

777457

Landgericht Kassel

Verkündet am:

25.11.2010

Aktenzeichen: 11 O 4021/10

Es wird gebeten, bei allen Eingaben das vorstehende Aktenzeichen anzugeben

„...“ JAng.

Urkundsbeamtin/-beamter der Geschäftsstelle



**Im Namen des Volkes
Urteil**

In dem Rechtsstreit

„...“

Kläger

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte „...“

gegen

„...“

Beklagte

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwältin „...“

hat die 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Kassel durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht „...“ aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 25. November 2010

für Recht erkannt:

Die Klage wird abgewiesen.

Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung von 110 % des jeweils beizutreibenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand:

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, der in die Liste der nach § 4 UKlaG besonders qualifizierten Einrichtungen eingetragen ist.

Die Beklagte betreibt Autohäuser in mehreren Städten Hessens und Nordrhein-Westfalens.

Am 05. Dezember 2009 veröffentlichte die Beklagte in der „...“ eine Werbeanzeige für zwei Pkw-Modelle der Marke „...“, welche unter Angabe von Motorleistung, Ausstattung und einem Finanzierungsangebot beworben wurden. Die überschriftartig in großer Schriftgröße gedruckten Typenbezeichnungen enthielten einen Sternchenhinweis, der – nach einer Reihe von Angaben zu Ausstattung und Finanzierung in mittlerer Schriftgröße – am unteren Rand des Rahmens, der die Werbung für jeweils ein Modell umschloss, aufgelöst wurde. Erst in dieser Auflösung wurden Angaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen des jeweiligen Modells gemacht. Die Schriftgröße dieser Angaben war kleiner als die aller übrigen Inhalte der Anzeige.

Der Kläger ist der Auffassung, die Angaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen seien weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft, weshalb ein Verstoß gegen § 5 Pkw-EnVKV i.V.m. der Anlage 4 Abschnitt I Nr. 2 gegeben sei.

Der Kläger beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, letztere zu vollstrecken an dem jeweils verantwortlichen Geschäftsführer der Komplementärin, zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs in Druckschriften für neue Personenkraftwagen der Marke „...“ unter Angabe der Motorleistung zu werben,

ohne in diesen Werbeschriften Angaben über den offiziellen Kraftstoff-Verbrauch und die CO₂-Emission (im Sinne des § 2 Nr. 5 und 6 Pkw-EnVKV) zu machen, wobei diese Angaben ebenso hervorgehoben sein müssen, wie der Hauptteil der Werbebotschaft.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie vertritt die Ansicht, die Angaben zum Kraftstoffverbrauch und den CO₂-Emissionen seien angesichts des Sternchenhinweises nicht weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft. Vielmehr fielen sie schon durch das andere Schriftbild dem Betrachter besonders ins Auge.

Selbst wenn die Anzeige einen Verstoß gegen die Vorgaben der Pkw-EnVKV begründe, stehe dem Kläger ein Unterlassungsanspruch nicht zu, weil dem Verstoß keine wettbewerbliche Relevanz zukomme. Denn der Verstoß sei nicht geeignet, die Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist unbegründet.

Der gemäß § 8 Abs. 3 Ziffer 3 UWG prozessführungsbefugte Kläger kann von der Beklagten nicht verlangen, dass diese die streitgegenständliche Werbung unterlässt. Zwar liegt eine unlautere geschäftliche Handlung vor, weil die Gestaltung der Anzeige einen Verstoß gegen § 4 Nr. 11 UWG begründet. Die Pkw-EnVKV stellt eine Marktverhaltensregel im Sinne der genannten Norm dar, sie soll gerade auch die Verbraucher schützen. Die deutliche und gut wahrnehmbare Angabe des Energieverbrauchs schützt nicht nur die Umwelt und die Allgemeinheit, sondern auch den Fahrzeugkäufer, etwa hinsichtlich der Betriebskosten oder des Wiederverkaufswertes des Fahrzeuges.

Die Beklagte hat gegen diese Norm verstoßen, indem sie die Angaben zu Kraftstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß der beworbenen Fahrzeuge in einer kleineren Schriftart als die übrige Werbebotschaft gestaltet hat. Gemäß Abschnitt I Nr. 2 der Anlage 4 zur Pkw-EnVKV müssen diese Angaben auch bei flüchtigem Lesen leicht verständlich und gut lesbar sein und dürfen nicht weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft sein. Die fraglichen Angaben stehen jeweils am Ende der Werbeaussagen in deutlich verkleinerter Schrift. Beim flüchtigen Lesen sind sie schwerlich zu entziffern. Selbst derjenige Leser der Anzeige, der zuvor die Einzelheiten zur Ausstattung und Finanzierung wahrgenommen hat, muss noch einmal genauer hinsehen. Ein flüchtiger Leser wird jedenfalls den Inhalt der Verbrauchsangaben nicht wahrnehmen. Zudem sind die Angaben unzweifelhaft weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft. Dieser besteht hier aus den Modell-Preis- und Ausstattungsangaben sowie der Finanzierung. Die Schriftgröße all dieser Angaben übersteigt die der Pflichtangaben nach der Pkw-EnVKV am unteren Ende der Werbebotschaft für das jeweilige Modell.

