

Aktuelle Rechtsprechung des BGH zum Lauterkeitsrecht

Dr. Martina Schwonke
Richterin am Bundesgerichtshof
Forum Wettbewerbsrecht 2021
25. November 2021

Entscheidungen des Bundesgerichtshofs zum Wettbewerbsrecht

Rechtsbruch (§ 3a UWG)

- Urteil vom 22. Juli 2021 – I ZR 194/20 - Rundfunkhaftung
- Urteil vom 1. April 2021 - I ZR 115/20, GRUR 2021, 977 - Ferrari 458 Speciale
- Urteil vom 25. März 2021 - I ZR 203/19, GRUR 2021, 863 - Nutzungsentgelt für bargeldlose Zahlungen
- Urteil vom 24. September 2020 - I ZR 169/17, GRUR 2021, 84 - Verfügbare Telefonnummer
- Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 113/20, GRUR 2021, 1425 - Vertragsdokumentengenerator
- Urteil vom 10. Dezember 2020 - I ZR 26/20, GRUR 2021, 742 - Steuerberater-LLP

Herabsetzung (§ 4 Nr. 1 UWG)

- Urteil vom 6. Mai 2021 - I ZR 167/20, GRUR 2021, 1207 - Vorsicht Falle

Wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz (§ 4 Nr. 3 UWG)

- Urteil vom 1. Juli 2021 - I ZR 137/20, GRUR-RS 2021, 33502 - Kaffeebereiter

Irreführung (§ 5 UWG)

- Urteil vom 11. Februar 2021 - I ZR 126/19, GRUR 2021, 746 - Dr. Z
- Urteil vom 05. November 2020 - I ZR 204/19, GRUR 2021, 513 - Sinupret
- Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20, GRUR 2021, 1422 - Vorstandsabteilung

Informationspflichten (§ 5a UWG)

- Urteile vom 9. September 2021 - I ZR 90/20, GRUR 2021, 1400 - Influencer I

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 194/20 - Rundfunkhaftung

Der Kläger ist ein Bundesverband. Er nimmt nach seiner Satzung die allgemeinen, ideellen und wirtschaftlichen Interessen der deutschen Glücksspielunternehmen wahr, die gemäß § 10 Abs. 2 Glücksspielstaatsvertrag (GlüStV) die öffentliche Aufgabe der Bundesländer erfüllen, ein ausreichendes Glücksspielangebot sicherzustellen. Außerdem soll er nach seiner Satzung zur Verbesserung des Jugend-, Spieler- und Verbraucherschutzes das Marktverhalten von Marktteilnehmern im Bereich des Glücksspielwesens beobachten und in Bezug auf die Einhaltung der geltenden gesetzlichen Vorschriften und Bestimmungen kontrollieren. Zu seinen Mitgliedern zählen unter anderem Landeslotteriegesellschaften.

Die Beklagte ist die Holdinggesellschaft einer Mediengruppe. Zu dem Konzern gehören Rundfunkveranstalter, die private Fernsehsender betreiben. Die von den Rundfunkveranstaltern angebotenen Werbezeiten werden über ein konzernangehöriges Unternehmen zentral vermarktet.

In der Zeit von November 2018 bis Juni 2019 strahlten die Tochtergesellschaften der Beklagten Werbespots für kostenlose Casinospiele auf der Internetseite "www.mrgreen.de" aus. Der in Grün gehaltene, um eine männliche Silhouette ergänzte Domainname wurde in die Fernsehspots eingeblendet.

Angebote für Online-Spiele finden sich auch auf den in deutscher Sprache aufrufbaren Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com". Dort können Nutzer gegen Entgelt an Casino- und Automatenspielen teilnehmen. Die Betreiber dieser Internetseiten verfügten nicht über Lizenzen zur Veranstaltung von Glücksspielen in Deutschland.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 194/20 - Rundfunkhaftung

Der Kläger macht geltend, die Beklagte verstoße durch die Ausstrahlung der Fernsehspots gegen die Werbeverbote des Glücksspielstaatsvertrags. Nutzer der Internetseiten "www.onlinecasino.de" und "www.drueckglueck.de", die sich mit einem Wohnsitz außerhalb von Schleswig-Holstein registrierten, würden automatisch auf die Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com" oder "www.drueckglueck.com" weitergeleitet. Überdies würden in allen Fernsehspots mittelbar die in Deutschland nicht erlaubten Glücksspiele auf den weitgehend identisch aufgemachten Internetseiten mit der Top-Level-Domain ".com" beworben. Hierfür habe die Beklagte als die Geschäftstätigkeit ihrer Tochterunternehmen beeinflussende Holdinggesellschaft einzustehen.

Der Kläger hat beantragt, die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen in der Bundesrepublik Deutschland für nicht erlaubte Glücksspiele, insbesondere Online-Casino- und Automaten Spiele zu werben, wenn dies wie in den [in den Unterlassungsantrag eingeblendeten] TV-Werbespots für Onlinecasino.de, DrueckGlueck.de, Wunderino.de und MrGreen.de geschieht.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben. Der Bundesgerichtshof hat die Klage abgewiesen, soweit es die Werbung auf MrGreen.de angeht, und die Sache im Übrigen an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 194/20 - Rundfunkhaftung

Der Kläger ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugt. Einem Verband ist die Klagebefugnis abzusprechen, wenn er gleichrangig sowohl der Förderung gewerblicher Interessen als auch der Wahrnehmung von Verbraucherinteressen dient und beide Gruppen gleichgewichtig in einer Weise vertritt, dass er weder als Verband zur Förderung gewerblicher Interessen noch als Verbraucherverband angesehen werden kann. Das Berufungsgericht hat angenommen, die bei Mischverbänden zu befürchtende Interessenkollision könne bei dem Kläger nicht eintreten, weil zu seinen Mitgliedern keine Verbraucher gehörten. Es liege weder eine Majorisierung der einen durch die andere Gruppe vor, noch sei eine inhaltliche Interessenkollision ersichtlich. Diese Beurteilung ist aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden. Ein Mischverband liegt nicht vor, wenn die vom Verband satzungsgemäß verfolgten Interessen seiner gewerblichen Mitglieder mit den von ihnen zu wahrenden Verbraucherinteressen übereinstimmen und deshalb nicht die Gefahr einer Interessenkollision besteht.

Das Berufungsgericht hat ohne Rechtsfehler angenommen, dass die Fernsehspots eine wettbewerbsrechtlich unzulässige Werbung für die unerlaubten Glücksspielangebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" beinhalten. Den Betreibern der genannten Internetseiten war und ist es nicht erlaubt, die dort angebotenen Glücksspiele in Deutschland zu veranstalten. Die Werbewirkung erfasst nicht nur die unmittelbar beworbenen Angebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de", "www.wunderino.de" und "www.mrgreen.de", sondern auch die ersichtlich davon profitierenden Angebote auf den Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com". Eine Fernsehwerbung für Glücksspielangebote auf einer Internetseite kann der mittelbaren Förderung des Absatzes von Glücksspielangeboten auf einer anderen Internetseite mit nahezu identischem Domainnamen und ähnlich gestaltetem Inhalt dienen.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 194/20 - Rundfunkhaftung

Die Tochtergesellschaften der Beklagten trifft hinsichtlich der Zulässigkeit ausgestrahlter Werbespots eine **wettbewerbsrechtliche Verkehrspflicht in Form einer Prüfungspflicht**, für deren Einhaltung die Beklagte einzustehen hat. Derjenige, der in seinem Verantwortungsbereich eine Gefahrenquelle für Marktteilnehmer schafft oder andauern lässt, muss die ihm zumutbaren Maßnahmen und Vorkehrungen treffen, die zur Abwendung der Dritten daraus drohenden Gefahren notwendig sind. Nach diesen Maßstäben kann für die Verbreitung einer wettbewerbswidrigen Werbung in Medien neben dem Werbenden selbst auch ein an der Verbreitung beteiligtes Presse- oder Sendeunternehmen haften.

Die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte habe diese Prüfungspflicht verletzt, hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung jedoch nicht stand.

Die durch eine Abmahnung ausgelöste Prüfungspflicht eines Rundfunkveranstalters beschränkt sich auf grobe und unschwer erkennbare Rechtsverstöße. Eine aufwändige Prüfung der Sach- und Rechtslage unter Einbeziehung höchststrichterlich nicht geklärter Rechtsfragen ist einem Rundfunkveranstalter regelmäßig nicht zumutbar. Anhand der vorgerichtlichen Hinweise des Klägers war der Beklagten keine eingehende Prüfung der Sach- und Rechtslage dahingehend zumutbar, ob die ausgestrahlten Fernsehspots eine Werbung für die in der Werbung nicht genannten Internetseiten "www.onlinecasino-eu.com", "www.drueckglueck.com", "www.wunderino.com" und "www.mrgreen.com" beinhalten. Danach war die Klage abzuweisen soweit der Kläger beanstandet hat, dass durch die Fernsehspots betreffend das Angebot kostenloser Online-Casinospiele auf der Internetseite "www.mrgreen.de" zugleich das Glücksspielangebot auf der Internetseite "www.mrgreen.com" beworben wird.

