

Oberlandesgericht Hamm, I-4 U 15/12

Datum: 31.05.2012
Gericht: Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper: 4. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: I-4 U 15/12

Vorinstanz: Landgericht Arnsberg, I-9 O 13/11

Tenor:

Unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels wird auf die Berufung der Klägerin das am 22. Dezember 2011 verkündete Urteil der 2. Kammer für Handels-sachen des Landgerichts Arnsberg teilweise abgeändert.

Der Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in Werbe-ankündigungen im Internet die Dienstleistungen einer Fahrschule zu bewerben mit der Abbildung eines Zeitungsartikels, wenn tatsächlich das im Zeitungsartikel im Rahmen der Beschreibung Leistungsangebot „FSF Freiwilliges Fortbildungsseminar für Anfänger (Probezeitverkürzung)“ tatsächlich nicht mehr angeboten wird, wie ge-schehen im Internetauftritt des Beklagten gemäß Anlagen K1 und K2 zur Klage-schrift.

Der Beklagte wird ferner verurteilt, an die Klägerin Aufwendungsersatz in Höhe von 219,35 EUR zu zahlen nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basis-zinssatz seit dem 07.06.2011.

Im Übrigen bleibt die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits werden gegeneinander aufgehoben.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Gründe:

I.

Die Klägerin ist der bekannteste Wettbewerbsverband im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG, dessen Mitglieder beispielsweise auch die Industrie- und Handelskammern sind. Der Beklagte betreibt unter seinem Namen eine Fahrschule mit Sitz in C.

Im April 2011 stellte der Beklagte in seinen Internetauftritt (vgl. Anlagen 1 und 2) un-ter „Aktuelles/News“ einen Zeitungsartikel ein. In diesem Artikel wurde auch das Leistungsangebot des Beklagten beschrieben und dabei ein „FSF- Freiwilliges Fort-bildungsseminar für Fahranfänger (Probezeitverkürzung)“ einbezogen, das der Be-klagte damals anbot. Im April 2011 gab es ein solches Angebot des Beklagten aber

nicht mehr, weil die gesetzliche Grundlage für die Möglichkeit einer Probezeitverkürzung inzwischen entfallen war.

Die Klägerin wies den Beklagten mit Schreiben vom 14. April 2011 (Anlage 4 Bl. 10 f.) darauf hin, dass der Hinweis auf das wegen der Gesetzesänderung nicht mehr aktuelle Angebot von solchen Fortbildungsseminaren irreführend sei. Der den Beklagten vertretende Fahrschullehrerverband stellte eine Irreführung in Abrede, empfahl dem Beklagten jedoch, in seinen Internetauftritt einen klarstellenden Hinweis aufzunehmen. Dementsprechend war am 8. Juni 2011 (Anlage K 3 Bl.15) über dem Zeitungsartikel folgender Hinweis abgedruckt:

„Der nachstehende Zeitungsartikel erschien am 5. November 2010 anlässlich unseres 25-jährigen Fahrschul-Jubiläums im C Städtespiegel. Unser hier aufgeführtes Leistungsangebot bezieht sich auf die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung geltenden gesetzlichen Bestimmungen!“

Die Klägerin hielt auch den zusätzlich aufgenommenen Hinweis nicht für ausreichend, die Gefahr der Irreführung zu beseitigen, weil daraus nicht erkennbar werde, welche der angebotenen Leistungen nicht mehr aktuell seien. Sie sprach unter dem 26. Mai 2011 (Anlage K 7 Bl.16) eine förmliche Abmahnung aus, formulierte eine Unterlassungserklärung vor (Bl.19) und forderte den Beklagten auf, die ihr entstandenen Auslagen in der Höhe von 219,35 € zu erstatten. Der Beklagte lehnte die Abgabe der begehrten Unterlassungserklärung ab (Anlage 8 Bl.21 f.).

