

Aktenzeichen:

6 U 181/23

15 O 8/23 KfH LG Karlsruhe, ZwSt. Pforzheim



Oberlandesgericht Karlsruhe

6. ZIVILSENAT

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V., vertreten durch den Vorstand,
Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart
- Kläger und Berufungsbeklagter -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte [REDACTED]
[REDACTED]

gegen

Remove Laserzentrum GmbH, vertreten durch die Geschäftsführer, Wilhelm-Be-
cker-Straße 15, 75179 Pforzheim
- Beklagte und Berufungsklägerin -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte [REDACTED]
[REDACTED]

wegen Unterlassung

hat das Oberlandesgericht Karlsruhe - 6. Zivilsenat - durch den Richter am Oberlandesgericht [REDACTED], den Richter am Oberlandesgericht [REDACTED] und den Richter am Oberlandesgericht [REDACTED] aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 09.04.2025 für Recht erkannt:

1. Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landgerichts Karlsruhe vom 31.08.2023, 15 O 8/23 KfH, wird zurückgewiesen.
2. Die Beklagte trägt die Kosten des Berufungsverfahrens.
3. Dieses Urteil und das angefochtene Urteil sind vorläufig vollstreckbar.
4. Die Beklagte darf die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung oder Hinterlegung in Höhe von 110 % des aufgrund beider Urteile gegen sie vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrages leistet.
5. Die Revision wird nicht zugelassen.

.....

Beschluss

Der Streitwert wird für das Berufungsverfahren auf 22.000,00 € festgesetzt.

Gründe:

I.

Der Kläger, eingetragen als qualifizierte Einrichtung in der Liste des Bundesamtes für Justiz (Anlage K1), macht gegen die Beklagte, die auf Haarentfernung durch Verwendung von Laserstrahlen spezialisiert ist und Standorte in Pforzheim und Stuttgart betreibt, einen Unterlassungsanspruch geltend und verlangt die Zahlung einer Abmahnpauschale.

Die Beklagte unterhält unter der URL [REDACTED] eine Website, unter der sie für eine dauerhafte Haarentfernung wirbt (Anlage K2). Dort stellt sie der „kurzfristigen Haarentfernung durch Rasierer, Waxing, Epilierer oder ähnliches“ eine „dauerhafte Haarentfernung durch eine Laserbehandlung“ gegenüber und führt unter anderem aus:

„Nach Abschluss der Laserbehandlung müssen sich Kundinnen und Kunden nicht mehr mit dem Thema der Haarentfernung beschäftigen und haben stattdessen ein dauerhaft glattes Hautbild.“

Im weiteren Verlauf der Eingangsseite (Anlage K2, Seite 6) erfährt der Nutzer nach dem Durchlaufen („Scrollen“) mehrerer Bildschirmhöhen unter „Häufig gestellte Fragen“, dass für eine „dauerhafte Haarentfernung“ mehrere Behandlungen notwendig sind. Die Beklagte gibt die Anzahl der Behandlungen mit „in der Regel 8-12“ für eine dauerhafte Haarentfernung an. Zu der Unterseite „Preise“ (Anlage K3) gelangt der Nutzer, ohne nach unten zu scrollen oder die weiteren Unterseiten aufrufen zu müssen, über das entsprechende Reitermenü (Anlage K2, Seite 1; rote Umrandung) und über den Button „Zum Rechner“ am oberen Rand der Eingangsseite. Dort wirbt die Beklagte mit einem „unschlagbaren Preis-Leistungs-Verhältnis im Bereich der dauerhaften Haarentfernung“ und weist auf die Möglichkeit hin, anhand des Geschlechts die Preise abzurufen. Die Beklagte bietet dabei Einzelpreise als auch Paketpreise für mehrere Körperregionen an, für Brust und Rücken bei Männern beispielsweise wie folgt (Anlage K3, S. 6):

„Preis pro Behandlung (Richtwert) bei Männern

**Klicke auf die Körperteile, um die Kosten zu erfahren*

**Individuelle Preise sind bei einer Beratung vereinbar*

Einzelpreise

Brust: 80 €

Rücken: 130 €

Paketpreise

Wangen-Augenbrauen: 50 €

Wangen-Nacken-Hals: 90 €

Achsel-Intim: 100 €“

Der Kläger ließ die Beklagte mit anwaltlichem Schreiben vom 24.01.2023 (Anlage K5) abmahnen und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auffordern. Die Beklagte hat dieses Verlangen mit Schreiben vom 06.02.2023 (Anlage K6) zurückweisen lassen.

Der Kläger hat vorgetragen, dass er allein die Interessen von Verbrauchern vertrete, entgegen der Ansicht der Beklagten nie im Auftrag oder im Interesse gewerblicher Unternehmer tätig werde. Im Übrigen hätten vier weitere Mitbewerber auf Aufforderung des Klägers strafbewehrte Unterlassungserklärungen abgegeben.

Der Kläger hat geltend gemacht, dass die Beklagte in ihrem gesamten Internetauftritt, unter anderem auf der Unterseite gemäß Anlage K2, verschweige, dass ein Behandlungserfolg für hell pigmentierte Personen von Anfang an unwahrscheinlich sei und bei Hormonumstellungen sowie regelmäßig nach mehreren Jahren eine Wiederholung der Behandlung notwendig sei, so dass die Darstellung einer dauerhaften Haarentfernung bereits unzutreffend sei. Die Beklagte stelle schließlich selbst die Haut- und Haarfarbe als maßgebliches Differenzierungskriterium für den Erfolg der Behandlung dar (Anlage K4).

Der Verbraucher erfahre an keiner Stelle der Website gemäß Anlage K3, dass der „Preis pro Behandlung (Richtwert)“ nicht im Ansatz realistisch sei, sondern dass der Preis bei acht bis zwölf benötigten Behandlungen bei etwa 800,00 € bis 960,00 € (Brust) bzw. 1.300,00 € - 1.560,00 € (Rücken) liege. Bei Kenntnis des tatsächlichen Richtpreises würde der Verbraucher dem Angebot von Anfang an kritischer gegenüberstehen. Es spiele keine Rolle, dass die Beklagte die erforderlichen Informationen an anderer Stelle als auf der Seite gemäß Anlage K3 vorhalte, da man zu der Seite gemäß Anlage K3 gelange, ohne die Seiten aufrufen zu müssen, wo die relevanten Informationen gegeben würden.

Es genüge nicht, dass die Beklagte an irgendeiner Stelle ihrer Website die für den Verbraucher wichtige Information vorhalte, dass für ein befriedigendes Ergebnis 8-12

Sitzungen erforderlich seien, dort auf die Information jedoch verzichte, wo der Verbraucher dies eben berechtigterweise erwarten dürfe, nämlich auf der eigens installierten Unterseite „Preise“. Die dortige Angabe eines realistisch zu erwartenden Gesamtpreises sei für die Beklagte auch zumutbar.

Die Darstellung auf der Seite „Preise“ sei damit irreführend, da es eine dauerhafte Haarentfernung bei hell pigmentierten Personen und bei hormoneller Umstellung nicht gebe. Ein beachtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise gehe davon aus, dass die von der Beklagten angebotene Dienstleistung nicht nur vollständig sei, sondern auch nicht wiederholt werden müsse, da sie dauerhaft sei. Die Preisdarstellung sei zudem irreführend, da die Beklagte nicht den Gesamtpreis angebe, der typischerweise für ein annehmbares Ergebnis gezahlt werden müsse. Nicht ausreichend sei es, wenn der Verbraucher an anderen Stellen des Internetauftritts die erforderlichen Informationen erkennen könne, da die Angabe des Gesamtpreises erforderlich sei. Die Angabe einer Leistungseinheit, auf die sich der Gesamtpreis beziehe, sei zusätzlich erforderlich, soweit dies der allgemeinen Verkehrsauffassung entspreche. Die Beklagte hingegen verschleierte den Gesamtpreis, so dass sie gegen das Transparenzgebot verstoße. Auf einen späteren Beratungstermin komme es insoweit nicht an, da der Verbraucher zuvor bereits längst seine geschäftliche Entscheidung getroffen habe.

