

Geschäftsnummer:
38 O 34/11 KfH



773672
Verkündet am
27. Juli 2011

[Handwritten Signature]
~~Zausch, Angela~~
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

Landgericht Stuttgart
38. Kammer für Handelssachen
Im Namen des Volkes
Urteil

Im Rechtsstreit

wegen Verstoßes gegen das Wettbewerbsrecht

hat die 38. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Stuttgart auf die mündliche Verhandlung vom 11. Juli 2011 durch

Vorsitzenden Richter am Landgericht Bross

Handelsrichter Ludwig

Handelsrichter Oberschmidt

für Recht erkannt:

1. Die Klage wird abgewiesen.
2. Der Kläger trägt die Kosten des Rechtsstreits.
3. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des vollstreckbaren Betrages vorläufig vollstreckbar.

Streitwert: 30.214,- €

Tatbestand:

Der Kläger, ein vom Bundesamt für Justiz als qualifizierte Einrichtung nach § 4 Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) gelisteter Verein, nimmt die Beklagte, eine Autohändlerin, auf Unterlassung der Werbung für Neufahrzeuge in Anspruch.

Die Beklagte veröffentlichte im der Ludwigsburger Kreiszeitung, Ausgabe 4. Dezember 2010, eine Anzeige, mit der sie einen PKW Opel Corsa wie im Klageantrag wiedergegeben bewarb. Die Zeitungsseite mit dem Original der Werbeanzeige hat der Kläger in der mündlichen Verhandlung zur Akte gegeben.

Der Kläger meint, die Werbung der Beklagten verstoße gegen § 5 der Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung für PKW (PKW-EnVKV) in Verbindung mit Anlage 4 Abschnitt I Nr. 2 der Verordnung, weil die dort vorgeschriebenen Anforderungen an die Gestaltung der Werbung nicht beachtet worden seien, was zugleich einen Verstoß gegen eine Marktverhaltensregel gemäß § 4 Nr. 11 UWG darstelle, der auch spürbar im Sinne von § 3 UWG und keine Bagatelle sei.

Der Kläger beantragt, die Beklagte zu verurteilen,

1. es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,- €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs für neue Personenkraftwagen des Opel Corsa in Zeitungen oder Zeitschriften unter Angaben zur Motorisierung zu werben, ohne in diesen Werbeschriften Angaben über den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen im Sinne des § 5 Abs. 1 Pkw-EnVKV zu machen, die auch beim flüchtigen Lesen leicht verständlich, gut lesbar und nicht weniger hervorgehoben sind als der Hauptteil der Werbebotschaft, wenn dies dadurch geschieht, dass in einer Zeitungsannonce wie folgt geworben wird:



Die beste Zeit
ist jetzt.



Wir geben Auto.



Die PKW Anschlussgarantie für Ersthalter nach den Bedingungen der CG Car-Garantie Versicherungs-AG bis max. 160.000 km. Der Garantiespruch ist auf den Zeitwert des Fahrzeuges zum Eintritt des Garantiefalles begrenzt. Bei allen teilnehmenden Opel Partnern. Mehr Informationen auf www.opel-garantie.de

Der Opel Corsa Edition 111 ist ein echter Blickfang. Mit seiner reichhaltigen Ausstattung sichert er sich einen Podestplatz in Sachen Aufmerksamkeit:

- Klimaanlage
- Zentralverriegelung mit Funkfernbedienung
- Elektrische Fensterheber
- Außenspiegel elektrisch einstell- und heizbar
- Bordcomputer
- Geschwindigkeitsregler
- Stark getönte Heckscheiben
- Front-, Kopf- und Seitenairbags

und viele weitere, nützliche Details.
Vereinbaren Sie nach heute Ihren Probefahrttermin.

Unser Barpreis
für den Opel Corsa Edition „111 Jahre“, 3-türig,
mit 1.2-TWINPORT® ecoFLEX-Motor mit 51 kW

schon ab

11.990,- €

Kraftstoffverbrauch in l/100 km Opel Corsa Edition "111 Jahre", 3-türig 1.2 TWINPORT® ecoFLEX, 51 kW, innerorts: 6,9, außerorts: 4,4, kombiniert: 5,3; CO₂-Emissionen, kombiniert: 124 g/km (gemäß 1999/100/EG).

info@auto-
www.auto-

2. an den Kläger 214,00 €, zuzüglich Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz ab Rechtshängigkeit, zu zahlen

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen; hilfsweise, das Verfahren auszusetzen.

Sie meint, der Kläger gehe rechtsmissbräuchlich im Sinne von § 8 Abs. 4 UWG vor, weil das Einnahmeerzielungsinteresse im Vordergrund stehe. Außerdem handele es sich um keinen Wettbewerbsverstoß, weil die Pflichtangaben hinreichend deutlich wiedergegeben seien, und selbst wenn, ein Bagatellverstoß in Form eines „Ausreißers“ vorliege, dem es gemäß § 3 UWG an der Spürbarkeit fehle. Jedenfalls sei das Verfahren gemäß § 4 Abs. 4 UKlaG auszusetzen, um die Eintragung des Klägers in die Liste der qualifizierten Einrichtungen durch das Bundesamt für Justiz überprüfen zu lassen.

