

Hier finden Sie im Laufe des Jahres immer mehr Urteile und Beschlüsse aus 2008 zum Wettbewerbsrecht, in denen Abmahnungen, einstweilige Verfügungen mit oder ohne mündliche Verhandlung, Unterlassungsklagen, etc. Gegenstand sind. Dargestellt werden sowohl Urteile und Beschlüsse vom Landgericht (LG) als auch vom Oberlandesgericht (OLG).

Werbung mit zusätzlichem "Gratis Winter-Check" zulässig - OLG Köln, Beschluss vom 30.12.2008, Az.: 6 W 180/08

Die Werbung mit der "Aktion des Monats: Einer zahlt, einer nicht" ein "Winter-Check" für 15,- ? ist wettbewerbsrechtlich nicht zu beanstanden. Der Verbraucher wurde in keiner Weise darüber im Unklaren gelassen, dass er diesen Betrag bei einem Eingehen auf das Angebot jedenfalls zahlen müsse. Bei dieser Sachlage konnte ein durchschnittlich aufmerksamer Verbraucher die Ankündigung, dass der Anbieter ihm nach Bezahlung von 15,- ? für die angebotene Dienstleistung "dazu" ? als Zugabe ? einen "Gutschein" für einen "kostenlosen" Winter-Check bei einem anderen Auto "schenken" werde, nicht missverstehen, so dass für die Fiktion einer Irreführung kein Raum ist.

Werbung eines Telekommunikationsanbieters nach 6 Monaten irreführend - LG Dortmund, Urteil vom 18.12.2008, Az.: 16 O 134/08

Die Werbung eines Telekommunikationsanbieters mit einem "Sondertarif" mit direktem Vergleich des Altpreises sechs Monate nach Herabsetzung des Preises ist für den Verbraucher irreführend und damit unlauter.

Die Frage, wann ein als herabgesetzt bezeichneter Preis nicht mehr als Vergleichswert geeignet ist, weil seine Geltung zu lange zurückliegt und überdies zuvor schon einmal mit dem herabgesetzten Preis ohne Hinweis auf die Preisreduzierung geworben worden ist, bestimmt sich nach der Verkehrsauffassung und lässt sich nicht einheitlich beantworten. Maßgebend sind die Umstände des Einzelfalls, insbesondere die Warenart, die Verhältnisse des Betriebs und die Wettbewerbssituation.

Orangensaftkonzentrat ist keine Orangensaft - OLG Stuttgart, Urteil vom 18.12.2008, A.: 2 U 86/08

Ein Orangensaftkonzentrat darf im Rahmen einer Werbeaktion nicht als Orangensaft bezeichnet werden.

Das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise, also des durchschnittlich informierten und situationsadäquat aufmerksamen Verbrauchers, ist jedenfalls durch die jahrzehntelange Verwendung der Begriffe "Orangensaft" und "Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat" geprägt.

Einem erheblichen Teil der angesprochenen Verbraucher ist bekannt, dass es diese beiden Produkte gibt und dass diese sich in der Art der Herstellung unterscheiden. Der erhebliche Teil der Verbraucher bringt dabei den nicht aus Konzentrat hergestellten Fruchtsaft in der Regel eine höhere Wertschätzung entgegen. Ist die Differenzierung zwischen Orangensaft einerseits und Orangensaft aus Orangensaftkonzentrat andererseits aber einem erheblichen Teil der Verbraucher bekannt, wird dieser erhebliche Teil der Verbraucher durch die Weglassung des Zusatzes "aus Orangensaftkonzentrat" irreführt, da dieser Teil der Verbraucher annehmen muss, der so beworbene Orangensaft sei nicht aus Konzentrat, sondern als "Direktsaft" hergestellt worden.

