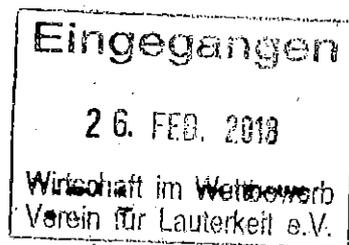


# Landgericht Nürnberg-Fürth

Az.: 3 HK O 6155/17



IM NAMEN DES VOLKES



In dem Rechtsstreit

**Verband Wirtschaft im Wettbewerb, Verein für Lauterkeit in Handel und Industrie e.V.**, vertreten durch d. Vorstand, Grafenberger Allee 30, 40237 Düsseldorf - Kläger -

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwältin **Dr. Stocks Aline**, Grafenberger Allee 30, 40237 Düsseldorf, Gz.: 232/17

gegen

....., G, vertreten durch d. ....  
d.vertr.d.d. Geschäftsführer

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

wegen Unterlassung

erlässt das Landgericht Nürnberg-Fürth - 3. Kammer für Handelssachen - durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht Dr. Bierlein, den Handelsrichter ..... und den Handelsrichter ..... grund der mündlichen Verhandlung vom 01.02.2018 folgendes

## Endurteil

I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes von bis zu 250.000.-- €, ersatzweise einer am Geschäftsführer der persönlich haftenden Gesellschafterin zu vollziehenden Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu unterlassen, in Werbebeilagen, Zeitungsanzeigen und/oder auf sonstigen Werbeträgern zu Zwecken des Wettbewerbs zunächst befristete Verkaufsförderungsmaßnahmen über deren angegebenen Endzeitpunkt hinaus fortzusetzen, wenn dies wie aus den dem Urteil beigelegten Anlagen 1 und 2 ersichtlich geschieht.

II. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 220 € nebst Zinsen i.H.v. 5 %-punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit 30.08.2017 zu zahlen.

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

IV. Das Urteil ist für den Kläger gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 44.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

Au: Willy

## Beschluss

Der Streitwert wird auf 40.000,00 € festgesetzt.

## Tatbestand

Die Parteien streiten um die Voraussetzungen eines Unterlassungsanspruchs.

Der Kläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Achtung darauf gehört, dass die Regeln des lautereren Wettbewerbs eingehalten werden. Dem Kläger gehören 173 Unternehmen an, die Waren gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt wie die Beklagte vertreiben. Er führt den Prozess mit dem Ziel der ernsthaften kollektiven Wahrnehmung der Mitgliederinteressen und ist nach seiner personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung in der Lage, seine satzungsgemäßen Aufgaben tatsächlich wahrzunehmen.

Die Beklagte vertreibt Sehhilfen. Sie versandte am 28.07.2017 einen Newsletter, in dem sie „Zum Geburtstag von ...“ „25 % Rabatt auf alle Sonnenbrillen ohne Sehstärke“ mit der zeitlichen Befristung „Nur vom 28. Juli bis 6. August“ auslobte (K 1). Am 08.08.2017 befand sich auf der Internetseite der Beklagten [www...e/de/aktionen](#) unter „Alle aktuellen Aktionen im Überblick“ und unter dem Motto „Zum Geburtstag von ...“ ein Werbebanner mit dem Inhalt „25 % Rabatt auf alle Sonnenbrillen ohne Sehstärke“ mit dem Hinweis „Bis 13. August verlängert“ und mit dem Zusatz „Da freut sich die Urlaubskasse! 25 % auf alle Sonnenbrillen! Happy Birthday“.

Auf die Abmahnung vom 11.08.2017 hin erklärte die Beklagte, bei der Verlängerung hätte es sich um einen Fehler eines Mitarbeiters bei der Umsetzung des Angebots auf der Webseite gehandelt; es hätte eine neue Aktion beworben werden sollen, nämlich eine alle Sonnenbrillen - egal ob mit oder ohne Sehstärke - umfassende.

