LG Traunstein, Endurteil v. 30.03.2023 – 1 HK O 2790/22

Titel:

Unlautere Werbung für ein Hotel mit Sterneklassifizierung

Normenkette:

UWG § 3 Abs. 1, § 5 Abs. 1, Anhang Nr. 2 zu § 3 Abs. 3, § 8 Abs. 1

Leitsätze:

1. Es stellt eine Irreführung des Verkehrs dar, wenn mit Sternesymbolen und dem Hinweis „DEHOGA Klassifizierung“ für ein Hotel geworben wird, für das tatsächlich keine gültige Klassifizierung nach Maßgabe der DEHOGA besteht. (Rn. 18 – 20) (redaktioneller Leitsatz)

2. Der Anbieter von Pauschalangeboten, auf dessen Internetauftritt entsprechende irreführende Hinweise enthalten sind, haftet als Täter des Wettbewerbsverstoßes. (Rn. 21) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagwort:

Irreführung

Fundstellen:

RRa 2023, 199

WRP 2023, 764

ReiseRFD 2023, 277

LSK 2023, 10805

GRUR-RS 2023, 10805

MMR 2023, 982

Tenor

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00 und, falls dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr selbst oder durch Dritte im Internet oder sonst werblich für den Betrieb eines Hotels mit einer Sterneklassifizierung durch Abbildung dreier fünfzackiger Sterne zu werben, sofern dem keine aktuell gültige Zertifizierung nach Maßgabe der deutschen Hotelklassifizierung zugrunde liegt, insbesondere wenn dies geschieht wie in der Anlage zu diesem Urteil.

2. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

3. Das Urteil ist für den Kläger gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 6.000 € vorläufig voll¬streckbar.

4. Der Streitwert wird auf 15.000 € festgesetzt.

Tatbestand

1
Der Kläger macht gegen die Beklagte Unterlassungsansprüche im Zusammenhang mit der Werbung für ein Pauschalangebot der Beklagten im Rahmen ihres Internetauftritts unter www.h. geltend.

2
Der Kläger ist die Z. und verfolgt gemäß § 2 seiner Satzung den Zweck, durch Beteiligung an der Rechtsforschung sowie Aufklärung und Belehrung zur Förderung des lauteren Wettbewerbs beizutragen und ggf. im Zusammenwirke mit den zuständigen Stellen der Rechtspflege unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen. Der Kläger ist in die beim Bundesamt für Justiz geführte Liste der qualifizierten Wirtschaftsverbände eingetragen.

3
Die Beklagte betreibt u.a. zu Kur- und Erholungszwecken dienende Anlagen und Einrichtungen des S., der Stadt B. und der Gemeinde B. sowie das Unternehmensmarketing und die Förderung des Kurwesens.

4
Im Rahmen ihres Internetauftrittes unter www.h. warb die Beklagte am 11.11.2022 mit einem Package „A. pur“ für einen Thermenurlaub, bestehend aus Hotelübernachtung, Tagesaufenthalt in der Therme und diversen anderen Leistungen. Unter anderem wies die Beklagte als einen der möglichen Hotelpartner das I. Hotel aus. Dieses Hotel wurde im Internetauftritt mit drei fünfzackigen Sternen beworben. Bei Klick auf die Sternesymbole erschien der Hinweis: „DEHOGA Klassifizierung, vom DEHOGA (Deutscher Hotel und Gaststättenverband) klassifiziertes Haus“. Auf die Anlage K 1 wird ausdrücklich Bezug genommen.

5
Für das vorgenannte Hotel I. existiert jedoch keine aktuell gültige Klassifizierung nach Maßgabe der deutschen Hotelklassifizierung.

6
Mit Schreiben vom 14.11.2022 wurde die Beklagte unter Darstellung des Sach- und Rechtslage aufgefordert, eine Unterlassungserklärung abzugeben. Die Beklagte gab keine Unterlassungserklärung ab. Die vom Kläger beanstandete „Drei-Sterne-Bewertung“ des Hotels wurde jedoch von der Webseite der Beklagten entfernt.

