daher irreführende Aussage über die Berechtigung zur Vornahme einseitiger Preisänderungen

BGH: Auf Revision der Bekl. Klage abgewiesen

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 Nr. 7 UWG?

§ 5 Abs. 1 UWG

Unlauter handelt, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über folgende Umstände enthält:

(...)

2. den Anlass des Verkaufs wie das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils, den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird, oder die Bedingungen, unter denen die Ware geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird;

3. die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers wie Identität, Vermögen einschließlich der Rechte des geistigen Eigentums, den Umfang von Verpflichtungen, Befähigung, Status, Zulassung, Mitgliedschaften oder Beziehungen, Auszeichnungen oder Ehrungen, Beweggründe für die geschäftliche Handlung oder die Art des Vertriebs;

(...)

7. Rechte des Verbrauchers, insbesondere solche auf Grund von Garantieverprechen oder Gewährleistungsrechte bei Leistungsstörungen.

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

1. Geschäftliche Handlung

§ 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG

Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

„Geschäftliche Handlung“ jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrages über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt.

- Merkmal des objektiven Zusammenhangs ist funktional zu verstehen und setzt voraus, dass die Handlung bei objektiver Betrachtung auf die Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung der Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer gerichtet ist.
- Geschäftliche Handlung kann auch in einem Verhalten liegen, das sich auf die geschäftliche Entscheidung von Verbrauchern im Rahmen eines bereits bestehenden Vertragsverhältnisses auswirkt „Objektiver Zusammenhang“: auf Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung der Verbraucher gerichtet
- Im Streitfall liegt geschäftliche Handlung vor: Schreiben erfolgte im eigenen geschäftlichen Interesse der Bekl.; objektiver Zusammenhang mit der weiteren Durchführung des Vertragsverhältnisses; Schreiben ist geeignet und bestimmt, sich auf die geschäftliche Entscheidung der Verbraucher auszuwirken, ob sie künftige Preiserhöhungen aufgrund der neuen Preisänderungsklausel akzeptieren oder ihnen entgegentreten

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

2. Angaben iSd § 5 UWG

- § 5 Abs. 1 Satz 1 Fall 1: „unwahre Angaben“
 - Tatsachenbehauptungen
- § 5 Abs. 1 Satz 1 Fall 2: „sonstige zur Täuschung geeignete Angaben“
 - Unwahre und wahre Tatsachenbehauptungen, die zur Täuschung geeignet sind
 - Meinungsäußerungen, die zur Täuschung geeignet sind
 - Rechtsansichten sind im Grundsatz Meinungsäußerungen, die einer Überprüfung durch Beweiserhebung nicht zugänglich sind (vgl. BGH, GRUR 2019, 754 Rn. 27 - Prämiensparverträge).
 - In Subsumtion eines Sachverhalts unter die einschlägigen Rechtsnormen fließen regelmäßig auch Elemente wertender Betrachtung ein
 - Jedoch können Äußerungen zur Rechtslage auch Tatsachenbehauptungen enthalten.
 - Dies betrifft zum einen den Sachverhalt, der im Rahmen einer Äußerung zur Rechtslage mitgeteilt wird.
 - Zum anderen kann - zumindest in eindeutigen Fällen - auch die Behauptung, eine Rechtsfrage sei in einer bestimmten Weise durch Rechtsnormen geregelt oder von der Rechtsprechung entschieden, eine durch Beweiserhebung überprüfbare Tatsachenbehauptung darstellen

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

2. Im Streitfall:

- Keine Tatsachenbehauptung, da Äußerung einer Rechtsansicht
- Keine sonstige zur Täuschung geeignete Angabe
 - Aussagen über die Rechtslage als irreführende Meinungsäußerung
 - Entscheidend ist Verbraucherverständnis
 - Ist erkennbar, dass im Rahmen der Rechtsverfolgung oder Rechtsverteidigung eine Rechtsansicht geäußert wird, fehlt Täuschungseignung.
 - Unternehmer muss unbenommen bleiben, bestimmte Rechtsansichten zu vertreten
 - Richtigkeit der Rechtsansicht wird nicht im Wettbewerbsprozess, sondern im betroffenen Rechtsverhältnis geprüft
 - Versteht Verbraucher die Behauptung einer eindeutigen Rechtslage als Feststellung, ist sie zur Täuschung geeignet
 - Ebenso: Falsche Auskunft über die Rechtslage
 - Im Streitfall: für Verbraucher erkennbare Äußerung einer Rechtsansicht im Rahmen einer Rechtsverfolgung