Der Kläger ist der Auffassung, die Beklagte würde mit dieser Werbung vom 08.08.2017 gegen § 5 UWG verstoßen. Sie hätte die Fortsetzung einer als befristet angekündigten Werbung daher zu unterlassen und dem Kläger die Abmahnpauschale zu zahlen.

### Der Kläger beantragt.

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes von bis zu 250.000.-- €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu unterlassen, in Werbebeilagen, Zeitungsanzeigen und/oder auf sonstigen Werbeträgern zu Zwecken des Wettbewerbs zunächst befristete Verkaufsförderungsmaßnahmen über deren angegebenen Endzeitpunkt hinaus fortzusetzen, wenn dies wie aus den Anlagen K 1 und 2 ersichtlich geschieht, und die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger 220 € nebst Zinsen i.H.v. 5 %-punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit 30.08.2017 zu zahlen.

Die Beklagte beantragt.

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte trägt vor, nach Ablauf der ursprünglichen Rabataktion hätte die Beklagte ein ganz anderes Angebot, nämlich ein auf alle Sonnenbrillen bezogenes, beworben. Die Kundenkreise für Medizinprodukte wie Sonnenbrillen mit Sehstärke und solche ohne Sehstärke seien ganz andere. Der Verkehr hätte erkannt, dass es sich um zwei unterschiedliche Angebote gehandelt hätte und dass das zweite viel umfassender gewesen sei.

Hinsichtlich des Sach- und Streitstands im übrigen wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze Bezug genommen.

## Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist zulässig und begründet.

I. Der Kläger ist - wie sich aus seinem unbestrittenen Vortrag ergibt - gem. § 8 Abs. 3 S. 2 UWG klagebefugt.

II. Das vorliegend beanstandete Angebot der Rabataktion verstößt gegen § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG.

1. Eine Ankündigung einer Verkaufsförderungsveranstaltung wie der vorliegenden Rabattaktion ist irreführend, wenn sie für einen befristeten Zeitraum angekündigt wurde, die Preisaktion aber in Abweichung von der ursprünglichen Werbung über die angegebene Zeit hinaus fortgesetzt wird (BGH WRP 2012, 311, OLG Düsseldorf Urt.v. 13.04.2010 Az. I-20 U 186/08, 20 U 186/08, LG Hamburg Urt.v. 17.06.2015, Az. 408 HKO 17/14, LG Koblenz WRP 2017, 360). Die Irreführung potentieller Kunden beruht darauf, dass sie sich aufgerufen fühlen, unter Zeitdruck eine übereilte Entscheidung darüber zu treffen, ob sie von dem Angebot Gebrauch machen wollen, obwohl der Zeitdruck tatsächlich nicht besteht. Die Täuschung der angesprochenen Verkehrskreise über die fehlende Endgültigkeit des angegebenen Endtermins ist relevant, weil für die Kaufentscheidung nicht allein der geforderte Preis entscheidend ist, sondern auch die Vorstellung des Verbrauchers, bei dem beworbenen Angebot handle es sich um eine besondere Gelegenheit, die nicht so bald wiederkommen wird.

Eine Veranstaltung darf also nach Ablauf des genannten Zeitraums nicht fortgesetzt werden; an einer Befristung, die von den angesprochenen Verkehrskreisen als definitiv, endgültig und ernst gemeint verstanden wird, muss sich der Werbende festhalten lassen (OLG Düsseldorf Urt.v. 13.04.2010 Az. I-20 U 186/08, 20 U 186/08)

2. Eine irreführende Angabe liegt vor, da davon auszugehen ist, dass die Beklagte bereits bei Erscheinen der Werbung die Absicht hat, die Rabattaktion zu verlängern, dies aber in der Werbung nicht hinreichend deutlich zum Ausdruck brachte.