Hohe Vertragsstrafe bei unerbetener Faxwerbung - OLG Düsseldorf, Urteil vom 16.12.2008, Az.: I-20 U 48/08

Besteht eine vertragliche Unterlassungsverpflichtung unerbetene Faxwerbung zu versenden und wird hiergegen wiederholt verstoßen, kann dies eine Vertragsstrafe in Höhe von 20.000,00 ? auslösen.

Dies gilt auch dann, wenn die Faxe nach einer Betreiberweiterung von einem Tochterunternehmen versandt wird.

Ein fünfmaliges Zuwiderhandeln kann angenommen werden, wenn die Faxschreiben nicht gleich sind und wesentliche Unterschiede aufweisen.

Meinungsforschung via Telefon kann unlautere Telefonwerbung sein - OLG Köln, Urteil vom 12.12.2008, Az.: 6 U 41/08

Grundsätzlich ist es unlauter, wenn Unternehmen ein Marktforschungsinstitut mit einer telefonischen Kundebefragung beauftragen.

Kein Fall unlauterer Telefonwerbung und damit keine unzumutbare Belästigung von Verbrauchern soll gegeben sein, wenn die Befragung von einem neutralen Institut zu wissenschaftlichen Zwecken durchgeführt wird und nicht unmittelbar der Absatzförderung eines bestimmten Auftraggebers dient.

"Kostenfallen" im Internet - OLG Frankfurt a. M., Urteil vom 04.12.2008, Az.: 6 U 187/07

Erhöhte Anforderungen an den Hinweis für die Kostenpflichtigkeit sind dann an ein Angebot zu stellen, wenn der durchschnittlich verständige Internetnutzer wegen der Art dieses Angebots und wegen der weiteren Umstände seiner Präsentation mit einer Kostenpflichtigkeit nicht rechnen musste.

Erfolgte das Angebot von vornherein in der Absicht, einen Teil der Verbraucher über Entgeltlichkeit des Angebots zu täuschen, besteht ein Gewinnabschöpfungsanspruch.

Keine Abmahnkosten ohne Vollmacht - LG Düsseldorf, Urteil vom 3.12.2008, Az.: 12 O 393/07

Nach Auffassung des LG Düsseldorf kann eine Abmahnung nur dann ihre Wirkung entfalten, wenn eine Vollmacht beigelegt ist. Damit folgen die Düsseldorfer Richter weiterhin der Meinung, die sonst von keinem weiteren Gericht geteilt wird.

Nur in diesem Fall hat der Anwalt einen Anspruch auf Erstattung der Rechtsanwaltskosten. Keine Verpflichtung zur Zahlung besteht aber nur dann, wenn derjenige der die Abmahnung erhält, diese unverzüglich zurückweist.

Abmahnung wegen Verwendung alter BGBInfo Musterbelehrung unlauter - LG Bielefeld, Urteil vom 05.11.2008, Az.: 18 O 34/08

Die Verwendung des alten Belehrungsmuster in der Übergangszeit ist als Bagatelverstoß zu bewerten, der lediglich eine unerhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs darstellt.

Die Überleitungsregelung der neuen Fassung der BGB-InfoV, die Weiterverwendung des alten lückenhaften Belehrungsmusters bis zum 01.10.2008 gestattet, lässt darauf schließen, dass der Ordnungsgeber die Informationsinteressen der Verbraucher jedenfalls während dieses Übergangszeitraums gegenüber dem Schutz der Verwender des bisherigen Belehrungsmusters zurückstellt.

Die Geltendmachung eines Unterlassungsanspruchs und die Abmahnung eines Mitbewerbers wegen Verwendung des alten, fehler- und lückenhaften Belehrungsmusters vor Ablauf der Übergangsfrist widerspricht der neuen Regelung der BGB-InfoV und ist daher rechtsmissbräuchlich.

Sportwetten im Internet waren vor dem Glücksspielstaatsvertrag nicht unlauter - OLG München, Urteil vom 16.10.2008, Az.: 29 U 1669/08

Das Angebot von Sportwetten im Internet ist nur dann unlauter, wenn das Verhalten auch schon zur Zeit seiner Begehung wettbewerbswidrig war.

