



Landgericht Berlin

Im Namen des Volkes

Urteil

Geschäftsnummer: 102 O 3/16

verkündet am : 9. Februar 2016
[REDACTED] Justizhauptse-
kretärin

In dem Rechtsstreit

[REDACTED]

Antragstellers,

- Verfahrensbevollmächtigte:

[REDACTED]

g e g e n

[REDACTED]

Antragsgegnerin,

- Verfahrensbevollmächtigte:
Rechtsanwälte SNP Schlawien,
Kaiser-Joseph-Straße 260, 79098 Freiburg,-

hat die Kammer für Handelssachen 102 des Landgerichts Berlin in Berlin - Mitte, Littenstraße 12-17, 10179 Berlin, auf die mündliche Verhandlung vom 9. Februar 2016 durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht Pade und die Handelsrichter Engler und Schuster

f ü r R e c h t e r k a n n t :

1. Der Antrag vom 5. Januar 2016 auf Erlass einer einstweiligen Verfügung wird zurückgewiesen.

2. Der Antragsteller hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Dem Antragsteller wird nachgelassen, die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe des beizutreibenden Betrages abzuwenden, wenn nicht die Antragsgegnerin vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Tatbestand:

Der Antragsteller nimmt die Antragsgegnerin wegen behaupteter Verstöße gegen gesetzliche Informationspflichten sowie irreführender Kennzeichnung ihrer Waren im Wege der einstweiligen Verfügung auf Unterlassung in Anspruch.

Die Parteien verkaufen über das Internet unter anderem Druckertinte für Großformatsysteme sowie Zubehör und Ersatzteile für die entsprechenden Drucker.

Der Antragsteller beauftragte am 5. November 2011 seinen Mitarbeiter, Herrn [REDACTED] über den Internetshop der Antragsgegnerin eine Testbestellung vorzunehmen.

Dieser bestellte daraufhin zwei Flaschen Sublimationstinte, welche am 17. November 2015 an ihn ausgeliefert wurden. Bis zum Abschluss des Bestellvorgangs fand sich im Onlineshop der Antragsgegnerin keine Widerrufsbelehrung für Verbraucher. Darüber hinaus fanden sich über die Preisangabe zu den einzelnen verpackten Produkten weder Angaben über deren Grundpreis noch war zu erkennen, ob es sich bei dem genannten Verkaufspreis um den Gesamtpreis einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile handelte. Schließlich fehlte eine Information darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss gespeichert wird und dieser dem Kunden zugänglich ist.

Die Antragsgegnerin stellte dem Käufer nach einer entsprechenden Anfrage zudem zu einer 500 ml Flasche „Sublimable Ink“ ein Sicherheitsdatenblatt zur Verfügung, welches das Gefahrenpiktogramm „orangefarbenes Quadrat mit schwarzem Kreuz“ enthielt. Auf dem Etikett des Produkts war die entsprechende Kennzeichnung dagegen nicht vorhanden.

Im Internetshop der Antragsgegnerin wurden weitere Produkte zum Kauf angeboten, deren Umverpackung dieses Kennzeichen aufwies, ohne dass vor dem Kauf eine Ansicht des Etiketts oder der konkreten Gefahreneigenschaften möglich war.

Der Antragsteller nahm dies zum Anlass, die Antragsgegnerin daraufhin mit Schreiben vom 10. Dezember 2015 abmahnen und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auffordern. Die Antragsgegnerin reagierte hierauf mit Schreiben ihrer Prozessbevollmächtigten vom 17. Dezember 2015, mit dem sie zu einem – hier nicht streitgegenständlichen - Punkt der Abmahnung eine Unterlassungserklärung abgab, die Abmahnung im Übrigen aber als unbegründet zurückwies.

Der Antragsteller behauptet, im Internetshop der Antragsgegnerin habe im Zeitpunkt der von ihm veranlassten Testbestellung keinerlei Kontrolle stattgefunden, ob der Verkauf an einen Unternehmer oder einen Verbraucher erfolge. Soweit die Antragsgegnerin zu Kontrollmaßnahmen vortrage, seien diese im Fall der von Herrn [REDACTED] durchgeführten Bestellung nicht zum Tragen gekommen und in der Sache ohnehin unzureichend.