Die Klägerin hat den Beklagten mit der vorliegenden Klage auf Unterlassung und Erstattung der Aufwendungen für die Abmahnung in Höhe von 219,35 € gerichtlich in Anspruch genommen. Sie hat gemeint (Bl.4), der Internetauftritt des Beklagten gemäß der Anlage 1 in Verbindung mit der Anlage 3 sei irreführend. So sei die Veröffentlichung des Zeitungsartikels ohne einschränkenden Hinweis, dass die Fortbildungsseminare nicht mehr durchgeführt würden, irreführend. Der Beklagte mache sich die Aussagen über sein Unternehmen und seine Dienstleistungen zu eigen und bewerbe insoweit auch weiterhin eine Dienstleistung, die er nicht mehr erbringen könnte, weil die dahinter stehende Möglichkeit einer Probezeitverkürzung inzwischen entfallen sei. Wenn bestimmte im Artikel angesprochene Leistungen nicht mehr aktuell seien, müsse der Beklagte dies klarstellen. Das habe er aber nicht getan. Der später aufgenommene Hinweis auf das Datum des Zeitungsartikels und die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung geltenden gesetzlichen Bestimmungen sei als eine solche Klarstellung nicht geeignet. Denn auch dadurch verstehe kein noch so aufmerksamer und verständiger Verbraucher, welche Leistungen der Beklagte tatsächlich anbiete. Er gehe weiter davon aus, dass das im Zeitungsartikel vorgestellte Leistungsangebot vorgehalten und durchgeführt werde. Es werde gerade nicht darüber aufgeklärt, dass gerade das Fortbildungs-Seminar für Fahranfänger nicht mehr angeboten werde. Die Fehlvorstellung sei auch geeignet, einen nicht unerheblichen Teil der angesprochenen Verbraucher bei ihrer Entscheidungsfindung zu beeinflussen. Es sei diesen gerade auch noch nicht allgemein bekannt, dass solche Seminare mit dem Ziel einer Probezeitverkürzung nicht mehr angeboten würden. So böten selbst Fahrschulen entsprechende Leistungen weiterhin an und Fahrschüler fragten im Internet ausdrücklich weiter nach solchen Seminaren.

Im Hinblick auf den Aufwendungsersatzanspruch hat die Klägerin weiter erläutert, dass und warum der geltend gemachte Aufwendungsersatz noch unter dem tatsächlichen Kostenaufwand von 279,-- € für jede Abmahnung liege.

Der Beklagte hat sich gegen die Klage verteidigt und gemeint, es habe von Anfang an keine Irreführung vorgelegen. Er habe den Zeitungsartikel, der sich mit seiner Fahrschule befasst habe, lediglich unter der Rubrik „Aktuelles“ veröffentlicht und damit nicht für sein Leistungsangebot geworben. Sein zum Zeitpunkt des Erscheinens des Artikels am 5. November 2010 bestehendes Leistungsangebot sei darin auch zutreffend wiedergegeben worden. Selbst wenn es sich um Werbung gehandelt haben sollte, sei für die Beurteilung, ob eine solche Werbung irreführend sein könne, der Gesamteindruck maßgeblich. Dabei sei hier zu beachten, dass sich auf der Internetseite, auf der der Artikel abgedruckt worden sei, ein Link befände, der zu seinem aktuellen Leistungsangebot führe. Wer diesen Link anklicke, erfahre sofort, welche Leistungen angeboten würden und dass dazu das freiwillige Fortbildungsseminar nicht mehr gehöre. Es fehle somit auch an der wettverbsrechtlichen Relevanz einer solchen Irreführung. Er, der Beklagte, würde sich vielmehr selbst schädigen, wenn er auf Nachfrage erklären müsste, dass ein solches Seminar wegen der Gesetzesänderung nicht mehr stattfinden könne. Der Zusatz, der auf das Datum des Erscheinens des Zeitungsartikels hingewiesen habe und deutlich mache, dass sich das abgedruckte Leistungsangebot auf den damaligen Zeitpunkt beziehe, sei lediglich aufgenommen worden, um der Klägerin, mit der er es häufiger zu tun habe, entgegen zu kommen. Es könne ihm aber nicht zugemutet werden, den damals richtigen Zeitungsartikel zu überarbeiten und damit zu verfremden.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen. Zur Begründung hat es ausgeführt, dass der Klägerin bereits der Unterlassungsanspruch aus §§ 3 Abs. 1, 5 Abs. 1, 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2 UWG nicht zustünde. Es fehle an einer irreführenden geschäftlichen Handlung des Beklagten. Dafür müsste eine Fehlvorstellung geweckt werden, die geeignet sei, einen nicht unerheblichen Teil des Verkehrs in seiner Entscheidung zu beeinflussen. Das sei nicht der Fall, wenn eine ursprünglich zutreffende Darstellung aufgrund sich mit der Zeit ändernden rechtlichen Gegebenheiten unzutreffend werde und dies von dem Verantwortlichen unter den hier vorliegenden Umständen nicht klargestellt werde. Denn eine Aufklärungspflicht könnte sich insoweit nur ergeben, wenn die Klarstellung erforderlich sei, um eine Beeinflussung der angesprochenen Verkehrskreise zu vermeiden. An der Erforderlichkeit fehle es, wenn diesen Kreisen weitgehend bekannt sei, dass sich die rechtlichen Gegebenheiten geändert hätten. Davon sei aber auszugehen, weil derjenige, der sich für die Leistungen einer Fahrschule interessiere, im Vorfeld kundig mache, welche rechtlichen Voraussetzungen gegeben seien. Junge Autofahrer, die sich noch in der Probezeit befänden, könnten durch das nicht mehr aktuelle Angebot einer Ausbildung mit dem Ziel der Probezeitverkürzung nicht irregeführt werden. Ihnen sei vielmehr weitgehend bekannt, dass die Möglichkeit der Probezeitverkürzung nach der entsprechenden Gesetzesänderung nicht mehr bestehe. Für einen verbleibenden Rest von Getäuschten sei im Rahmen einer Interessenabwägung eine allenfalls noch geringe Irreführung hinzunehmen.

