

Oberlandesgericht Köln

6 U 86/98

vom 14.10.1998



REWIS: open. smart. legal.
Datenbank für Rechtsprechung
Angaben ohne Gewähr



URL: <https://rewis.io/s/u/LwO8/>
Oberlandesgericht Köln
6. Zivilsenat

6 U 86/98 vom 14.10.1998

Urteil | Oberlandesgericht Köln | 6. Zivilsenat

Tenor

Die Berufung der Antragsgegnerin gegen das am 7. April 1998 verkündete Urteil der 31. Zivilkammer des Landgerichts Köln - 31 O 1060/97 - wird zurückgewiesen. Die Kosten des Berufungsverfahrens werden der Antragsgegnerin auferlegt. Das Urteil ist mit der Verkündung rechtskräftig.

1

Entscheidungsgründe:

2

Die Berufung der Antragsgegnerin ist zulässig, bleibt jedoch in der Sache ohne Erfolg.

3

Das Landgericht hat zu Recht der Antragsgegnerin mit der im angefochtenen Urteil bestätigten Beschlußverfügung vom 23. Dezember 1997 untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs für Telekommunikationsdienste mit der Angabe "Die Sparvorwahl" in der konkreten Form der in der Beschlußverfügung wiedergegebenen Broschüre und Anzeigen zu werben und/oder werben zu lassen. Dieses Wettbewerbsverhalten der Antragsgegnerin ist geeignet, den Verkehr in relevanter Weise irrezuführen und verstößt damit gegen [§ 3 UWG](#). Dies können die Mitglieder des Senats, die ebenso wie die Mitglieder der Kammer des Landgerichts zu den im Streitfall angesprochenen Verkehrskreisen gehören, aus eigener Kenntnis und Erfahrung beurteilen.

4

Bei der beanstandeten Angabe "Die Sparvorwahl" handelt es sich nicht nur um eine bloße Aufmerksamkeitswerbung, mit der dem Interessenten vermittelt wird, daß sich die Antragsgegnerin an den preisbewußte Kunden wende und preisgünstig sei. Nicht nur ein nicht unbeachtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise wird vielmehr den Hinweis "Die Sparvorwahl", wie er in den - in der Beschlußverfügung des Landgerichts wiedergegebenen - Anzeigen der Antragsgegnerin im "F." vom 1. Dezember 1997, in der "FAZ" vom 11. Dezember 1997 sowie in der (als Anlage K 8 zu den Akten gereichten und ebenfalls in der Beschlußverfügung angeführten) Broschüre der Antragsgegnerin verwendet wird, dahin verstehen, daß die Antragsgegnerin über ihre Netzbetreiberkennzahl ("Die Sparvorwahl") durchweg oder jedenfalls überwiegend günstigere Tarife als



ihre Konkurrenz anbietet und der Kunde bei Inanspruchnahme der Dienstleistungen der Antragsgegnerin folglich Geld sparen kann. Zu diesem Verständnis der Angabe wird der Verkehr - unterstützt durch den Wortsinn der Werbeaussage - gelangen, weil die streitgegenständlichen Anzeigen der Antragsgegnerin ebenso wie deren Broschüre darauf angelegt sind, ihm diese Bedeutung der Angabe "Die Sparvorwahl" nahezubringen. Dies gilt einmal bei Berücksichtigung des gesamten Kontextes der in Rede stehenden Broschüre und Anzeigen der Antragsgegnerin, also bei Einbeziehung auch der Werbeaussagen, hinsichtlich deren die Antragsgegnerin die Beschlußverfügung des Landgerichts vom 23. Dezember 1997 als endgültige Regelung ihres Streits mit der Antragstellerin akzeptiert hat. Diese im angefochtenen Urteil näher erörterten Werbeaussagen, wie z.B. die in den Anzeigen und in der Broschüre jeweils blickfangmäßig hervorgehobene Angabe "Bis zu 45 % sparen", weisen den Interessenten gerade auf die bei der Benutzung der "Sparvorwahl" möglichen Geldeinsparungen hin und bestätigen ihm damit, daß "Die Sparvorwahl" in den streitgegenständlichen Werbungen der Antragsgegnerin entsprechend ihrem Wortsinn gemeint ist.