Wird die Rabattaktion aufgrund von Umständen verlängert, die nach dem Erscheinen der Wer-

bung eingetreten sind, ist danach zu unterscheiden, ob diese Umstände für das Unternehmen unter Berücksichtigung fachlicher Sorgfalt voraussehbar waren und deshalb bei der Planung der befristeten Aktion und der Gestaltung der ankündigenden Werbung berücksichtigt werden konnte, denn der Verkehr wird zwar in Rechnung stellen, dass ein befristeter Sonderpreis aus Gründen verlängert wird, die bei Schaltung der Werbung erkennbar nicht zugrunde gelegt wurden, wie z.B. unerwarteten Lieferengpässen; mit einer Verlängerung aus Gründen, die bei Schaltung der Anzeige bereits absehbar waren, rechnet der Verkehr allerdings nicht. Dabei ist es grundsätzlich die Sache des Werbenden, die Umstände darzulegen, die für die Unvorhersehbarkeit der Verlängerungsgründe und für die Einhaltung der fachlichen Sorgfalt sprechen (BGH WRP 2012, 311). Vorliegend sind von der Beklagten derartige Umstände nicht vorgetragen worden.

3. Die Frage der Irreführung hängt weiter davon ab, wie der Verkehr die Werbung mit einer befristeten Verkaufsaktion oder einem befristet gewährten Preisvorteil nach den Umständen des konkreten Falls versteht (LG Würzburg WRP 2017, 1020). Vorliegend verstanden die angesprochenen Verkehrskreise, zu denen sich die Mitglieder der Kammer als Brillenträger bzw. als Käufer von Sonnenbrillen mit und ohne Sehstärke zählen, den Newsletter der Beklagten als Gewährung von 25 % Rabatt auf Verkaufspreise für Sonnenbrillen ohne Sehstärke, befristet bis 06.08.2017, und das Werbebanner auf der Internetseite der Beklagten als zeitliche Verlängerung dieser Aktion.

Entgegen dem Vortrag der Beklagten handelte es sich bei der Werbung vom 08.08.2017 nicht um eine gänzlich neue Verkaufsförderungsmaßnahme. Dies ergibt sich aus der Verwendung des in Gestaltung und Kernaussage mit dem ursprünglichen Newsletter identischen Werbebanners mit der unveränderten Aussage „25 % auf alle Sonnenbrillen ohne Sehstärke“ und aus der Formulierung des auf dem Werbebanner hinzugefügten Hinweises „Bis 13. August verlängert“. Wortlaut und Sinn der Aussage sprechen eindeutig für eine Verlängerung der Preisaktion. Allein aus dem unter dem Werbebanner befindlichen, kleingedruckten Zusatz „Da freut sich die Urlaubskasse! 25 % auf alle Sonnenbrillen! Happy Birthday“ gewinnen die angesprochenen Verkehrskreise nicht die Vorstellung, es handle sich um eine gänzlich neue Aktion.

Die Erweiterung einer Werbeaktion in personeller oder produktbezogener Hinsicht hat auf die Qualifizierung als irreführend keine Wirkung, da die getäuschten Verbraucherkreise zumindest teilweise identisch sind, weil Kaufinteressenten von Sonnenbrillen ohne Sehstärke sowohl zum durch die ursprüngliche Rabataktion angesprochenen Verbraucherkreis, als auch zu den durch die Verlängerung der Aktion hinsichtlich Sonnenbrillen ohne Sehstärke angesprochenen Verbrauchern gehörten. Außerdem sind auch Träger von Brillen mit Sehstärke als zusätzlich durch die produktbezogene Erweiterung der Rabattaktion angesprochener Verbraucherkreis zum Teil bereits dem ursprünglich angesprochenen Verbraucherkreis zuzurechnen, da auch sie, z.B. wenn sie weitsichtig sind und nur eine Brille zum Lesen oder zur Computerarbeit benötigen oder wenn sie in nur geringem Maß kurzsichtig sind, als Käufer von Sonnenbrillen ohne Sehstärke in Betracht kommen.