Die Klage nehme Bezug auf die konkrete Verletzungsform, überlasse damit dem Gericht, unter welchem der vorgebrachten Gesichtspunkte der Klage zum Erfolg verholten werde. Die Klage sei daher begründet, wenn sich ein Anspruch unter einem der von dem Kläger geltend gemachten Gesichtspunkte ergebe. In der konkreten Verletzungsform, gegen die sich die Klage richte, sei der Lebenssachverhalt zu sehen, durch den der Streitgegenstand bestimmt werde.

Der Kläger hat beantragt:

- I. Der Beklagten wird untersagt, gegenüber Verbrauchern mit einer „dauerhaften Haarentfernung“ unter Angabe konkreter Preise für die Behandlung zu werben, wenn die Beklagte verschleierte, dass eine „dauerhafte Haarentfernung“ nicht für

alle Haut- und Haartypen gewährleistet werden kann, und dass für einen Behandlungserfolg mehrere Behandlungen erforderlich sind, wie ersichtlich aus den Screenshots nach Anlage K3.

- II. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffern I. genannte Unterlassungspflicht ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, angedroht.
- III. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243,51 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte hat beantragt:

Die Klage wird abgewiesen.

Die Beklagte hat vorgetragen, dass der Kläger durch die Klageerhebung seinen Satzungszweck, die Wahrnehmung kollektiver Verbraucherinteressen, überschreite, so dass ihm vorliegend die Klagebefugnis fehle. Die Tatsache, dass der Kläger lediglich die Beklagte abgemahnt und verklagt habe, belege, dass dieser nicht den Satzungszweck verfolge, sondern im Auftrag eines Mitbewerbers tätig werde.

Die Beklagte war weiter der Ansicht, dass die Klage bereits insoweit unschlüssig sei, als der Kläger den Zusatz begehre, eine dauerhafte Haarentfernung sei nicht für alle Haar- und Hauttypen gewährleistet, da der Kläger lediglich Ausführungen zu Personen mit heller Pigmentierung, i.e. weißhaarigen und hellblonden Menschen mache. Ausführungen zu Hauttypen fehlten vollständig. Der Begründungsmangel führe bereits zur Unschlüssigkeit der Klage.

Die Beklagte behaupte mit den Formulierungen „eine“ Laserbehandlung bzw. „der“ Laserbehandlung aus der Sicht eines situationsadäquat aufmerksamen und durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers nicht, dass eine dauerhafte Haarentfernung alleine mit einer einzigen Behandlung bewerkstelligt werden könne.

Die Beklagte stelle vielmehr die von ihr angebotene Laserbehandlung anderen Haar-entfernungsmethoden gegenüber, so dass die Formulierung nicht numerisch, sondern abstrakt zu verstehen sei. Auf der Website der Beklagten werde zudem an anderer Stelle unmissverständlich darauf hingewiesen, dass mehrfache Behandlungen erforderlich seien.

Es treffe nicht zu, dass die von der Beklagten angewandte Methode für hell pigmentierte Personen nicht geeignet sei. Die gänzlich unsubstantiierte Behauptung des Klägers begründe den Verdacht, dass dieser nicht im Interesse der Gesamtheit der Verbraucher tätig werde, sondern im Auftrag eines Mitbewerbers der Beklagten, dessen Laserapparatur - im Gegensatz zu der von der Beklagten verwendeten - nicht gut genug sei, um bei hell pigmentierten Menschen zu wirken. Die Anspruchsverfolgung des Klägers erweise sich damit als rechtsmissbräuchlich. Selbst wenn die Behauptung des Klägers aber zutreffe, müsse die Beklagte auf die Unwirksamkeit einer Behandlungsmethode in weniger als der Hälfte der Anwendungsfälle nicht hinweisen. Auch fehle jeder Vortrag, dass der angeblich zu Unrecht fehlende Hinweis Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasse, die sie bei gebotenem Hinweis nicht getroffen hätten. Die nähere Auseinandersetzung mit einem Angebot sei gerade keine geschäftliche Entscheidung.

Es sei auch unzutreffend, dass bei Hormonumstellungen und regelmäßig nach mehreren Jahren eine Wiederholung der Behandlung erforderlich sei.

Die Preisangabe der Beklagten sei nicht irreführend, nachdem der Verbraucher bereits durch die Bezeichnung „Einzelpreis“ unmissverständlich erfahre, dass eine Gesamtbehandlung mehr koste als der angegebene Preis für Brust und Rücken von 80,00 € bzw. 130,00 €. Da der potentielle Kunde auf die für eine erfolgreiche Behandlung erforderlichen 8-12 Behandlungen hingewiesen werde, könne er sich unschwer den ungefähren Gesamtpreis ausrechnen.

Soweit der Kunde auf der aus Anlage B5 ersichtlichen Eingabemaske seine Daten eingabe und einen Terminvorschlag für eine Beratung vereinbare, werde er auf die für

die individuell bei ihm anzuwendende Behandlung, die von Faktoren wie Haartyp, Alter, Haut- und Haarfarbe, zu behandelndem Körperareal und Hormonhaushalt abhängen und anfallende Kosten hingewiesen.

Den exakten Richtwert für die individuelle Behandlung könne die Beklagte nicht bereits auf ihrer Homepage angeben, da dieser von den individuellen Gegebenheiten des Kunden abhängen. Durch die Angabe der einzelnen Parameter für die Preisermittlung sei dem Transparenzgebot jedoch Genüge getan.

Durch den Hinweis der Beklagten, dass nach mehreren Behandlungen nahezu keine Haare mehr sichtbar seien, werde der situationsadäquat aufmerksame und durchschnittlich informierte Verbraucher unmissverständlich darauf hingewiesen, dass die Laserbehandlung der Beklagten nicht zur vollständigen Haarentfernung führe. Ein Bezug zum Unterlassungsantrag bestehe nicht. Im Übrigen stelle der Kläger hinsichtlich der Preisgestaltung keinen Unterlassungsantrag.

Die Dauerhaftigkeit bei Anwendung von auf den Körper einwirkenden Anwendungen meine auch nicht immerwährend, sondern lediglich für eine gewisse Dauer.

Das Landgericht hat der Klage wie von dem Kläger beantragt stattgegeben und die Beklagte zur Unterlassung verurteilt. Der Kläger sei gem. § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG klagebefugt, da er in die Liste qualifizierter Einrichtungen gemäß § 4 UKlaG eingetragen sei. Die Eintragung habe für die Klagebefugnis konstitutive Wirkung. Begründete Zweifel iSd § 4 Abs. 4 UKlaG beständen nicht. Das mit der Klage verfolgte Ziel stehe auch in Einklang mit den satzungsgemäßen Aufgaben des Klägers.

Die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs durch den Kläger sei auch nicht rechtsmissbräuchlich erfolgt. Es seien von der Beklagten keine Anhaltspunkte mit Substanz dafür aufgezeigt worden, dass der Kläger dem Satzungszweck gegenläufige Interessen verfolge. Grundsätzlich nicht missbräuchlich sei es, wenn der Verband nur

gegen einen oder einzelne von mehreren Verletzern vorgehe. Denn es stehe dem Verletzer frei, seinerseits gegen die anderen Verletzer vorzugehen. Auch greife der Einwand des Rechtsmissbrauchs nicht, wenn im Streitfall die Interessen der Allgemeinheit berührt werden. Schließlich genüge der Unterlassungsantrag den Bestimmtheitsanforderungen des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO.

Das Landgericht hat einen Unterlassungsanspruch zunächst im Hinblick auf die Angabe der Preise aus § 8 Abs. 1, Abs. 3, §§ 3, 5 Abs. 2 Fall 2 Nr. 1, Nr. 2, § 5a Abs. 1 UWG bejaht. Der Verbraucher gelange, wenn er die Website der Beklagten aufrufe, ohne dass er die entsprechenden Unterseiten der Website öffnen müsse, durch Anklicken auf der Startseite direkt zu der von dem Kläger beanstandeten Unterseite (Anlage K3), wo er über die Einzelpreise der entsprechenden Körperregionen im Bereich der dauerhaften Haarentfernung informiert werde, ohne dass die für ihn wesentlichen weiteren Informationen zur Verfügung gestellt würden, dass es sich bei den eingegebenen Einzelpreisen nicht um den Preis handle, der zur Erzielung der „dauerhaften Haarentfernung“ im Gesamten tatsächlich von ihm letztendlich an die Beklagte zu entrichten sei. Das Vorbringen der Beklagten, dass dem Verbraucher auf verschiedenen Unterseiten der Website die wesentlichen Informationen zur Verfügung gestellt würden, sei nicht entscheidungserheblich. Denn der Verbraucher gelange zu der Unterseite „Preise“, ohne die entsprechenden Unterseiten aufrufen zu müssen und damit ohne die tatsächlichen wesentlichen Informationen über die erforderliche Anzahl der durchzuführenden Behandlungen zu erhalten.