7
Der Kläger meint, das Verhalten der Beklagten sei wettbewerbswidrig; diese selbst sei für den Wettbewerbsverstoß verantwortlich. Denn es handle sich nicht um ein Drittangebot, sondern um ein eigenes Angebot der Beklagten. Die Beklagte stelle auch nicht lediglich eine Plattform zur Verfügung auf der Drittanbieter die Angebote einstellen können. Die Wiederholungsgefahr könne nur durch die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung beseitigt werden. Die bloße Änderung der wettbewerbswidrigen Werbung würde nicht genügen. Der Kläger ist der Ansicht Aufwendungsersatz in Höhe einer Kostenpauschale von 374,50 € verlangen zu können. Diese würde einem angemessenen Anteil der erforderlichen Aufwendungen des Klägers entsprechen: Die tatsächlichen Kosten, die dem Kläger momentan durch eine Abmahnung entstünden, würden sogar weit darüber liegen und sich auf 1.330,63 € belaufen.

8
Der Kläger beantragt,

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,00 und, falls dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr selbst oder durch Dritte im Internet oder sonst werblich für den Betrieb eines Hotels mit einer Sterneklassifizierung durch Abbildung dreier fünfzackiger Sterne zu werben, sofern dem keine aktuell gültige Zertifizierung nach Maßgabe der deutschen Hotelklassifizierung zugrunde liegt, insbesondere wenn dies geschieht wie in Anlage K 1.

9
Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

10
Die Beklagte trägt vor, sie sei für den Wettbewerbsverstoß nicht verantwortlich. Denn die Stammdaten der Hotels würden von der B. gepflegt und verantwortet. Diese stelle Daten und Symbole über die Schnittstelle vom Zimmerbuchungssystem T. des I. ein. Der I. sei der Trägerverein von dem Zimmer-Buchungssystem T., auf das sie sich zuschalte. Die S. sei dort Mitglied und u.a. dafür zuständig, die Stammdaten der Vermieter des B. in das Buchungssystem einzustellen und zu pflegen. Die B. und nicht die Beklagte habe die Bewertung mit den drei gegenständlichen Sterne-Symbolen vorgenommen, ob aus Versehen oder bewusst, sei der Beklagten nicht bekannt. Zudem würde es auch an der erforderlichen Wiederholungsgefahr fehlen, da es sich um ein Einmalereignis bei der Aktion Package „A.“ gehandelt habe. Der Beklagten, die vergleichbar eine Online-Marktplatzes sei, könne nur die Verletzung von Prüfpflichten betreffend die korrekte Nutzung ihrer Internetseite vorgeworfen werden. Dies würde voraussetzen, dass die Beklagte zunächst auf die Verletzung hingewiesen werde. Eine Verhaltenspflicht des Betreibers, deren Verletzung eine Wiederholungsgefahr begründen könne, entstünde erst nach Kenntniserlangung von der Rechtsverletzung. Diejenige Verletzungshandlung, die Gegenstand der Abmahnung ist könne daher noch

nicht zur Rechtsverletzung führen. Nachdem die Beklagte hier Kenntnis erlangt hat, habe sie jedoch sogleich veranlasst, dass die streitgegenständliche Drei – Sternebewertung gelöscht wird. Im Übrigen würde die Beklagte nur für eigene Inhalte haften, worauf sie im Impressum ihrer Internetseite ausdrücklich hinweise; auf die Anlage B5 wird diesbezüglich Bezug genommen. Die B. habe in der Vergangenheit nie Anlass zur Beanstandung gegeben. Für die Abmahnung seien dem Kläger kein eigener Aufwand und Kosten entstanden; Aufwand habe lediglich seine Rechtsanwältin gehabt. Diese würden klägerseits jedoch nicht geltend gemacht.