Urteil vom 23. April 2020 - I ZR 85/19, GRUR 2020, 886 – Preisänderungsregelung

Leitsätze:

1. Das Rechtsschutzbedürfnis für eine wettbewerbsrechtliche Klage auf Unterlassung einer außerhalb eines gerichtlichen oder behördlichen Verfahrens gemachten Äußerung fehlt nur dann, wenn die Klage auf eine Beschränkung der Rechtsverfolgung oder -verteidigung des Gegners gerichtet ist, die im Falle des Obsiegens in dem nachfolgenden gerichtlichen oder behördlichen Verfahren fortwirkte. Soweit mit einer solchen Klage nicht die Rechtsverfolgung oder -verteidigung an sich, sondern lediglich Ausführungen zu ihrer Begründung angegriffen werden, fehlt das Rechtsschutzbedürfnis für sie nicht.
2. Ist für die betroffenen Verkehrskreise erkennbar, dass es sich um eine im Rahmen der Rechtsverfolgung oder Rechtsverteidigung geäußerte Rechtsansicht handelt, fehlt dieser Äußerung die zur Erfüllung des Tatbestands der Irreführung nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 2 UWG erforderliche Eignung zur Täuschung (Bestätigung von BGH, Urteil vom 25. April 2019 - I ZR 93/17 GRUR 2019, 754 Rn. 31 = WRP 2019, 883 - Prämiensparverträge). Hierfür bedarf es nicht zwingend eines ausdrücklichen Hinweises, dass es sich lediglich um die eigene Rechtsauffassung handelt.
3. Dagegen erfasst § 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 2 UWG Äußerungen, in denen der Unternehmer gegenüber Verbrauchern eine eindeutige Rechtslage behauptet, die tatsächlich nicht besteht, sofern der angesprochene Kunde die Aussage nicht als Äußerung einer Rechtsansicht, sondern als Feststellung versteht (Bestätigung von BGH, GRUR 2019, 754 Rn. 32 - Prämiensparverträge).

Urteil vom 16. Januar 2020 – I ZR 74/16, GRUR 2020, 432 – Kulturchampignons II

Sachverhalt:

Die Klägerin ist die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Die Beklagte produziert und vertreibt Kulturchampignons mit der Angabe "Ursprung: Deutschland".

Der Herstellungsprozess der Champignons erfolgt in mehreren Schritten. Zunächst werden für die Dauer von 7 bis 11 Tagen die Rohsubstanzen für den Kompost in Belgien und den Niederlanden verschnitten und vermischt. Zweiter Herstellungsschritt ist die über 5 bis 6 Tage andauernde Pasteurisierung und Aufbereitung des Komposts in den Niederlanden. Im dritten Herstellungsschritt wird über die Dauer von 15 Tagen in den Niederlanden das Myzel (Pilzsporen) in den Kompost injiziert. Im vierten Abschnitt wird in den Niederlanden die Fruchtkörperbildung auf einer Torf- und Kalkschicht in Kulturkisten initiiert, wobei die Pilze nach 10 bis 11 Tagen bis zu 3 mm gewachsen sind. Die Kulturkisten werden nach etwa 15 Tagen nach Deutschland transportiert, wo im Betrieb der Beklagten nach etwa 1 bis 5 Tagen die erste Ernte und nach etwa 10 bis 15 Tagen die zweite Ernte der Champignons erfolgt.

Die Klägerin hält die Herkunftsbezeichnung der Pilze "Ursprung: Deutschland" ohne zusätzliche Hinweise für irreführend und hat die Beklagte im Dezember 2013 vorgerichtlich abgemahnt.