Daneben habe die Antragsgegnerin nach Ansicht des Antragstellers auch nicht eindeutig und gezielt darauf hingewiesen, dass ihre Angebote sich ausschließlich an Unternehmer richteten. Die vorhandenen Hinweise seien nicht ausreichend und zu klein gehalten. Das Eingabefeld mit dem Firmennamen sei nicht als Pflichtangabe ausgestaltet gewesen, wobei eine Kontrolle lediglich der angegebenen Firma ohnehin nicht ausreichend sein könne.

Die Antragsgegnerin sei aus diesem Grunde verpflichtet gewesen, die einschlägigen Verbraucherschutzbestimmungen einschließlich des Hinweises auf Gefahreigenschaften nach Art. 48 Abs. 2 der CLP-Verordnung zu beachten.

Der Antragsteller vertritt weiter die Auffassung, die Antragsgegnerin habe gegen das Irreführungsverbot des § 5 UWG verstoßen, indem für ein nach ihrer Einlassung nicht gesundheitsgefährdendes Produkt ein Sicherheitsdatenblatt zur Verfügung gestellt habe, welches ein Gefahrenpiktogramm enthalten habe. Für den Empfänger der Ware sei unklar, ob die Tinte nun gesundheitsgefährdend sei oder nicht. Fehlerhafte Angaben über die stoffliche Zusammensetzung eines Produktes seien regelmäßig als irreführend anzusehen.

Der Antragsteller beantragt,

der Antragsgegnerin bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,- EUR, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu untersagen,

1. im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Fernabsatz gegenüber Verbrauchern zur Abgabe von Angeboten aufzufordern oder Ware anzubieten, wenn nicht über das gesetzliche Widerrufsrecht für Verbraucher belehrt wird, wenn dies geschieht wie aus Anlage ■■■■■ und ■■■■■ ersichtlich;
2. im geschäftlichen Verkehr gewerbs- oder geschäftsmäßig gegenüber Verbrauchern Artikel Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anzubieten und/oder als Anbieter dieser Artikel an Letztverbraucher unter Angabe des Preises zu bewerben, ohne den Grundpreis, also den Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile, in der Nähe des Endpreis anzugeben, wenn dies geschieht wie aus Anlage ■■■■■ ersichtlich;
3. im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Fernabsatz den Verbraucher nicht darüber zu informieren, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von dem Unternehmer gespeichert wird und ob dieser dem Verbraucher zugänglich ist, wenn dies geschieht wie aus Anlage ■■■■■ ersichtlich;
4. im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Fernabsatz den Verbraucher nicht darüber zu informieren, ob die für Waren oder Leistungen geforderten Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten, wenn dies geschieht aus Anlage ■■■■■ ersichtlich;
5. im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken irreführend über die Gefährlichkeit und/oder die Schädlichkeit von Tinten zu werben, wenn dies geschieht wie aus Anlage ■■■■■ und ■■■■■ ersichtlich;
6. im geschäftlichen Verkehr in der Werbung für als gefährlich eingestufte Gemische, welche einem Verbraucher ermöglicht, ohne vorherige Ansicht des Kennzeichnungsetikett, einen Kaufvertrag abzuschließen, die auf dem Etikett enthaltenen Gefahreneigenschaften gem. der Vorgaben der CLP-Verordnung zu nennen, wenn dies geschieht wie aus Anlage ■■■■■ ersichtlich.

Die Antragsgegnerin beantragt,

den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückzuweisen.

Die Antragsgegnerin rügt die ihrer Auffassung nach fehlende örtliche Zuständigkeit des Landgerichts Berlin. Sie meint, dass neben ihrem Sitzgericht nach Maßgabe des § 14 Abs. 2 UWG allenfalls die Landgerichte Lübeck und Leipzig als Gerichtsstand in Betracht kommen, da dort die vom Testkäufer [REDACTED] beziehungsweise vom Prozessbevollmächtigten des Antragstellers vorgenommenen Bestellungen erfolgt seien.

