



Landgericht Braunschweig
 Geschäfts-Nr.:
 21 O 2759/13 (102)

Abschrift

Verkündet am:
 22. August 2014

Meyer C., Justizhauptsekretärin
 als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Im Namen des Volkes!

Urteil

In dem Rechtsstreit

a. P.	z. K.	Tel.	Rap.	Er.	Zlg.	Tn.	Tn.
GK	Rechtsanwälte		Vorberg			ET	not.
Klä	01. Sep. 2014					Frist	not.
z.A.						EMA	
erl.	n						

IDO Interessenverband f. d. Rechts- und Finanzconsulting deutscher e. V. vertr. d. d.
 Vorstand Helena Eibl, Gartenstr. 5, 51379 Leverkusen,

Kläger

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanw. Vorberg & Partner, Warburgstraße 37,
 20354 Hamburg,
 Geschäftszeichen: [REDACTED]

gegen

[REDACTED]

Beklagter

[REDACTED]

hat die 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Braunschweig im schriftlichen
 Verfahren gemäß § 128 ZPO mit einer Erklärungsfrist bis zum
 31. Juli 2014 am 22. August 2014 durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht
 Wurdack-Scheibel

für **R e c h t** erkannt:

Der Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 232,05 € nebst Zinsen in Höhe von 5
 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz ab dem 15.11.2013 zu zahlen.

Der Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Der Beklagte kann die Vollstreckung durch
 Sicherheitsleistung in Höhe von 120 % des aufgrund des Urteils vollstreckbaren
 Betrages abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in
 Höhe von 120 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Tatbestand

Der Kläger ist ein in Form eines eingetragenen Vereins organisierter Interessenverband der Online-Unternehmer, der im Vereinsregister des Amtsgerichts Köln unter der Register-Nr. VR 16434 eingetragen ist. Zu den satzungsgemäßen Aufgaben des Klägers gehört auch die Mitwirkung an der Herstellung eines fairen Wettbewerbs. Nach § 2 Abs. 2 der Satzung des Klägers ist Vereinszweck die umfassende Förderung insbesondere der rechtlichen und wirtschaftlichen Interessen deutscher Online-Unternehmer oder Online-Freiberufler.

Der Beklagte bietet Waren auf der Handelsplattform Ebay unter dem Namen [REDACTED] an. Dort veröffentlicht er insbesondere Angebote für Körper- und Schönheitspflegemittel.

Der Kläger nimmt den Beklagten wegen eines Verstoßes gegen die Preisangabenverordnung (PAngV) auf Ersatz vorgerichtlicher Abmahnkosten in Anspruch. Dem liegt folgender Sachverhalt zugrunde:

Der Beklagte warb im August 2013 auf der Handelsplattform Ebay für den Artikel „Joveka Hyaltron Fluid & Anti Aging Cream“ unter Beifügung einer Gratispackung „erste Sahne Body Lotion“. Wegen der Einzelheiten der Werbung wird auf Anlage K6 Bezug genommen. Mit Schreiben vom 27.08.2013 (Anlage K15) mahnte der Kläger den Beklagten wegen dieser Werbung ab, weil die nach § 9 Abs. 5 Nr. 2 PAngV vorgeschriebene Grundpreisangabe für die „Joveka Hyaltron Fluid & Anti Aging Cream“ gefehlt habe. Zugleich forderte der Kläger den Beklagten auf, bis zum 10.09.2013 eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben. Diese Unterlassungserklärung gab der Beklagte durch Schreiben seines Prozessbevollmächtigten mit Datum vom 09.09.2013 ab (Anlage K16), verweigerte jedoch die Zahlung der Abmahnkosten.