- 5 Aber auch wenn man diese Werbeaussagen außer Betracht läßt, suggeriert die Angabe "Die Sparvorwahl" in den Anzeigen und in der Broschüre dem Verbraucher, daß er bei Benutzung der "Sparvorwahl" infolge von günstigeren Tarifen der Antragsgegnerin stets Geld sparen kann. So wird in den Anzeigen der Antragsgegnerin vom 1. und 11. Dezember 1997 im Fließtext jeweils ausdrücklich erklärt, daß der Kunde bei der Inanspruchnahme der "Sparvorwahl" im Festnetz günstiger als bisher telefonieren könne und sich besonders ab Telefonkosten von bisher 120 DM monatlich für ihn die Nutzung der Sparvorwahl lohne. Entsprechende Angaben finden sich ebenfalls in der streitgegenständlichen Broschüre der Antragsgegnerin wie u.a. die Erklärung "Sie können ab Januar 98 auch bei Ihren Telefonaten von zu Hause aus kräftig sparen" und der Hinweis "Einmal angemeldet, werden Sie automatisch über T. vermittelt, wenn Sie ab 1.1.98 die (x) vor Ihrer Zielrufnummer wählen. Und sparen sofort bei Telefonaten ab 50 km !" (Unterstreichung nur hier). Bei einem solchen Kontext kann der Verbraucher die beanstandete Werbeaussage der Antragsgegnerin letztlich nur in der angeführten Bedeutung verstehen, also als Hinweis darauf, daß er bei Benutzung der "Sparvorwahl" tatsächlich Geld einspart, das er sonst bei der Konkurrenz der Antragsgegnerin für Ferngespräche bezahlen müßte. Das von der Antragsgegnerin angeführte Urteil des Bundesgerichtshofs "Spar-Packung" (GRUR 1985/392) steht dieser Beurteilung der Werbeaussage der Antragsgegnerin nicht entgegen. Wenn dort im Rahmen der Prüfung eines möglichen Rabattverstoßes gesagt wird, daß die Bezeichnungen "Sparpackung" oder "preiswerte Sparpackung" nach der Lebenserfahrung nur als Hinweis auf die Preisgünstigkeit der betreffenden Packung verstanden werden, dient dies lediglich der Begründung, daß diese Hinweise dem Preis für die dort streitgegenständlichen Mehrpackungen nicht die Selbständigkeit nehmen,

bestätigt jedoch nicht das von der Antragsgegnerin ihrer beanstandeten Werbeaussage "Die Sparvorwahl" beigelegte Verkehrsverständnis als bloßen Hinweis auf die Preisgünstigkeit von Ferngesprächen über ihre Netzverbindungen. Dies lassen deutlich die Ausführungen des Bundesgerichtshofs in dem erwähnten Urteil bei der Erörterung des [§ 3 UWG](#) und der Prüfung erkennen, ob den in Rede stehenden Preisen der Mehrfachpackungen (der "Sparpackungen") die herausgestellte Sparwirkung fehle und die Preiswerbung deshalb irreführend sei.

6 Sieht somit der Verkehr in der Angabe "Die Sparvorwahl" die Ankündigung, daß er bei Benutzung dieser Netzbetreiberkennzahl billiger telefonieren könne, werden aber die Verbraucher gem. § 3 UWG irregeführt. Bezogen auf das Erscheinungsdatum der in Rede stehenden Broschüre und Anzeigen werden beachtliche Teile der Verbraucher die Ankündigung "Die Sparvorwahl" allein oder jedenfalls in erster Linie als eine Äußerung der Antragsgegnerin über ihre Tarife im Vergleich zu denen der Antragstellerin verstanden haben. Wie von der Antragstellerin im einzelnen dargelegt und glaubhaft gemacht und bereits im angefochtenen Urteil ausgeführt, bot und bietet die Antragstellerin jedoch z.B. außerhalb der üblichen Bürozeiten zum Teil deutlich günstigere Tarife als die Antragsgegnerin an. Die beanstandete Werbeaussage der Antragsgegnerin ist folglich unrichtig.