Hinsichtlich der Fernsehwerbung für das Online-Angebot von Casino- und Automaten Spielen auf den Internetseiten "www.onlinecasino.de", "www.drückglück.de" und "www.wunderino.de" hat der Kläger die Klage auch damit begründet, dass die auf Schleswig-Holstein begrenzten Glücksspiellizenzen der Anbieter die Veranstaltung der beworbenen Glücksspiele in anderen Bundesländern nicht erlauben und daher eine bundesweite Ausstrahlung der Fernsehspots unzulässig sei. Hierzu hat das Berufungsgericht keine Feststellungen getroffen.

Urteil vom 1. April 2021 - I ZR 115/20, GRUR 2021, 977- Ferrari 458 Speciale

Die Klägerin, die Deutsche Umwelthilfe e.V., ist ein Verein, der in der beim Bundesamt für Justiz geführten Liste qualifizierter Einrichtungen im Sinne des § 4 Abs. 1 UKlaG eingetragen ist. Die Beklagte ist Autohändlerin.

Auf eine Abmahnung der Klägerin gab die Beklagte am 6. März 2012 die mit einer Vertragsstrafe bewehrte Erklärung ab es zu unterlassen,

"im geschäftlichen Verkehr im Internet für den Verkauf von BMW- und Ferrari-Neufahrzeugen zu werben, ohne sicherzustellen, dass Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen der betreffenden Modelle neuer Personenkraftwagen nach Maßgabe und unter Beachtung der Vorschriften der Pkw-Energieverbrauchskennzeichnungsverordnung (Pkw-EnVKV) in ihrer jeweils geltenden Fassung gemacht werden."

Die Beklagte stellte am 22. Juni 2015 auf ihrer Facebook-Seite Fotografien eines Ferrari ein, denen folgender Text beigestellt war:

„605 PS (in 3,0 Sekunden auf 100 km/h), die das Leben mit Sicherheit noch spaßiger machen!
Der Ferrari 458 Speciale hat bereits einen neuen Besitzer und steht zur Abholung bereit. Ein toller Start in die neue Woche ...“

Die Klage auf Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von 7.500 € war in allen Instanzen erfolgreich.

Urteil vom 1. April 2021 - I ZR 115/20, GRUR 2021, 977- Ferrari 458 Speciale

- Werbung für "neuen" Pkw
 - Maßgeblich ist nicht, ob das gezeigte Fahrzeug neu ist, sondern ob für den Kauf eines neuen Fahrzeugs erworben wird
 - Zweck von Art. 6 Abs. 1 RL 1999/94/EG, deren Umsetzung § 5 Pkw-EnVKV dient: Verbraucher sollen Informationen über Kraftstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß erhalten und so eine informierte Entscheidung treffen; dieser Zweck kann sinnvoll und wirksam nur erreicht werden, wenn die Hinweispflicht das neue Modell betrifft und nicht davon abhängt, ob das konkret in der Werbung verwendete Fahrzeug als neu zu qualifizieren ist; andernfalls leichte Umgehungsmöglichkeit
 - Darauf, ob gezeigter Pkw bereits verkauft und daher nicht "neu" sei, kommt es nicht an
- Auf Möglichkeit des Erwerbs kommt es nicht an
 - Zweck der Regelung: Informationen sollen bereits bei Werbung, also im Vorfeld einer konkreten Kaufsituation bereitgestellt werden; nach diesem Zweck ist die Informationspflicht nicht von der objektiven Möglichkeit zur Lieferung des Pkw abhängig
 - Es kommt auch nicht darauf an, dass das Modell - wie Bekl. geltend gemacht hat - nur in limitierter Auflage von 1.000 Stück hergestellt worden und inzwischen vergriffen ist
 - Verbraucher könnte sich nach Kenntnisnahme von der Werbung für eine andere Version des beworbenen Modells oder ein anderes Modell entscheiden; auch in diesem Fall ist der Regelungszweck (Information des Verbrauchers vor Kaufentscheidung) erfüllt

Urteil vom 25. März 2021 - I ZR 203/19, GRUR 2021, 863 - Nutzungsentgelt für bargeldlose Zahlungen

Die Beklagte veranstaltet Fernbusreisen und bewirbt diese im Internet. Sie bietet ihren Kunden vier Zahlungsmöglichkeiten an, nämlich **die Zahlung** mit EC-Karte, Kreditkarte, **Sofortüberweisung und PayPal**. Bei Wahl der beiden zuletzt genannten Zahlungsmöglichkeiten erhebt sie ein vom jeweiligen Fahrpreis abhängiges **zusätzliches Entgelt**.

Die Klägerin, die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs, ist ein rechtsfähiger Verband zur Förderung gewerblicher Interessen. Sie hält die Erhebung des zusätzlichen Entgelts durch die Beklagte für wettbewerbswidrig.

Die Klägerin beantragt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Rahmen des Abschlusses von Verträgen für die Nutzung von Zahlungsmöglichkeiten per Sofortüberweisung und/oder PayPal ein Entgelt zu vereinbaren und/oder zu verlangen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Das Berufungsgericht hat sie abgewiesen. Die Revision der Klägerin hatte keinen Erfolg.

Urteil vom 25. März 2021 - I ZR 203/19, GRUR 2021, 863 - Nutzungsentgelt für bargeldlose Zahlungen

§ 270a BGB: Vereinbarungen über Entgelte für die Nutzung bargeldloser Zahlungsmittel

Eine Vereinbarung, durch die der Schuldner verpflichtet wird, ein Entgelt für die Nutzung einer SEPA-Basislastschrift, einer SEPA-Firmenlastschrift, einer SEPA-Überweisung oder einer Zahlungskarte zu entrichten, ist unwirksam. Satz 1 gilt für die Nutzung von Zahlungskarten nur bei Zahlungsvorgängen mit Verbrauchern, wenn auf diese Kapitel II der Verordnung (EU) 2015/751 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2015 über Interbankenentgelte für kartengebundene Zahlungsvorgänge (ABl. L 123 vom 19.5.2015, S. 1) anwendbar ist.

§ 270a BGB dient der Umsetzung von Art. 62 Abs. 4 der RL (EU) 2015/2366 über Zahlungsdienste im Binnenmarkt (ZD-RL) und ist daher RL-konform auszulegen.

Art. 62 ZD-RL: Entgelte

(4) Die Mitgliedstaaten stellen in jedem Fall sicher, dass der Zahlungsempfänger keine Entgelte für die Nutzung von Zahlungsinstrumenten verlangt, für die mit **Kapitel II der Verordnung (EU) 2015/751** Interbankenentgelte festgelegt geregelt werden, und für die Zahlungsdienstleistungen, auf die die **Verordnung (EU) Nr. 260/2012** anwendbar ist.

(5) Die Mitgliedstaaten können dem Zahlungsempfänger die Erhebung von Entgelten untersagen oder dieses Recht begrenzen; dabei tragen sie der Notwendigkeit Rechnung, den Wettbewerb und die Nutzung effizienter Zahlungsinstrumente zu fördern.

Der deutsche Gesetzgeber hat bei der Umsetzung von der Möglichkeit des Verbots von Entgelten gem. Art. 62 Abs. 5 ZD-RL keinen Gebrauch gemacht. Das Entgeltverbot gilt daher allein für die von § 270a BGB, Art. 62 Abs. 4 ZD-RL erfassten Zahlungsinstrumente (Überweisung, Lastschrift, Zahlungskarte).