Zudem liege eine Irreführung in der Verwendung des Begriffs „dauerhafte Haarentfernung“. Die angesprochenen Verkehrskreise verständen unter einer dauerhaften Haarentfernung eine Haarentfernung, die nicht wiederholt werden müsse. Sollte dieser Begriff lediglich mit einer zeitlichen Einschränkung zu verstehen sein, hätte es eines einschränkenden Zusatzes bedurft.

Es könne dahingestellt bleiben, ob dem Verbraucher, nachdem er einen Beratungstermin mit der Beklagten vereinbart habe, im Rahmen dieser Beratung die wesentlichen Informationen über die Anzahl der erforderlichen Behandlungen und auch der Gesamt-

preis mitgeteilt werde. Denn habe der Verbraucher bereits einen Beratungstermin vereinbart oder das Institut der Beklagten betreten, habe er seine geschäftliche Entscheidung bereits getroffen.

Zudem fehle für den Verbraucher, wenn er bereits auf der ersten Seite auf die Unterseite Preise klicke, die für ihn wesentliche Information, dass die Frage der hellen Pigmentierung, insbesondere des Haut- und Haartyps, von maßgeblicher Bedeutung für den Erfolg der von der Beklagten durchzuführenden Haarentfernung sei. Dass dies für die Anzahl der durchzuführenden Behandlungen und auch für deren Erfolg maßgeblich sei, ergebe sich bereits aus dem Internetauftritt der Beklagten selbst. Denn die Beklagte stelle maßgeblich auch auf die unterschiedlichen Haar- und Hauttypen ab, allerdings nicht auf der konkret hier zu beurteilenden Unterseite (Anlage K3). Auch diese Information sei von wesentlicher Bedeutung für die Entscheidung des Verbrauchers, ob er gegebenenfalls einen Beratungstermin bei der Beklagten vereinbare und im Anschluss daran eine entsprechende Haarentfernung durchführen lassen werde.

Das Verhalten der Beklagten bezogen auf die Anlage K3 stelle sich damit als unlauter dar, so dass, da die Wiederholungsgefahr zu vermuten sei, dem Kläger der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zuzuerkennen gewesen sei.

Gegen dieses Urteil wendet sich die Beklagte mit der Berufung. Sie macht geltend, das Landgericht habe bezüglich der rechtsmissbräuchlichen Anspruchsverfolgung gem. § 8c Abs. 1 UWG unter Verletzung von Art. 103 Abs. 1 GG bzw. § 286 ZPO erstinstanzlichen Vortrag der Beklagten unberücksichtigt gelassen. Bereits in der Klagerwiderrung vom 11.04.2023 (S. 4, zweiter Absatz) sowie mit Schriftsatz vom 14.06.2023 (S. 5, zweiter Absatz) habe die Beklagte geltend gemacht, dem Kläger gehe es offensichtlich nicht um die Verfolgung seines satzungsgemäßen Auftrags, nämlich die Vertretung von Verbraucherinteressen, mithin von öffentlichen Interessen, sondern vielmehr darum, im Auftrag eines Mitbewerbers der Beklagten diese im Wettbewerb zu behindern. Dies ergebe sich daraus, dass der Kläger unsubstantiiert, d.h. ohne ihre Erkenntnisquelle zu nennen, die – unzutreffende – Behauptung der Ungeeignetheit der von der Beklagten angewandten Behandlungsmethode für hell pigmentierte Personen aufstelle. Da sich dies auch nicht aus öffentlich Quellen ergebe, dränge

sich der Verdacht auf, dass der Kläger ausschließlich im Auftrag eines die Beklagte anschwärzenden und den Kläger mit Informationen versorgenden Konkurrenten der Beklagten tätig werde, dessen eigene Apparatur für Laserbehandlungen nicht für hell pigmentierte Menschen geeignet sei (Klageerwiderung) und welcher den Kläger als gegenüber einer eigenen Klage preisgünstigere Variante für seine eigenen gewerblichen Zwecke einsetze. Außerdem habe die Beklagte mit Schriftsätzen vom 26.06.2023 und vom 27.07.2023 (S. 1 u. bis zum zweitletzten Absatz) darauf hingewiesen, dass sich die Verfolgung der gewerblichen Interessen eines Mitbewerbers, mithin die Behinderung der Beklagten, mit der vorliegenden Klage auch daraus ergebe, dass der Kläger die von ihm behaupteten Abmahnungen weiterer Mitbewerber der Beklagten trotz substantiierten Bestreitens der Beklagten nicht vorgelegt und näher substantiiert habe.

Nach Ansicht der Beklagten gehe das Landgericht bei der Beurteilung der Angaben unter dem Gesichtspunkt der Irreführung unter Verletzung von § 5a Abs. 3 UWG a.F. (inhaltlich entsprechend § 5b Abs. 1 UWG) bereits von einem unzutreffenden rechtlichen Maßstab aus. Denn es nehme an, dass die Dienstleistungen der Beklagten auf deren Website so angeboten würden, dass ein durchschnittlicher Verbraucher einen Vertrag über die Website abschließen könne. Der Kläger habe aber nicht vorgetragen, dass Kunden der Beklagten über deren Website Haarentfernungen bestellen könnten. Dies treffe auch nicht zu, wie die Beklagte bereits vorgetragen habe. Ebenso habe die Beklagte vorgetragen, dass potenzielle Kunden in einem zwingend vor jeder Erstbehandlung und jedem Vertragsabschluss stattfindenden persönlichen Beratungsgespräch vor Ort umfassend über ihr Angebot informiert und aufgeklärt würden, insbesondere über den voraussichtlichen Preis, der für jeden Kunden unterschiedlich sei, da er von der individuellen Disposition des Kunden abhängt. Indem das Landgericht diesen Sachvortrag übergangen habe, seien erneut das Recht der Beklagten auf Gewährung rechtlichen Gehörs aus Art. 103 Abs. 1 GG sowie die Vorschrift des § 286 Abs. 1 ZPO verletzt.

Nach Ansicht der Beklagten gehe das Landgericht von einem falschen Verständnis der „geschäftlichen Entscheidung“ im Sinne von § 5a Abs. 1 und 2 UWG a.F. (inhaltlich

entsprechend § 5 Abs. 1 und § 5a Abs. 1 Nr. 1 UWG n.F.) aus, wenn es meine, darunter sei bereits das Betreten des Geschäfts zu verstehen. Nach der Rechtsprechung des BGH sei das Betreten eines Geschäftslokals dann noch keine geschäftliche Entscheidung im Sinne von § 5a Abs. 1 und 2 UWG a.F., wenn – wie hier – der Vertrag über eine individuelle Einzelleistung geschlossen werde und dem Vertragsschluss ein Beratungsgespräch vorausgehe, bevor konkrete Einzelangebote zum Vertragsschluss abgegeben werden könnten (Verweis auf BGH v. 14.01.2016 – I ZR 61/14, NJW-RR 2016, 1322, Rn. 28 a.E. - Wir helfen im Trauerfall, sowie BGH v. 21.07.2011 – I ZR 192/09, GRUR 2012, 402, Rn. 32 – Treppenlift). Bei der Beurteilung einer Irreführungsgefahr sei zudem darauf abzustellen, ob der Informationserfolg vor Vertragsschluss erreicht werde.