Die Unlauterkeit der beanstandeten Wettbewerbshandlung der des Anbieters von Sportwetten im Internet ist zu verneinen, weil das in Bayern errichtete staatliche Wettmonopol in seiner gesetzlichen und tatsächlichen Ausgestaltung im Jahr 2006 einen unverhältnismäßigen Eingriff in die Berufsfreiheit privater Wettanbieter darstellte und deshalb mit Art. 12 Abs. 1 GG unvereinbar war; zugleich lag darin eine nicht gerechtfertigte Beschränkung der Niederlassungsfreiheit und des freien Dienstleistungsverkehrs nach Art. 43 und Art. 49 EG.

Erwerb von Bundesligakarten unter Verschleierung der Wiederverkaufsabsicht ist unlauter - BGH, Urteil vom 11.09.2008, Az.: I ZR 74/06

Der unautorisierte Handel mit Eintrittskarten für Bundesligaspiele ist unlauter, wenn Erwerb unter Verschleierung der Wiederverkaufsabsicht erfolgt. Durch den Schleichbezug tritt eine Behinderung des Absatzkonzeptes ein. Zudem begründen Zwecke der Stadionsicherheit ein berechtigtes Interesse an dem Vertriebskonzept. Das Verbot des Schleichbezugs gilt nicht nur für selektive Vertriebssysteme, sondern auch für Direktvertriebssysteme.

Ein vertraglicher Anspruch auf Unterlassung möglicher weiterer Verstöße nach zukünftigen, noch nicht erfolgten Vertragsabschlüssen, besteht allerdings nicht.

Kartenlegerin mit unzulässigem Copyright-Hinweis - OLG Düsseldorf, Urteil vom 09.09.2008, Az.: I-20 U 123/08

Eine Kartenlegerin, die im Internet handelsüblicher Spielkarten mit einem unrichtigen Copyright-Hinweis versieht, handelt wettbewerbswidrig.

Der durch den Aufdruck vermittelte Eindruck von der größeren "Macht über die Karten" ist bei der Beurteilung der wettbewerbsrechtlichen Relevanz der Werbung zugrunde zu legen.

Anfrage via Fax im Autohandel zulässig - BGH, Urteil vom 17.07.2008, Az.: I ZR 75/06

Der Begriff der Werbung ist im Wettbewerbsrecht weit zu fassen, sodass hierunter auch Nachfragehandlungen fallen, die sich an Gewerbetreibende oder Freiberufler richten.

Das konkludente Einverständnis zum Erhalt von Werbung liegt seitens eines Unternehmens dann vor, wenn es in einem öffentlichen Verzeichnis die Faxnummer allgemein zugänglich macht.

Problem mehrerer Vertragsstrafen - Wärmekissen - BGH, Urteil vom 17.07.2008, Az.: I ZR 168/05

Eine Zusammenfassung mehrerer oder aller Verstöße zu einer einzigen Zuwiderhandlung nach den Grundsätzen der natürlichen Handlungseinheit oder einer Handlung im Rechtssinne scheidet aus, wenn die Parteien eine Vertragsstrafe für jedes angebotene, verkaufte oder verbreitete Produkt vereinbart haben.

Errechnet sich danach eine Vertragsstrafe im zweistelligen Millionenbereich, kann diese nach den Grundsätzen von Treu und Glauben gemäß § 242 BGB herabgesetzt werden. Voraussetzung ist dann, dass die Vertragsstrafe in einem außerordentlichen Missverhältnis zu der Bedeutung der Zuwiderhandlung steht. Sie ist dann auf ein Maß zu reduzieren, das ein Eingreifen des Gerichts nach § 242 BGB noch nicht rechtfertigen würde.