Die Antragsgegnerin behauptet, ihr unter der Adresse [www.\[REDACTED\]](http://www.[REDACTED]) zu erreichender Onlineshop habe sich ausschließlich an Gewerbetreibende gerichtet. Bereits auf der Startseite sei in großer roter Schrift der Hinweis erteilt worden: „Nur für gewerbliche Kunden. Alle angegebenen Preise sind zzgl. gesetzlicher MwSt.“. Nach Auswahl der gewünschten Produkte habe der Besteller noch vor der Einleitung des eigentlichen Bestellvorgangs die AGB akzeptieren müssen, in deren Ziffer 1.5 sich erneut der Hinweis befunden habe, dass die Antragsgegnerin nur an gewerbliche Kunden liefere. Schließlich sei unter dem Button „Zum gesicherten Bestellvorgang“ ausdrücklich zu lesen gewesen: „Mit der Bestellung bestätigen Sie als gewerblicher Unternehmer zu kaufen“.

Die Antragstellerin behauptet weiter, ihre Mitarbeiter führten bei allen Bestellungen eine Einzelfallprüfung durch, ob der Besteller Unternehmer sei. Bestelle etwa ein Freiberufler ohne Angabe einer Firma, werde dieser kontaktiert und zum Nachweis seiner Unternehmereigenschaft aufgefordert.

Im Zeitpunkt des Zugangs der Abmahnung des Antragstellers sei es durch ein Softwareupdate lediglich zu einem Fehler im Onlineshop gekommen, wodurch die Angabe einer Firma nur freiwillig und nicht verpflichtend gewesen sei.

Der Testkäufer [REDACTED] des Antragstellers habe nicht „als Verbraucher“ bestellt, sondern im Rahmen der Bestellung die Firmenangabe „Mediendesign [REDACTED]“ gemacht. In einer nachfolgenden E-Mail habe er das Sicherheitsdatenblatt für die erworbene Tinte für „unseren Umweltbeauftragten“ angefordert.

Die als Anlage [REDACTED] vom Antragsteller eingereichte „Testbestellung“ seiner Prozessbevollmächtigten sei ohne weitere Prüfung gelöscht worden, da sie keine sinnvollen Angaben enthalten habe. Sie könne daher als Glaubhaftmachungsmittel weder für die Behauptung herangezogen werden, dass die Antragsgegnerin auch Verbraucher beliefere, noch dafür herhalte, dass die von ihr eingerichteten Schutz- und Kontrollmechanismen unzureichend seien.

Eine Irreführung hinsichtlich des Sicherheitsdatenblatts scheidet aus, da gerade keine Kennzeichnungspflicht bestanden habe.

Im Übrigen fehle dem Antragsteller das erforderliche Eilbedürfnis. Die Parteien befänden sich bereits seit Mitte Juli 2015 in wettbewerbsrechtlichen Auseinandersetzungen. Der Antragsteller und seine Prozessbevollmächtigten hätten sich in diesem Zusammenhang Anfang Oktober 2015 aus eingehend mit dem Internetshop der Antragsgegnerin auseinandergesetzt und in einem Anwaltschreiben vom 9. Oktober 2015 mitgeteilt: „...ihre Mandantin bietet Lösemittel-Tinte an und wirbt damit unter <http://www.██████████> ohne entsprechende Einstufung und Kennzeichnung nach der CLP-Verordnung“.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die von den Parteien zu den Akten gereichten Schriftsätzen sowie die Sitzungsniederschrift vom 9. Februar 2016 verwiesen.

Entscheidungsgründe:

Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung war unbegründet und daher zurückzuweisen. Es ist dem Antragsteller nicht gelungen, hinreichend darzutun und glaubhaft zu machen, dass er gegen die Antragsgegnerin auf der Grundlage des streitgegenständlichen Sachverhalts nach Maßgabe der §§ 935, 940 ZPO sicherungsfähige Unterlassungsansprüche aus § 8 Abs. 1 UWG in Verbindung mit § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG und § 4 Nr. 11 UWG a.F. besitzt.