Die Beklagte wendet sich weiter gegen die Annahme des Landgerichts, dass auf der Website über das Erfordernis mehrerer Behandlungen getäuscht werde. Nach Ansicht der Beklagten sei eine Angabe auf einer Website auch dann hinreichend deutlich, mithin kein Verstoß gegen § 5a Abs. 2 UWG a.F., wenn sie sich nicht schon auf der Homepage, sondern erst auf einer Unterseite befinde und der interessierte Verbraucher sie erst nach mehrfachem Klicken zur Kenntnis nehme. Denn der Verbraucher sei mittlerweile mit den Besonderheiten des Internet vertraut und wisse, dass für seine geschäftliche Entscheidung relevante Informationen auf mehrere Unterseiten verteilt sein könnten und erst nach – gegebenenfalls mehrfachem – Anklicken erteilt würden. Nach einer Entscheidung des BGH genüge zur Vermeidung einer Irreführung sogar das Bereithalten wesentlicher Informationen auf einer weiteren, verlinkten Homepage des Unternehmers. Auch damit werde den Anforderungen des Kommunikationsmediums „Internet“ Rechnung getragen im Sinne von § 5a Abs. 5 UWG a.F. (inhaltlich entsprechend § 5a Abs. 3 UWG n.F.; BGH v. 04.02.2016 – I ZR 181/14, juris, Rn. 14 – Energieeffizienzklasse I). Außerdem sei eine Werbung nicht isoliert zu beurteilen, sondern in ihrem Gesamtzusammenhang.

Diesen Anforderungen werde die streitgegenständliche Gestaltung gerecht. Doch selbst wenn mit dem Landgericht auf die Startseite abgestellt werden müsste, wäre die Gestaltung wettbewerbsrechtskonform. Denn nach dem erstinstanzlichen Vortrag der Beklagten (Schriftsatz vom 27.07.2023, S. 4, dritter Absatz) erscheine bereits auf der

Startseite eine Schaltfläche mit der Aufschrift „Wie viele Behandlungen braucht man für eine dauerhafte Haarentfernung?“, aus der deutlich werde, dass es mehrerer Behandlungen bedürfe. Dass ein Nutzer daraufklicken müsse, um die Informationen zu erhalten, dass in der Regel acht bis zwölf Behandlungen erforderlich seien und die exakte Anzahl von individuellen Faktoren wie Geschlecht, Alter etc., abhängen, stehe im Einklang mit der Rechtsprechung. Dass mehrere Behandlungen erforderlich seien, ergebe sich zudem bereits sprachlich aus dem Begriff „Einzelpreise“.

Das Landgericht übergehe bei der Annahme, dass ein durchschnittlich informierter und situationsadäquat aufmerksamer Verbraucher unter „dauerhafter Haarentfernung“ eine Behandlung verstehe, die nicht wiederholt werden müsse, den Vortrag der Beklagten, wonach der Verbraucher unmissverständlich darauf hingewiesen werde, dass acht bis zwölf Behandlungen notwendig seien. Zudem habe die Beklagte geltend gemacht, dass nach mehreren Behandlungen nahezu keine Haare mehr sichtbar seien. Auch nach der Rechtsprechung garantiere die Werbung mit „dauerhaft“ keineswegs „für immer“, sondern – dem umgangssprachlichen Gebrauch entsprechend – „für eine gewisse Dauer“ nach wiederholter Behandlung.

Die Annahme des Landgerichts, dass die Behandlung für manche Haut- und Haartypen ungeeignet sei, sei unzutreffend. Lediglich die Behandlungsanzahl sei bei jedem sehr individuell und hänge von mehreren Faktoren ab wie der Haar- und Hautbeschaffenheit. Entsprechenden erstinstanzlichen Vortrag der Beklagten habe das Landgericht übergangen. Das Landgericht nehme zwar noch zutreffend an, dass die Beklagte in ihrem Internetauftritt deutlich auf diese Tatsache hinweise, erkenne jedoch rechtsfehlerhaft eine Irreführung darin, dass die Beklagte nicht bereits auf der Startseite ihres Internetauftritts darauf hinweise.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Landgerichts Karlsruhe vom 31.08.2023, 15 O 8/23 KfH, aufzuheben und die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung kostenpflichtig zurückzuweisen.

Nach Ansicht des Klägers ist der Einwand der Beklagten, das Landgericht habe entscheidungserheblichen Vortrag der Beklagten zur Frage des Rechtsmissbrauchs unberücksichtigt gelassen, unbegründet. Dass sich das Landgericht mit dem tatsächlichen Vorbringen der Beklagten zur Begründung des Rechtsmissbrauchseinwands auseinandergesetzt bzw. dieses zur Kenntnis genommen habe, ergebe sich bereits aus dem streitigen Tatbestand des landgerichtlichen Urteils (vgl. Urteil, S. 5, im unteren Drittel), wonach das Gericht die wesentlichen Argumente der Beklagten zur Begründung des Rechtsmissbrauchsvorwurfs zusammengefasst habe. Mit diesen Argumenten habe sich das Gericht sodann auch in seiner Urteilsbegründung (Urteil, S. 8, unter lit. b) f.) umfassend auseinandergesetzt.

Ohnehin sei der Einwand des Rechtsmissbrauchs fernliegend. Insbesondere habe der Kläger die ursprüngliche Behauptung der Beklagten, er habe angeblich nur die Beklagte abgemahnt, durch seinen Vortrag in der Replik entkräftet, auch gegen Mitbewerber vorgegangen zu sein. Selbst wenn er nur gegen die Beklagte vorgegangen wäre, würde dies kein rechtsmissbräuchliches Verhalten begründen, da es dem Kläger selbst überlassen sei, gegen wen er vorgehe.

Die Begründetheit der Klage ergebe sich schon allein daraus, dass die Beklagte mit einer „dauerhaften Haarentfernung“ werbe, obwohl ein dauerhafter Behandlungserfolg tatsächlich nicht gegeben sei. Das Landgericht habe zu Recht festgestellt, dass der Verbraucher die Werbung mit einer „dauerhaften Haarentfernung“ im Sinne einer Behandlung verstehe, „die, da „dauerhaft“, nicht wiederholt werden muss“. Für die Annahme einer Irreführung i.S.d. § 5 Abs. 1 UWG genüge, dass (nur) ein beachtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise das vom Kläger beschriebene Verkehrsverständnis habe. Ein erheblicher Teil der Verbraucher verstehe den Begriff „dauerhaft“ im Sinne von „für immer“, d.h. „endgültig“. Selbst die Beklagte bewerbe auf ihrer eigenen Website einen endgültigen Behandlungserfolg. Die Werbebotschaft der Beklagten erweise sich vor diesem Hintergrund als bestenfalls mehrdeutig. Das genüge für die Annahme einer Wettbewerbsverletzung.

Der Kläger trägt weiter vor, die Beklagte habe noch bis vor kurzem auf ihrer eigenen Website folgendes ausgeführt:

„Nach Abschluss der Laserbehandlung müssen sich Kundinnen und Kunden nicht mehr mit dem Thema der Haarentfernung beschäftigen und haben stattdessen ein dauerhaft glattes Hautbild.“

Wenngleich die Gestaltung bzw. die Darstellung der Website nach Anlage K2 nicht unmittelbar zum Streitgegenstand (Anlage K3) zu zählen sei, könne die Beklagte nicht überzeugend einerseits ausführen, der Verkehr verstehe die Werbung mit dem Begriff „dauerhaft“ nicht i.S.v. „für immer“, wenn sie andererseits gleichzeitig auf ihrer eigenen Website genau ein solches Verkehrsverständnis mit ihren eigenen Werbeaussagen provoziere.

Tatsächlich gebe es einen dauerhaften Behandlungserfolg bei der von der Beklagten angebotenen Dienstleistung nicht, was auch die Beklagte auf ihrer Website in dem dort eingeblendeten Schaubild (Anlage K4) selbst einräume, wenn sie dort ausführe, dass nach mehreren Behandlungen nur „nahezu keine Haare“ mehr sichtbar seien. Die Werbung mit einer „dauerhaften Haarentfernung“ sei aus Sicht eines erheblichen Teils der angesprochenen Verkehrskreise somit nicht zuletzt vor diesem Hintergrund unwahr. „Nahezu keine Haare“ sei nicht im Ansatz mit einer „dauerhaften Haarentfernung“ gleichzusetzen. Eine solche unwahre Angabe sei unter keinen Umständen zu rechtfertigen.