Die Klägerin greift das Urteil mit der Berufung an. Sie verfolgt ihre ursprünglichen Klageanträge weiter und stellt klar, dass es sich insoweit um die Anträge wie Blatt 2 der Klageschrift handele und nicht um das, was das Landgericht als „sinngemäß beantragt“ im Tatbestand des Urteils wiedergegeben habe. Die Klägerin stellt klar, dass die Werbung des Beklagten mit Seminaren zur Probezeitverkürzung im Internet noch im späten Jahr 2011 unrichtig gewesen sei. Selbst wenn durch diese Unrichtigkeit ein erheblicher Teil des Verkehrs nicht getäuscht werde, weil er die Unrichtigkeit erkenne, könne dies eine relevante Irreführung nicht ausschließen, weil eine Werbung mit einer falschen Angabe grundsätzlich nicht gestattet werden könne. Sei eine Werbung wie hier eindeutig falsch, sei es unerheblich, wenn das sonst zu fordernde Quorum nicht erreicht werden sollte. Es würde im vorliegenden Fall also gerade nicht ausreichen, wenn der Wegfall der Möglichkeit der Probezeitverkürzung dem betroffenen Personenkreis „weitgehend“ bekannt sei. Es verbliebe immer noch eine für die Irreführung hinreichende Anzahl Getäuschter. Es komme aber hinzu, dass tatsächlich eine viel größere Anzahl der angesprochenen Verbraucher getäuscht werde als das Landgericht angenommen habe. Es treffe insbesondere nicht zu, dass Führerscheininhabern, die sich noch in der Probezeit befänden, weitgehend bekannt sei, dass es die Möglichkeit einer Probezeitverkürzung durch ein Fortbildungsseminar nicht mehr gebe. Aus ihren Ausführungen im Schriftsatz vom 2. Dezember 2011 ergäbe sich das Gegenteil. So werde die Möglichkeit der Probezeitverkürzung im Rahmen der Ausbildung der Fahrschüler erörtert. Gerade Fahrschüler, die vor dem 1. Januar 2011 ihre Fahrprüfung abgelegt hätten, könnten deshalb noch davon ausgehen, dass es die angesprochene Möglichkeit weiterhin gebe. Die Werbung des Beklagten mit dem Zeitungsartikel wende sich auch nicht nur an Führerscheininhaber in der Probezeit. Auch Führerscheininteressenten und sonstige Führerscheininhaber fänden in der Werbung ein Angebot vor, das es bei anderen Fahrschulen nicht gäbe. Deshalb könnten sie in Unkenntnis der wahren Sachlage auf eine besondere Qualifikation des Beklagten schließen. Es genüge insoweit auch die Eignung zur Irreführung und die Tatsache, dass sich die Internetnutzer wegen der unrichtigen Angabe näher mit den Dienstleistungen des Beklagten befassten. Außerdem schütze das Irreführungsverbot auch die Mitbewerber des Beklagten, die es nicht hinnehmen müssten, dass der Beklagte mit Angeboten werbe, die er ebenso wie die Mitbewerber nicht mehr erbringen könne.