1. Das Landgericht Berlin war für die Entscheidung des Rechtsstreits örtlich zuständig, so dass die Rüge der fehlenden Zuständigkeit der Antragsgegnerin ins Leere ging.

a) Nach Maßgabe des § 14 Abs. 2 Satz 1 UWG kann für Klagen aufgrund des UWG neben dem Gericht des Wohn- oder Geschäftssitzes des Gegners wahlweise dasjenige Gericht angerufen werden, in dessen Bezirk der Tatbestand des behaupteten Wettbewerbsverstößes begangen worden oder der schädigende Erfolg eingetreten ist.

b) Bei Handlungen, die im Internet begangen werden, ist jeder Ort als Begehungsort anzusehen, an dem die Informationen dritten Personen bestimmungsgemäß zur Kenntnis gebracht werden und keine bloß zufällige Kenntnisnahme vorliegt (vgl. Köhler in Köhler/Bornkamm, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb UWG, 33. Aufl., Rz. 16 zu § 14 UWG).

c) Der Ort des schädigenden Ereignisses kann sowohl der Handlung- als auch der Erfolgsort sein, so dass dem Kläger nach seiner Wahl sowohl vor dem Gericht des Ortes, an dem der Schaden eingetreten ist als auch vor dem Gericht des Ortes des dem Schaden zu Grunde liegenden ursächlichen Geschehens verklagen. Erfolgsort ist dabei der Ort, an dem die Verletzung des geschützten Rechtsguts eintritt.

d) Aus diesem Grund steht es dem Kläger aus Ansprüchen nach dem UWG frei, für welchen Anknüpfungspunkt er sich für die Begründung der von ihm gewählten gerichtlichen Zuständigkeit entscheidet.

e) Der Antragsgegnerin hat insoweit zutreffend geltend gemacht, dass die Handlungsorte im Hinblick auf die vom Antragsteller vorgetragene Testbestellungen in Lübeck und Leipzig lagen und auch der Erfolg im Sinne der Auslieferung der bestellten Ware sich in Lübeck ereignet hat.

Nach Ansicht der Kammer war für die Frage der Begründung der örtlichen Zuständigkeit aber nicht entscheidend auf die Testbestellungen, und hier vorrangig auf den von Herrn [REDACTED] tatsächlich durchgeführten Testkauf abzustellen. Maßgeblich war vielmehr die vom Antragsteller behauptete wettbewerbswidrige Handlung der Antragsgegnerin, welche sich nach der vom Antragsteller vertretenen Rechtsauffassung im Internetauftritt der Antragsgegnerin verkörpert hat. Der Gegenstand der vom Antragsteller begehrten Unterlassung bezieht sich nicht auf die Frage der Existenz und des Umfangs einer Prüfung, ob es sich bei der eine Bestellung auslösenden Person um einen Unternehmer oder einen Verbraucher handelt. Es geht vielmehr um die Frage, ob die Antragsgegnerin verpflichtet war, unmittelbar in dem von ihr vorgehaltenen Onlineshop bei Verkauf an Verbraucher vorgeschriebene Informationen vorzuhalten. Dass diese nicht vorhanden waren, ließ sich den Internetseiten der Antragsgegnerin unmittelbar entnehmen, so dass die behauptete wettbewerbswidrige Handlung im gesamten Bundesgebiet – und damit auch im hiesigen Gerichtsbezirk – abgerufen und zur Kenntnis genommen werden konnte. Insofern kam es allein auf den mit dem Antrag behaupteten gemachten Wettbewerbsverstoß an. Ob der hieraus hergeleitete Unterlassungsanspruch tatsächlich gegeben war, musste nicht bereits im Zusammenhang mit der örtlichen Zuständigkeit des angerufenen Gerichts geklärt werden.