Der Kläger trägt weiter vor, die Werbung mit der objektiv unzutreffenden Angabe, es handele sich bei der Dienstleistung der Beklagten um eine „dauerhafte“ Haarentfernung, sei geeignet, die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers zu beeinträchtigen. Die Auffassung der Beklagten, die relevante geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers liege erst im tatsächlichen Abschluss eines Vertrags mit der Beklagten, sei mit der höchstrichterlichen Rechtsprechung des BGH nicht zu vereinbaren. Es werde nicht nur die Entscheidung des Verbrauchers geschützt, ob dieser einen Kauf tätigen oder einen Dienstvertrag schließen möchte oder nicht. Erfasst werde nach der höchst-

richterlichen Rechtsprechung (BGH v. 07.03.2019 - I ZR 184/17 – Energieeffizienzklasse III) vielmehr – bereits eine Stufe zuvor – die Entscheidung des Verbrauchers, ob dieser sich mit einem bestimmten Angebot im Detail auseinandersetzen möchte. Die relevante geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers sei daher nicht erst die Entscheidung, die Dienstleistungen der Beklagten tatsächlich in Anspruch zu nehmen, sondern die vorgelagerte Entscheidung, über die Website der Beklagten einen individuellen Beratungstermin zu vereinbaren.

II.

Die Berufung der Beklagten ist zulässig. Die statthafte Berufung wurde form- und fristgerecht eingelegt. Das angegriffene Urteil ist ausweislich des anwaltlichen Empfangsbekenntnisses dem Prozessbevollmächtigten der Beklagten am 03.09.2023 zugestellt worden. Ferner sind die Berufungsfrist und nach wirksamer Verlängerung auch die Berufungsbegründungsfrist eingehalten.

Die Berufung der Beklagten ist aber unbegründet und hat daher keinen Erfolg. Das Landgericht hat rechtsfehlerfrei erkannt, dass die erstinstanzliche Klage zulässig (1.) war. Die Klage war auch in vollem Umfang begründet (2.).

1. Die Klage vor dem Landgericht war zulässig, insbesondere ist der Klageantrag hinreichend bestimmt. Hiergegen wendet die Berufung nichts ein.

a) Der Kläger ist auch als qualifizierte Einrichtung aufgrund seiner Eintragung in der Liste nach § 4 UKlaG klagebefugt. Die Bestimmung des § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG regelt nicht nur die sachlich-rechtliche Anspruchsberechtigung, sondern auch die prozessuale Klagebefugnis (BGH v. 04.07.2019 – I ZR 149/18, GRUR 2019, 966 Rn. 17 – Umwelthilfe). Die Eintragung in der Liste der qualifizierten Einrichtungen nach § 4 UKlaG hat für die Klagebefugnis konstitutive Wirkung.

b) Das mit der Klage verfolgte Ziel steht mit den satzungsmäßigen Aufgaben des Klägers in Einklang. Die Klagebefugnis folgt nicht schon daraus, dass der Kläger in die Liste qualifizierter Verbraucherverbände im Sinne von § 4 Abs. 1 UKlaG eingetragen

ist. Die Notwendigkeit der Prüfung, ob die Prozessführung im konkreten Einzelfall vom Satzungszweck des klagenden Verbands umfasst ist, bleibt davon unberührt (BGH. v. 04.07.2019 – I ZR 149/18, GRUR 2019, 966 Rn. 28 – Umwelthilfe). Im Streitfall dient die Klage dazu, die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher in Baden-Württemberg durchzusetzen. Die wirtschaftlichen Interessen der baden-württembergischen Verbraucher werden auch dann verfolgt, wenn sie mit den Interessen nachteilig betroffener Mitbewerber zusammenfallen, wie es bei den die Marktgegenseite schützenden Verhaltensnormen des UWG der Regelfall ist.

c) Rechtsfehlerfrei hat das Landgericht zudem angenommen, dass die Geltendmachung der Ansprüche durch den Kläger nicht rechtsmissbräuchlich ist, auch wenn es sein Urteil insoweit noch auf § 8 Abs. 4 UWG in der bis zum 1. Dezember 2020 geltenden Fassung gestützt hat. Nichts anderes ergibt sich aber unter Zugrundelegung von § 8c UWG in der seither und damit im Streitfall geltenden Gesetzesfassung.

Nach § 8c Abs. 1 UWG ist die Geltendmachung der Ansprüche aus § 8 Abs. 1 unzulässig, wenn sie unter Berücksichtigung der gesamten Umstände missbräuchlich ist. Von einem Missbrauch im Sinne von § 8c Abs. 1 UWG ist auszugehen, wenn das beherrschende Motiv bei der Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs sachfremde, für sich genommen nicht schutzwürdige Interessen und Ziele sind und diese als die eigentliche Triebfeder und das beherrschende Motiv der Verfahrenseinleitung erscheinen. Die Annahme eines derartigen Rechtsmissbrauchs erfordert eine sorgfältige Prüfung und Abwägung der maßgeblichen Einzelumstände, wobei der nach Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 20 Abs. 3 GG sowie Art. 6 Abs. 1 Satz 1 EMRK zu gewährleistende effektive Rechtsschutz zu berücksichtigen ist (BGH v. 04.07.2019 – I ZR 149/18, GRUR 2019, 966 Rn. 33 – Umwelthilfe).

Ob ein beanstandetes Verhalten eines Verbraucherverbands bei der Anspruchsverfolgung unter dem Gesichtspunkt des Rechtsmissbrauchs (§ 8c Abs. 1 UWG) oder unter dem Gesichtspunkt der Klagebefugnis (§ 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG) zu prüfen ist, richtet sich danach, ob der Vorwurf auf das Vorgehen im konkreten Fall zielt oder auf die allgemeine Ausnutzung der - im Fall des § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG - durch die Eintragung nach § 4 Abs. 2 UKlaG erworbenen Rechtsposition. Der Missbrauchsvorwurf des § 8c

Abs. 1 UWG führt zu einer Einzelfallkontrolle und ist Ausdruck des prozessualen Rechtsmissbrauchsverbots (BGH v. 04.07.2019 – I ZR 149/18, GRUR 2019, 966 Rn. 37 – Umwelthilfe).

Vorliegend macht die Beklagte geltend, der Kläger gehe „im Auftrag“ eines Mitbewerbers gegen sie vor. Darin ist zumindest der Vorwurf eines prozessualen Rechtsmissbrauchs im Einzelfall zu erkennen.

Grundsätzlich ist es Sache der Beklagten, Tatsachen für das Vorliegen eines Missbrauchs zu benennen und dafür Beweis anzubieten (Köhler/Feddersen/Feddersen, 43. Aufl., 2025, UWG § 8c Rn. 42 mwN). Dieser Darlegungs- und Beweislast ist die Beklagte nicht nachgekommen.

Ein Fall des § 8c Abs. 2 UWG, der das Vorliegen einer missbräuchlichen Geltendmachung indizieren würde, ist vorliegend nicht ersichtlich. Die Beklagte nimmt in der Berufung Bezug auf ihre erstinstanzlichen Ausführungen und trägt wiederholend vor, dem Kläger gehe es nicht um die Verfolgung seines satzungsmäßigen Auftrags, sondern um die gezielte Behinderung der Beklagten im Wettbewerb. Dabei werde er im Auftrag eines Mitbewerbers tätig. Sie selbst schöpft diesen Verdacht, weil der Kläger die Behauptung der Ungeeignetheit der von der Beklagten angewandten Behandlungsmethode für hell pigmentierte Personen aufstelle, ohne seine Erkenntnisquelle zu nennen und ohne dass sich dies aus öffentlichen Quellen ergebe. Daher könne er diese Informationen – so die Beklagte – nur von einem „die Beklagte anschwärzenden und die Klägerin mit Informationen versorgenden Konkurrenten der Beklagten“ (Berufungsbeurteilung, S. 2, AS. 13) haben.

Dieser Vortrag genügt jedoch nicht, um den Rechtsmissbrauch zu begründen. Bereits in tatsächlicher Hinsicht ist der Senat nicht von dem von der Beklagten hergestellten Zusammenhang überzeugt. Der Kläger hat in der Berufungserwiderung vorgetragen, dass – wie der Kläger schon in erster Instanz dargelegt hat – die Beklagte auf ihrer Website selbst darauf hinweise, dass eines der maßgeblichen Differenzierungskriterien für den Erfolg der von ihr angebotenen Behandlung die „Haut- und Haarfarbe“ sei,

und sie sich schlicht und einfach an dieser – von ihr schon in erster Instanz zur Widerlegung des Vorwurfs in Blaue hinein gehaltenen Vortrags angeführte – Aussage orientiert habe. Ersteres ist unstreitig. Soweit die Beklagte vor diesem Hintergrund ohne greifbare Anhaltspunkte, vielmehr willkürlich ins Blaue hinein abweichend von dem im Kern schon in erster Instanz gehaltenen Vortrag des Klägers behauptet, deren Vortrag zur Relevanz der Haut- und Haarfarbe sei durch einen Mitbewerber veranlasst, ist diese Behauptung der Beklagten schon prozessual unbeachtlich und im Übrigen nicht unter Beweis gestellt.

