Kammergericht Berlin zur Lesbarkeit von Pflichtangaben

Die Antragsgegnerin hatte in einem Prospekt für Dispersions-Innenfarbe „Polarweiss“ mit der Wiedergabe von Testurteilen geworben und wurde von einem Wettbewerbsverband auf Unterlassung in Anspruch genommen, weil die jeweiligen Angaben zur Fundstelle der Testberichte nur in sehr kleiner Schrift abgedruckt wurden.

Das Kammergericht Berlin hat in zweiter Instanz dem hierauf gerichteten Unterlassungsantrag stattgegeben und ausgeführt:

Es ist unlauter, wenn Testergebnisse zur Werbung für ein Produkt verwendet werden und der Verbraucher nicht leicht und eindeutig darauf hingewiesen wird, wo er nähere Angaben zu dem Test erhalten kann. Nach § 5a Abs. 2 UWG 2008 handelt unlauter, wer die Entscheidungsfreiheit von Verbrauchern dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände wesentlich ist. Nach § 3 Abs. 2 UWG 2008 sind geschäftliche Handlungen gegenüber Verbrauchern jedenfalls dann unzulässig, wenn sie nicht der für den Unternehmer geltenden fachlichen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, die Fähigkeit des Verbrauchers, sich aufgrund von Informationen zu entscheiden, spürbar zu beeinträchtigen und ihn damit zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Fehlt es daran, beeinträchtigt dies die Möglichkeit des Verbrauchers, die testbezogene Werbung zu prüfen und insbesondere in den Gesamtzusammenhang des Tests einzuordnen. Dadurch wird die Fähigkeit des Verbrauchers, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, spürbar beeinträchtigt.

Der gänzlich fehlenden Fundstellenangabe ist eine nicht ausreichend deutlich lesbare gleichzusetzen. Denn auch diese erfüllt nicht den verfolgten Zweck, eine leichte und eindeutige Nachprüfbarkeit der Angaben über Testurteile zu gewährleisten. Dies bedeutet Lesbarkeit für den normalsichtigen Betrachter ohne besondere Konzentration und Anstrengung. Diese Voraussetzung ist im Regelfall nur bei Verwendung einer Schrift erfüllt, deren Größe 6-Punkt nicht unterschreitet, wenn nicht besondere, die Deutlichkeit des Schriftbildes in seiner Gesamtheit fördernde Umstände die tatrichterliche Würdigung rechtfertigen, dass auch eine jene Grenze unterschreitende Schrift ausnahmsweise noch ohne besondere Konzentration und Anstrengung lesbar ist. Die Heranziehung des Regelwertes der 6-Punkt-Schrift erlaubt den besonderen Umständen des Einzelfalles gerecht werdende Ergebnisse und er vermeidet willkürliche Entscheidungen, in denen auf die zufällige (mehr oder weniger große, mehr oder weniger korrigierbare oder korrigierte) Sehkraft der jeweils entscheidenden Mitglieder der Gerichte abgestellt wird.

Die streitgegenständliche Werbung wird vorstehenden Grundsätzen nicht gerecht. Die Angaben zu den Fundstellen der Testergebnisse sind in einer sehr viel kleineren Schrift gehalten als die Angaben zum Veranstalter des Tests und zum Testergebnis. Dabei sind die Angaben zu den Fundstellen der Testergebnisse so klein (in etwa 3-Punkt-Schrift) abgedruckt, dass sie - allenfalls - mit ganz erheblicher Konzentration und Mühe erkannt werden können. Die Buchstaben und Zahlen sind konturenschwach ausgebildet (dünne schwarze Buchstaben und Zahlen auf einem weißen/leicht grauen Hintergrund betreffend „Öko-Test“, dünne weiße/leicht rötliche Buchstaben und Zahlen vor einem roten Hintergrund betreffend „selbst ist der Mann“). Sonstige, die Lesbarkeit fördernde Umstände sind (bis auf den Umstand, dass es sich um kurze Informationen handelt) nicht vorhanden. Das Schriftbild ist abschreckend. Der vorhandene Werbeplatz lässt ausreichend Raum für hinreichend große Angaben zu den Fundstellen.