Wegen der Einzelheiten des Sachvortrags der Parteien wird auf die gewechselten Schriftsätze Bezug genommen. In der mündlichen Verhandlung hat der Kläger die streitbefangene Werbeanzeige und die Beklagte eine Vielzahl weiterer Werbeanzeigen vorgelegt. Die Kammer hat die streitgegenständliche wie auch die anderen Werbeanzeigen in Augenschein genommen sowie den Geschäftsführer der Beklagten als Partei angehört.

Entscheidungsgründe:

I.

Die zulässige Klage ist nicht begründet. Dabei kann offen bleiben, ob der Kläger rechtsmissbräuchlich im Sinne von § 8 Abs. 4 UWG vorgeht oder die Beklagte das Deutlichkeitsgebot für Pflichtangaben gemäß § 5 PKW-EnVKV missachtet hat, denn nach Feststellung der Kammer liegt ein das Markverhalten naturgemäß nur unwesentlich beeinflussender „Ausreißer“ vor (1.), der nach den Umständen des vorliegenden Einzelfalles auch keine spürbare Marktwirkung im Sinne von § 3 UWG gehabt haben kann und damit im Ergebnis als wettbewerbsrechtlich nicht verfolgungswürdiger Bagatellverstoß einzuordnen ist (2.).

1.

Die Kammer gelangt aufgrund der zahlreichen, von der Beklagten in den Jahren 2010 und 2011 geschalteten weiteren Werbeanzeigen, die in der mündlichen Verhandlung von der Beklagten vorgelegt und von der Kammer in Augenschein genommenen worden sind, in Verbindung mit dem Inhalt der ergänzenden Parteianhörung des Geschäftsführers der Beklagten zu der Feststellung, dass es sich bei der vom Kläger aufgegriffenen streitgegenständlichen Annonce um einen ungewollten Ausnahmefall - einen sogenannten „Ausreißer“ - mit nur unwesentlichem Markbeeinflussungspotential handelt.

Der Inhalt der vorgelegten anderen Werbeanzeigen, die der Akte als Anlage A (Werbung vor der streitbefangenen Anzeige) und Anlage B (Werbung nach der streitbefangenen Anzeige) beigefügt sind, belegt zweifelsfrei, dass die Beklagte nicht nur zehnmal nach der streitgegenständlichen Anzeige, sondern vor allem auch schon zehnmal davor alles richtig gemacht und sich rechtstreu verhalten hat, indem sie die Pflichtangaben in allen diesen Fällen hinreichend deutlich herausstellte (nach Schriftgröße und Gestaltung jeweils nicht weniger hervorgehoben als der Hauptteil der Werbebotschaft). Die von der Kammer ergänzend berücksichtigte Parteiaussage des Geschäftsführers ██████████ der Beklagten, wonach die streitgegenständliche Annonce aus nicht mehr aufklärbaren Gründen „durchgerutscht“ sei, hat auf die Kammer einen glaubwürdigen Eindruck gemacht und stützt diese Feststellung.

2.

Die Kammer kann weiter feststellen, dass die als „Ausreißer“ und damit als Ausnahmefall zu behandelnde streitbefangene Werbeanzeige die wettbewerbsrechtliche Schwelle der Spürbarkeit für den Verbraucher und potentiellen Käufer nicht überschreitet und deshalb nicht geeignet ist, im Markt die nach § 3 UWG erforderliche Wirkung zu erzeugen. Nach den Umständen des vorliegenden Falles lässt sich nämlich die für eine spürbare Beeinträchtigung charakteristische Eignung der Werbung, ihren Adressaten zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er sonst nicht getroffen hätte (vgl. die gleichlautende Formulierung in § 3 Abs. 2 UWG; Köhler/Bornkamm, 29. Aufl. § 3 UWG Rn 122, Rn 147: Spürbarkeit hängt von den konkreten Auswirkungen des Rechtsverstößes ab), nicht feststellen, sondern eher die gegenteilige Feststellung treffen: Es wird für einen Kleinwagen geworben, der eine kleine Motorisierung und - wie die in der Anzeige enthaltenen Pflichtangaben belegen - günstige Verbrauchs- und Emissionswerte aufweist, so

dass eine Marktwirkung im Sinne einer Fehlleitung des Verbrauchers nicht zu besorgen ist. Bei realistischer Betrachtung ist im Gegenteil davon auszugehen, dass der Kaufinteressent aufgrund einer deutlicheren Aufklärung über die guten Verbrauchs- und Emissionswerte keine andere Entscheidung getroffen, sondern das beworbene Fahrzeug, einen Opel-Corsa, erst recht gekauft hätte (nach der vom Kläger in der Klageschrift zitierten Bundesratsdrucksache verfolgt die PKW-EnVKV das Ziel, den Verbraucher durch die vorgeschriebene Information zugunsten des Erwerbs eines sparsamen Fahrzeugs zu beeinflussen). Im Ergebnis sind die unauffälligen Pflichtangaben in der Werbeanzeige im vorliegenden Einzelfall als Bagatelverstoß anzusehen, der nicht ahndungswürdig erscheint.

II.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 ZPO.



Bross
Vors. Richter am
Landgericht

Ludwig
Handelsrichter



Oberschmidt
Handelsrichter

Herr Ludwig ist an der
Unterschriftsleistung
wegen Urlaubs verhindert;



Bross
Vors. Richter am
Landgericht