Selbst die Richtigkeit des Vortrages der Beklagten zur Quelle des Klagevorbringens unterstellend würde die Verschaffung von Informationen von Mitbewerbern nicht den Vorwurf des Rechtsmissbrauchs begründen. Es bleibt dem Verband – auch den qualifizierten Verbraucherverbänden gem. § 8 Abs. 8 Nr. 3 UWG – überlassen, die für erfolgreiche Abmahnungen und Gerichtsprozesse erforderlichen Informationen aufzunehmen, wo sie sie finden. Sie sind nicht auf diejenigen Informationen beschränkt, die sie aus Verbraucherbeschwerden erhalten, und dürfen ebenso Informationen von Mitbewerbern verwerten, was insbesondere dann sogar naheliegen dürfte, wenn sie auf bestimmten Märkten bereits gegen andere Gewerbetreibende vorgegangen sind. Für eine über die bloße Verwendung von Informationen hinausgehende Beziehung zu einem Mitbewerber, der das Vorgehen des Klägers als „auftragsgemäß“ kennzeichnen würde, fehlt es an jeglichen Hinweisen.

Eine missbräuchliche Geltendmachung liegt auch nicht unter anderen Gesichtspunkten vor. Selbst wenn man entgegen dem Klägervortrag für die Berufung unterstellt, der Kläger habe nur die Beklagte abgemahnt und etwaige Mitbewerber nicht, ergibt sich daraus kein Rechtsmissbrauch. Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist es einem klagebefugten Verband grundsätzlich nicht verwehrt, nur gegen bestimmte Verletzer gerichtlich vorzugehen. Die Entscheidung hierüber steht ebenso in seinem freien Ermessen, wie es dem einzelnen Gewerbetreibenden freisteht, ob und gegen welche Mitbewerber er Klage erheben will. Eine unzumutbare Benachteiligung des (allein) angegriffenen Verletzers gegenüber anderen – etwa deshalb, weil nunmehr er allein die angegriffenen Handlungen unterlassen müsse – ist darin schon deshalb nicht zu sehen, weil es dem Verletzer grundsätzlich offensteht, seinerseits gegen

gleichartige Verletzungshandlungen seiner von dem Verband nicht angegriffenen Mitbewerber vorzugehen (BGH v. 05.10.2017 – I ZR 172/18, NJW-RR 2018, 106 Rn. 15 – Großhandelszuschläge; BGH v. 17.08.2011 – I ZR 148/10, NJW 2012, 1514 Rn. 19, mwN – Glücksspielverband).

Eine anderweitig schikanöse und deshalb missbräuchliche Ausübung der Klageberechtigung des Klägers ist nicht ersichtlich.

2. Zu Recht hat das Landgericht die Klage auch in vollem Umfang als begründet angesehen.

a) Der Kläger ist aus den oben genannten Gründen gem. § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG als Folge seiner Eintragung in der Liste nach § 4 UKlaG aktivlegitimiert.

b) Dem Kläger steht ein Unterlassungsanspruch in Bezug auf die konkrete Verletzungsform, die aus Anlage K3 ersichtlich ist, unter dem Gesichtspunkt zu, dass der Beklagten untersagt ist, gegenüber Verbrauchern unter Angabe konkreter Preise für die Behandlung zu werben, wenn die Beklagte verschleiert, dass für einen Behandlungserfolg mehrere Behandlungen erforderlich sind.

aa) Ein solcher Unterlassungsanspruch ergibt sich aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3, §§ 3, 5 Abs. 1, Abs. 2 Fall 2 Nr. 2 UWG.

aaa) Die Gestaltung der Website der Beklagten, wie aus Anlage K3 ersichtlich, stellt eine irreführende geschäftliche Handlung nach § 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG dar.

Nutzer der Website sind im Wesentlichen Personen, die Verträge über Enthaarungen aus Gründen abschließen wollen, die nicht überwiegend ihrer gewerblichen oder selbstständigen beruflichen Tätigkeit zugerechnet werden können, mithin Verbraucher i.S.v. § 2 Abs. 2 UWG, § 13 BGB. Die Mitglieder des Senats zählen als Verbraucher

zu den angesprochenen Verkehrskreisen und können daher die Begründung einer Irreführungsgefahr aus eigener Sachkunde beurteilen (BGH v. 07.04.2022 – I ZR 217/20, WRP 2022, 715, Rn. 20 mwN – Kinderzahnarztpraxis).

Eine unwahre und daher irreführende Angabe i.S.d. § 5 Abs. 2 Alt. 1 UWG liegt zwar nicht vor; die angegriffene geschäftliche Handlung enthält aber zur Täuschung geeignete Angaben über den Preis oder die Art und Weise, wie dieser berechnet wird, gem. § 5 Abs. 2 Alt. 2, Nr. 2 UWG.

Der Betrieb der angegriffenen Website dient der Förderung des eigenen Absatzes der Beklagten und ist somit eine geschäftliche Handlung i.S.d. § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG.

Die Eignung zur Täuschung ergibt sich aus der Anordnung der Informationen auf der Website der Beklagten.

Ein durchschnittlicher Verbraucher, der die Website besucht, wird zu der Annahme verleitet, die auf der Unterseite „Preise“ angegebenen Einzelpreise für einzelne Körperregionen stellen den Gesamtpreis für eine dauerhafte Haarentfernung für die jeweilige Körperregion dar, obwohl es sich lediglich um den Preis nur einer von durchschnittlichen acht bis zwölf erforderlichen Behandlungen handelt, weshalb der Gesamtpreis am Ende um das 8-12fache höher ist.

Die streitgegenständlich diskutierten einzelnen Elemente der Website der Beklagten dürfen nicht isoliert, sondern müssen in ihrer Gesamtheit betrachtet werden. Für deren Nutzung ist das typische Verhalten des oben angesprochenen Durchschnittsverbrauchers zugrundezulegen. Ein durchschnittlicher Verbraucher gelangt auf der Website der Beklagten (vgl. Anlage K3) entweder über ein Reitermenü oder über die Schaltfläche „ZUM RECHNER“ direkt auf die Unterseite „Preise“. Dort wird ihm mitgeteilt, die Beklagte stehe „seit 15 Jahren für ein unschlagbares Preis-Leistungs-Verhältnis im Bereich der dauerhaften Haarentfernung“. Direkt darunter befindet sich in Fettdruck der Satz „Das Lasern ist Luxus, soll aber für jeden zugänglich sein“. Weiter führt die

Beklagte auf der Website aus, sie wolle die dauerhafte Haarentfernung „für alle erschwinglich machen“. Durch ihre Spezialisierung könne sie die Leistung „zu einem fairen Preis anbieten“. Durch diesen Text an oberster Stelle der Website wird dem Verbraucher signalisiert, die Beklagte lege besonderen Wert auf eine kostengünstige Behandlung, deren Kosten auch für Personen, die Lasern sonst als „Luxus“ betrachten würden, kontrollierbar seien.

Unmittelbar unter dem genannten Text hat der Verbraucher die Möglichkeit, unter Angabe seines Geschlechts die Preise für einzelne Körperregionen abzufragen. Bei einem Klick z.B. auf die Körperregion „Brust/Rücken“ bei Männern wird der „Preis pro Behandlung (Richtwert) bei Männer[n]“ aufgeführt. Dem Nutzer werden zum einen die „Einzelpreise“ (Brust: 80 €, Rücken: 130 €), zum anderen „Paketpreise“ mitgeteilt. Diese Paketpreise greifen nach der Aufmachung der Website, wenn mehrere Körperregionen auf einmal behandelt werden. So sind beispielhaft aufgeführt: „Wangen - Augenbrauen: 50 €; Wangen - Nacken - Hals: 90 €; Achsel - Intim: 100 €“.