11
Das Gericht hat am 01.03.2023 mündlich verhandelt. Auf das diesbezügliche Sitzungsprotokoll sowie in Ergänzung zum Tatbestand auf sämtliche Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen wird Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

A)

12
Die zulässsige Klage ist begründet. Der Kläger hat gegen die Beklagte den tenorierten Unterlassungsanspruch nach §§ 8, 3 I, 5 I, 3 III UWG iVm. Anhang Nr. 2 sowie den geltend gemachten Aufwendungsersatz in Höhe von 374,50 € (§ 13 III UWG).

I.

13
Der Kläger kann Unterlassung der Drei – Sterne – Bewertung von der Beklagten verlangen.

14
Nach § 8 I UWG kann bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt. Die Wiederholungsgefahr wird aufgrund des Erstverstoßes vermutet.

15
1. Der Kläger ist aktiv legitimiert. Die Aktivlegitimation ergibt sich aus § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG. Als eingetragener Verein ist der Verfügungskläger ein rechtsfähiger Verband; auch ist er die Liste gemäß § 8b Abs. 1 UWG eingetragen. Er dient ferner der Förderung gewerblicher oder selbständiger beruflicher Interessen. Denn zu den satzungsmäßigen Aufgaben des Klägers gehört die Förderung der gewerblichen Interessen u.a. durch Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs ggf. im Zusammenwirken mit den zuständigen Stellen der Rechtspflege.

16
2. Die Drei–Sterne–Werbung für das Hotel I. auf der Internetseite der Beklagten ist irreführend und verstößt gegen §§ 3 I, 5, 3 III UWG iVm. Anhang Nr. 2.

17
Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie geeignet ist, bei einem erheblichen Teil des angesprochenen Verkehrskreises irrige Vorstellungen hervorzurufen und die zu treffende Markterschließung in wettbewerbsrechtlich relevanter Weise zu beeinflussen. Dabei richtet sich die Beurteilung, ob eine Werbung irreführend ist, maßgeblich danach, wie der angesprochene Verkehr diese Werbung auf Grund ihres Gesamteindrucks versteht. In diesem Zusammenhang kommt es auf die Sichtweise eines durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers an, der einer Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt (BGH, U. v. 5.11.2015 – I ZR 182/14 – Durchgestrichener Preis II).

18
Vorliegend wird der Adressat der Werbung in der Verwendung der drei waagrecht angeordneten fünfzackigen Sterne neben der Geschäftsbezeichnung eines Hotels auf dem Portal der Beklagten die Behauptung sehen, dass diesen Sternen eine offizielle Klassifizierung einer neutralen Klassifizierungsstelle zu Grunde liegt. Da die Kammermitglieder selbst zu dem angesprochenen Adressatenkreis gehören, können sie die maßgebliche Verkehrsauffassung aus eigener Sachkunde beurteilen. Danach geht der Verkehr bei der Sternebewertung von Hotels wie bei einer Verwendung von Güte- und Qualitätszeichen davon aus, dass die Güte anhand objektiver Merkmale in Erfüllung von Mindestanforderungen bestimmt

wird und dass dies durch eine neutrale unabhängige und außerhalb des gewerblichen Gewinns stehende Stelle überprüft und gewährleistet wird (Link, in: Ullmann, juris PK UWG, 3. Aufl., § 5 UWG Rdnr. 375). Entscheidend für den Verbraucher ist, dass die Sterneklassifizierung von einer neutralen unabhängigen Stelle nach objektiver Prüfung des Hotels und seiner Ausstattung erfolgt.

19
Das vorgenannte Hotel wird im Internetauftritt der Beklagten mit drei fünfzackigen Sternen beworben. Klickt man auf die Sternesymbole erscheint zudem der Hinweis „DEHOGA Klassifizierung“. Dies suggeriert dem Kunden, dass es sich um ein offiziell von der DEHOGA klassifiziertes Hotel handelt, dass folglich eine Drei – Sterne – Klassifizierung nach der DEHOGA, d.h. eine Einordnung in eine bestimmte Komfort Kategorie erfolgt ist.