2. Der Antragsteller war als Mitbewerber der Antragsgegnerin im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG aktivlegitimiert, um nach § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1 UWG Unterlassungsansprüche wegen Wettbewerbsverstöße gegen diese geltend zu machen. Beide Parteien vertreiben unmittelbar über das Internet Druckertinten und Zubehör für Drucker, unter anderem für professionelle Großformatdrucker. Soweit der Antragsteller auch Nachfülltinte für vorwiegend von Endverbrauchern genutzte Geräte verkauft, war dies unerheblich, da es für das Bestehen eines Wettbewerbsverhältnisses

ausreicht, wenn sich die Betätigungsfelder der sich gegenüber stehenden Unternehmen wenigstens zum Teil überschneiden.

3. Die Antragsgegnerin hat mit der inhaltlichen Ausgestaltung ihres Onlineshops nicht gegen § 4 Nr. 11 UWG verstoßen. Sie hat nach Überzeugung der Kammer hinreichend deutlich zum Ausdruck gebracht, dass sich das von ihr vorgehaltene Angebot nur an Unternehmer im Sinne des § 14 BGB richtet. Sie war daher nicht gehalten, gesetzliche Informationspflichten zu erfüllen, welche vorvertraglich nur gegenüber Verbrauchern bestehen.

a) Im Internetshop der Antragsgegnerin befand sich im Zeitpunkt der Absendung der vom Antragsteller veranlassten Testbestellung des Herrn [REDACTED] am 5. November 2015, unstreitig weder eine Belehrung über das Verbraucher zustehende Widerrufsrecht nach Maßgabe des § 312d Abs. 1 BGB in Verbindung mit Art. 246a § 1 Abs. 2 und 3 EGBGB, noch wurden die von der Antragsgegnerin verwendeten Preise den Anforderungen der PAngV gerecht, da keine Grundpreise angegeben waren und sich in unmittelbarer Nähe zu den Preisangaben auch kein Hinweis befand, ob die Preise die Umsatzsteuer und sonstige Preisbestandteile enthalten. Ferner informierte die Antragsgegnerin nicht darüber, ob der Vertragstext nach dem Vertragsschluss von ihr gespeichert wird und dem Kunden zugänglich ist. Darüber hinaus war es bei nach der EU-Verordnung Nr. 1272/2008 (CLP-Verordnung) gekennzeichneten Produkten nicht möglich, aus der Werbung der Antragsgegnerin für diese Produkte heraus Informationen über die auf dem Etikett genannten Gefahreigenschaften zu erhalten.

b) Die vom Antragsteller genannten Informationspflichten nach Maßgabe des Art. 246 EGBGB bestehen (nur) gegenüber Verbrauchern im Sinne des § 12 BGB.

Auch die PAngV enthält in § 9 Abs. 1 eine Ausnahmenvorschrift dahingehend, dass die Bestimmungen der Verordnung nicht für Angebote und Werbung gegenüber Letztverbrauchern gilt, welche die Ware im Rahmen ihrer selbstständigen beruflichen oder gewerblichen Tätigkeit verwenden, wenn durch geeignete Maßnahmen dafür Sorge getragen wird, dass nur solche Personen die Waren erwerben können. Ähnlich ist die in Art. 48 Abs. 2 CLP-Verordnung enthaltene, sprachlich misslungene Regelung zu verstehen, dass eine Werbung dem Letztverbraucher den Erwerb von als gefährlich eingestufte Produkte ermöglicht.

Die in Art. 246c EGBGB normierten Informationspflichten bei Verträgen im elektronischen Geschäftsverkehr reichen zwar weiter und gelten auch dann, wenn der Kunde Unternehmer ist. Der Antragsteller hat seinen Antrag zu Ziffer 3. aber ausdrücklich auf die Verletzung dieser Pflichten gegenüber Verbrauchern beschränkt.

c) Insoweit stellte sich die Frage, welche Vorkehrungen ein Handelsunternehmen im elektronischen Geschäftsverkehr (mindestens) treffen muss, um sicherzustellen, dass Verträge nicht mit Verbrauchern geschlossen werden.

