



LANDGERICHT BIELEFELD

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

Aktenzeichen: 15 O 195/04

Entscheidung vom 1. Februar 2005

In dem Rechtsstreit

...

gegen

...

hat die VI. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bielefeld auf die mündliche Verhandlung vom 01.02.2005 durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht

für Recht erkannt:

Die Beklagte wird verurteilt, es zukünftig zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Rahmen von Pauschalreisen Ausflugs- oder Besichtigungsprogramme zu bewerben, anzubieten oder durchzuführen, wenn es sich dabei um Veranstaltungen handelt, bei denen der Reisende zum Bezug von Waren veranlaßt werden soll und der Reisende darauf vor Buchung nicht hingewiesen worden ist wie geschehen mit der beigehefteten Reisebeschreibung Anlage 2 zur Klageschrift.

Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung Ordnungsgeld und für den Fall, daß dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten angedroht, wobei das einzelne Ordnungsgeld den Betrag von 250.000,00 €, die Ordnungshaft insgesamt zwei Jahre nicht übersteigen darf und letztere an den Geschäftsführern der Beklagten zu vollziehen ist.

Die Beklagte wird weiter verurteilt, an die Klägerin 189,00 € nebst Zinsen in Höhe von 5 %-Punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 02.12.2004 zu zahlen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 5.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

TATBESTAND

Die Klägerin ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs gehört. Die Beklagte vermittelt und organisiert Reiseleistungen, auch in der Form, daß Reisen Gewinne im Rahmen von Reise-Rätseln sind. Im August 2003 erhielt Frau eine Gewinnbenachrichtigung mit Gewinnzertifikat betreffend eine einwöchige Flugreise nach Antalya (Anlage A 1 zur Klageschrift). Beigefügt war eine Beschreibung der Reise, die sich unter anderem zu Ausflugs- und Besichtigungsprogrammen verhält (teils im Gewinn enthalten, teils zuzubuchen). In dieser Reisebeschreibung (Anlage A 2 zur Klage, dem Urteil beigeheftet) heißt es:

- Mit Besuch des antiken Kurorts Hierapolis und eines wichtigen Teppich-Knüpfcentrums in Tavas!
- "Besuch eines großen Schmuckzentrums!"

Die Klägerin macht geltend, ein Großteil des Programms der von der Beklagten durchgeführten Reise habe aus Verkaufsveranstaltungen bestanden. Dazu behauptet sie, insbesondere zum Besuch des Teppichknüpfcentrums: Bereits auf der Busfahrt seien die Reisenden vom Reiseleiter dahin eingestimmt worden, man habe die Möglichkeit, äußerst günstig Teppiche zu erwerben. Bei der Teppichknüpferei habe es sich in Wahrheit um ein gigantisches Handelszentrum gehandelt. Nach Bewirtung mit Getränken habe eine Verkaufsshow begonnen. Teppiche seien im Sekundenrhythmus vor den Reisenden aufgebaut worden. Nach Beendigung der Verkaufsshow seien die Reisenden entweder einzeln oder als Paar von einem Mitarbeiter der sogenannten Teppichknüpferei in separate Räumlichkeiten geführt worden, wo der Verkauf gezielt weiter gegangen sei. Preise, mit denen die Teppiche ausgezeichnet gewesen seien, seien in Minuten "gepurzelt", die Kunden seien immer wieder auf neue angebliche Dumpingpreise hingewiesen worden. Dann seien die Kaufverträge unterschrieben worden. Etwa die Hälfte der Reisenden habe gekauft. Der Besuch der sogenannten Schmuckmanufaktur einen Tag später sei ähnlich abgelaufen; auch dabei habe es sich in erster Linie um eine Verkaufsstätte gehandelt.

Die Klägerin meint, daß die Beklagte wegen Verschleierns des Werbecharakters dieser Reisebestandteile wettbewerbswidrig gehandelt habe; ein Großteil des Programms von der Beklagten durchgeführten Reise habe aus Verkaufsveranstaltungen bestanden, wofür aus der Reisebeschreibung nichts ersichtlich gewesen sei. Demgemäß sei die Beklagte nicht nur zur Unterlassung solchen Verhaltens, sondern zusätzlich auch zur Bezahlung der Kosten der - vergeblichen - Abmahnung verpflichtet, die ihr in Höhe von 189,00 € entstanden seien.

Die Klägerin beantragt,

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie trägt vor: Bei dem Besuch des Teppichknüpfcentrums habe es sich nicht um eine Verkaufsveranstaltung gehandelt. Der Besuch dort gehöre zur Ausflugspaketen einer Vielzahl von Reiseveranstaltern, die dies in ihren Urlaubsprospekten in ähnlicher Form anböten wie die Beklagte in der von der Klägerin angegriffenen Reisebeschreibung. Ebenso wie der Besuch der Schmuckmanufaktur diene der Besuch des Teppichknüpfcentrums der Information der Reisenden über traditionsbehaltene türkische Handwerkskunst. Selbstverständlich bestehe die Möglichkeit, Warenkäufe zu tätigen. Das stehe aber nicht im Vordergrund. Die Beklagte bestreitet den geschilderten Ablauf des Besuchs des Teppichknüpfcentrums; insbesondere entspreche die Behauptung, sämtliche Reisende seien in separate Räumlichkeiten für Verkaufsgespräche geführt worden, nicht der Wahrheit. Der Besuch der Schmuckmanufaktur sei ebensowenig wie der Besuch