20
Unstreitig existiert für das Hotel I. tatsächlich jedoch keine aktuell gültige (Drei – Sterne –) Klassifizierung nach Maßgabe der DEHOGA. Damit liegt eine Irreführung des Verkehrs zu Wettbewerbszwecken vor. Die Werbung ist unlauter.

21
3. Entgegen der Auffassung der Beklagten ist die Beklagte auch Schuldnerin des Unterlassungsanspruches nach § 8 I UWG. Denn sie hat auf ihrer eigenen Internetseite vorliegend ein eigenes (Pauschal-) Angebot, nämlich das Angebot „A.“, angeboten und stellt nicht lediglich eine Plattform zur Verfügung, auf der Drittanbieter (deren) Angebote einstellen können; sie ist folglich selbst Täterin durch die Veröffentlichung eigener unlauterer Inhalte (a). Jedenfalls hat sie sich jedoch fremde Inhalte einer anderen Internetseite, nämlich des Buchungssystems T. zu eigen gemacht und muss auch deshalb für den Wettbewerbsverstoß einstehen (b).

22
a) Die Beklagte ist vorliegend selbst Täterin des wettbewerbswidrigen Verhaltens, weil sie das Produkt „Pauschale A.“ als ihr eigenes eigenständiges Produkt unlauter auf dem Markt auf ihrer Internetseite angeboten hat; es handelt sich soweit um eigene Inhalte.

23
Schuldner der in § 8 I UWG geregelten Abwehransprüche ist jeder, der durch sein Verhalten den objektiven Tatbestand einer Zuwiderhandlung selbst, durch einen anderen oder gemeinschaftlich mit einem anderen adäquat kausal verwirklicht oder sich als Teilnehmer hieran beteiligt. Hier hat die Beklagte den objektiven Tatbestand einer Zuwiderhandlung durch das Erstellen und Bewerben eines eigenen Angebots selbst verwirklicht.

24
Für unzulässige Internet-Werbung haftet zunächst – auch ohne Privilegierung nach den § 7 ff TMG – der Inhaber der Domain, u.u. auch derjenige der im Impressum genannt ist (Gloy/Loscheider/Dackwerts Wettbewerbsrecht, § 79 Rnr. 148). Hier handelt es sich bei der Internetseite www.h. unstreitig um die Internetseite der Beklagte; auch ist sie im Impressum als Verantwortliche genannt.

25
Die Beklagte war es auch, die das streitgegenständliche Angebot, das in dieser Form als Pauschale (mit Vergünstigungen) nur sie so anbietet, erstellt und in ihren eigenen Internetauftritt hineingeschrieben hat. Wie der Geschäftsführer in seiner informatorischen Anhörung ebenfalls eingeräumt hat, ist sie auch der Reiseveranstalter und der Rechnungssteller des Pauschalangebots. Damit haftet sie auch für ihr Angebot. Dass sie hierin die Angaben der Anbieter der einzelnen Komponenten, aus denen sich ihr eigenes Angebot zusammensetzt, teilweise übernommen hat, bzw. dass es teilweise nicht die „Waren der Beklagten“ sind, ändert hieran nichts. Erstellt sie ein eigenes selbstständiges Angebot, ist sie die Anbieterin und hierfür auch komplett verantwortlich. Sie ist dann auch verpflichtet, die einzelnen Komponenten zu prüfen, bevor sie sie in ihr eigenes Angebot übernimmt, jedenfalls dann wenn sie nicht ausdrücklich in ihrem Angebot klarstellt, dass das Angebot nicht komplett von ihr stammt bzw. dass bestimmte Bestandteile – und diese muss sie genau bezeichnen, hier also die Hotelübernachtung – lediglich von anderen Anbietern übernommen und in ihr eigenes Angebot integriert worden sind. Hierauf hat die Beklagte vorliegend aber nicht hingewiesen, wie ihr Geschäftsführer in der mündlichen Verhandlung ausführte. Vielmehr merke der Kunde nicht, dass er bei der Hotelsuche auf einer anderen Plattform unterwegs ist.