Vorliegend fassen die bisher angesprochenen Verkehrskreise die Erweiterung des Angebots auf Sonnenbrillen mit Sehstärke nicht als völlig neues Angebot auf. Wenn z.B. die Werbung mit besonders günstigen Gutscheinspreisen im Rahmen eines zeitlich befristeten Jubiläumsverkaufs so fortgesetzt wird, dass diese Preise den später von allen Kunden, nicht nur den Gutscheinsinhabern - unabhängig von einer Gutscheinsvorlage - verlangten entsprechen, ist die Werbung irreführend (LG Würzburg WRP 2017, 1020). Dass ein weiterer Verbraucherkreis, dessen Angehörige als potentielle Käufer ausschließlich von Sonnenbrillen mit Sehstärke in Betracht kommen, durch die produktbezogene Erweiterung der Rabattaktion neu angesprochen wurde, ändert nichts daran, dass der ursprüngliche Käuferkreis, der sich für Sonnenbrillen ohne Sehstärke interessiert, über den Endtermin der Aktion getäuscht wurde. Dass Sonnenbrillen ohne Sehstärke Handelswa-

re sind, während beim Verkauf von Sonnenbrillen mit Sehstärke die Qualifikation des Verkäufers als Optiker eine Rolle spielen kann, ist irrelevant.

III. Der Beklagten ist die Abfassung der Werbeaussage mit dem eindeutigen Hinweis auf die Verlängerung der Rabattaktion gem. § 8 UWG zuzurechnen.

IV. Dem Kläger ist die von der Beklagten nicht beanstandete Kostenpauschale i. H. v. 220 € zu ersetzen, §§ 12 Abs. 1 UWG, 287 ZPO (BGH WRP 2017, 1089).

Die geltend gemachten Verzugszinsen ergeben sich aus §§ 286, 288 BGB; die Beklagte befand sich im Zahlungsverzug.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit auf § 709 ZPO.

gez.

Dr.

Vorsitzende Richterin  
am Landgericht

ε

Handelsrichter

Handelsrichter

Verkündet am 20.02.2018

gez.

JOsekr'in

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Von: [mailto:newsletter@...ptik.com]

Gesendet: Freitag, 28. Juli 2017

An:

Betreff: i... eiert Geburtstag. 25% auf alle Sonnenbrillen ohne Sehstärke!

Falls dieser Newsletter nicht korrekt  
angezeigt wird, [KLICKEN SIE BITTE HIER](#).

BRILLEN SONNENBRILLEN LEBEBRILLEN KONTAKTLINSEN AKTIONEN INFO/SERVICE

# Zum Geburtstag von ~~apptik~~.

25%

Rabatt auf alle  
Sonnenbrillen  
ohne Sehstärke

NUR VOM  
28. JULI BIS  
6. AUGUST

... feiert Geburtstag! Diesen freudigen Anlass wollen wir gebührend mit Ihnen feiern – nicht nur einen Tag, sondern gleich eine ganze Woche lang!

Vom 28.7. bis 6.8.2017 erhalten Sie **25 % Rabatt auf alle Sonnenbrillen ohne Sehstärke**, die Sie **in Ihrer Filiale** oder auf **www. .... .ufen!**

Zusätzlich bietet **..... hnen online viele weitere Vorteile**, wie z. B.

- Terminvereinbarung
- Filialfinder
- Brille online aussuchen und in der Filiale anprobieren u.v.m.

Am besten schauen Sie gleich mal in Ihrer **..... Filiale** oder auf **www. .... ie vorbei** und suchen sich Ihr Lieblingsmodell aus. Wir freuen uns auf Sie!

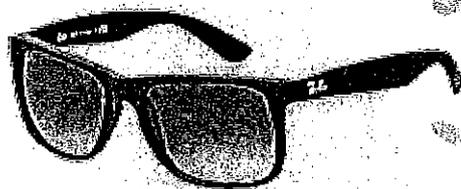
Sonnige Grüße,  
Ihr Team

---

### Beispiele aus unserem Sonnenbrillen-Sortiment

---

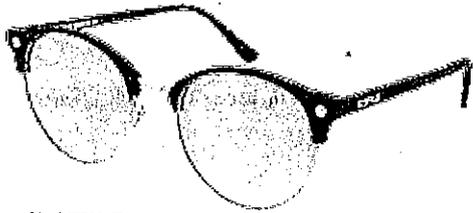
Da freut sich die Urlaubskasse!  
**25 % auf jede Sonnenbrille  
ohne Sehstärke**