Urteil vom 16. Januar 2020 – I ZR 74/16, GRUR 2020, 432 – Kulturchampignons II

Antrag: (...) es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Kulturchampignons mit der Angabe "Ursprung: Deutschland" anzubieten und/oder in den Verkehr zu bringen und/oder zu bewerben, wenn wesentliche Produktions- und Wachstumsschritte, d.h. wenn der Herstellungszyklus vor der Ernte, d.h. insbesondere

a) die Vermischung und champignonspezifische Fermentation der Rohsubstanzen insbesondere in einer Kompostproduktionseinrichtung

b) die Pasteurisierung und das Durchwachsen des Substrats mit Mycel

c) die Bedeckung der Kompostschicht mit in der Regel Torf und Kalk und

d) hierauf die qualitative und quantitative Initiierung der Fruchtkörperbildung

nicht in Deutschland stattfinden und der Kompost mit den Pilzen erst drei oder weniger Tage vor der ersten Ernte nach Deutschland verbracht wird, ohne darauf hinzuweisen, dass ein Teil des Herstellungszyklus im Ausland stattgefunden hat.

Landgericht: Klage abgewiesen

Oberlandesgericht: Berufung der Klägerin zurückgewiesen

Begründung: Zwar Irreführung über den Ort des Produktionsprozesses; diese sei jedoch aus normativen Gründen lauterkeitsrechtlich unerheblich, da Ursprungsland nach dem Unionsrecht zutreffend angegeben

BGH: Revision der Klägerin zurückgewiesen

Urteil vom 16. Januar 2020 – I ZR 74/16, GRUR 2020, 432 – Kulturchampignons II

Vorlage des BGH, Beschluss vom 21. September 2017, GRUR 2018, 104 - Kulturchampignons I:

1. Ist für die Bestimmung des Begriffs des Ursprungslands gemäß Art. 113a Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 des Rates vom 22. Oktober 2007 über eine gemeinsame Organisation der Agrarmärkte und mit Sondervorschriften für bestimmte landwirtschaftliche Erzeugnisse in der durch die Verordnung (EG) Nr. 361/2008 des Rates vom 14. April 2008 geänderten Fassung und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17.

Dezember 2013 über eine gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse und zur Aufhebung der Verordnungen (EWG) Nr. 922/72, (EWG) Nr. 234/79, (EG) Nr. 1037/2001 und Nr. 1234/2007 des Rates auf die Begriffsbestimmungen in Art. 23 ff. der Verordnung (EWG) Nr. 2913/92 des Rates vom 12. Oktober 1992 zur Festlegung des Zollkodex der Gemeinschaften (Zollkodex) und Art. 60 der Verordnung (EU) Nr. 952/2013 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 9. Oktober 2013 zur Festlegung des Zollkodex der Union (Unionszollkodex) abzustellen?

2. Haben Kulturchampignons, die im Inland geerntet werden, gemäß Art. 23 der Verordnung (EWG) Nr. 2913/92 und Art. 60 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 952/2013 einen inländischen Ursprung, wenn wesentliche Produktionsschritte in anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union erfolgt und die Kulturchampignons erst 3 oder weniger Tage vor der ersten Ernte ins Inland verbracht worden sind?

Urteil vom 16. Januar 2020 – I ZR 74/16, GRUR 2020, 432 – Kulturchampignons II

Vorlage des BGH, GRUR 2018, 104 - Kulturchampignons I (Forts.):

3. Ist das Irreführungsverbot des Art. 2 Abs. 1 Buchst. a Ziff. i der Richtlinie Nr. 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür und des Art. 7 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 1924/2006 und (EG) Nr. 1925/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates und zur Aufhebung der Richtlinie 87/250/EWG der Kommission, der Richtlinie 90/496/EWG des Rates, der Richtlinie 1999/10/EG der Kommission, der Richtlinie 2000/13, der Richtlinien 2002/67/EG und 2008/5/EG der Kommission und der Verordnung (EG) Nr. 608/2004 der Kommission auf die nach Art. 113a Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 vorgeschriebene Ursprungsangabe anzuwenden?

4. Dürfen der nach Art. 113a Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 vorgeschriebenen Ursprungsangabe aufklärende Zusätze hinzugefügt werden, um einer nach Art. 2 Abs. 1 Buchst. a Ziff. i der Richtlinie Nr. 2000/13/EG sowie Art. 7 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 verbotenen Irreführung entgegenzuwirken?