"Telefonieren für 0 Cent!" kann es nicht geben - BGH, Urteil vom 17.07.2008, Az.: I ZR 139/05

Telekommunikationsunternehmen dürfen nicht nur mit dem Slogan "Telefonieren für 0 Cent!" werben, wenn aus der Werbung nicht deutlich erkennbar wird, dass für die Bereitstellung des erforderlichen Telefonanschlusses Kosten aufzuwenden sind und das Angebot nur in Verbindung mit einer monatlichen Grundgebühr gilt.

Fussballvereine sind vor Spammails geschützt - BGH, Urteil vom 17.07.2008, Az.: I ZR 197/05

Erfolgt der Internetauftritt eines im Vereinsregister eingetragenen Vereins unter Angabe einer Email-Adresse, so liegt hierin noch keine konkludente Einwilligung, gewerbliche Anfragen, wie z. B. die nach Platzierung von Bannerwerbung auf der Website des Vereins, mittels Email zu empfangen.

Wettbewerbswidrige Bezeichnung von Druckerpatronen als "wiederbefüllt" - LG Köln, Urteil vom 01.07.2008, Az.: 81 O 167/07

Die Bezeichnung "wiederbefüllt" für neu hergestellte Druckerpatronen ist irreführend und stellt damit einen Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht dar.

Hierbei geht es nicht abstrakt um die Frage, ob es "besser" ist, ein neu hergestelltes Produkt zu erwerben, sondern darum, ob das Produkt in seinen zugesicherten Eigenschaften dem entspricht, was der Verbraucher als wesentlich erwartet. Die bewusste Entscheidung für ein wieder verwendetes Produkt bedeutet, dass der Verbraucher auf diesen umweltschonenden Aspekt einen besonderen Wert legt; er wird grob und damit wettbewerbsrechtlich relevant getäuscht, wenn es sich in Wahrheit um ein Erzeugnis mit neuen Rohstoffen handelt.

Behinderung des Wettbewerbs durch Anmeldung einer Marke - EROS - BGH, Urteil vom 26.06.2008, Az.: I ZR 190/05

Ist die mit der Eintragung eines Zeichens entstehende Sperrwirkung wesentlicher Beweggrund für die Anmeldung einer Marke, so liegt nur dann ein Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht vor, wenn die Marke nicht auch für eigene Waren verwendet wird.

Voraussetzungen der Nachahmung - ICON - BGH, Urteil vom 26.06.2008, Az.: I ZR 170/05

Ein Fall der Nachahmung im Sinne des Wettbewerbsrechts liegt dann vor, wenn dem Hersteller im Zeitpunkt der Schaffung seines Produkts das Vorbild bekannt ist und es sich nicht um eine selbständige Zweientwicklung handelt.

Im Rahmen der Entwicklung eines Produkts trifft den Unternehmer, der unabhängig von einem anderen ein eigenes entwickelt keine generelle Pflicht zur Wahrung eines Abstands zu einem identischen oder ähnlichen Erzeugnis.

IP-Sperrung überprüfender Wettbewerber - Virtuelles Hausverbot - OLG Hamm, Urteil vom 10.06.2008, Az.: 4 U 37/08

Grundsätzlich muss der Betreiber eines Onlineshops die Überprüfung seines Angebotes und die seiner Werbeaussagen durch die Konkurrenz dulden.

Es ist ihm aber gestattet verdächtige Zugriffsaufrufe durch ein automatisches System abzublocken, wenn nicht ausgeschlossen werden kann, dass sich die Gefahr einer Betriebsstörung realisiert.

Blockt das automatische System die IP-Adresse eines Konkurrenten, kann hierin keine gezielte Behinderung des Mitbewerbers gesehen werden.