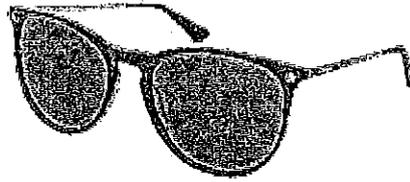
Ray-Ban  
ART.NR. 328537 | ~~100 €~~ 75 €



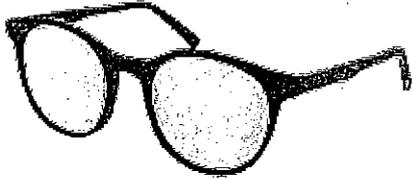
Ray-Ban  
ART.NR. 326600 | ~~140 €~~ 105 €



IN STYLE  
ART.NR. 335487 | ~~70€~~ 52,50 €



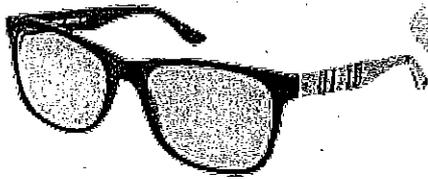
IN STYLE  
ART.NR. 335480 | ~~70€~~ 52,50 €



IN STYLE  
ART.NR. 335465 | ~~60€~~ 45 €



IN STYLE  
ART.NR. 335656 | ~~60€~~ 45 €



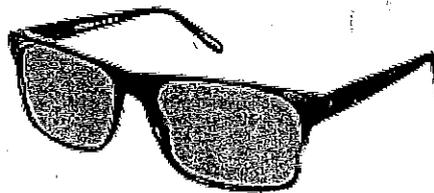
IN STYLE  
ART.NR. 335659 | ~~60€~~ 45 €



Seen  
ART.NR. 334499 | ~~30€~~ 22,50 €



C-line  
ART.NR. 335466 | ~~80€~~ 60 €



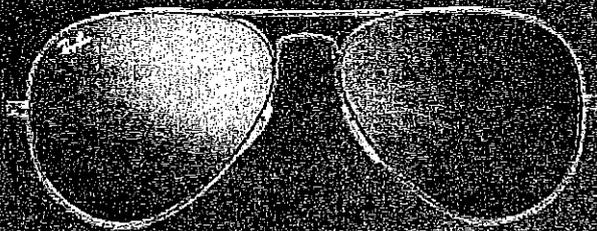
C-line  
ART.NR. 335672 | ~~50€~~ 37,50 €

ZUM [REDACTED] E-SHOP

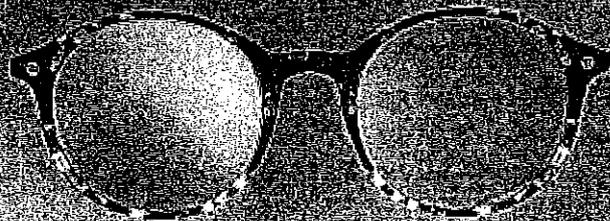
Der Sommer wird bunt!

# Spieglein, Spieglein!

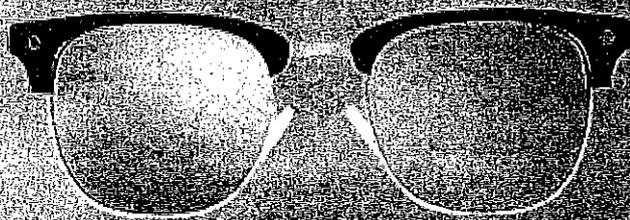
Der Top-Trend des Sommers:  
bunte Spiegel-Gläser.



Ray-Ban  
ART.NR. 329776 | 25 € + 120 €



IN STYLE  
ART.NR. 335473 | 25 € + 60 €



IN STYLE  
ART.NR. 335680 | 25 € + 59,90 €

Neue Spiegel-Gläser in Sehstärke für jede Fassung.  
Nur 25 € Aufpreis. Für Glaspaket Bronze bis Gold.