Dabei kann nicht bereits auf der Ebene der Werbung angesetzt werden, da Verbraucherschutzvorschriften angesichts des Leitbildes des aufgeklärten, informierten und situationsadäquat aufklärten Verbrauchers nicht so extensiv ausweiten sind, dass dem Verbraucher von vornherein die Möglichkeit der Kenntnisnahme von für ihn nicht bestimmten Angeboten zu verwehren wäre. Vor diesem Hintergrund stellt auch Art. 48 Abs. 2 CLP-Verordnung zutreffend auf den Erwerbsvorgang ab. Auch § 9 Abs. 1 PAngV dürfte dahin auszulegen sein, dass der Unternehmer seiner Pflicht genügt, wenn er deutlich und unmissverständlich darauf hinweist, es werde nur an die in § 9 Abs. 1 PAngV genannten Personen verkauft (vgl. Köhler, a.a.O., Rz. 2 zu § 9 PAngV).

Hinsichtlich der erforderlichen Maßnahmen ist nach Ansicht der Kammer bei Angeboten im Internet danach zu differenzieren, welche Waren angeboten werden und auf welche Weise, etwa im eigenen Onlineshop des Verkäufers oder auf einer Handelsplattform, diese angeboten werden. Unter den genannten Voraussetzungen hielt es die Kammer für ausreichend, dass die Antragsgegnerin auf der Eingangsseite ihres Onlineshops in roter Schrift den Hinweis eingepflegt hatte „Nur für gewerbliche Kunden. Alle angegebenen Preise sind zzgl. gesetzlicher MwSt.“ und der Besteller noch vor der Einleitung des eigentlichen Bestellprozesses die Zusicherung abgeben musste, als gewerblicher Unternehmer zu kaufen.

Zum einen verkauft die Antragsgegnerin die von ihr angebotenen Produkte offensichtlich ausschließlich über ihren eigenen Onlineshop und nicht über eine allgemeine Verkaufsplattform, auf der hauptsächlich Verbraucher als Käufer auftreten. In diesem Punkt unterscheidet sich der vorliegende Sachverhalt ganz erheblich von demjenigen, welcher der Entscheidung des OLG Hamm zugrunde lag, auf die sich der Antragsteller ausdrücklich bezieht (Urteil vom 20. September 2011, I-4 U 73/11, BeckRS 9998, 63382). Soweit ein Verbraucher von vornherein erwarten kann, dass sich ein Angebot an ihn richtet, sind weitergehende Hinweise notwendig als wenn der Verbraucher von einer Absicht des Anbieters, an jegliche Verkehrskreise zu veräußern, nicht ausgehen kann.

Zum anderen war nicht ersichtlich, dass das von der Antragsgegnerin vorgehaltene Produktangebot auch Verbraucher anspricht. Dieses bezieht sich ausweislich der Einstiegsseite des Onlineshops (Anlage SNP 5) auf Zubehör für den Großformatdruck, wobei nicht anzunehmen ist, dass Verbraucher über derartige Großformatdrucker verfügen, da sich handelsübliche Geräte auf Formate bis DIN A 3 beschränken. Auch an der Größe der für die fehlende Angabe des Grundpreises

herangezogenen Tintenflaschen von 0,5 Liter zeigt sich ohne weiteres die fehlende Ausrichtung der von der Antragsgegnerin angebotenen Produkte für den Consumer-Bereich, da die dort vertriebenen Nachfülltinten sich vom Volumen eher im Milliliterbereich bewegen. Auf den vom Antragsteller im Termin zur mündlichen Verhandlung angesprochenen Aspekt, dass sich möglicherweise das eine oder andere Produkt auffinden lässt, für das auch ein Verbraucher eine Verwendung finden könnte, kam es nicht an. Maßgeblich war, dass der informierte Verbraucher quasi „auf den ersten Blick“ erkennt, dass die Antragsgegnerin zum ganz überwiegenden Teil ein Angebot bereithält, welches für Verbraucher nicht von Interesse ist. Aus diesem Grund wird sich der typische Verbraucher nach der Lebenserfahrung mit dem Onlineshop der Antragsgegnerin auch nicht weiter befassen.

Damit waren die erteilten Hinweise ausreichend, um klarzustellen, dass ein Verkauf an Verbraucher nicht stattfindet.