Die Klägerin beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern und den Beklagten zu verurteilen,

1) es unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr in Werbeanmeldungen oder sonstigen öffentlichen Mitteilungen wie Internet die Dienstleistungen einer Fahrschule zu bewerben mit der Abbildung eines Zeitungsartikels wie nachstehend wiedergegeben, wenn tatsächlich das im Zeitungsartikel im Rahmen der Beschreibung Leistungsangebot „FSF Freiwilliges Fortbildungsseminar für Fahranfänger (Probezeitverkürzung)“ tatsächlich nicht mehr angeboten wird

und/oder

den in der Anlage beigefügten Zeitungsartikel im Internet zu veröffentlichen unter Bewerbung der Dienstleistung einer Fahrschule mit dem Hinweis

„Der nachstehende Zeitungsartikel erschien am 5. November 2010

anlässlich unseres 25-jährigen Fahrschul-Jubiläums im C

Städtespiegel. Unser hier aufgeführtes Leistungsangebot bezieht

sich auf die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung geltenden gesetzlichen Bestimmungen!“

2) an die Klägerin Aufwendungsersatz in Höhe von 219,35 € nebst Zinsen in

Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 07.06.2011 zu zahlen.

Der Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Er verteidigt das angefochtene Urteil. Es bestehe keine Verpflichtung darauf hinzuweisen, dass eine zunächst zutreffende Darstellung im Lauf der Zeit infolge geänderter rechtlicher Rahmenbedingungen unzutreffend geworden sei. Dem betroffenen Personenkreis sei weithin bekannt, dass die Möglichkeit der Probezeitverkürzung nicht mehr bestehe. Insofern fehle es an der benötigten Irreführungsquote.

Darüber hinaus sei schon zweifelhaft, ob überhaupt eine Täuschung vorliege, da unter dem Button „Leistungsangebot“ das „FSF – freiwilliges Fortbildungsseminar für Fahranfänger (Probezeitverkürzung)“ nicht aufgeführt sei. Der Zeitungsartikel habe nur über die historischen Leistungen und Verdienste der Fahrschule, nicht aber über das aktuelle Leistungsangebot berichtet.

Der wettbewerblichen Relevanz einer Irreführung stehe entgegen, dass eine unterstellte Irreführung nur zu einem Anlockeffekt hätte führen können. Spätestens vor einer Marktentscheidung wäre es zu einer Aufklärung gekommen. Dass sich ein an der Probezeitverkürzung interessierter Kunde für eine andere Leistung des Beklagten entschieden hätte, sei nicht erkennbar.

Mit Nachdruck wehrt sich der Beklagte dagegen, hier einen Fall der dreisten Lüge anzunehmen, bei dem es auf die Irreführungsquote nicht ankommen soll.

Die Berufung hat teilweise Erfolg, weil der Klägerin zwar im Hinblick auf die Werbung mit dem Zeitungsartikel in dem ursprünglichen Internetauftritt der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zusteht, nicht aber im Hinblick auf den mit einem zusätzlichen Hinweis versehenen geänderten Internetauftritt. Auch der Anspruch auf Aufwendungsersatz steht der Klägerin zu, und zwar in vollem Umfang.

1) Die Klägerin hat schon in der Abmahnung deutlich gemacht, dass sie sowohl in der ursprünglichen Einbeziehung des Zeitungsartikels in den Internetauftritt des Beklagten (Anlage K 1) als auch in dem späteren Abdruck des Artikels nach dem vorstehenden Hinweis (Anlage K 3) jeweils eine Irreführung sieht. Sie hat auch beide Formen der Irreführung zum Gegenstand der Klage gemacht, indem sie auch ein alternatives Verbot allein der Wiedergabe des nicht mehr aktuellen Artikels begehrt hat („und/oder“). Das ist so zu verstehen, dass die Einbeziehung des Artikels mit dem nicht mehr aktuellen Leistungsangebot zunächst für sich verboten werden soll und dann auch noch zusammen mit dem später erfolgten Hinweis. Die Klägerin hat in der Begründung des Antrags auch auf die zwei verschiedenen Verletzungsformen in den beiden unterschiedlichen Internetauftritten ausdrücklich hingewiesen. Es ging ihr somit nicht allein um den späteren Internetauftritt, bei dem der Hinweis schon erteilt worden ist. Das hat das Landgericht so nicht erkannt und nur einen einheitlichen Verbotsantrag gesehen. Es hat dafür sogar den Antrag sinnentstellend umformuliert. Die Klägerin hat allerdings klargestellt, dass sie ihren ursprünglich gestellten Antrag mit den beiden alternativen Verbotsfassungen weiter verfolgen will.