einer Lederwarenfabrik Bestandteil der bei der Beklagten gebuchten Reise gewesen. Insoweit hätten die Kunden die Möglichkeit gehabt, vor Ort Tagesausflüge zu buchen. Diese Tagesausflüge seien von einer Firma der Beklagten, die vor Ort die Unterbringung der Kunden organisiere, veranstaltet worden. Bei Vorstellung der Ausflüge sei den Kunden erläutert worden, daß anläßlich der Ausflüge Einkaufsmöglichkeiten in einer Lederwarenfabrik und in einem Schmuckzentrum bestanden.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Vorbringens der Parteien wird auf die von ihnen gewechselten Schriftsätze nebst deren Anlagen verwiesen.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE

Die Klage ist begründet.

Die Klägerin hat die Beklagte den mit vorliegender Klage geltend gemachten Unterlassungsanspruch aus § 8 Absatz 1 und Absatz 3 Nr. 2 UWG in Verbindung mit § 3, 4 Nr. 3 UWG.

Nach § 4 Nr. 3 UWG handelt unlauter im Sinne des § 3 UWG, wer den Werbecharakter von Wettbewerbshandlungen verschleiert. Das ist bei der Reisebeschreibung der Beklagten, wie sie als Anlage A 2 vorgelegt ist, der Fall. Beworben wird in dem Schriftstück einer Reise, in dem alles das, was "im Preis enthalten" ist, vorgestellt wird. Dazu gehört ein Ausflugsprogramm, bei dessen Lektüre der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher den Eindruck gewinnt, es handle sich um eine kulturhistorisch geprägte Veranstaltung. Dazu, daß einer der Programmpunkte, wie die Beklagte einräumt, mit Einkaufsmöglichkeiten verbunden war, sagt die Beschreibung nichts. Bereits das dürfte hinreichen, den Tatbestand des § 4 Nr. 3 UWG zu erfüllen. Denn wenn bei der Bewerbung von Reiseveranstaltungen verschwiegen wird, daß diese nicht (nur) zu touristischen Zwecken dienen, sondern auch Verkaufsveranstaltungen integriert sind, liegt regelmäßig eine Täuschung über den werblichen Charakter der gesamten Veranstaltung vor (Vgl. Harte/Henning/Frank, UWG, § 4 Nr. 3 Rn 70). Im Übrigen: Das Bestreiten der Beklagten zum Inhalt des Besuchs des Teppichknüpfzentrums ist nicht hinreichend substantiiert. Die Klägerin hat den Ablauf des Besuchs im Einzelnen geschildert, die Beklagte geht darauf allenfalls in Teilaspekten ein. Insgesamt ist das Vorbringen der Klägerin, der Verkaufszweck habe im Vordergrund gestanden, danach nicht wirksam bestritten. Nach allem hat das Gericht keine durchgreifenden Zweifel an der Verschleierung des Werbecharakters einer Wettbewerbshandlung, weil das äußere Erscheinungsbild der Reisebeschreibung nicht klar erkennen läßt, was sich hinter dem Besuch des Teppichknüpfzentrums verbirgt (vgl. auch Baumbach/Hefermehl/Köhler, UWG, 23. Auflage, § 4 Rn 3.11 sowie 3.14 unter Hinweis auf die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu Verkaufsveranstaltungen und Verkaufsreisen, an der festzuhalten ist). Dahinstehen kann unter diesen Umständen, ob wegen des Schmuckzentrums dasselbe gilt wie für das Teppichknüpfzentrum. Hinweise vor Ort würden nichts daran ändern, daß aus der Reisebeschreibung, die Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits ist, der Werbecharakter der Veranstaltung nicht zu ersehen ist; im Übrigen dürfte die Beklagte sich das Verhalten der Firma nach § 8 Absatz 2 UWG zurechnen lassen müssen ("Beauftragte").

Der Unterlassungsanspruch ist auch nicht im Hinblick auf die Bagatellklausel (vgl. § 3 UWG: Eignung zur nicht nur unerheblichen Wettbewerbsbeeinträchtigung) ausgeschlossen. Wegen der hohen Nachahmungsgefahr ist die genannte Voraussetzung, die an § 13 Absatz 2 Nummer 2 UWG a.F. anknüpft, zu bejahen. Die von der Beklagten auch nicht in Abrede gestellte Anspruchsberechtigung der Klägerin ergibt sich aus § 8 Absatz 3 Nr. 2 UWG.

Neben der ausgeurteilten Unterlassung schuldet die Beklagte gemäß § 12 Absatz 1 Satz 2 UWG den Ersatz der Abmahnkosten in Höhe von 189,00 €; die Angemessenheit dieses Betrages hat die Beklagte nicht bestritten. Die Zinsentscheidung beruht insoweit auf §§ 286, 288 BGB.

Die Androhung der Ordnungsmittel hat ihre Grundlage in § 890 ZPO; die prozessualen Nebenentscheidungen im übrigen beruhen auf §§ 91, 709 ZPO.

Unterschriften