Auf die Frage der Einrichtung weiterer Kontrollen, ob es sich bei dem jeweiligen Besteller auch tatsächlich um einen Unternehmer handelt, konnte es nicht ankommen, wobei eine Vielzahl denkbarer Kontrollmechanismen von einem kundigen Verbraucher auch umgangen werden könnte. Soweit der Antragsteller behauptet, Verbraucher könnten direkt in den Internetshop der Antragsgegnerin gelangen ohne die Eingangsseite wahrnehmen zu müssen, hat er zu diesem Punkt nicht weiter ausgeführt. Es blieb schon unklar, was damit gemeint sein soll, dass dies „über Suchanzeigen“ geschehen könne.

d) Auch die fehlende Abrufbarkeit der Gefahrenklassen nach der CLP-Verordnung war ähnlich zu beurteilen. Wenn die angebotenen Produkte, wie hier die vom Antragsteller in der Anlage ITB 9 eingeblendeten Tinten und Reinigungslösungen, für die Abnahme durch den Letztverbraucher nicht in Betracht kommen, da er für die Produkte keine Verwendung hat, muss der Unternehmer keine weiteren Maßnahmen ergreifen, um einen dennoch denkbaren Vertragsschluss zu verhindern. Wenn ein Verbraucher trotz der Hinweise auf einen Verkauf nur an Unternehmer die angebotenen Produkte dennoch erwerben will, ist ihm auch klar, dass er sich freiwillig des für Verbraucher gewährleisteten Schutzniveaus begibt.

Darüber hinaus hat der Antragsteller auch nicht glaubhaft gemacht, dass die Antragsgegnerin Bestellungen von Verbrauchern tatsächlich ausführt. Der Testbesteller [REDACTED] hat sich nämlich gerade nicht als Verbraucher ausgegeben, sondern durch die Firmenangabe „Mediendesign [REDACTED]“ den Eindruck einer gewerblichen Bestellung erweckt.

4. Die Antragsgegnerin hat durch die Übersendung des Datenblatts an Herrn [REDACTED], welches die von ihm zuvor erworbenen Tinte als gefahrenträchtig („irritant“) bezeichnete, nicht gegen das Irreführungsverbot des § 5 Abs. 1 UWG verstoßen.

a) Der Antragsgegnerin war darin zuzustimmen, dass nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG unzutreffende Angaben über die wesentlichen Merkmale einer Ware grundsätzlich als irreführend und damit unlauter anzusehen sind. Es war auch unstreitig, dass die Auszeichnung der Tinte mit einer Gefahrenklasse nach Maßgabe der CLP-Verordnung in der Sache nicht zutreffend war.

b) Nicht jede unrichtige geschäftliche Äußerung eines Unternehmers stellt aber zugleich einen Wettbewerbsverstoß gemäß § 5 UWG dar. Vielmehr muss das (ungeschriebene) Merkmal der wettbewerblichen Erheblichkeit hinzutreten, da das lauterkeitsrechtliche Irreführungsverbot nur dann eingreift, wenn die Verletzung des Wahrheitsgebots die Funktion des Wettbewerbs berührt (vgl. Bornkamm in Köhler/Bornkamm, UWG, 33. Aufl., Rz. 2.169 zu § 5 UWG).

Eine Eignung zur Beeinflussung des Wettbewerbs wohnte der Übersendung des unrichtigen Sicherheitsdatenblatts durch die Antragsgegnerin nicht inne. Die fehlerhafte Information war allenfalls geeignet, sich zu Lasten der Antragsgegnerin auszuwirken. Ein Kunde, der sich nicht sicher ist, ob das von ihm bereits erworbene Produkt weniger ungefährlich ist als von ihm im Zeitpunkt seiner Kaufentscheidung vorausgesetzt, wird dieses im Zweifel nicht erneut erwerben.

5. Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO. Die weitere Nebenentscheidung ergibt sich aus den §§ 708 Nr. 6, 711 ZPO.

Pade

Engler

Schuster

Ausgefertigt
Berlin, 24.02.2016

[REDACTED]
Justizhauptsekretärin