26
b) Selbst wenn man, weil nicht alle Komponenten des Angebots von der Beklagten stammen und sie nicht auf alle Bestandteile ihres Pauschalangebotes tatsächlich Einfluss hat, nicht von einem ausschließlich eigenen Inhalt der Beklagten ausgeht, für den sie komplett verantwortlich ist (s.o. unter a)), hat die Beklagte sich durch die (Inline-) Verlinkung auf das Hotelbuchungssysten T. des I. fremde Inhalte anderer Internetseiten jedenfalls zu eigen gemacht und ist auch aus diesem Grund Schuldnerin des Unterlassungsanspruchs nach § 8 I UWG.

27
Entgegen der Meinung der Beklagten entfällt die Verantwortlichkeit der Beklagten für die streitgegenständliche Drei – Sterne – Hotelbewertung nicht deshalb, weil die Beklagte als Diensteanbieterin nach den §§ 8 bis 10 TMG für fremde Inhalte nur eingeschränkt haftet. Ein Haftungsprivileg nach den §§ 8 – 10 TMG kommt der Beklagten nicht zu Gute. Denn zum einen handelt es sich nicht um fremde, sondern um jedenfalls zu eigen gemachte Inhalte und zum anderen sind die §§ 7 – 10 TMG nicht auf das Setzen von Links, die zu fremden Inhalten führen, anwendbar, auch nicht entsprechend. Es gelten vielmehr insoweit die allgemeinen Grundsätze des Wettbewerbsrechtes: Wer sich fremde Informationen zu eigen macht, auf die er mit Hilfe eines Links verweist, haftet dafür mithin wie für eigene Informationen (Köhler/Bornkamm/Feddersen, § 8 Rnr 2.27a; BGHZ 206, 103 Rn. 12 = GRUR 2016, 209 – Haftung für Hyperlink).

28
Die Beklagte kann sich daher nicht erfolgreich darauf berufen, dass sie sich der Internetseite des I. und dessen Hotelbuchungssystems T., bedient, dessen Daten wiederum von der B. in eigener Zuständigkeit und Verantwortung geprüft werden, und dass sie nicht für deren Inhalte haftet. Denn die Verlinkung auf das Suchportal des I. wird nach außen nirgends ersichtlich (s.o.). Die Inhalte erscheinen für den Marktteilnehmer bzw. Internetnutzer als eigene Informationen der Beklagten. Der Kunde merkt nicht, dass er bei der Hotelsuche auf einer anderen Plattform unterwegs ist. Die Beklagte hat sich eigene weiterführende Darstellungen zu einem Hotel als Teil ihres Pauschalangebotes erspart, indem sie den Nutzern ihrer Internetseite auf die Internetseite T. weiterleitete. Der Link dient dabei der Vervollständigung des eigenen Angebots des Beklagten und ist so in ihre eigene Internetseite eingebettet, dass er für den normalen Durchschnittsnutzer als eigene Information der Beklagten erscheint. Die Beklagte macht sich somit nach den Gesamtumständen Angebote Dritter, nämlich des I. im Wege des Inline-Linking zu eigen. Damit haftet sie aber auch selbst für die verlinkten Inhalte wie für eigene (Gloy/Loscheder/Dankwerts, Wettberbsrecht, § 79 Rnr. 150; MüKo, UWG, § 8 Rnr. 330). Anders wäre dies nur zu beurteilen, wenn die Beklagte die Verlinkung auf das nicht von ihr betriebene Buchungssystem offengelegt hätte, wie das Betreiber anderer Internetseiten durchaus praktizieren (z.B. verweisen Kinobetreiber beim Angebot von Filmtrailern teilweise ausdrücklich darauf, dass nun auf externe Inhalte weitergeleitet wird). Dadurch hätte sie klargestellt, dass es sich um fremde Inhalte handelt und sie sich diese nicht zu eigen machen will.