7 Zu berücksichtigen ist zudem, daß vor dem 1. Januar 1998 nicht nur die Antragsgegnerin, sondern auch schon andere Konkurrenten der Antragstellerin massiv ihre Telekommunikationsdienstleistungen für die Zeit nach dem 1. Januar 1998 in den Medien beworben haben, wie im Berufungstermin mit den Parteien erörtert und von diesen nicht in Frage gestellt. Selbst wenn man daher im Streitfall das Erscheinungsdatum der in Rede stehenden Broschüre und der Anzeigen der Antragsgegnerin als maßgeblich für die Beurteilung der Wettbewerbshandlung der Antragsgegnerin erachtet, ist davon auszugehen, daß bereits zu diesem Zeitpunkt zumindest ein nicht unbeachtlicher Teil der Verbraucher die Ankündigung der Antragsgegnerin von der "Sparvorwahl" - ebenfalls - in bezug zu den von diesen Drittbewerbern angebotenen Dienstleistungen gesetzt und deshalb darin die Ankündigung gesehen hat, er könne bei der Antragsgegnerin im Vergleich - auch - zu diesen anderen Anbietern billiger telefonieren. Von einer solchen Sichtweise des Verkehrs ist um so mehr auszugehen, wenn man im Hinblick darauf, daß die Antragsgegnerin ihre Werbeaussage bis heute als rechtmäßig verteidigt, bei der Beurteilung der Werbeaussage auf den Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung abstellt. Unstreitig treten die Drittbewerber in der Zeit nach dem 1. Januar 1998 dem Verbraucher verstärkt massiv mit ihren zahlreichen unterschiedlichen Tarifen und Sondertarifen in den Medien entgegengetreten. Um so eher werden deshalb die Verbraucher die Ankündigung der Netzbetreiberkennzahl der Antragsgegnerin als "Die Sparvorwahl" als Hinweis auf die Möglichkeit von



billigeren Ferngesprächen nicht nur im Vergleich zu den Tarifen der Antragstellerin, sondern ebenfalls im Vergleich zu denen der Drittbewerbern verstehen. Der von der Antragsgegnerin zu den Akten gereichte Beschluß des OLG Frankfurt vom 27. März 1998 ([ref=a9e871bd-0bcb-425d-b101-3284079d1c4a]6 W 5/98[/ref] OLG Frankfurt) gibt keinen Anlaß zu einer anderen Beurteilung. Dies gilt bereits deshalb, weil der Beschluß keinen ausreichenden Aufschluß über die konkrete Gestaltung der vom OLG Frankfurt beurteilten Werbung gibt, so daß nicht ersichtlich ist, aus welchen Gründen das OLG Frankfurt zu dem Schluß gelangt ist, daß sich der dort streitgegenständliche Preisvergleich nur auf die Tarife der Antragstellerin bezogen hat. Wird somit ein nicht unbeachtlicher Teil des Verkehrs die beanstandete Werbeaussage der Antragsgegnerin auch zu den Angeboten und Tarifen der Drittbewerber in bezug setzen, ist die Angabe "Die Sparvorwahl" ebenfalls aus der Sicht dieser Verbraucher irreführend, weil unrichtig. Nach dem in beiden Instanzen unstreitigen Sachvortrag der Antragstellerin kann nämlich - wie schon im angefochtenen Urteil angeführt - keine Rede davon sein, daß die mit "Die Sparvorwahl" beworbene Telekommunikationsdienste der Antragsgegnerin nicht nur mit Blick auf die Antragstellerin, sondern ebenfalls auf dritte Mitbewerber dem Verbraucher zu Einsparungen verhelfen.

- 8 Die aufgezeigte Irreführung des Verkehrs ist relevant, denn sie ist geeignet, die angesprochenen Verbraucher in ihrer Entscheidung für die Inanspruchnahme von Telekommunikationsdienstleistungen der Antragsgegnerin zu beeinflussen. Es liegt auf der Hand, daß sich nicht nur ein unbeachtlicher Teil der Verbraucher eher einem Anbieter zuwendet, bei dem er bei Ferngesprächen Geld sparen kann, und sich dabei angesichts der gerade für den durchschnittlichen Verbraucher nicht mehr überschaubaren Vielfalt von Tarifen und Sondertarifen aller Anbieter an einer griffigen und merkfähigen Werbeankündigung wie den Hinweis "Die Sparvorwahl" orientieren wird. Die im Rahmen von [§ 3 UWG](#) gebotene Interessenabwägung geht ebenfalls zu Lasten der Antragsgegnerin, denn diese hat ohne weiteres die Möglichkeit, den Verbraucher in zutreffender Weise über ihre Tarife zu informieren und eine Irreführung des Verkehrs zu vermeiden.
- 9 Das Unterlassungsverlangen der - bereits als unmittelbar Verletzte klagebefugten und aktivlegitimierten - Antragstellerin ist daher auch auf der Grundlage des zweitinstanzlichen Vorbringens der Parteien gerechtfertigt.
- 10 Die Kostenentscheidung beruht auf [§ 97 Abs. 1 ZPO](#).
- 11 Das Urteil ist gem. [§ 545 Abs. 2 ZPO](#) mit der Verkündung rechtskräftig.