Der Kläger, der der Auffassung ist, er sei aktivlegitimiert nach § 3 Abs. 3 Nr. 2 UWG trägt vor, dass der Beklagte verpflichtet sei, nach § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG die Abmahnkosten zu tragen, weil die Abmahnung berechtigt gewesen sei. Der Beklagte könne sich auch nicht auf die Ausnahnevorschrift nach § 9 Abs. 5 Nr. 2 PAngV berufen, weil die Ausnahnevorschrift nach dem Wortlaut eng darauf beschränkt sei, dass es sich um kosmetische Mittel handeln müsse, die ausschließlich der Färbung oder Verschönerung der Haut dienen. „Ausschließlich“ im Sinne der Vorschrift bedeute, dass kein weitergehender Anwendungszweck damit verbunden sein dürfe. Dies gelte

für die mit „Anti Aging“-Wirkung beschriebene Creme gerade nicht. Der Inhaltsstoff Hyaluron, der der Creme beigefügt sei, wirke bei dem Aufbau von Gesichtskonturen dadurch mit, dass er nicht bloß auf der Hautoberfläche wirke, sondern auch das darunterliegende Gewebe auffülle. Bloß färbende/verschönernde Mittel seien Produkte wie Puder/Rouge, Lippenstifte, Bräunungscremes oder Haarsprays.

Der Kläger beantragt,

wie erkannt.

Der Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Er bestreitet zunächst die Aktivlegitimation der Klägerin.

In der Sache selbst weist der Beklagte darauf hin, dass die beanstandete Werbung nicht gegen die Preisangabenverordnung verstoße. Nach dem Wortlaut der Regelung sei der Grundpreis in unmittelbarer Nähe des Endpreises anzugeben. Weil die technischen Möglichkeiten auf der Ebay-Handelsplattform den Anbietern dazu keine Gelegenheit böten, habe der Beklagte den erforderlichen Grundpreis hervorgehoben an erster Stelle in der Artikelbezeichnung angegeben. Damit habe der Verbraucher auch Gelegenheit, beide Preise auf einen Blick wahrzunehmen. Schon aus diesem Grund sei die Abmahnung nicht berechtigt gewesen, hinzu komme, dass der Beklagte sich auf die Ausnahmevorschrift des § 9 Abs. 5 Nr. 2 PAngV berufen könne. Das streitgegenständliche Produkt diene ausschließlich der Verschönerung, nicht aber der Pflege der Haut.

Zur Ergänzung des Tatbestands wird auf das schriftsätzliche Vorbringen der Parteien nebst vorgelegter Anlagen sowie auf die Sitzungsniederschrift Bezug genommen. Mit Beschluss vom 01.07.2014 hat die Kammer die Durchführung des schriftlichen Verfahrens gemäß § 128 ZPO angeordnet, in dem Erklärungen zur Sache bis zum 31.07.2014 abgegeben werden konnten.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist begründet.

Die Abmahnung des Beklagten war berechtigt, weil dieser in der streitgegenständlichen Werbung gegen §§ 1, 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV verstoßen und damit einen Verstoß gegen §§ 3, 5, 5a und 4 Nr. 11 UWG begangen. Der Anspruch des Klägers auf Erstattung der Abmahnkosten folgt aus § 12 Abs. 1 Satz 1 UWG.

1.

Der Kläger ist nach § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2 UWG auch prozessführungsbefugt und aktivlegitimiert. Die in dieser Vorschrift aufgestellten Voraussetzungen, unter denen ein Verband zur Förderung gewerblicher Interessen wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche geltend machen kann, sind erfüllt.

a)

Bei dem Kläger handelt es sich um einen rechtsfähigen Verband zur Förderung gewerblicher Interessen i. S. d. § 3 Abs. 3 Nr. 2 UWG.

b)

Ihm gehört auch eine erhebliche Zahl von Unternehmen an, die Waren gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben.

Für die Bestimmung des sachlich und räumlich relevanten Marktes ist maßgeblich, ob sich die betreffenden Waren ihrer Art nach so gleichen oder nahestehen, dass der Absatz des einen Unternehmens durch irgendein wettbewerbswidriges Handeln des anderen beeinträchtigt werden kann.

Es reicht dabei aus, wenn sich die Waren oder Dienstleistungen des in Anspruch genommenen Unternehmens und der Mitgliedsunternehmen so nahestehen, dass eine nicht gänzlich unbedeutende potentielle Beeinträchtigung mit einer gewissen, wenn auch nur geringen Wahrscheinlichkeit in Betracht gezogen werden kann (BGH GRUR 2007, 809 - Krankenhauswerbung, BGH GRUR 1997, 541 - Produkt-Interview). Ein entsprechendes Wettbewerbsverhältnis wird wesentlich durch die gemeinsame Zugehörigkeit zur selben Branche oder zu zumindest angrenzenden Branchen begründet.