Freundschaftswerbung im Internet - BGH, Urteil vom 29.05.2008, Az.: I ZR 189/05

Im Rahmen eines wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsantrags besteht die begehrte Rechtsfolge in dem Verbot der bestimmten, als rechtswidrig angegriffenen Verhaltensweise, die der Kläger in seinem Antrag und seiner zur Antragsauslegung heranzuziehenden Klagebegründung festgelegt hat. Hierbei kommt es nicht darauf an, ob sich in anderer Weise ein wettbewerbswidriges Verhalten aus einer mit der Klage zum Beweis der beanstandeten Verletzungshandlung vorgelegten Anlage, z. B. einer E-Mail oder einem Werbeprospekt, ergeben kann.

Bestimmtheit eines Unterlassungsantrags - OLG Frankfurt a. M., Urteil vom 15.05.2008, Az.: 6 U 36/03

Zu den Anforderungen an die Bestimmtheit eines Unterlassungsantrages, der auf das Verbot unerwünschter Telefonwerbung gegenüber Gewerbetreibenden gerichtet ist.

Hierin muss ein konkreter Verletzungsfall genannt werden und gleichzeitig diejenigen Umstände aufgeführt, aus denen sich die Wettbewerbswidrigkeit des beanstandeten Vorfalles ergibt.

Abmahnungen müssen nicht von Juristen aus dem eigenen Haus kommen - BGH, Urteil vom 08.05.2008, Az.: I ZR 83/06

Ein Unternehmen, das einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch geltend macht und einen Rechtsanwalt mit der Abmahnung beauftragt, kann die hierdurch entstehenden Kosten auch dann vom Verletzer ersetzt verlangen, wenn es über eine eigene Rechtsabteilung verfügt.

Wettbewerbswidrige Werbeanrufe für Teilnahme an Lotterie - LG Düsseldorf, Urteil vom 11.04.2008, Az.: 38 O 222/07

Es ist wettbewerbswidrig, Verbraucher unter deren privaten Telefonanschlüssen durch automatische Anrufmaschinen anzurufen oder anrufen zu lassen, um diesen die Teilnahme an einer Lotterie anzubieten, sofern eine vorherige Einwilligung des angerufenen Verbrauchers zu einem derartigen Werbeanruf nicht vorliegt.

Über die Pflichten eines Unterlassungsschuldners - OLG Frankfurt a. M., Beschluss vom 10.04.2008, Az.: 6 W 36/08

Der Unterlassungsschuldner ist nicht nur dazu verpflichtet, alles zu unterlassen, was zu einer Verletzung führen kann, sondern auch alles zu tun, was im konkreten Fall erforderlich und zumutbar ist, um zukünftige Verletzungen zu vermeiden.

Dazu gehört auch, Wettbewerbsverstöße durch Mitarbeiter oder Beauftragte dadurch zu unterbinden, dass er entsprechende Belehrungen oder Anweisungen erteilt und deren Einhaltung genau überwacht.

Unterseiten dürfen nicht mehr abrufbar sein - LG Düsseldorf, Beschluss vom 05.03.2008, Az.: 2a O 24/07

Ein Verstoß gegen das gerichtliche Unterlassungsgebot liegt auch dann vor, wenn zwar die Startseite der streitgegenständlichen Domain, nicht aber sämtliche Unterseiten gelöscht sind.

Keine Verstoß gegen das Wettbewerbsrecht durch private Sportwetten in Altfällen - BGH, Urteil vom 14.02.2008, Az.: I ZR 207/05

Das Veranstalten und Anbieten von privaten Sportwetten ist in Altfällen nicht unlauter und verstößt nicht gegen das Wettbewerbsrecht, da die gesetzlichen Regelungen mit der grundgesetzlich gewährleisteten Berufsfreiheit, sowie der Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit nicht vereinbar

waren.