Urteil vom 25. März 2021 - I ZR 203/19, GRUR 2021, 863 - Nutzungsentgelt für bargeldlose Zahlungen

Das Zahlungsmittel "Sofortüberweisung" ist eine „Überweisung“ iSv Art. 2 Nr. 1 SEPA-VO

Entgelt für "Sofortüberweisung" wird jedoch nicht als Entgelt für Überweisung iSv Art. 64 Abs. 4 ZD-RL verlangt

- Das Entgelt wird nicht für die Nutzung der Überweisung, sondern für die Einschaltung der Sofort GmbH vereinbart, die neben der Zahlungseinleitung weitere Dienstleistungen erbringt, die auch dem Interesse des Zahlers dienen (Bonitätsprüfung; Benachrichtigung des Zahlungsempfängers, der sogleich die Leistung erbringen kann, ohne den Zahlungseingang abzuwarten)
- Entscheidend ist, ob das Entgelt (zumindest auch) für die Überweisung gefordert wird
 - vgl. Wortlaut des Art. 62 Abs. 4 ZD-RL: Mitgliedstaaten müssen sicherstellen, dass Zahlungsempfänger keine „Entgelte für Zahlungsdienstleistungen“ verlangt, auf welche die SEPA-VO anwendbar ist
 - Ob der Betreiber eines Zahlungsauslösediensts für seine Dienstleistung ein Entgelt fordert, ist irrelevant
 - Ebenfalls irrelevant, ob Betreiber eines Zahlungsauslösediensts dieses Entgelt allein vom Zahlungsempfänger oder auch vom Zahler beansprucht

Im Streitfall enthält **das vom Zahlungsempfänger geforderte Entgelt kein Entgelt für die Nutzung der Überweisung, sondern für die Einschaltung eines Dritten (des Zahlungsauslösedienstleisters)** vereinbart

Urteil vom 25. März 2021 - I ZR 203/19, GRUR 2021, 863 - Nutzungsentgelt für bargeldlose Zahlungen

Auch die Zahlung per PayPal unterfällt nicht dem Verbot des § 270a BGB

- Es kann offenbleiben, ob die Zahlung per PayPal zu einer Überweisung oder Lastschrift iSv Art. 2 Nr. 1 und 2 SEPA-VO führt
- Jedenfalls wird das Entgelt nicht für die Lastschrift oder Kreditkartenabbuchung verlangt, sondern für die Dienstleistungen von PayPal
 - So die Feststellungen des Berufungsgerichts: PayPal erbringt als Dritter die Dienstleistung der Zahlungsabwicklung mittels Übertragung von E-Geld
 - Das vom Zahler geforderte Entgelt enthält objektiv kein Entgelt für die Nutzung einer Lastschrift oder Zahlungskarte
 - Auf subjektiven Eindruck des Zahlers kommt es nicht an (s.o.)

Urteil vom 24. September 2020 - I ZR 169/17, GRUR 2021, 84 - Verfügbare Telefonnummer

Die Klägerin mahnte den Beklagten, mit dem sie beim Vertrieb von Erotikartikeln über das Internet in Wettbewerb steht, mit anwaltlichem Schreiben vom 29. Dezember 2014 wegen der Verwendung einer fehlerhaften Widerrufsbelehrung und wegen der Werbung mit einem Testergebnis ab. Sie forderte den Beklagten dabei zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung und zur Erstattung der Kosten der Abmahnung in Höhe von 612,80 € auf.

Der Beklagte gab unter dem 8. Januar 2015 eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab. Mit anwaltlichem Schreiben vom 12. Januar 2015 mahnte er dann seinerseits **die Klägerin** ab, wobei er beanstandete, diese **habe** ihrerseits **in der Widerrufsbelehrung in ihrem Internetauftritt keine Telefonnummer angegeben**. Die anwaltlichen Kosten seiner Abmahnung bezifferte er auf ebenfalls 612,80 € und erklärte mit seinem deswegen geltend gemachten Kostenerstattungsanspruch die Aufrechnung gegenüber dem Aufwendungsersatzanspruch der Klägerin aus deren Abmahnung vom 29. Dezember 2014.

Im Revisionsverfahren ging es nur noch um die Widerklage, gerichtet auf Unterlassungsanspruch gem. Abmahnung vom 12. Januar 2015 sowie Abmahnkosten. Die Widerklage hatte in allen Instanzen Erfolg.

Urteil vom 24. September 2020 - I ZR 169/17, GRUR 2021, 84 - Verfügbare Telefonnummer

Verstoß gegen § 312d Abs. 1 Satz 1 BGB und Art. 246a § 1 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 und Satz 2, Anlage 1 EGBGB?

- Unternehmer kann Informationspflicht durch Übermittlung der in Anlage 1 vorgesehenen Muster-Widerrufsbelehrung erfüllen

Anlage 1 zu Art. 246a § 1 Abs. 2 Satz 2 EGBGB

[Muster der Widerrufsbelehrung] (...)

[2] Fügen Sie Ihren Namen, Ihre Anschrift und, **soweit verfügbar**, Ihre **Telefonnummer**, Telefaxnummer und E-Mail-Adresse ein.

- Wann ist eine Telefonnummer „verfügbar“ iSv Anlage 1?

EuGH-Vorlage durch BGH, GRUR 2019, 744:

1. Ist eine Telefonnummer im Sinne des Gestaltungshinweises zur Muster-Widerrufsbelehrung gemäß Anhang I Teil A der Richtlinie 2011/83/EU "verfügbar", wenn der Unternehmer die Telefonnummer im Rahmen des Impressums nennt oder auf der Startseite seines Internetauftritts klar und deutlich darstellt?
2. Ist eine Telefonnummer im Sinne des Gestaltungshinweises zur Muster-Widerrufsbelehrung gemäß Anhang I Teil A der Richtlinie 2011/83/EU "verfügbar", wenn der Unternehmer den Telefonanschluss zwar geschäftlich nutzt, aber nicht für den Abschluss von Fernabsatzverträgen verwendet und daher auch nicht zur Rückabwicklung von Fernabsatzverträgen in Form einer Entgegennahme von Widerrufserklärungen vorhält?

Urteil vom 24. September 2020 - I ZR 169/17, GRUR 2021, 84 - Verfügbare Telefonnummer

Antwort des EuGH, Urteil vom 14. Mai 2020, C-266/19, GRUR 2020, 753 - EIS:

Art. 6 Buchst. c der Richtlinie 2011/83/EU ist dahin auszulegen, dass die nach dieser Bestimmung "gegebenenfalls" anzugebende Telefonnummer eines Unternehmers in einer Situation, in der sie **dergestalt auf seiner Webseite zu finden ist, dass einem Durchschnittsverbraucher, d.h. einem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Verbraucher, suggeriert wird, dass der Unternehmer diese Telefonnummer für seine Kontakte mit Verbrauchern nutzt**, als verfügbar anzusehen ist. In einem solchen Fall ist Art. 6 Abs. 1 Buchst. c und h und Abs. 4 der Richtlinie in Verbindung mit deren Anhang I Teil A dahin auszulegen, dass der Unternehmer, der einem Verbraucher, bevor dieser durch einen Fernabsatzvertrag oder einen außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Vertrag gebunden ist, die Informationen zur Ausübung des Widerrufsrechts zur Verfügung stellt und hierbei auf die Muster-Widerrufsbelehrung in Anhang I Teil A zurückgreift, die betreffende Telefonnummer darin angeben muss, damit der Verbraucher ihm seine etwaige Entscheidung, von dem Widerrufsrecht Gebrauch zu machen, auf diesem Weg mitteilen kann.

BGH: Eine Telefonnummer ist verfügbar und daher von einem Unternehmer bei außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen und bei Fernabsatzverträgen in einer Widerrufsbelehrung anzugeben, wenn sie dergestalt auf der Website des Unternehmers zu finden ist, dass einem Durchschnittsverbraucher suggeriert wird, dass der Unternehmer diese Telefonnummer für seine Kontakte mit Verbrauchern nutzt.

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 113/20 - Vertragsdokumentengenerator

Die Klägerin ist die Rechtsanwaltskammer. Ihr obliegt die Wahrung und Förderung der beruflichen Belange ihrer Mitglieder. Die Beklagte ist ein Verlag, der schwerpunktmäßig in den Bereichen Recht, Wirtschaft und Steuern tätig ist.

Die Beklagte stellt im Internet unter der Bezeichnung "smartlaw" **einen elektronischen Generator zur Erstellung von Verträgen und anderen Rechtsdokumenten in verschiedenen Rechtsgebieten** bereit, die Unternehmen und Verbraucher im Rahmen eines Abonnements oder im Wege des Einzelkaufs erwerben können. Hierzu werden dem Kunden Fragen zum Gegenstand, zum gewünschten Inhalt und zur beabsichtigten Reichweite des Dokuments gestellt, die überwiegend anhand von zur Auswahl gestellten Angaben und teils offen zu beantworten sind. Neben der jeweiligen Frage ist eine Erläuterung der verwendeten Rechtsbegriffe oder zur rechtlichen Bedeutung der Frage eingeblendet. Mithilfe einer von der Beklagten programmierten Software werden anhand der Antworten des Kunden aus einer Sammlung ihnen zugeordneter Textbausteine bestimmte Vertragsklauseln oder Textpassagen generiert, aus denen ein individueller Vertragsentwurf erstellt wird. Im Anschluss an das erstellte Dokument erteilt die Beklagte jedenfalls teilweise Hinweise und Empfehlungen zur richtigen und sicheren Verwendung des Dokuments. **Die Beklagte hat die Frage-Antwort-Systeme und die Textbausteine in Zusammenarbeit mit Rechtsanwälten entwickelt.**

Die Klägerin beanstandet dies als Verstoß gegen das Rechtsdienstleistungsgesetz.