Urteil vom 16. Januar 2020 – I ZR 74/16, GRUR 2020, 432 – Kulturchampignons II

EuGH, Urteil vom 4. September 2019 - C-686/17, GRUR 2019, 1067 - Wettbewerbszentrale/Prime Champ):

1. Art. 113a Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 sind dahin auszulegen, dass für die Bestimmung des Begriffs des Ursprungslands gemäß diesen Vorschriften auf die Zollregelungen zur Bestimmung des nichtpräferenziellen Ursprungs von Waren abzustellen ist, d.h. auf die Art. 23 ff. der Verordnung (EWG) Nr. 2913/92 und auf Art. 60 der Verordnung (EU) Nr. 952/2013.

2. Art. 23 Abs. 1 und Abs. 2 Buchst. b der Verordnung Nr. 2913/92 und Art. 60 Abs. 1 der Verordnung Nr. 952/2013 in Verbindung mit Art. 31 Buchst. b der Delegierten Verordnung (EU) 2015/2446 der Kommission vom 28. Juli 2015 zur Ergänzung der Verordnung Nr. 952/2013 mit Einzelheiten zur Präzisierung von Bestimmungen des Zollkodex der Union sind dahin auszulegen, dass das Ursprungsland von Kulturchampignons ihr Ernteland im Sinne dieser Vorschriften ist, und zwar unabhängig davon, ob wesentliche Produktionsschritte in anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union erfolgt sind und ob die Kulturchampignons erst drei oder weniger Tage vor der ersten Ernte ins Erntegebiet verbracht worden sind.

3. Das in Art. 2 Abs. 1 Buchst. a Ziff. i der Richtlinie 2000/13/EG und Art. 7 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 aufgestellte allgemeine Verbot, den Verbraucher über das Ursprungsland von Lebensmitteln zu täuschen, ist bei frischem Obst und Gemüse nicht auf die nach Art. 113a Abs. 1 der Verordnung Nr. 1234/2007 und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung Nr. 1308/2013 vorgeschriebene Ursprungsangabe anzuwenden.

4. Das Unionsrecht ist dahin auszulegen, dass keine aufklärenden Zusätze als Ergänzung der nach Art. 113a Abs. 1 der Verordnung Nr. 1234/2007 und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung Nr. 1308/2013 vorgeschriebenen Angabe des Ursprungslands vorgeschrieben werden dürfen, um einer nach Art. 2 Abs. 1 Buchst. a Ziff. i der Richtlinie 2000/13 sowie Art. 7 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung Nr. 1169/2011 verbotenen Irreführung des Verbrauchers entgegenzuwirken.

Urteil vom 16. Januar 2020 – I ZR 74/16, GRUR 2020, 432 – Kulturchampignons II

Leitsätze:

1. Das kennzeichnungsrechtliche Irreführungsverbot (§ 11 Abs. 1 Satz 1 und 2 Nr. 1 LFGB aF sowie § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB in Verbindung mit Art. 7 Abs. 1 Buchst. a LMIV) findet auf die Ursprungsangabe für ein Lebensmittel, die nach Art. 113a Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 vorgeschrieben ist, keine Anwendung. Es dürfen im Falle einer solchen Angabe keine aufklärenden Zusätze verlangt werden, um einer etwaigen Irreführung des Verbrauchers entgegenzuwirken.
2. Das nach Art. 113a Abs. 1 der Verordnung (EG) Nr. 1234/2007 und Art. 76 Abs. 1 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 anzugebende Ursprungsland von in Deutschland geernteten Kulturchampignons ist das Ernteland, auch wenn wesentliche Produktionsschritte in anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union erfolgt sind und die Kulturchampignons erst drei oder weniger Tage vor der ersten Ernte ins Erntegebiet verbracht worden sind.
3. Ein Verstoß gegen § 5 Abs. 1 UWG scheidet aus, wenn gesetzliche Kennzeichnungsvorschriften eine bestimmte Bezeichnung vorschreiben und das so gekennzeichnete Produkt den gesetzlichen Kriterien entspricht. In einem solchen Fall genießt das Kennzeichnungsrecht Normvorrang und ist eine unlautere Irreführung auch dann nicht anzunehmen, wenn relevante Teile des Verkehrs die verwendete Bezeichnung falsch verstehen.

Aktuelle Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs im Lauterkeitsrecht



Jörn Feddersen, Richter am BGH

Forum Wettbewerbsrecht

26. November 2020