2) Der Antrag ist auch unter Berücksichtigung dieses Klageziels jedenfalls nach der auf Hinweis des Senats erfolgten Klarstellung im Hinblick auf die erste Verbotsalternative bestimmt genug im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Die jetzt erwähnte Bewerbung „in Werbeankündigungen im Internet“ macht deutlich genug, um welche Verletzungsformen es gehen soll. Die Tatsache, dass es insoweit um einen ganz bestimmten Internetauftritt geht, macht nun deutlich, dass dieser und die Vergrößerung des Anzeigentextes als Anlage K 1 und K2 als konkrete Verletzungshandlung in den Antrag einbezogen worden sind.

3) Ein Unterlassungsanspruch der Klägerin ergibt sich hier aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2, 3 Abs. 1, 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG, weil in der Einbeziehung des Zeitungsartikels in den Internetauftritt des Beklagten in der ursprünglichen Form der Anlagen K 1 und K 2 eine irreführende geschäftliche Handlung wegen unwahrer oder sonstiger zur Täuschung geeigneter Angaben über die Verfügbarkeit einer Dienstleistung zu sehen ist.

a) Die Klägerin ist als Wettbewerbsverband im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG hier (klagebefugt und) aktivlegitimiert. Das hat auch der Beklagte nie in Zweifel gezogen.

b) Ein Unterlassungsanspruch setzt nach § 8 Abs. 1 UWG voraus, dass der Beklagte mit dem beanstandeten Internetauftritt eine unlautere geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG vorgenommen hat. Die Einbeziehung des Zeitungsartikels mit den durchweg positiven Aussagen über das Unternehmen des Beklagten und die dort stattfindende fundierte und erfolgreiche Ausbildung von Fahrschülern war unzweifelhaft geeignet, dessen Umsatz zu fördern.

c) Der Beklagte hat insoweit nach § 5 Abs. 1 UWG unlauter gehandelt, weil die Veröffentlichung der Zeitungsanzeige aus dem C Städtespiegel vom 5. November 2010, die sich mit dem 25jährigen Firmenjubiläum der Fahrschule des Beklagten beschäftigte, in dessen Internetauftritt vom April 2011 irreführende Angaben über dessen Leistungsangebot im Sinne des § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG enthielt. Es mag zwar sein, dass der Beklagte keinen Einfluss auf den Inhalt des Zeitungsartikels genommen hat,

wenn auch die Wiedergabe seiner damaligen Leistungsangebote zwangsläufig auf seinen Informationen beruht haben muss. Die Wiedergabe der dortigen Einschätzung der Ausbildungsleistungen und die genaue Wiedergabe des Leistungsangebotes sind aber als eine eigene werbende Darstellung anzusehen. Durch eine solche Einbeziehung des fraglichen Artikels macht sich der Beklagte die Aussagen über sein Leistungsspektrum erkennbar zu eigen. Zu dem in der Zeitungsanzeige mitgeteilten Leistungsangebot des Beklagten zählt auch das „FSF-Freiwilliges Fortbildungsseminar für Fahranfänger (Probezeitverkürzung)“. Eine nicht unerhebliche Anzahl der angesprochenen Verkehrskreise versteht die mit dieser Werbung verbundene Aussage zunächst und grundsätzlich so, dass es sich sämtlich um Leistungen handelt, die nach wie vor vom Beklagten angeboten werden.