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 113/20 - Vertragsdokumentengenerator

Antrag: ... es zu unterlassen, geschäftlich handelnd entgeltlich und selbständig Dritten gegenüber ohne entsprechende Erlaubnis außergerichtlich Rechtsdienstleistungen zu erbringen, anzubieten und/oder zu bewerben, indem sie für Dritte durch einen digitalen Rechtsdokumentengenerator auf Grundlage eines Frage-Antwort-Systems aus einer Sammlung alternativer Textbausteine individuelle Rechtsdokumente erstellt, wie geschehen unter www.smartlaw.de und aus den Anlagen K 5 bis K 8 ersichtlich.

Beim Landgericht war die Klage erfolgreich. Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen. Der BGH hat die Revision der Klägerin zurückgewiesen.

Begründetheit der Klage: Anspruch gem. § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3 Abs. 1, § 3a UWG iVm § 3 Rechtsdienstleistungsgesetz (RDG)?

§ 2 Abs. 1 RDG

Rechtsdienstleistung ist jede Tätigkeit in konkreten fremden Angelegenheiten, sobald sie **eine rechtliche Prüfung des Einzelfalls** erfordert.

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 113/20 - Vertragsdokumentengenerator

Tätigkeit „in fremder Angelegenheit“

Aber: keine Tätigkeit „in konkreter Angelegenheit“

- Tätigkeit muss auf einen konkreten Sachverhalt gerichtet sein. Entscheidend ist, ob es sich um eine nicht fingierte, sondern wirkliche, sachverhaltsbezogene Rechtsfrage einer bestimmten ratsuchenden Person handelt.
- Softwarebasierte Erzeugung eines Vertragsentwurfs erfolgt nicht auf der Grundlage eines der Beklagten von einer bestimmten Person unterbreiteten konkreten Sachverhalts.
 - Computerprogramm erfasst allgemeine Sachverhalte mit üblicherweise auftretenden Fragen, zu denen die Beklagte – nicht anders als in einem detaillierten Formularhandbuch – Antworten in Form von standardisierten Vertragsklauseln und Textbausteinen mit Lösungen für fiktive Einzelfälle eines unbestimmten Personenkreises entwickelt hat.
 - Rückfragen der Bekl. oder ergänzende Sachverhaltsangaben des Nutzers sind nicht vorgesehen.

Urteil vom 10. Dezember 2020 - I ZR 26/20 - Steuerberater-LLP

Die Klägerin ist eine Steuerberaterkammer.

Der Beklagte ist einzelvertretungsberechtigter Partner einer in London ansässigen Limited Liability Partnership (LLP). Die LLP ist mit einer Zweigniederlassung im Partnerschaftsregister des Amtsgerichts Essen eingetragen. Diese Eintragung weist als Geschäftszweck des Zweigstellen-Unternehmens die "Erbringung aller Dienstleistungen einer Rechtsanwalts- und Steuerberatungspartnerschaft" aus. Als weitere vertretungsberechtigte Partner sind neben dem Beklagten darin die Streithelfer jeweils unter ihrer niederländischen Berufsbezeichnung "Belastingadvies" oder "Belastingadviseur" angegeben. **Keiner der Partner wird im Steuerberaterverzeichnis der Bundessteuerberaterkammer als Steuerberater geführt.**

Die Klägerin hat den Beklagten auf **Unterlassung des Angebots von geschäftsmäßiger Steuerrechtshilfe durch die Zweigniederlassung der LLP in Deutschland** in Anspruch genommen.

Die Klage hatte in allen Instanzen Erfolg.

Urteil vom 10. Dezember 2020 - I ZR 26/20 - Steuerberater-LLP

§ 8 StBerG enthält ein **Werbeverbot** für Personen und Vereinigungen, die nicht zur geschäftsmäßigen Hilfeleistung in Steuersachen befugt sind.

Die LLP ist nach den Feststellungen des Berufungsgerichts nicht gemäß §§ 3, 3a, 4 und 6 Nr. 4 StBerG zur geschäftsmäßigen Hilfeleistung in Steuersachen befugt.

Dies verstößt nicht gegen die in Art. 49 AEUV garantierte Niederlassungsfreiheit.

Zwar liegt eine Beschränkung der Niederlassungsfreiheit der Beklagten im Sinne des Art. 49 AEUV vor. Diese Beschränkung ist allerdings durch zwingende Gründe des Allgemeininteresses gerechtfertigt, die durch die Regelungen des Steuerberatungsgesetzes in kohärenter und systematischer Weise verwirklicht werden.

Die Vorschriften des Steuerberatungsgesetzes über die Beschränkung der Steuerberatungstätigkeit auf bestimmte Personen und Gesellschaften, die nicht aufgrund der Staatsangehörigkeit diskriminieren, dienen dem zwingenden öffentlichen Interesse an der Einhaltung steuerlicher Regelungen, der Verhinderung von Steuerhinterziehung und dem Schutz der Verbraucher vor unqualifizierter Hilfeleistung.

Der BGH teilt nicht die im Aufforderungsschreiben zum Vertragsverletzungsverfahren Nr. 2018/2171 vom 19. Juli 2018 (C[2018] 4650 final, S. 11) wegen unzureichender Umsetzung der Richtlinie 2005/36/EG zum Ausdruck kommende Auffassung der Europäischen Kommission, die in § 4 StBerG vorgesehenen Ausnahmen von der Beschränkung der Erbringung von Hilfeleistung in Steuersachen stünden einer systematischen und kohärenten Zweckverfolgung entgegen.

Urteil vom 6. Mai 2021 - I ZR 167/20 - Vorsicht Falle

Die Klägerin ist ein Unternehmen, als dessen Geschäftsgegenstand im Handelsregister die Anzeigenvermittlung für Präventions-Medien eingetragen ist. Der Beklagte ist ein Verlag, der sich mit der Gewinnung von Anzeigenkunden für seine Publikationen befasst .

Der Beklagte erwirkte am 11. September 2013 ein Urteil des Landgerichts Bochum, mit dem die Klägerin unter Androhung von Ordnungsmitteln verurteilt wurde, verschiedene geschäftliche Handlungen zu unterlassen, und zwar die unaufgeforderte Telefonwerbung für Anzeigenaufträge, den Auftritt unter der Firma "POLIZEI-aktuell" in Werbeanrufen, die Werbung für Anzeigenaufträge unter der Bezeichnung "Redaktion POLIZEI-aktuell", die unzutreffende Behauptung eines früher erteilten Anzeigenauftrags in Werbeanrufen, die Versendung von Auftragsbestätigungen im Anschluss an eine Telefonwerbung mit nicht besprochenen Angaben über die Dauer des Auftrags und die Verbreitung der Anzeige oder die Versendung von Anzeigenrechnungen ohne Auftragserteilung.

Im Jahr 2018 warnte der Beklagte auf seiner Internetseite unter dem Menüpunkt "Vorsicht Falle" und der dortigen Rubrik "Anzeigenvermittlung" vor unlauteren Methoden von unseriösen Verlagen bei der Anzeigenwerbung.

Urteil vom 6. Mai 2021 - I ZR 167/20 - Vorsicht Falle

Sachverhalt (Forts.:

Im Anschluss führte er die Klägerin und das gegen sie erwirkte rechtskräftige Urteil des Landgerichts Bochum unter Wiedergabe des strafbewehrten Unterlassungstenors an und bat um Mitteilung bekannt gewordener Verstöße; zudem verwies er auf ein vom Landgericht Bochum in diesem Verfahren am 17. Juni 2015 festgesetztes Ordnungsgeld über 2.500 €:

Sitz:	
Objekt/Publication:	POLIZEI-aktuell
Maßnahmen des VDP:	Urteil LG Bochum vom 11.09.2013, rechtskräftig Die Anzeigenvermittlung für Präventions-Medien Adam UG (haftungsbeschränkt) – Beklagte – wurde unter Androhung von Ordnungsmittel verurteilt, es zu unterlassen, zu geschäftlichen Zwecken, a) Personen in Unternehmen anzurufen, um diese für Anzeigenaufträge zu werben, wenn zuvor kein geschäftlicher Kontakt zu dem Unternehmen bestanden hat und auch sonst nicht erkennbar ist, dass die angerufene Person mit dem Werbeanruf einverstanden ist, b) in Werbeanrufen nicht unter dem Firmennamen, sondern unter „POLIZEI-aktuell“ aufzutreten, c) im Anschluss an eine Telefonwerbung, Auftragsbestätigungen zu versenden, die Angaben über die Dauer des Auftrages und die Verbreitung der Anzeige enthalten, welche nicht in dem vorangegangenen Telefongespräch besprochen worden sind, d) in Werbeanrufen wahrheitswidrig zu behaupten, dass der Beklagten bereits früher von dem Kunden ein Anzeigenauftrag erteilt worden ist, e) für Anzeigenaufträge unter der Bezeichnung „Redaktion POLIZEI-aktuell“ zu werben, f) an Kunden Anzeigenrechnungen zu versenden, obwohl diese der Beklagten keinen Anzeigenauftrag erteilt haben. Außerdem ist die Beklagte hinsichtlich dieser Verstöße zur Auskunftserteilung verurteilt worden. Besucher unserer Website bitten wir, uns begangene Verstöße, die Ihnen bekannt geworden sind, unter Bezeichnung des Verstoßes und Angabe des Datums mitzuteilen. Teilerkenntnisurteil LG Lüneburg vom 7. Mai 2015, Ordnungsgeldfestsetzung i.H. von 2.500 € durch das LG Bochum vom 17.06.2015

Urteil vom 6. Mai 2021 - I ZR 167/20 - Vorsicht Falle

Klage, es zu unterlassen, den Namen der Klägerin im Internet im Zusammenhang mit dem Urteil vom 11. September 2013 zu veröffentlichen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. das Berufungsgericht hat sie abgewiesen. Die Revision der Klägerin hatte keinen Erfolg.

Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1 Satz 1, Abs. 3 Nr. 1 UWG unter dem Gesichtspunkt einer unlauteren Herabsetzung im Sinne von § 4 Nr. 1 UWG?

§ 4 UWG: Mitbewerberschutz

Unlauter handelt, wer

1. die Kennzeichen, Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft; (...)

Urteil vom 6. Mai 2021 - I ZR 167/20 - Vorsicht Falle

"Herabsetzung": sachlich nicht gerechtfertigte Verringerung der Wertschätzung des Mitbewerbers durch ein abträgliches Werturteil oder eine abträgliche wahre oder unwahre Tatsachenbehauptung; "Verunglimpfung" ist eine gesteigerte Form der Herabsetzung, die darin besteht, den Mitbewerber ohne sachliche Grundlage verächtlich zu machen

Erforderlich ist eine **Gesamtwürdigung**, die die Umstände des Einzelfalls wie insbesondere den Inhalt und die Form der Äußerung, ihren Anlass, den Zusammenhang, in dem sie erfolgt ist, sowie die Verständnismöglichkeit des angesprochenen Verkehrs berücksichtigt. Dabei kommt es maßgeblich auf die Sicht des durchschnittlich informierten und verständigen Adressaten der Werbung an.

OLG: Veröffentlichung des Urteils sei der Wertschätzung der Kl. abträglich; Gesamtwürdigung gegen aufgrund des bestehenden Allgemeininteresses aber zugunsten des Bekl. aus; aktueller Bezug zum Geschäftsgegenstand der Klägerin gegeben, weil diese sich auch künftig mit der Vermittlung von Anzeigenkunden befassen könne. Das hat der BGH gebilligt.

Ein hinreichender Anlass für die Veröffentlichung eines gegen einen Mitbewerber erwirkten Urteils unter seiner namentlichen Nennung kann bestehen, wenn die angesprochenen Verkehrskreise ein schutzwürdiges Interesse an der Information über die untersagten unlauteren Geschäftsmethoden des Mitbewerbers haben und eine Aufklärung angezeigt ist, um sonst drohende Nachteile bei geschäftlichen Entscheidungen von ihnen abzuwenden.

Urteil vom 1. Juli 2021 - I ZR 137/20 - Kaffeebereiter

Die in der Schweiz ansässige Klägerin ist Herstellerin eines Kaffeebereiters. Dieser Kaffeebereiter wird von der Klägerin seit Jahrzehnten vermarktet. In Deutschland werden hiervon jährlich über 20.000 Stück verkauft. In den Jahren 2005 und 2009 vertrieb die Klägerin unter der **Zweitmarke** "Melior" identisch gestaltete Kaffeebereiter.

Die Beklagte zu 1, deren Geschäftsführer der Beklagte zu 2 ist, bot Kaffeebereiter auf ihrer Internetseite www.bestbrew-world.de in zwei Größen (300 ml und 600 ml) an. Die Produkte der Parteien sind nachfolgenden eingeblendet:



Urteil vom 1. Juli 2021 - I ZR 137/20 - Kaffeebereiter

Der Kaffeebereiter der Beklagten wird in einer Kartonverpackung vertrieben, auf deren Vorderseite außer einer Zeichnung des Kaffeebereiters und der Bezeichnung "Cafe Press Wood" die Angabe "HARIO" zu sehen ist; auf der Unterseite der Kartonverpackung ist ein Aufkleber angebracht, auf dem unter der Überschrift "Inverkehrbringer" die Wörter "BESTbrew", "Kaffeezubereiter" sowie der Name und die Anschrift des Beklagten zu lesen sind.

Die Klägerin hält den von der Beklagten angebotenen Kaffeebereiter für eine wettbewerbswidrige Nachahmung ihres Kaffeebereiters und hat die Beklagten auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Die dagegen gerichtete Berufung der Beklagten hat das Berufungsgericht zurückgewiesen. Der BGH hat das Berufungsurteil aufgehoben und die Sache an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Der Vertrieb einer Nachahmung kann nach § 4 Nr. 3 UWG wettbewerbswidrig sein, wenn das nachgeahmte Produkt wettbewerbliche Eigenart aufweist und besondere Umstände hinzutreten, aus denen die Unlauterkeit folgt.

§ 4 UWG: Mitbewerberschutz

Unlauter handelt, wer

3. Waren oder Dienstleistungen anbietet, die eine Nachahmung der Waren oder Dienstleistungen eines Mitbewerbers sind, wenn er
 - a) eine vermeidbare Täuschung der Abnehmer über die betriebliche Herkunft herbeiführt,
 - b) die Wertschätzung der nachgeahmten Ware oder Dienstleistung unangemessen ausnutzt oder beeinträchtigt (...)

Urteil vom 1. Juli 2021 - I ZR 137/20 - Kaffeebereiter

Das Berufungsgericht hat mit Recht angenommen, dieser Kaffeebereiter verfüge aufgrund seiner Gestaltung über wettbewerbliche Eigenart, die unter Berücksichtigung der Dauer und des Umfangs des Vertriebs als wenigstens durchschnittlich einzustufen sei.

Der Kläger, der wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutz beansprucht, hat zu seinem Produkt und dessen Merkmalen, die seine wettbewerbliche Eigenart begründen, konkret vorzutragen. Hat er diesen Anforderungen genügt, trifft den Beklagten die Darlegungs- und Beweislast für die Tatsachen, die das Entstehen der an sich gegebenen wettbewerblichen Eigenart hindern oder eine an sich bestehende wettbewerbliche Eigenart schwächen oder entfallen lassen. Danach ist es Sache des Beklagten, zum wettbewerblichen Umfeld des in Rede stehenden Produkts vorzutragen und die Marktbedeutung von Produkten darzulegen, mit denen er die wettbewerbliche Eigenart des nachgeahmten Produkts in Frage stellen will.

Die Revision wendet sich mit Erfolg gegen die Beurteilung des Berufungsgerichts, der Annahme wettbewerblicher Eigenart des Kaffeebereiters der Klägerin stehe sein Vertrieb unter dem Zweitkennzeichen "Melior" nicht entgegen.

Die Beklagten sind grundsätzlich darlegungs- und beweisbelastet für den Umstand sind, dass der Kaffeebereiter der Klägerin in nennenswertem Umfang unter einer fremden Kennzeichnung oder unter einer Zweitmarke vertrieben worden ist. Da der Vertrieb unter einem Zweitkennzeichen feststeht und die Beklagten zum Umfang dieses Vertriebs nicht in vollem Umfang aus eigener Anschauung vortragen können, obliegt es der Klägerin aufgrund ihrer sekundären Darlegungslast, hierzu vorzutragen. Dies ist nicht in erforderlichem Umfang erfolgt.

Urteil vom 1. Juli 2021 - I ZR 137/20 - Kaffeebereiter

Das Berufungsgericht hat bei der Frage, ob das klägerische Produkt seine wettbewerbliche Eigenart infolge seines Vertriebs unter einer Zweitmarke verloren hat, rechtsfehlerhaft auf den Zeitpunkt seiner Entscheidung im Jahr 2020 abgestellt. Bei der Prüfung, ob durch eine Nachahmung eine **vermeidbare Herkunftstäuschung** hervorgerufen wird, ist auf den **Zeitpunkt der Markteinführung der Nachahmung** abzustellen. Daraus ergibt sich, dass dieser Zeitpunkt auch für die Prüfung der Frage maßgeblich ist, ob die an sich gegebene wettbewerbliche Eigenart des klägerischen Produkts durch einen Vertrieb unter einem Zweitkennzeichen entfallen ist. Die wettbewerbliche Eigenart muss grundsätzlich im Zeitpunkt des Angebots der Nachahmung auf dem Markt noch bestehen. Zum Zeitpunkt der Markteinführung des von der Beklagten vertriebenen Produkts hat das Berufungsgericht keine Feststellungen getroffen. Es hat auch nicht festgestellt, zu welchem Zeitpunkt das Internetangebot der Beklagten abrufbar war.