Zu den relevanten Mitgliedsunternehmen des Klägers gehören demnach Unternehmen, die Mittel zur Körper- und Schönheitspflege vertreiben. Die Ermittlung der nach diesen Kriterien relevanten Mitgliedsunternehmen erfolgt im Freibeweisverfahren (BGH, NJW 2009, 1886 - Sammelmitgliedschaft VI). Dies ist hier durch die Vorlage der als Anlage K 7 eingereichten Mitgliederliste des Klägers geschehen, wobei diese - worauf der Beklagte zu Recht hinweist - allerdings in anonymisierter Form vorgelegt worden ist. Die Kammer sieht im vorliegenden Fall gleichwohl keinen Grund, an deren grundsätzlicher Richtigkeit zu zweifeln. Insbesondere ergibt sich den Firmenbezeichnungen zahlreicher der dort genannten Unternehmen schon in der anonymisierten Version ein Bezug zu Körper- und Schönheitspflege.

Die insgesamt 52 Mitgliedsunternehmen stellen eine erhebliche Zahl von Unternehmen dar. Eine absolute oder relative Mindestzahl von Unternehmen ist nicht erforderlich. Erheblich ist die Zahl der Mitglieder des Verbandes auf dem einschlägigen Markt vielmehr dann, wenn diese Mitglieder als Gewerbetreibende bezogen auf den maßgeblichen Markt, als repräsentativ angesehen werden können, so dass ein missbräuchliches Vorgehen des Verbandes ausgeschlossen werden kann (BGH GRUR 2007, 610 - Sammelmitgliedschaft V). Die repräsentative Vertretung ist durch die oben genannten 52 Mitgliedsunternehmen sichergestellt.

Es fehlt dem Kläger auch nicht an der Fähigkeit zur Wahrnehmung der satzungsgemäßen Aufgaben. Seine finanzielle Ausstattung (die durch die Vorlage von Anlage K14, Kontoauszug vom 26.11.2013 untermauert wird), bietet ausreichende Sicherheiten für etwaige gegnerische Prozesskostenerstattungsansprüche.

Anhaltspunkte für ein rechtsmissbräuchliches Verhalten des Klägers, auf das sich der Beklagte auch nicht beruft i. S. v. § 8 Abs. 4 UWG, sind nicht ersichtlich.

2.

Dem Kläger stehen die geltend gemachten Abmahnkosten zu, weil ihm bezogen auf die streitgegenständliche Werbung ein Unterlassungsanspruch aus §§ 3, 4 Nr. 11, 8 Abs. 1 UWG i. V. m. §§ 1, 2 PAngV zu. Bei der Preisangabenverordnung handelt es sich um eine Marktverhaltensregel i. S. v. § 4 Nr. 11 UWG.

a)

Die Gestaltung des Angebots genügt nicht den Anforderungen des § 2 Abs. 1 Satz 1 PAngV an die Angabe eines Grundpreises „in unmittelbarer Nähe“ des Endpreises.