aa) Es ist dabei schon fraglich, ob man die angesprochenen Verkehrskreise auf Führerscheininhaber in der Probezeit beschränken darf. Der Artikel als solcher spricht sämtliche Interessenten an einer Fahrschul Ausbildung an. Außerdem werden auch Schulungen für Führerscheininhaber, die die Probezeit lange hinter sich haben, aber mit besonderen Problemen wie zeitweisem Entzug der Fahrerlaubnis, hohem Punktestand oder Alter zu kämpfen haben, angeboten. Das herausgestellte Leistungsangebot könnte man gleichsam auch wie ein Aushängeschild betrachten, das alle Interessenten über die (als besonders hervorgehobenen) Leistungen des Beklagten informiert (vgl. Köhler/Bornkamm, UWG, 30. Auflage, § 5 Rdn. 2.76). Von daher sind sämtliche Interessenten an den durch die Zeitungsanzeige übermittelten Leistungsangeboten, insbesondere auch angehende Fahrschüler und langjährige Führerscheininhaber in die maßgeblichen Verkehrskreise einzubeziehen.

bb) Alle, die sich mit dem im aktuellen Internetauftritt einbezogenen Zeitungsartikel beschäftigen und die dortigen Leistungsangebote des Beklagten sehen, gehen zunächst davon aus, dass es sich um aktuelle Angebote handelt. Das ist Folge davon, dass sich im Allgemeinen aus jeder Werbung ergeben muss, zu welchem Zeitpunkt beworbene Leistungen angeboten werden. Wird nichts gesagt, so ist von einem aktuellen Angebot auszugehen. Wer mit einem solchen Zeitungsartikel wirbt, in dem gerade auch über sein besonderes Leistungsspektrum berichtet wird, kann deshalb zwangsläufig den Eindruck erwecken, es gehe dabei sämtlich um aktuelle Leistungen, die nach wie vor angeboten würden. Das wird hier bestärkt dadurch, dass sich dem Zeitungsartikel allenfalls indirekt wegen des Jubiläums entnehmen lässt, dass der Artikel aus dem Jahre 2010 stammen müsste. Dadurch liegt es nicht nahe, dass die angesprochenen Verbraucher von sich aus eine hinreichende Aktualität in Frage stellen müssten. Dies gilt umso mehr, als der Internetauftritt mit der Zeitungsanzeige gerade auch unter „aktuelles“ angekündigt wird.

cc) Ein solches Verbraucherverständnis vermittelt aber eine Fehlvorstellung, weil jedenfalls das Fortbildungsseminar zur Zeit des Internetauftritts im April 2011 nicht mehr angeboten wurde und auch nicht mehr angeboten werden konnte, weil die für die teilnehmenden Fahranfänger entscheidende Probezeitverkürzung aufgrund einer zu Beginn des Jahres 2011 wirksam gewordenen Gesetzesänderung nicht mehr möglich ist. Es handelte sich somit um eine Werbung mit einer teilweise veralteten und dadurch unrichtig gewordenen Leistungsbeschreibung, weil eine der Leistungen nicht mehr erbracht werden konnte. Zwar geht es wegen der hier vorliegenden Besonderheiten nicht um eine sogenannte „dreiste Lüge“, die immer schon völlig unabhängig von einer Eignung zur Irreführung wettbewerbswidrig ist. Es bleibt aber dabei,

dass im Ergebnis ein objektiv falscher Tatbestand behauptet wird (Köhler/Bornkamm, a.a.O. § 5 Rdn. 2.70) und es sich somit um eine unwahre Angabe im Sinne des § 5 Abs. 1 S. 2 Alt. 1 UWG handelt, der dann möglicherweise überhaupt keine Täuschungseignung mehr erfordert (Harte/Henning/Dreyer, UWG, 2. Auflage, § 5 Rdn. 143, 144).

dd) Die unrichtige Aussage wird hier auch nicht ausnahmsweise von allen richtig verstanden. Insbesondere steht der drohenden Fehlvorstellung einer maßgeblichen Anzahl der angesprochenen Verbraucher auch nicht entgegen, dass den sich in der Probezeit befindlichen Fahranfängern die Gesetzesänderung „weitgehend“ bekannt gewesen sein soll, wie das Landgericht annimmt. Schon daraus ergibt sich, dass immer noch eine gewisse und nicht unmaßgebliche Anzahl der angesprochenen Verbraucher die Gesetzesänderung nicht kennt und getäuscht werden kann. Die Tatsache, dass es das beworbene Seminar zum Zwecke der Verkürzung der Probezeit nicht mehr gibt, ist jedenfalls nicht so bekannt, dass dadurch die Gefahr einer Irreführung völlig ausgeschlossen erscheinen würde. Gerade wenn man neben den Fahranfängern in der Probezeit auch die anderen weiteren Verkehrskreise einbezieht, steht die ausreichende Anzahl von Verbrauchern, die mangels Vorkenntnis getäuscht werden könnten, außer Frage.