29
c) Entgegen der Auffassung der Beklagten kommt es daher auf eine mögliche Haftung wegen Verletzung einer wettbewerbsrechtlichen Verkehrspflicht, die nur zur Haftung führt, wenn derjenige, der fremde Inhalte auf seiner Internetseite präsentiert, zumutbare Prüfpflichten bezüglich dieser fremder Inhalte, die erst ab Kenntniserlangung des Wettbewerbsverstoßes entstehen, verletzt hat, nicht an. Gleiches gilt für die Verletzung zumutbarer Prüfpflichten durch den Betreiber eines Online-Marktplatzes. Denn nach den Gesamtumständen handelt es sich nicht um fremde, sondern um jedenfalls sich zu eigen gemachte Inhalte der Beklagten (s.o.). Zudem ist die Beklagte kein Betreiber eines Online-Marktplatzes bei dem Drittanbieter ihre Angebote einstellen können.

30
d) Einer Haftung der Beklagten steht schließlich auch nicht entgegen, dass sie im Impressum ihrer Internetseite allgemein erklärt, nach § 7 TMG nur für eigene Inhalte verantwortlich zu sein und nicht verpflichtet zu sein, gespeicherte oder fremde Inhalte zu überwachen. Denn wie oben dargelegt handelte es sich nicht um fremde, sondern um eigene Inhalte der Beklagten.

31
Auch ist der allgemeine Hinweis im Impressum der Beklagten, dass das Angebot Links zu externen Webseiten enthält, auf deren Inhalt kein Einfluss besteht und für die keine Gewähr übernommen wird, so

nicht ausreichend, um eine Haftung auszuschließen. Da durch eine solch allgemeine Klausel unklar bleibt, bei welchen Inhalten der Internetseite es sich um eigene und bei welchen es sich um verlinkte fremde Inhalte handelt, und hierauf auch keinerlei Hinweise/Einschränkungen auf der Internetseite zu finden sind, ist für den Nutzer nicht zu erkennen, für welche Inhalte die Beklagte nun ihre Haftung einschränken will und für welche nicht. Durch solche intransparenten salvatorischen Klausel kann der Diensteanbieter eine Haftung nicht ausschließen, wenn er sich nach den Gesamtumständen die fremden Informationen zu eigen macht (BGH NJW 2015, 3443). Nach den obigen Ausführungen hat sich die Beklagte nach den Gesamtumständen die fremden Inhalte jedoch gerade zu eigen gemacht.

II.

32
Darüber hinaus hat die Klägerin Anspruch auf Aufwendungsersatz für die Abmahnkosten nach § 13 III UWG in Höhe von 374,50 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten seit dem 29.12.2022.

33
1. Die Abmahnung war begründet. Die Höhe der Kosten folgt aus der Rechtsprechung zu der anerkannten Pauschale für den Anspruch des Klägers auf anteiligen Ersatz der Personal- und Sachkosten (Bornkamm/Feddersen/Köhler, UWG, § 13 Rnr. 132 mit weiteren Nachweisen). Insoweit wurden die Kosten auf 350,00 € zuzüglich 7% MwSt, mithin 374,50 € geschätzt (§ 287 ZPO).

34
2. Der Zinsausspruch beruht auf § 291 BGB.

B)

35
1. Die Kostenentscheidung ergibt sich aus § 91 I ZPO.

36
2. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf § 709 S. 1 ZPO.

37
3. Die Streitwertfestsetzung fußt auf § 51 II GKG