Versenden unzutreffender Auftragsbestätigungen - OLG Frankfurt a. M., Urteil vom 07.02.2008, Az.: 6 U 166/07

Die Versendung unzutreffender Auftragsbestätigungen, die ungerechtfertigte Ablehnung von Portierungsaufträgen und die ungerechtfertigte Verschiebung der Ausführung solcher Portierungsaufträge stellt nur dann eine Wettbewerbsverletzung dar, wenn es sich hierbei nicht um versehentliche Fehlleistungen im Massengeschäft der Vertragsabwicklung bei Telefonanschlüssen handelt, sondern um eine bewusste Verletzung der Verpflichtung zur Ausführung von Portierungsaufträgen bzw. der Verpflichtung, Kunden keine unzutreffenden Auftragsbestätigungen zuzusenden.

Unwirksamkeit von Teillieferungs- und Teilabrechnungsklauseln - KG Berlin, Beschluss vom 25.01.2008, Az.: 5 W 344/07

Die Klausel in allgemeinen Geschäftsbedingungen ?Teillieferungen und Teilabrechnungen sind zulässig? ist gegenüber Verbrauchern unwirksam.

§ 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB und § 309 Nr. 2a BGB enthalten Regelungen, die dazu bestimmt sind, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Dies gilt jedenfalls dann, wenn die Unwirksamkeit der AGB-Regelung zugleich zu einem Verstoß gegen die Informationspflichten der BGB-InfoV führt.

Preisangaben von Preissuchmaschinen müssen nun doch die Versandkosten ausweisen - OLG Stuttgart, Urteil vom 17.01.2008, Az.: 2 U 12/07

Grundsätzlich ist dem Verbraucher bei Bestellungen im Internet bekannt, dass zusätzlich Liefer- und Versandkosten anfallen. Daher genügt es, wenn dem geneigten Nutzer die fraglichen Informationen von dem mit seinem eigenen Internetauftritt Werbenden alsbald soweit leicht erkennbar und gut wahrnehmbar auf einer gesonderten Seite gegeben werden, die noch vor Einleitung des Bestellvorgangs notwendig aufgerufen werden muss.

Im Rahmen einer Preissuchmaschine gestaltet sich der Sachverhalt anders. Wird eine Preisangabe ohne Liefer- und Versandkosten in eine Preissuchmaschine eingestellt, so ist die von der Preisangabenverordnung bezweckte Vergleichbarkeit im Endpreis nicht gewährleistet, und zum anderen erliegt der Verbraucher der durch die bloße Preisangabe vorgegebenen Weichenstellung bereits dann, wenn er sich über eine "Link" in das virtuelle Ladenlokal des über die Preissuchmaschine Werbenden begibt.

Wettbewerbsverletzung durch Markenanmeldung - BGH, Urteil vom 10.01.2008, Az.: I ZR 38/05

Der Anmelder einer Marke, die im Ausland bereits eingetragen und für identische oder gleichartige Waren benutzt wird, handelt wettbewerbswidrig, wenn er die mit der Eintragung verbundene Sperrwirkung zweckfremd als Mittel des Wettbewerbskampfes einsetzen möchte.

Werbung für Gewinnspiel - BGH, Urteil vom 10.01.2008, Az.: I ZR 196/05

Kann der Verbraucher aufgrund einer Werbung noch nicht ohne weiteres - etwa mittels einer angegebenen Rufnummer oder einer beigefügten Teilnahmekarte - an dem Gewinnspiel teilnehmen, reicht es aus, ihm unter Berücksichtigung der räumlichen und zeitlichen Beschränkungen des verwendeten Werbemediums diejenigen Informationen zu geben, für die bei ihm nach den Besonderheiten des Einzelfalls schon zum Zeitpunkt der Werbung ein aktuelles Aufklärungsbedürfnis besteht.

Bei einer Anzeigenwerbung für ein Gewinnspiel, das aus Verbrauchersicht keine unerwarteten Teilnahmebeschränkungen aufweist, reicht es grundsätzlich aus, wenn mitgeteilt wird, bis wann wie teilgenommen werden kann und wie die Gewinner ermittelt werden; gegebenenfalls ist auf besondere Beschränkungen des Teilnehmerkreises wie den Ausschluss Minderjähriger hinzuweisen.