ee) Der dann insoweit vorliegenden Irreführung steht auch nicht entgegen, dass es auf der beanstandeten Seite des Internetauftritts (Anlage K 1) einen Link zum Leistungsangebot des Beklagten gibt und dass das sich nach Anklicken dieses Links ergebende Leistungsangebot nicht mehr das über die Zeitungsanzeige angebotene Fortbildungsseminar für Fahranfänger enthielt. Es kommt insoweit nur auf den Inhalt und den Gesamteindruck der aufgerufenen Seite selbst an, auf der sich keine weiteren Angaben zu den Leistungsangeboten des Beklagten mehr befinden. Gerade der verständige und situationsbedingt aufmerksame Verbraucher, der sich durch den ihm dargebotenen Zeitungsartikel ausreichend informiert fühlt, hat keine Veranlassung, noch einmal auf anderen Seiten nachzuschauen und zu prüfen, ob das Leistungsangebot auch aktuell und richtig wiedergegeben worden ist. Er muss hier aufgrund des Gesamteindrucks der Werbung nicht damit rechnen, dass er im Rahmen des weiteren Internetauftritts weitere und insbesondere andere Informationen zum Leistungsangebot erhält. Die somit selbständig zu würdigende Angabe zum freiwilligen Fortbildungsseminar zum Zwecke der Verkürzung der Probezeit bleibt somit objektiv unrichtig. Das reicht für eine Irreführung schon aus. Zudem würden hier die Zusatzinformationen auch keine vom Verbraucher erwartete weitere Aufklärung bringen, die einer falschen Vorstellung entgegenwirken soll, sondern nur eine zufällige und damit unbeachtliche spätere Richtigstellung bewirken. Durch die auf anderen Internetseiten befindlichen aktuellen Leistungsangebote wird die Irreführungsgefahr somit nicht ausreichend aufgehoben.

ff) Eine Täuschung oder etwaige Fehlvorstellung der Verbraucher ist hier auch wettbewerbsrechtlich relevant. Dazu ist erforderlich, dass die täuschende Werbeangabe gerade wegen ihrer Unrichtigkeit bei ungezwungener Betrachtung geeignet ist, die wirtschaftliche Entscheidung des Publikums zu beeinflussen. Es reicht aus, dass die konkrete Gefahr besteht, dass der angesprochene Adressat sich mit der Werbung auseinandersetzt und wegen der dort versprochenen Angebote dem gesamten Leistungsangebot näher tritt. Gerade die hier beanstandete Werbung mit einem veralteten Leistungsangebot ist geeignet, zu einem wettbewerbsrechtlich ungewollten An-

lockeffekt solcher Art zu führen. Bei einer solchen Werbung mit einer unrichtigen Aussage wird der Wettbewerb auf dem fraglichen Markt auch spürbar beeinflusst. Es ist auch kein vernünftiger Grund ersichtlich, warum eine solche Werbung mit einer falschen Angabe auch nur zeitweise gestattet werden sollte (vgl. BGH GRUR 2002, 715, 716 –Scanner-Werbung). Es kommt hinzu, dass sich die Relevanz auch nicht in einem Umsatzgeschäft niederschlagen braucht. Sie kann sich auch daraus ergeben, dass die Werbung geeignet ist, Interessen der Mitbewerber zu beeinträchtigen, indem sie deren Leistungsangebote in ein schlechtes Licht rückt (BGH GRUR 2011, 82 –Preiswerbung ohne Umsatzsteuer).

gg) Im Hinblick auf den ursprünglichen Internetauftritt ist die Wiederholungsgefahr auch nicht weggefallen. Der Beklagte hat zwar seinen Internetauftritt als Reaktion auf das Hinweisschreiben der Klägerin ergänzt und damit verändert. Er hat aber auch im Hinblick auf die später von ihm verlangte Unterlassung der ursprünglichen Werbung gerade keine strafbewehrte Unterlassungserklärung abgegeben. Die Tatsache, dass sich die Klägerin zunächst mit einer die Irreführung beseitigenden Klarstellung begnügt hätte, besagt nicht, dass sie nicht mehr die Unterlassung der ursprünglichen Verletzungsform verlangen könnte, nachdem der Beklagte auf ihre Anregungen nicht in geeigneter Form eingegangen ist.