Das Berufungsgericht ist davon ausgegangen, dass ein Verstoß gegen die Grundsätze des lauterkeitsrechtlichen Nachahmungsschutzes unter dem Gesichtspunkt der vermeidbaren Täuschung über die betriebliche Herkunft nach § 4 Nr. 3 Buchst. a UWG gegeben ist. Auch diese Beurteilung hat der BGH nicht gebilligt.

Urteil vom 11. Februar 2021 - I ZR 126/19, GRUR 2021, 746 - Dr. Z

Der Kläger ist ein zahnärztlicher Bezirksverband. Zu seinen satzungsgemäßen Aufgaben gehören unter anderem die Vertretung der Interessen der Zahnärzte, die Wahrung des Berufs- und Werberechts, die Überwachung der Berufspflichten und die Ahndung von Verstößen.

Die Beklagte ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) mit Sitz in D. . Ihr alleiniger Gesellschafter und Geschäftsführer, Dr. A. B. , ist ein in F. niedergelassener promovierter Zahnarzt. Sie betreibt zahnmedizinische Versorgungszentren, unter anderem eines in R. unter der Bezeichnung "Dr. Z Medizinisches Versorgungszentrum R. ". Dort war zwischen Dezember 2016 und Februar 2017 kein promovierter Zahnarzt tätig.

Briefkasten- und Praxisschilder sahen wie folgt aus:



Urteil vom 11. Februar 2021 - I ZR 126/19, GRUR 2021, 746 - Dr. Z

Der Kläger begehrt Unterlassung hinsichtlich

1. des **Betriebs des in R. betriebenen zahnmedizinische Versorgungszentrums** unter verschiedenen Bezeichnungen mit dem Bestandteil "Dr. Z" sofern **kein Zahnarzt/keine Zahnärztin** als Erbringer/in zahnärztlicher Leistungen tätig ist, **der/die einen Dokortitel erworben hat** (Antrag 1)
2. die **Firmierung** auf an dem Gebäude des Zentrums in R. angebrachten Schildern mit dem Bestandteil "Dr. Z", sofern in dem Medizinischen Versorgungszentrum kein Zahnarzt/keine Zahnärztin als Erbringer/in zahnärztlicher Dienstleistungen tätig ist, der/die zur Führung eines Doktorgrades befugt ist.

Das Landgericht hat der Klage stattgegeben. Das Berufungsgericht hat sie abgewiesen.

Der BGH hat das Berufungsurteil hinsichtlich der Abweisung des Antrags 1 aufgehoben und die Sache zurückverwiesen, im Übrigen hat er die Revision des Klägers zurückgewiesen.

Urteil vom 11. Februar 2021 - I ZR 126/19, GRUR 2021, 746 - Dr. Z

Klageantrag 1 (Bezeichnung des Zentrums): Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG?

- Unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers: Dokortitel
- Würdigung des OLG hält der rechtl. Prüfung nicht stand
 - Dokortitel wird im Verkehr (weiterhin) als Nachweis einer besonderen wissenschaftlichen Qualifikation angesehen, die über den Hochschulabschluss hinausgeht; im gesundheitl. Bereich gelten zudem besonders strenge Anforderungen für den Ausschluss der Irreführungsgefahr
 - Verkehrserwartung bezieht sich nicht auf kaufmännische Mitbestimmung durch promovierten Gesellschafter im Trägerunternehmen, sondern auf medizinische Leitung des Versorgungszentrums durch promovierten Zahnarzt
 - Zahnärzte treten üblicherweise unter ihrem Namen auf; Dr. Z wird vor diesem Hintergrund nicht als Fantasiebezeichnung, sondern als Abkürzung für eine promovierte Person verstanden
 - Gestaltungselemente sind als mögliche aufklärende Hinweise zu berücksichtigen
 - Bildmarke reicht insoweit nicht aus
 - Sehr wohl aber Zusatz „Zahnärztliche Leitung: E.T.“, der aber nur auf dem Praxisschild, nicht auf Klingel und Briefkasten enthalten ist
 - Feststellungen dazu, ob räumlicher Zusammenhang von Klingel- und Briefkastenschild mit Praxisschild eine Irreführung ausschließt, fehlen

Urteil vom 11. Februar 2021 - I ZR 126/19, GRUR 2021, 746 - Dr. Z

Klageantrag 2 (Firma): Verstoß gegen § 5 UWG?

- Vom OLG nicht gesondert geprüft

- Verbot scheidet schon deshalb aus, weil Antrag auch erlaubte Verhaltensweisen umfasst
 - Für die Zulässigkeit der Firma des Trägerunternehmens ist irrelevant, ob ein promovierter Zahnarzt zahnärztliche Leistungen erbringt
 - Es kommt vielmehr darauf an, ob das Trägerunternehmen von einem promovierten Zahnarzt geleitet wird

Urteil vom 5. November 2020 - I ZR 204/19, GRUR 2021, 513 - Sinupret

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, zu denen auch Arzneimittelhersteller zählen, gehört. Die Beklagte stellt das apothekenpflichtige Arzneimittel Sinupret® extract (Sinupret) her, das für das Anwendungsgebiet "bei akuten, unkomplizierten Entzündungen der Nasennebenhöhlen (akute, unkomplizierte Rhinosinusitis)" zugelassen ist. Die Fachinformation enthält unter Ziffer 5.1 zu den pharmako-dynamischen Eigenschaften dieses Arzneimittels unter anderem folgende Angaben:

„Klinische Studien:

In einer doppelblinden, Placebo-kontrollierten klinischen Studie wurden 386 Patienten in zwei Gruppen randomisiert, 194 Patienten in die Gruppe mit 480 mg Wirkstoff und 192 Patienten in die Placebo Gruppe. Ziel der Studie war die Prüfung der Wirksamkeit und Verträglichkeit von Sinupret extract im Vergleich zu Placebo in einer 2-wöchigen Behandlung von Patienten mit akuter (viraler) Rhinosinusitis. Das Hauptzielkriterium, der MSS (Major Symptom Score aus nasaler Sekretion, retronasaler Sekretion, Verstopfung der Nase, Kopfschmerz, Gesichtsschmerz/-druck) in den Behandlungsgruppen an Visite 5 (FAS) betrug 2,38 + 2,54 Punkte für Verum und 3,41 + 3,36 Punkte für Placebo. Der Gruppenunterschied war statistisch signifikant ($p = 0,008$) und erreichte die als klinisch relevant definierte Punktzahl von mindestens einem Punkt. ...

In einem Kaninchen-Modell konnte eine sekretolytische Wirkung von Sinupret Tropfen beobachtet werden. **Darüber hinaus zeigte sich im Carrageenin-Ödem-Test an der Rattenpfote eine entzündungshemmende Wirkung.** Sinupret hemmte die Vermehrung von verschiedenen Atemwegsviren, wie Rhinoviren (HRV14), Adenoviren und RS (respiratory syncytial-)Viren in-vitro und zeigte in Mäusen eine Verringerung der Mortalitätsrate nach Infektion mit dem Parainfluenzavirus. **Zur klinischen Relevanz dieser Ergebnisse liegen bisher keine human-pharmakologischen Untersuchungen vor.“**

Urteil vom 5. November 2020 - I ZR 204/19, GRUR 2021, 513 - Sinupret

Die Beklagte warb in der Ausgabe Dezember 2017 in einer Anzeige in der Zeitschrift "PTAheute - Zeitschrift der Deutschen Apotheker Zeitung für PTA", die sich an pharmazeutisch-technische Assistenten (PTA) wendet, unter anderem mit folgenden Aussagen für dieses Produkt:

Außerdem wirkt das Produkt **entzündungshemmend**.

Dajana: Moment! Aber die Ursache bei Schnupfen und Nasennebenhöhlenentzündung sind doch in aller Regel Viren.

Diana: Ja genau! Die hochkonzentrierte 5-Pflanzen Kombination **wirkt auch antiviral**. Meist hat man bei Viruserkrankungen ja nur die Möglichkeit symptomatisch zu behandeln. Hier kann man aber sogar beides. Der Extrakt löst den zähen, festsitzenden Schleim und lässt durch seine entzündungshemmende Wirkung die Schleimhaut abschwellen.