(*Kammergericht, Beschluss vom 11.02.2011 - 5 W 17/11)*

Fazit:
Das Kammergericht nimmt in seiner Entscheidung auch Bezug auf die neuere Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH), der u.a. im Urteil vom 16.07.2009 (I ZR 50/07) hinsichtlich der Werbung für Kameras darauf abhebt, dass die Angaben zu den Fundstellen von Testergebnissen „leicht und eindeutig nachprüfbar" bzw. „deutlich" erkennbar sein müssen. Außerdem hat der BGH bereits in dem vom Kammergericht ebenfalls in Bezug genommenen Urteil vom 10.12.1986 (I ZR 213/84) deutlich gemacht, dass bei der Gestaltung von Pflichtangaben eine Mindestschriftgröße von 6-Punkt grundsätzlich nicht unterschritten werden sollte. Es ist daher dringend zu empfehlen, bei Werbeangaben in jedem Fall auf transparente und deutlich lesbare Gestaltung zu achten. Allzu klein Gedrucktes in der Werbung kann nämlich nicht nur äußerst kontraproduktiv sein, weil es zu Unmut oder Image-Einbußen bei den mit der Werbung ja eigentlich angesprochenen Verkehrskreisen führt, es kann darüber hinaus auch zu erheblichen Rechtsnachteilen führen.

LG Düsseldorf: Impressumspflicht auf „Baustellenseiten"?

Das Landgericht Düsseldorf hat mit Urteil vom 15.12.2010 entschieden, dass so genannte „Baustellenseiten" bzw. „Wartungsseiten" im Internet kein Impressum benötigen.

Die Klägerin hat mit der Behauptung, neben ihrer Tätigkeit als Rechtsanwaltsfachangestellte darüber hinaus eine Werbeagentur zu betreiben die Beklagte, eine andere Werbeagentur, abgemahnt, unter deren Internet-Adresse nur eine Vorschalt-Seite abrufbar war. Diese enthielt ein Firmenlogo der Beklagten und einen Hinweis, dass die Internetseite zur Zeit gründlich überarbeitet werde, außerdem unter Angabe von E-Mail-Adresse und Telefonnummer die Aufforderung an die Nutzer, die Seite in wenigen Tagen noch einmal zu besuchen. Die Abmahnung erfolgte mit der Begründung, die Beklagte halte keine den gesetzlichen Vorgaben entsprechende Anbieterkennzeichnung (Impressum) zum Abruf bereit, insbesondere fehle die Angabe der ladungsfähigen Anschrift und des Registergerichts. Die Beklagte gab eine Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung ab; lehnte aber die Erstattung der durch die Abmahnung entstandenen Anwaltskosten ab.

Das Landgericht Düsseldorf hat die Klage abgewiesen und gelangte in seiner Entscheidung zu dem Ergebnis, dass eine »Baustellenseite« kein geschäftsmäßiges Angebot ist. Darum scheide eine Kennzeichnungspflicht nach § 5 TMG aus. Nach § 5 Abs. 1 TMG haben Diensteanbieter für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien die in der Vorschrift unter Abs. 1 Ziff. 1 bis 7 näher bezeichneten Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten. Der Internetauftritt der Beklagten unterfalle dieser Vorschrift nicht, da die vorgehaltene Wartungsseite keine geschäftsmäßige Betätigung der Beklagten darstellte.

Eine Website sei auch kein »Rundfunk«, so dass auch § 55 Rundfunk-Staatsvertrag (RStV) keine Anbieterkennzeichnung vorschreibe. Diese Norm betreffe ausweislich ihrer Bezeichnung und der Präambel nur Regelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privaten Rundfunk. Eine Rundfunkveranstaltung durch die Beklagte sei aber weder vorgetragen noch sonst ersichtlich.
(*Landgericht Düsseldorf, Urteil vom 15.12.2010 - 12 O 312/10)*

Fazit:
Die Entscheidung ist durchaus kritisch zu bewerten. Man mag darüber streiten, ob die Voraussetzung der Geschäftsmäßigkeit in § 5 TMG zutreffend abgelehnt wurde. Dafür spräche, dass nicht der Inhalt der Webseite selbst gewerbsmäßig angeboten wurde. Andererseits handelt nach der Begründung zum Gesetzesentwurf ein Anbieter geschäftsmäßig, wenn er Dienste auf Grund einer nachhaltigen Tätigkeit mit oder ohne Gewinnerzielungsabsicht erbringt. Mit der engen Auslegung des Begriffes der Geschäftsmäßigkeit mag die Entscheidung allerdings vertretbar sein.

Bedenklich ist die Entscheidung, soweit das Gericht davon ausgeht, § 55 RStV sei nicht anwendbar. Denn der 6. Abschnitt des aktuellen Rundfunkstaatsvertrags, in dem § 55 enthalten ist, betrifft gemäß § 1 Abs.1 RStV gerade nicht nur den Rundfunk, sondern ausdrücklich gerade die Anbieter von Telemedien, also auch Website-Betreiber.