Entgegen der Ansicht des Beklagten genügt die hier angegriffene Gestaltung des Angebots nicht diesem Erfordernis. Die Kammer teilt nicht die Auffassung des Beklagten, dass das Kriterium „in unmittelbarer Nähe“ jedenfalls immer dann erfüllt sei, wenn der Grundpreis sich auf derselben Internetseite wie der Endpreis findet. Zwar ist dem Beklagten darin zuzustimmen, dass es schwierig sein dürfte, eine verkehrsübliche „Normalansicht“ von Internetseiten zu definieren. Dem steht schon die ganz erhebliche Vielfalt der heute verwendeten Displays und Bildschirme entgegen. Hinzu kommt, dass sich durch Veränderungen an den jeweiligen konkreten Bildschirmeinstellungen - insbesondere durch Betätigen des Zooms - häufig wird erreichen lassen, dass der gesamte Inhalt einer Internetseite in einer einzigen Bildschirmansicht erscheinen kann. Deshalb ist im Grundsatz denkbar, dass sowohl Endpreis wie auch Grundpreis in derselben Bildschirmansicht sichtbar sind, ohne dass der Betrachter hierfür scrollen muss. Umgekehrt wird sich aber jede Bildschirmansicht so verändern lassen, dass - etwas durch extreme Betätigung des Zooms - Inhalte nicht in ein- und derselben Bildschirmansicht erscheinen, selbst wenn sie unmittelbar nebeneinander angeordnet sind. Für die Angabe des Grundpreises neben dem Endpreis ist deshalb eine strenge Beurteilung geboten (BGH GRUR 2009, 982 - Dr. Clauders Hufpflege). Daraus folgt, dass „in unmittelbarer Nähe“ - so wie die vom BGH gewählte Formulierung „auf einen Blick“ - nichts Anderes bedeuten kann, als „direkt dabei“ oder „so nahe wie möglich“. Denn den Verbrauchern soll durch die Angabe des Grundpreises im Interesse der Preisklarheit eine leichtere Übersicht über die Preisgestaltung für vergleichbare Warenangebote und damit eine vereinfachte Möglichkeit zum Preisvergleich verschafft werden (Köhler/Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 30. Aufl., § 2 PAngV Rz. 1 m. w. N.). Derartigen Anforderungen genügt die hier angegriffene konkrete Gestaltung der Angabe nicht. Unabhängig davon, wie der jeweilige Nutzer seinen Bildschirm eingestellt hat, ist hier der Grundpreis fernab des Endpreises angegeben, nämlich konkret nach den Informationen zu Versand, Lieferung und Zahlungsbedingungen etwa 6 Absätze weiter unten.

b)

Der Beklagte kann sich auch nicht auf die Ausnahmeregelung nach § 9 Abs. V Nr.2 PAngV berufen.

Nach dieser Regelung sind die Vorschriften der Preisangabenverordnung nicht anzuwenden bei kosmetischen Mitteln, die ausschließlich der Färbung oder Verschönerung der Haut, des Haares oder der Nägel dienen.

Anders als zuvor diskutiert, ist die Kammer nach dem von dem Kläger in der mündlichen Verhandlung vorgelegten Produktbeschreibungsblatt und dem als Anlage K 21 erneut vorgelegten und deshalb leserlichen Ausdruck der streitgegenständlichen Werbung der Auffassung, dass das von dem Beklagten angebotene Produkt nicht nur einer (oberflächlichen) Verschönerung oder Färbung der Haut dienen soll. Wegen der in der Creme enthaltenen Hyaluronsäure, die auch einen wichtigen körpereigenen Bestandteil des Bindegewebes darstellt und gut in die Haut eindringen und dort Feuchtigkeit speichern kann, soll die Creme gerade eine tiefergehenden Pflegewirkung erzielen und die Haut nicht nur an der Oberfläche verschönern, wie dies zum Beispiel der Färbung dienende Kosmetikartikel (Lidschatten, Lippenstift, Wimperntusche etc.) tun. Das streitgegenständlich angebotene Produkt soll in tiefere Hautschichten eingebracht werden und dient damit der Pflege der Haut und nicht nur der Verschönerung der Oberfläche der Haut. Genau dies ergibt sich auch aus dem in der mündlichen Verhandlung vorgelegten Produktbeschreibungsblatt des Herstellers. Darin heißt es für die Anti-Aging-Creme, dass diese bei jeder Anwendung die Haut für die Herausforderungen des Alltags stärke und die hauteigene Collagen-Synthese stimuliere.

3.

Der Kläger hat daher gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG dem Grunde nach auch einen Anspruch auf Erstattung der Kosten der vorprozessualen Abmahnung wegen des Ebay-Angebots des Beklagten. Der Beklagte hat gegen die Höhe des Zahlungsanspruchs keine Einwendungen erhoben, so dass die Kammer keinen Anlass hat, hierauf näher einzugehen. Der Zinsanspruch ergibt sich nach den Verzugsregelungen.

4.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Wurdack-Scheibel