4) Anders sieht es aber mit der Werbung unter Einbeziehung der Zeitungsanzeige nach Beifügung des Hinweises aus, wie sie sich aus der Anlage K 3 ergibt. Insoweit liegt keine Irreführung mehr vor. Auch insoweit macht sich der Beklagte zwar weiterhin die Aussagen in dem Zeitungsartikel zu seinem Leistungsangebot zu eigen. Das geschieht nun aber nicht mehr uneingeschränkt. Zum einen wird darauf hingewiesen, dass es sich um einen älteren Zeitungsartikel handle, der aus Anlass des damaligen Firmenjubiläums erschienen sei. Zum anderen wird ein Bezug auf das in dem Artikel aufgeführte Leistungsangebot zu den zum damaligen Zeitpunkt geltenden gesetzlichen Bestimmungen hergestellt. Auch wenn es tatsächlich weiterhin an einem ausdrücklichen Hinweis darauf fehlt, dass das Fortbildungsseminar für Fahranfänger in Zusammenhang mit einer möglichen Probezeitverkürzung wegen geänderter Rechtslage nicht mehr durchgeführt werden könne, kommt es doch entscheidend darauf an, dass nach dem Gesamteindruck dieser Art der Veröffentlichung des Zeitungsartikels mit dem veralteten Leistungsangebot die angesprochenen Verkehrskreise nicht mehr irregeführt werden können. Zum einen ist es für die angemessen informierten und situationsbedingt aufmerksamen Internetnutzer nicht mehr klar, dass es sich bei dem in dem Artikel aufgeführten Leistungsangebot auch um das aktuelle Angebot des Beklagten handelt. Sie können den Artikel nunmehr zeitlich besser zuordnen und auf das historische Firmenjubiläum bezogen einordnen. Außerdem werden sie darauf hingewiesen, dass sich das damalige Leistungsangebot auf die damals geltenden gesetzlichen Bestimmungen bezogen hat. Dieser Hinweis macht nur Sinn, wenn sich die gesetzlichen Bestimmungen inzwischen geändert haben und damit auch das Leistungsangebot. Auch das steht einer Vorstellung des Verkehrs entgegen, es gehe um das aktuelle Leistungsangebot. Zwar werden im Hinblick auf die Änderung „Ross und Reiter“ weiterhin nicht genannt. Der Interessent wird aber durch den Hinweis insoweit zu hinreichendem Zweifel daran bewogen, dass sich auf dieser Seite mit dem historischen Artikel das Leistungsangebot vollständig und richtig präsentiert. Aufgrund des Hinweises, der auch deutlich und unübersehbar über dem Artikel steht, werden Aussagen im Hinblick auf das Leistungsangebot des Beklagten jedenfalls ausreichend relativiert. Der angesprochene

Verbraucher nimmt diese nicht mehr so „für bare Münze“ und die Aussage zum Angebot der Seminare ist dann auch nicht mehr in der früheren Form unrichtig, sondern verweist auf den damaligen Zustand vor Änderung der gesetzlichen Bestimmungen. Der Interessent wird dadurch angehalten, sich über das aktuelle gesetzeskonforme Angebot, das ihm auch über den Link auf der Seite präsentiert wird, genauer zu informieren, um sicher zu sein, ob alle Angebote noch fortgelten. Dann stellt er sofort fest, dass es gerade das Fortbildungsseminar mit der Möglichkeit der Probezeitverkürzung (auch) beim Beklagten nicht mehr gibt. Das reicht schon aus, um einer Irreführung der angesprochenen Internetnutzer zwar nicht optimal, aber doch hinreichend entgegen zu wirken.

5) Der Klägerin steht auch nach § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG der geltend gemachte Aufwendungsersatz in vollem Umfang zu. Die von einem Wettbewerbsverband geltend gemachte Kostenpauschale wird auch für eine Abmahnung geschuldet, die nur teilweise berechtigt ist (BGH GRUR 2009, 1064, 1065 –Geld-zurück-Garantie II).

Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 92 Abs. 1, 97 Abs. 1 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711, 713 ZPO.