Diese Gestaltung versteht ein durchschnittlicher Verbraucher so, dass er mit einer Behandlung in (nur) einer Körperregion eine dauerhafte Haarentfernung bekommt und dafür den für die Körperregion angegebenen Einzelpreis entrichten muss (z.B.: will ein Mann seine Brust dauerhaft enthaaren lassen, kostet ihn die dafür vorgesehene Behandlung insgesamt 80 €). Will der Verbraucher mehrere Körperregionen dauerhaft enthaaren lassen, fallen mehrere Einzelpreise an, die dann einen Gesamtpreis ergeben (z.B.: will ein Mann seine Brust und seinen Rücken dauerhaft enthaaren lassen, kosten ihn die dafür vorgesehenen Behandlungen insgesamt $80 \text{ €} + 130 \text{ €} = 210 \text{ €}$). Diese Preise können sich wiederum reduzieren, wenn man von der Beklagten vordefinierte Pakete bucht und dafür einen Paketpreis bekommt, der günstiger ist als die Summe der Einzelpreise.

Dem Argument der Berufung, bereits sprachlich ergebe sich aus dem Begriff „Einzelpreise“, dass mehrere Behandlungen erforderlich seien, vermag der Senat nicht zu folgen. Auf der relevanten Seite wird der Begriff „Einzelpreis“ aus der maßgeblichen Sicht der Nutzer allein als Gegenbegriff zum „Paketpreis“ verwendet.

Im Hinblick auf die Notwendigkeit mehrerer Behandlungen, für die dann jeweils die von der Beklagten genannten Einzelpreise zu vergüten sind, versteht der Verkehr vor dem Hintergrund der konkreten Gestaltung der Website mit der durchlaufenden Betonung des besonders günstigen Preis-Leistungs-Verhältnisses die Einzelpreise als typische (dazu sogl.) Preise für eine bestimmte Körperpartie in Abgrenzung zum Gesamtpreis bei Beauftragung mehrerer Körperpartien und zum Paketpreis bei der Buchung eines vordefinierten Pakets. Zudem indiziert die Formulierung „Preis pro Behandlung“ in der Überschrift über den Einzelpreisen eher, dass eine Behandlung ausreichend sei.

Der Zusatz „Richtwert“ kann die beschriebene Fehlannahme eines durchschnittlichen Verbrauchers nicht beseitigen. Ohne weitere Erläuterung bleibt nämlich unklar, wonach sich der Wert richten soll. Berücksichtigt man den Gesamteindruck der Website mit dem beschriebenen Fokus auf dem Preis-Leistungs-Verhältnis, so ist es für einen durchschnittlichen Verbraucher naheliegender, dass sich der „Richtwert“ auf eine Standardbehandlung bezieht und sich dieser ggfs. ändern mag bei Personen, bei denen die Behandlung aus unterschiedlichen Gründen länger dauert, z.B. weil sie sehr groß sind und dementsprechend mehr Fläche behandelt werden muss oder weil die Haare besonders hartnäckig sind. Ein durchschnittlicher Verbraucher folgert allein aus dem Zusatz „Richtwert“ jedoch keinesfalls, dass acht bis zwölf Behandlungen erforderlich sein könnten.

Die Unterseite „Preise“ enthält auch keinen den Verbraucher aufklärenden Hinweis, dass für eine dauerhafte Haarentfernung eine Behandlung nicht ausreicht. Auf der Startseite der Website der Beklagten befindet sich erst bei den „Häufig gestellten Fragen (FAQ)“ nach mehreren gescrollten Bildschirmen ein Hinweis, dass „für eine dauerhafte Haarentfernung“ „in der Regel 8-12 Behandlungen [...] in Anspruch genommen werden“ (Anlage K2, S. 6). Der durchschnittliche Verbraucher, der nicht gewillt ist, zuerst über mehrere Bildschirme zu scrollen, gelangt allerdings wie oben beschrieben unmittelbar auf die Unterseite „Preise“, ohne die wesentlichen Informationen über die erforderliche Anzahl der durchzuführenden Behandlungen zu erhalten.

Die Platzierung der entsprechenden Hinweise an irgendeiner Stelle der Website reicht nicht aus, um eine Irreführungsgefahr auszuschließen. Für den Durchschnittsverbraucher besteht mangels weiterer Hinweise (z.B. ein Sternchenhinweis oder ein erkennbarer Link im räumlichen Zusammenhang) auf der Preisseite kein Grund, aktiv die ganze Website der Beklagten zu durchsuchen, ob an irgendeiner Stelle doch noch ergänzende Informationen zu finden sind. Eine irrtumsausschließende Aufklärung kann jedoch nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis erfolgen (vgl. BGH v. 28.11.2002 – I ZR 110/00, GRUR 2003, 249, mwN – Preis ohne Monitor).

Die in der Berufung von der Beklagten angeführten BGH-Urteile (Abl. 18) rechtfertigen keine andere Behandlung. Die Entscheidung *Anbieterkennzeichnung im Internet* (BGH v. 20.07.2006 – I ZR 228/03, NJW 2006, 3633), beschäftigte sich nicht mit der Irreführung, sondern mit der Erkennbarkeit und Erreichbarkeit eines Impressums auf Websites. Die relevanten Normen ergaben sich neben § 312c BGB aus dem Mediendienste-testaatsvertrag (MDStV) und dem Teledienstegesetz (TDG), inzwischen § 5 Digitale-Dienste-Gesetz. Im Ergebnis hielt der Bundesgerichtshof die Erteilung der zu verschaffenden Information über zwei Links zwar für ausreichend, dies aber nur, weil sowohl diese Verfahrensweise im Zusammenhang mit der Anbieterkennzeichnung als auch die entsprechenden Links im Verkehr zum Abruf der Informationen bekannt waren (BGH aaO, Rn. 33). Auf die vorliegende Konstellation ist diese Rechtsprechung zum Spezialfall der Anbieterkennzeichnung nicht übertragbar. Um eine Irreführung in der vorliegenden Konstellation auszuschließen, wäre die bekannte und auch vom Verkehr erwartete Verfahrensweise eher ein Sternchenhinweis oder ein Link unter einem Fragezeichen oder Hilfe-Symbol, die es auf der Website der Beklagten an der Stelle, an der sie benötigt werden, jedoch allesamt nicht gibt (vgl. oben).

Das Urteil des Bundesgerichtshofs – *Energieeffizienzklasse I* (BGH v. 04.02.2016 – I ZR 181/14, GRUR 2016, 954) macht bereits im zweiten Leitsatz deutlich, dass die geschuldete Angabe der Energieeffizienzklasse auf einer anderen Internetseite nur dann ausreicht, „wenn die Energieeffizienzklasse auf einer Internetseite angegeben wird, die sich nach Anklicken eines Links öffnet, der in der Nähe der preisbezogenen Werbung angebracht ist und klar und deutlich als elektronischer Verweis auf die Angabe der Energieeffizienzklasse zu erkennen ist.“ Für die vorliegende Konstellation

kann sich schon deshalb keine andere Beurteilung ergeben, weil es auf der Website der Beklagten auch an einem klaren und deutlichen Hinweis in der Nähe der preisbezogenen Werbung, dass sich der angegebene Preis nur auf eine Behandlung bezieht, insgesamt aber durchschnittlich 8-12 Behandlungen erforderlich sind, fehlt. Daher kann die Frage, ob dieser Hinweis auch durch einen gut sichtbaren Link, der auf eine andere Website führt, ausreichend wäre, offenbleiben.

Der in der mündlichen Verhandlung vertiefte Hinweis der Beklagten, es müssten nicht alle erforderlichen Informationen auf der Startseite gegeben werden, trifft zwar abstrakt zu, begründet aber im konkreten Fall nicht die Zulässigkeit der Gestaltung: Im Gegenteil finden sich die aufklärenden „Häufig gestellten Fragen“ ja sogar auf der Startseite. Sie sind allerdings erst sichtbar, wenn mehrere Bildschirmhöhen durchlaufen wurden. Der durchschnittliche Nutzer wird regelmäßig den einfacheren Weg gehen und über das Reitermenu bzw. die Schaltfläche unmittelbar zu der Seite „Preise“ gelangen. Von der Schlüsselinformation, dass mehrere Laserbehandlungen erforderlich sind, wird er dann nicht erreicht.

bbb) Das Landgericht hat rechtsfehlerfrei festgestellt, dass es dahingestellt bleiben kann, ob dem Verbraucher, nachdem er einen Beratungstermin mit der Beklagten vereinbart hat, im Rahmen dieser Beratung die wesentlichen Informationen über die Anzahl der erforderlichen Behandlungen und auch der wahre Gesamtpreis mitgeteilt werden. Denn zu diesem Zeitpunkt hat der Verbraucher bereits einen Beratungstermin mit der Beklagten vereinbart und das Institut der Beklagten betreten. Damit hat er bereits eine geschäftliche Entscheidung getroffen.