Die Klägerin hat die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch genommen. Die Klage hatte in allen Instanzen Erfolg.

Urteil vom 5. November 2020 - I ZR 204/19, GRUR 2021, 513 - Sinupret

Verstoß gegen § 3a UWG iVm § 3 HWG?

§ 3 HWG

Unzulässig ist eine irreführende Werbung. Eine Irreführung liegt insbesondere dann vor,

1. wenn Arzneimitteln, Verfahren, Behandlungen, Gegenständen oder anderen Mitteln eine therapeutische Wirksamkeit oder Wirkungen beigelegt werden, die sie nicht haben, (...)

OLG: Irreführende Werbung, da Werbeaussagen nicht durch Fachinformation und dort zitierte Studien belegt sind. Die Aussage über entzündungshemmende und antivirale Wirkung wird vom angesprochenen allgemeinen Verkehr als Aussage über die therapeutische Wirksamkeit verstanden.

Diese Würdigung hält der rechtl. Nachprüfung stand

- Wortlaut der Zulassung erstreckt sich auf Anwendung „bei ...Entzündungen“, nicht auf Anwendung „gegen Entzündungen“
- Doppelblinde, placebokontrollierte, randomisierte klinische Studie belegt nur symptomatische Wirkung, nicht aber kausale Wirkung gegen Viren und Entzündungen
- Entzündungshemmende und antivirale Wirkung haben Studien am Kaninchenmodell und an der Rattenpfote ergeben; die Werbung lässt aber nicht erkennen, dass insoweit keine humanpharmakologischen Studien, sondern nur Tierversuche vorliegen
- Dem von der Bekl. im Prozess angebotenen Sachverständigenbeweis war nicht nachzugehen
- Ein erst nachträglich eingeholtes Gutachten könnte nämlich den Vorwurf nicht entkräften, mit einer im Zeitpunkt der Werbung nicht belegten Aussage geworben zu haben

Urteil vom 5. November 2020 - I ZR 204/19, GRUR 2021, 513 - Sinupret

Eine Werbung, die einem Arzneimittel aus Sicht eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Werbeadressaten eine therapeutische Wirksamkeit oder Wirkungen bei einer Anwendung am Menschen beilegt (hier eine entzündungshemmende und antivirale Wirkung bei der Behandlung von Patienten mit akuten, unkomplizierten Entzündungen der Nasennebenhöhlen), ist nach § 3 Satz 1 und 2 Nr. 1 HWG irreführend und unzulässig, wenn sie nicht gesicherter wissenschaftlicher Erkenntnis entspricht, weil sie allein auf Angaben in der Fachinformation gestützt wird, wonach sich diese Wirkungen zwar bei Tests an tierischen Organismen (hier einer Rattenpfote) und außerhalb lebender Organismen (in vitro) gezeigt haben, aber bisher keine humanpharmakologischen Untersuchungen zur klinischen Relevanz dieser Ergebnisse vorliegen.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20 - Vorstandsabteilung

Die Klägerin und die Beklagte bieten Rechtsanwaltsdienstleistungen an.

Auf der von der Beklagten betriebenen Internetseite www. .de war am 29. Mai 2018 auf der Unterseite "Anwälte" und der Rubrik "S. F. " und dort unter der Überschrift "Besondere Aktivitäten" aufgeführt: **Mitglied der Vorstandsabteilung XII (Vermittlungen) der Rechtsanwaltskammer München.**

Die Beklagte war seit 2012 nicht mehr Mitglied der Vorstandsabteilung XII der Rechtsanwaltskammer München.

Die Klägerin hält die angegriffene Angabe für eine unlautere irreführende Angabe und hat die Beklagte auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Das Berufungsgericht hat die Berufung der Klägerin zurückgewiesen.

Der BGH hat auf die Revision der Klägerin das Berufungsurteil aufgehoben und die Beklagte im Wesentlichen antragsgemäß verurteilt.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20 - Vorstandsabteilung

Unterlassungsanspruch gem. § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3 Abs. 1, § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG

- Geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG (+)
- Zur Täuschung geeignete Angabe über den Umfang von Mitgliedschaften der Beklagten im Sinne des § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG (+)
- OLG: Es fehle an der Relevanz
 - Mitgliedschaft in der Vorstandsabteilung XII (Vermittlungen) der Rechtsanwaltskammer München berühre eine Tätigkeit, die für einen Rechtssuchenden in der Regel nicht von Interesse sei, weil es dabei um Vermittlung in Streitigkeiten nicht zwischen Mandanten und deren Gegnern, sondern zwischen Rechtsanwälten oder Rechtsanwälten und ihren eigenen Mandanten gehe.
 - Zudem sei die Bekl. in der Vergangenheit tatsächlich Mitglied in der genannten Vorstandsabteilung gewesen. Dies habe die Beklagte durch Vorlage der Mitteilungen der Rechtsanwaltskammer München vom Januar 2011 substantiiert und detailreich vorgetragen. Demgegenüber sei das Bestreiten der Klägerin substanzlos und daher unbeachtlich.
 - Wenn es einem Verbraucher als potentiellen Mandanten überhaupt darauf ankommen sollte, dass ein zu beauftragender Rechtsanwalt in diese Vorstandsabteilung berufen worden sei, sei dies im Falle der Beklagten insoweit zutreffend, als sie in der Vergangenheit diesem Gremium angehört habe. Es erscheine nahezu ausgeschlossen, dass es einem potentiellen Mandanten auch auf die gegenwärtige Abteilungsmemberschaft ankommen könne.

Urteil vom 22. Juli 2021 - I ZR 123/20 - Vorstandsabteilung

BGH: Beurteilung des OLG hat wegen fehlerhafter Würdigung des Parteivortrags keinen Bestand

- OLG hat der Kl. zu Unrecht eine gesteigerte Behauptungslast hinsichtlich der Mitgliedschaft der Bekl. in der Vorstandsabteilung auferlegt.
- Im Ausgangspunkt liegen Umstände, die gegen eine geschäftliche Relevanz des beanstandeten Verhaltens sprechen, in der Darlegungs- und Beweislast der Bekl.
- Nach den Regeln der gestuften Darlegungslast (vgl. § 138 Abs. 2 ZPO), hängen die Anforderungen an die Substantiierungslast des Bestreitenden zunächst davon ab, wie substantiiert der darlegungspflichtige Gegner vorgetragen hat. In der Regel genügt gegenüber einer Tatsachenbehauptung der darlegungspflichtigen Partei (hier der Beklagten) das einfache Bestreiten des Gegners (hier der Klägerin). Ob und inwieweit die nicht darlegungsbelastete Partei ihren Sachvortrag substantiiieren muss, lässt sich nur aus dem Wechselspiel von Vortrag und Gegenvortrag bestimmen.
- Eine Rechtsanwaltsgesellschaft, die gegen eine Rechtsanwältin wegen der als unzutreffend beanstandeten Behauptung einer derzeitigen Mitgliedschaft in der Vorstandsabteilung für Vermittlungen einer Rechtsanwaltskammer Klage erhoben hat, kann den Vortrag der Beklagten, zu einem früheren Zeitpunkt Mitglied dieser Vorstandsabteilung gewesen zu sein, gemäß § 138 Abs. 4 ZPO wirksam mit Nichtwissen bestreiten.
- Würdigung des Berufungsgerichts hat auch dann keinen Bestand, wenn die Behauptung der Beklagten zu ihrer früheren Mitgliedschaft in der Vorstandsabteilung als richtig unterstellt wird.

BGH entscheidet durch und verurteilt die Beklagte zur Unterlassung.

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I

Der Kläger ist ein eingetragener Verein zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Zu seinen satzungsmäßigen Aufgaben gehört die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder.

Die Beklagte ist als sogenannte Influencerin auf Instagram tätig und unterhält unter dem Namen "ohhcouture" einen Account, der von ihr überwiegend kommerziell genutzt wird und im Mai 2018 von 1,7 Millionen registrierten Nutzern dieser Internetplattform abonniert war. Dort veröffentlicht die Beklagte regelmäßig Bilder von sich selbst mit kurzen Begleittexten zu den Themen Beauty, Mode, Lifestyle und Reisen.

Die Beiträge der Beklagten sind mit Hinweisen auf die Hersteller der im Bild getragenen Kleidung oder sonstiger abgebildeter Objekte versehen. Diese sind teilweise "getagt", das heißt, **die Beklagte hat durch Platzierung sogenannter "Tap Tags" ihr veröffentlichtes Bild mit Nutzerprofilen von Unternehmen oder Marken auf Instagram verlinkt. Klickt man auf das Bild, so erscheinen die Herstellernamen am jeweils abgebildeten Kleid, Accessoire usw. Klickt man nunmehr auf den Namen des Unternehmens, so wird man auf dessen Instagram-Account weitergeleitet.** Von dort gelangt man **durch einen weiteren Klick auf dessen Internetseite.** Von einem dieser Unternehmen hat die Beklagte eine Gegenleistung erhalten. Ein Hinweis darauf, dass es sich bei diesen "Tap Tags" um Werbung handelt, erfolgte nicht.