Der Sternchenhinweis in der groß dargestellten Typenbezeichnung am oberen Ende der Anzeigenfelder ändert hieran nichts. Die Verordnung verlangt, dass die Angaben in nicht weniger hervorgehobener Form als der Hauptteil der Werbebotschaft zu machen sind, nicht dass in solcher Form auf sie verwiesen wird. Das Sternchen in der Modellbezeichnung zeigt dem Betrachter lediglich an, dass noch weitere Informationen, welcher Art auch immer, an anderer Stelle stehen. Ob der Leser der Anzeige sie wahrnimmt, hängt davon ab, wie interessiert er an der bis dahin wahrgenommenen Werbebotschaft ist und ob er in der Auflösung des Hinweises noch für ihn relevante Informationen erwartet.

Sinn und Zweck der Vorgaben in der Anlage 4 Abschnitt I zur Pkw-EnVKV ist es, die umweltrelevanten Informationen gleichberechtigt neben dem ohne Weiteres wahrgenommenen Inhalt der Werbebotschaft zu präsentieren. Dieser Zweck wird nicht erreicht, wenn die Wahrnehmung dieser Informationen davon abhängt, dass der Leser einem Sternchenhinweis nachgeht.

Jedoch allein die Verletzung des § 4 Nr. 11 UWG bedeutet nicht zwingend, dass auch eine spürbare Beeinträchtigung der Interessen anderer Marktteilnehmer im Sinne des § 3 UWG vorliegt. Eine Eignung der Wettbewerbshandlung, die Fähigkeit des Verbrauchers, sich aufgrund von Informationen zu entscheiden, spürbar zu beeinträchtigen, liegt jedenfalls dann vor, wenn die Verbrauchs- und Emissionsangaben gänzlich fehlen (vgl. BGH I ZR 66/09). Nach Auffassung der Kammer ist deshalb anhand der Umstände des Einzelfalles zu bewerten, wie es sich auswirkt, wenn die Informationen in einer nicht den Vorgaben der Pkw-EnVKV entsprechenden Weise gemacht werden.

Nach Auffassung der Kammer liegt eine unzulässige unlautere geschäftliche Handlung nicht vor, weil die geschäftliche Handlung nicht geeignet ist, die Interessen von Mitbewerbern oder Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen. Denn die erforderlichen Angaben wurden am Rand des Feldes, in dem das jeweilige Fahrzeugmodell beworben wurde, gemacht. Sie konnten deshalb zweifelsfrei als Bestandteil der Information zu gerade diesem Fahrzeugtyp erkannt werden. Weder waren sie grafisch durch einen weiteren Rahmen abgesetzt noch befanden sie sich an einer Stelle, die quasi außerhalb des Hauptteils der Werbebotschaft lag. Sie konnten demnach auch nicht lediglich als allgemeine Hinweise des Händlers angesehen werden. Die Schriftgröße entsprach zwar nicht den Anforderungen des Abschnitts I Nr. 2 der Anlage 4 zur Pkw-EnVKV, sie war jedoch auch nicht erkennbar darauf ausgelegt, überlesen zu werden. Vielmehr war bei ruhigem Durchgehen der Anzeige mit der Kenntnisnahme aller Werte zu rechnen. Es waren die einzigen Angaben, die in der Auflösung des Sternchenhinweises enthalten waren. Der Verbraucher war mithin nicht darauf angewiesen, zufällig auf die Pflichtangaben zu stoßen. Vielmehr musste er auf sie stoßen, wenn er sich näher mit dem Angebot der Beklagten beschäftigte. Insbesondere waren die Angaben auch nicht in einem durchlaufend gleich kleingedruckten Text mit anderen Informationen, etwa zur Finanzierung, verborgen.

Gemäß § 3 Abs. 2 Satz 2 UWG ist bei der Beantwortung der Frage nach der wettbewerblichen Relevanz auf den durchschnittlichen Verbraucher abzustellen. Es ist nicht davon auszugehen, dass der durchschnittliche Verbraucher solche Informationen, die er ohne große Schwierigkeiten aus der Anzeige entnehmen kann, bei seiner Kaufentscheidung nicht in dem Maße berücksichtigen wird, wie solche, die er schon bei flüchtigem Lesen erkennt. Indem § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG die Eignung zur spürbaren Beeinträchtigung verlangt, soll die geschäftsmäßige Verfolgung von Bagatellverstößen wegen Marktverhaltensregeln unterbunden werden. Der Gesetzgeber hat diese Einschränkung der Durchsetzbarkeit wettbewerblicher Regelungen bewusst in Kauf genommen. Diese gesetzgeberische Entscheidung, Bagatellverstöße von der prozessualen Geltendmachung auszuschließen, kann nicht mit allgemeinen Erwägungen über die Sinnhaftigkeit der Pflichtangaben nach der Pkw-EnVKV übergangen werden.

Nach alledem liegt ein Bagatellverstoß vor, der die Schwelle des § 3 Abs. 2 Satz 1 UWG nicht erreicht, weshalb der Klage der Erfolg zu versagen war.

Als unterlegene Partei hat der Kläger die Kosten des Rechtsstreits zu tragen, § 91 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf § 709 ZPO.

„...“

Vorsitzende Richterin am Landgericht