Es kann daher nur davor gewarnt werden, die Entscheidung sofort und ohne weiteres in der Praxis umzusetzen und bei Wartungsseiten sorglos auf ein Impressum zu verzichten. Die Klägerin des Verfahrens vor dem LG Düsseldorf hat gegen die Entscheidung Berufung beim Oberlandesgericht Düsseldorf eingelegt, es bleibt also die Entscheidung des Berufungsgerichts abzuwarten.

BGH: Widerrufsbelehrung ohne Zwischenüberschriften nicht ordnungsgemäß

Der Kläger verlangte Rückerstattung des Kaufpreises für einen am 26.01.2007 im Internet bestellten, am 14.02.2007 gelieferten Computer. Der Warenlieferung war eine Widerrufsbelehrung beigefügt, die zwar mit „Widerrufsrecht“ betitelt war, jedoch keine Zwischenüberschriften („Widerrufsrecht“, „Widerrufsfolgen“, „finanzierte Geschäfte“) enthielt. Der Käufer stützte seinen Anspruch unter anderem darauf, dass er mit Anwaltsschreiben vom 30.07.2007 den Kaufvertrag wirksam widerrufen habe. Hiergegen wandte sich die Beklagte mit dem Hinweis, dass die Widerrufsbelehrung inhaltlich dem Muster in der seinerzeit geltenden Anlage 2 zu § 14 Abs. 1 und 3 BGB-InfoV entsprochen habe und daher die zweiwöchige Widerrufsfrist bereits abgelaufen gewesen sei.

Der BGH hat nun entschieden, dass die verwendete Widerrufsbelehrung ohne Zwischenüberschriften („Widerrufsrecht“, „Widerrufsfolgen“, „finanzierte Geschäfte“) zum einen nicht der Musterwiderrufsbelehrung in Anlage 2 zu § 14 Abs. 1 und 3 BGB-InfoV in der bis zum 11.06.2010 geltenden Fassung entspricht und zum anderen nicht deutlich i.S.d. § 355 Abs. 1 Satz 2 BGB a.F. ist.

Das Gericht kam dabei zu dem Schluss, dass für den Verbraucher nicht erkennbar sei, dass in der Belehrung auch Informationen zu den Widerrufsfolgen enthalten sind. So werde verschleiert, dass nicht nur ein Widerrufsrecht bestehe, sondern bei dessen Ausübung auch erhebliche Pflichten zu beachten sind. Außerdem richte sich die Widerrufsbelehrung nicht konkret an den Adressaten („Sie“) sondern lediglich abstrakt an den „Verbraucher“, ohne den Rechtsbegriff „Verbraucher“ zu erläutern. Schließlich weiche die Widerrufsbelehrung im Format und insbesondere der Schriftgröße so erheblich vom Muster ab, dass sie für einen durchschnittlichen Verbraucher kaum lesbar sei, weil die Schrift extrem klein sei und jegliche Untergliederung des Textes fehle. Es könne daher keine Rede davon sein, dass die Widerrufsbelehrung insgesamt der Musterbelehrung entspreche.

Daher war die von der Beklagten verwendete Widerrufsbelehrung nicht ordnungsgemäß und hat die zweiwöchige Widerrufsfrist nicht ausgelöst, so dass der Vertrag auch noch mehr als fünf Monate nach der Lieferung der Ware wirksam widerrufen werden konnte.

(Bundesgerichtshof, Urteil vom 01.12.2010 - VIII ZR 82/10)

Fazit:
Auch nach der umfassenden Reform der Regelungen zum Widerrufs- und Rückgaberecht zum 11.06.2010 ist diese Entscheidung nachhaltig zu beachten. Das in das EGBGB aufgenommene Muster entspricht den gesetzlich normierten Deutlichkeitsanforderungen. Jede Abweichung, gleich ob inhaltlich oder in der äußeren Darstellung, birgt das Risiko, dass die verwendete Belehrung nicht dem Muster entspricht und daher nicht ordnungsgemäß ist.

Internethändlern ist daher auch weiterhin dringend anzuraten, bei der Errichtung von Widerrufsbelehrungen den Rat eines Fachanwaltes einzuholen und das gesetzliche Muster immer unverändert zu übernehmen.

Timo Schutt
Rechtsanwalt & Fachanwalt für IT-Recht
www.schutt-waetke.de