Nach § 5 Abs. 1 UWG muss die irreführende geschäftliche Handlung geeignet sein, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Entscheidung ist nach § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG „jede Entscheidung eines Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er ein Geschäft abschließen, eine Zahlung leisten, eine Ware oder Dienstleistung behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit einer Ware oder Dienstleistung ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer sich entschließt, tätig zu werden“. Der Begriff erfasst nicht nur die Entscheidung über den Erwerb oder

Nichterwerb eines Produkts, sondern auch damit unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen wie insbesondere das Betreten des Geschäfts (EuGH v. 19.12.2013 – C-281/12, GRUR 2014, 196 Rn. 36 – Trento Sviluppo; BGH v. 14.01.2016 – I ZR 61/14, GRUR 2016, 516 Rn. 28 – Wir helfen im Trauerfall). Der Schutzbereich des § 5 UWG umfasst Fälle, in denen von der Irreführung eine Anlockwirkung ausgeht, grundsätzlich auch dann, wenn die Irreführung noch rechtzeitig vor der Kaufentscheidung ausgeräumt wird (BGH v. 28.04.2016 – I ZR 23/15, GRUR 2016, 1073 Rn. 35, mwN – Geo-Targeting).

Der Einwand der Berufung, in der nochmals darauf hingewiesen wird, dass potenzielle Kunden vor jedem Vertragsschluss in einem Beratungsgespräch vor Ort umfassend informiert und aufgeklärt werden (AS. 15), ändert daher an der rechtlichen Beurteilung nichts.

Die Berufung wendet weiter ein, das Landgericht gehe von einem falschen Verständnis der „geschäftlichen Entscheidung“ aus, weil das Betreten eines Geschäftslokals dann noch keine geschäftliche Entscheidung sei, wenn – wie hier – der Vertrag über eine individuelle Einzelleistung geschlossen werde und dem Vertragsschluss ein Beratungsgespräch vorausgehe, bevor konkrete Einzelangebote abgegeben werden könnten. Insoweit sieht die Berufung sich durch Entscheidungen des Bundesgerichtshofs gestützt (zitiert werden BGH v. 14.01.2016 – I ZR 61/14, GRUR 2016, 516 Rn. 28 – Wir helfen im Trauerfall; BGH v. 21.07.2011 – I ZR 192/09, GRUR 2012, 402 Rn. 32 – Treppenlift).

Der Bundesgerichtshof hat zu § 5a Abs. 3 Nr. 3 UWG aF (entspricht § 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG nF) und somit zum Irreführen durch Unterlassen entschieden, dass der Endpreis (nach neuer Terminologie „Gesamtpreis“) ausnahmsweise dann keine wesentliche Information darstellt und daher nicht angegeben werden muss, wenn vor einem Vertragsabschluss in der Regel zunächst ein Beratungsgespräch erfolgen muss und der Verbraucher weiß, dass es sich um eine individuelle Einzelanfertigung handelt und eventuell genannte Preise sich wegen notwendiger Anpassungen (z.B. an bauliche Voraussetzungen) noch erheblich verändern können (vgl. BGH v. 21.07.2011 – I ZR 192/09, GRUR 2012, 402 Rn. 32 – Treppenlift). In diesem Ausnahmefall stellt das

Betreten des Geschäftslokals noch keine geschäftliche Entscheidung dar, weil dem durchschnittlichen Verbraucher bekannt ist, dass vor Vertragsabschluss ohnehin noch ein Beratungsgespräch erfolgen muss, bevor überhaupt konkrete Einzelangebote abgegeben werden können (vgl. BGH v. 14.01.2016 – I ZR 61/14, GRUR 2016, 516 Rn. 28 – Wir helfen im Trauerfall). Ob diese Rechtsprechung auf § 5 Abs. 1 UWG und die hier in Rede stehende Irreführung durch positives Tun übertragen werden kann, muss hier nicht entschieden werden, da der vorliegende Fall anders gelagert ist.

Der durchschnittliche Verbraucher weiß im vorliegenden Fall gerade nicht, dass eine Laserbehandlung zur dauerhaften Haarentfernung erst individuell auf die jeweilige Person abgestimmt werden muss. Die ganze Aufmachung der Website (siehe oben) erweckt vielmehr den Eindruck, die Haare an einzelnen Körperregionen könnten in einer Behandlung zu dem genannten Preis dauerhaft entfernt werden. Der Durchschnittsverbraucher weiß – anders als in den dem BGH zugrundeliegenden Fällen – nicht als Folge des Gegenstands der Dienstleistung von vornherein, dass sich im konkreten Fall wegen deren Individualität noch ein anderer Preis ergeben wird, weil die auf der Website der Beklagten angegebenen Preise im Gegenteil den Eindruck machen, es handle sich um Endpreise bzw. Gesamtpreise. Daher ist hier kein Ausnahmefall anzunehmen und eine geschäftliche Entscheidung bereits im Betreten des Lokals zu sehen.

Die Gesamterscheinung der von der Beklagten betriebenen Website hebt gerade nicht die Individualität jedes einzelnen Kunden und das Bedürfnis nach persönlichem Zuschnitt der Behandlungen in Abhängigkeit von dessen konkreter Verfassung und Konstitution in den Vordergrund. Für den angesprochenen Adressaten entsteht vielmehr wegen des von der Beklagten betonten Aspekts der Kostenkontrolle und der konkreten Berechenbarkeit der Behandlungskosten der Eindruck, als habe es mit den auf der Preisliste angegebenen Preisen sein Bewenden. Der in der mündlichen Verhandlung von der Beklagten hervorgehobene individuelle Zuschnitt jeder einzelnen Behandlung nach Art einer ärztlichen Behandlung mag für die konkreten Kundinnen und Kunden erfolgen; in der Internet-Präsenz und insbesondere der angegriffenen Anlage K3, um die es im zu entscheidenden Streit allein geht, kommt er nicht zum Ausdruck.

bb) Da der Kläger mit der Wendung „wie ersichtlich aus den Screenshots nach Anlage K3“ und der Erläuterung dieses Verständnisses in der Klageschrift allein die konkrete Verletzungsform gemäß Anlage K3 zum Gegenstand seines Unterlassungsbehrens macht, und bereits – wie vorstehend aufgezeigt – die darin enthaltene Preisangabe wettbewerbswidrig ist sowie den vom Landgericht zugesprochenen Unterlassungsanspruch begründet, kann es dahinstehen, ob die in der konkreten Verletzungsform zudem enthaltene Angabe der „dauerhaften Haarentfernung“ darüber hinaus ebenfalls wettbewerbswidrig ist. Denn der Unterlassungsanspruch wird in Bezug auf die konkrete Verletzungsform (also den mit „und“ kumulativ verbundenen und im Klageantrag aufgeführten Umständen) zugesprochen, so dass es unerheblich ist, ob der daran anknüpfende weitere Vorwurf zutrifft, dass die Beklagte bei der Bewerbung der „dauerhaften Haarentfernung“ in wettbewerbswidriger Weise nicht angibt, dass dies von ihr nicht für alle Haut und Haartypen gewährleistet werden könne.

c) Soweit der Unterlassungsanspruch besteht, entfaltet die Erstverletzung Indizwirkung, welche die für § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG erforderliche Wiederholungsgefahr begründet. Die Wiederholungsgefahr wurde nicht durch die Abgabe einer strafbewehrten Unterwerfungserklärung ausgeräumt.

3. Die Nebenentscheidungen stützen sich auf §§ 97, 708 Nr. 10, § 711 ZPO. Gründe für die Zulassung der Revision bestehen nicht.

Richter
am Oberlandesgericht

Richter
am Oberlandesgericht

Richter
am Oberlandesgericht