Der Kläger sieht darin unzulässige Schleichwerbung.

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I

Antrag: ...es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in sozialen Medien, beispielsweise in dem sozialen Medium "Instagram", unter Abbildung einer Person (Bezeichnung "ohhcouture") kommerzielle Inhalte vorzustellen, ohne den kommerziellen Zweck der Veröffentlichung zu verdeutlichen, sofern er sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, indem dies geschieht durch Veröffentlichung von Beiträgen wie folgt:

- mit der Abbildung einer Person (z.B. unter der Bezeichnung "ohhcouture") = 1. Ansicht,
- nach Aufruf der 1. Ansicht durch einen Klick des Anzeigers des Namens von einem oder mehreren Unternehmen (oder Marken) auf der gleichen Seite = 2. Ansicht

und

- durch einen weiteren Klick auf die eingeblendeten Namen der/des Unternehmen/s (oder Marken), dessen (deren) Namen bei der 2. Ansicht ins Bild gekommen ist/sind, Weiterleitung auf den jeweiligen Account der/des Unternehmens = 3. Ansicht,

ohne die 1. oder 2. Ansicht als kommerzielle Veröffentlichung zu kennzeichnen, jeweils wenn dies geschieht wie durch das Anlagenkonvolut K 3 wiedergegeben.

Die Klage hatte in allen Instanzen Erfolg.

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I

Auszug aus
Anlage K 4:



Instagram

lu_coaching • Folgen
Göttingen

lu_coaching LU SAGT DANKE!
|| Die meine Instastory schauen, wissen bereits von meiner neuen Aktion: In Zukunft werde ich mir immer mal wieder eine Person raus picken, die wirklich immer fleißig kommentiert bzw. ein 🍷 drückt, und mich mit einem kleinen Überraschungs-Paket für ihren Support bedanken. Denn das weiß ich einfach so extrem zu schätzen und ist nicht selbstverständlich!!! Zudem ist es nunmal Euer Feedback, was mich tagtäglich motiviert weiterzumachen - motiviert, immer wieder neuen Content zu produzieren. Wie sagt man so schön: Es ist ein #gebenundnehmen! Und nur so macht das Leben doch erst Spaß und vor allem glücklich
Heute konnte ich zumindest der lieben @jane_schwane eine Freude bereiten und sie erhält unter anderem die neue neue

Gefällt 5.242 Mal

Kommentare anzeigen

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I



Instagram



lu_coaching - Folgen
Göttingen

motiviert weiterzumachen - motiviert, immer wieder neuen Content zu produzieren. Wie sagt man so schön: Es ist ein #gebenundnehmen! Und nur so macht das Leben doch erst Spaß und vor allem glücklich

Heute konnte ich zumindest der lieben @jana_schwane eine Freude bereiten und sie erhält unter anderem die ganz neue Raspberry Jam von Rocka (*Werbung: gibt's ab morgen neu im Shop).

Ich hoffe Euch gefällt die Aktion? Wünsche Euch auf jeden Fall noch einen zauberhaften Abend und ps: morgen kommt ein neues Insta-Projekt online! #FromDreamToSuccess #TeamLu

Weitere Kommentare laden

active_nadine Das ist ja eine tolle Idee

bonjour.mon.amis @lu_coaching ich hab sie direkt zweimal bestellt 😊



Gefällt 5.242 Mal

11. SEP 2021

Kommentar hinzufügen

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I



Suchen



rockanutrition

Folgen



...

2.654 Beiträge

88,2k Abonnenten

23 abonniert

Rocka Nutrition

Supplements & Food

♥ SMACKTASTIC

😊 YUM YUM

— SCIENCE BASED

🏆 8x DLG-PRÄMIERT

DEUTSCH

Shop now! ↗

rockanutrition.de



Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I

Anspruch gem. § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3 Abs. 1, § 5a Abs. 6 UWG

Instagram-Beiträge als geschäftliche Handlungen?

- Berufungsgericht: Vermutung für Wettbewerbsförderungsabsicht, wenn Handlungen zur Förderung des Wettbewerbs geeignet; auch die objektiven Umstände sprächen für eine gewerbliche Zielsetzung der Bekl. (gewerbliches Handeln, Förderung des Absatzes des über ihre Webseite verfügbaren Angebots, Erhalt einer Gegenleistung oder die Absicht, Umsätze mit Drittunternehmen zu generieren)

§ 2 UWG: Definitionen (Fassung bis 27.5. 2022)

(1) Im Sinne dieses Gesetzes bedeutet

1. „geschäftliche Handlung“ jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt; als Waren gelten auch Grundstücke, als Dienstleistungen auch Rechte und Verpflichtungen; (...)

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I

Instagram-Beiträge als geschäftliche Handlungen

- **Förderung des eigenen Unternehmens der Bekl.**

- Bekl. betreibt ein Unternehmen
 - Eine gewerbliche Tätigkeit setzt ein selbständiges und planmäßiges, auf eine gewisse Dauer angelegtes Anbieten entgeltlicher Leistungen am Markt voraus.
 - Auch Influencer, die (wie die Bekl.) selbst Waren oder Dienstleistungen vertreiben oder das eigene Image vermarkten und durch Werbeeinnahmen kommerzialisieren, betreiben ein Unternehmen.
- Veröffentlichung zugunsten Rocka Nutrition („Raspberry Jam“) ist schon deshalb geschäftliche Handlung, weil die Bekl. hierfür ein Entgelt von diesem Drittunternehmen erhalten hat, so dass die Handlung mit dem Zweck der Durchführung eines Vertrags zugunsten des eigenen Unternehmens der Bekl. erfolgte.
- Veröffentlichung redaktioneller Beiträge in einem Instagram-Profil, das zur Steigerung des Absatzes von Waren oder Dienstleistungen der Influencerin oder ihres Werbewerks geeignet ist, ändern den Charakter als geschäftliche Handlung nicht, weil sie in dieser Konstellation vorrangig dem Ziel dient, geschäftliche Entscheidungen von Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern in Bezug auf Produkte des eigenen Unternehmens zu beeinflussen.

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I

Instagram-Beiträge als geschäftliche Handlungen

- **Förderung eines fremden Unternehmens**
 - "Tap Tag", der zum Instagram-Profil des Unternehmens Rocka Nutrition führte, ist geschäftliche Handlung zugunsten dieses Unternehmens.
 - Erhält ein Influencer für einen werblichen Beitrag eine Gegenleistung, stellt diese Veröffentlichung ohne Weiteres eine geschäftliche Handlung zugunsten des beworbenen Unternehmens dar.
 - Erhält eine Influencerin für einen in sozialen Medien veröffentlichten Beitrag mit Bezug zu einem Drittunternehmen keine Gegenleistung, stellt diese Veröffentlichung eine geschäftliche Handlung zugunsten des Drittunternehmens dar, wenn der Beitrag nach seinem Gesamteindruck übertrieben werblich ist, also einen werblichen Überschuss enthält, so dass die Förderung fremden Wettbewerbs eine größere als nur eine notwendigerweise begleitende Rolle spielt

Urteil vom 9. September 2021 - I ZR 90/20 - Influencer I

Verstoß gegen § 5a Abs. 6 UWG durch Handlung zugunsten des Unternehmens Rocka Nutrition

§ 5a Abs. 6 UWG

Unlauter handelt auch, **wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht**, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt, und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

- Kommerzieller Zweck ist gegeben
- Kenntlichmachung nicht entbehrlich
 - Entbehrlich, wenn das äußere Erscheinungsbild so gestaltet wird, dass die Verbraucher den kommerziellen Zweck klar und eindeutig auf den ersten Blick erkennen können (auch einer „Anlockwirkung“ soll vorgebeugt werden).
 - Dass Verbraucher vom eigennützigem Handeln der Influencerin wissen, reicht nicht aus; auch eine etwaige Drittwerbung muss erkennbar sein.
- Veranlassung einer geschäftlichen Entscheidung
 - Befassung mit dem „Tap Tag“ („erster Klick“) ist noch keine geschäftl. Entscheidung, sehr wohl aber das Anklicken des Links im „Tap Tag“.
 - Nichtkenntlichmachung ist geeignet, den Nutzer zum Klick auf den „Tap Tag“ zu veranlassen (Verbraucher steht erkennbarer Werbung kritischer gegenüber).