Wählen Sie aus  
6 Spiegel-Farben für Ihren  
einzigartigen Look:



Glossy Pink



Sunny Yellow



Frozen Blue



Shirly Green



Intense Chrome



Hot Orange

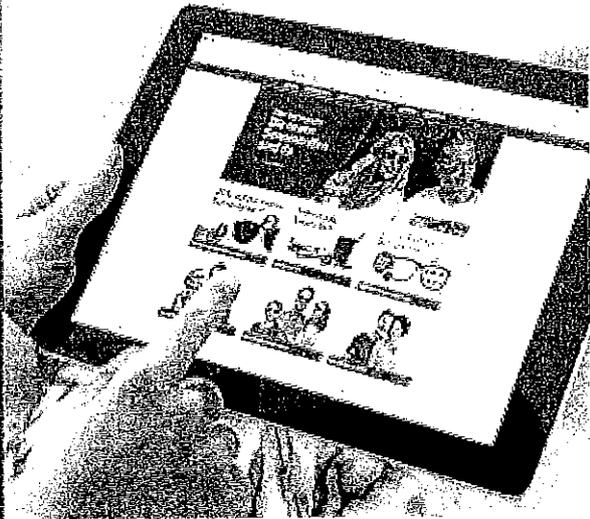
MEHR ERFAHREN

JETZT ONLINE



**DER ~~ALTE~~  
ONLINE-SHOP**

ZU DEN BRILLEN

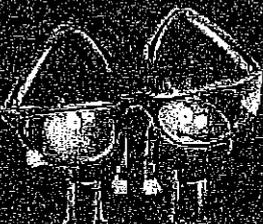


**Mission:  
besser  
sehen.**



**DER ~~ALTE~~  
SEHTEST PRO**

TERMIN VEREINBAREN



Bei Ihrem Brillenkauf können Sie weiter PAYBACK Punkte sammeln, oder zahlen Sie Ihre neue Brille direkt damit.

**1°P** PRO FC UMSATZ





**GELD ZURÜCK-  
GARANTIE**

100 % zufrieden oder den  
vollen Kaufpreis zurück.  
8 Monate lang, ohne Wenn  
und Aber.



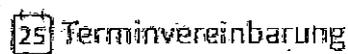
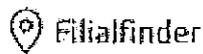
**LEBENSLANGER  
SERVICE**

Reinigung, Anpassung und  
kleine Reparaturen gratis.



**BESTPREISGARANTIE**

Wir garantieren Ihnen  
immer den besten Preis.



**AUF FACEBOOK UND INSTAGRAM GIBT'S NOCH MEHR AUF DIE AUGEN!**  
Und zwar Trends, Tipps und Facts zum Thema. Schauen Sie doch mal rein!

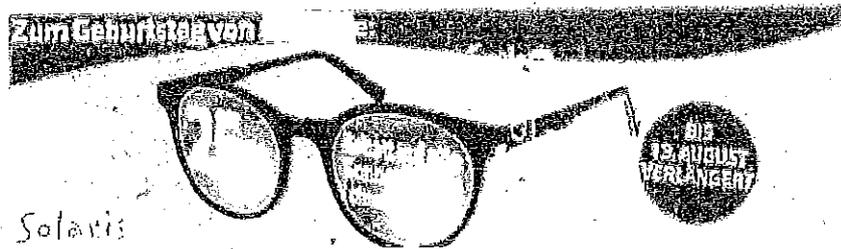


**Impressum:**

Diese Information ist ein Service der / ... tik Holding GmbH & Co. KG, ...  
... 1. Falls Sie diesen Service nicht mehr in Anspruch nehmen möchten, melden Sie sich bitte  
einfach über folgenden Link ab: **ABMELDEN**

Internetseite: **WWW. ... .DE** Kontakt: **KUNDENSERVICECENTER@ ... .IK.COM / ...**  
Optik Holding GmbH & Co. KG, Sitz: ...  
... teiligungs GmbH, ...  
... kverbindung: Deutsche Bank Nürnberg, konto 370 100 002,  
BLZ 760 700 12, IBAN DE64 7607 0012 0373 5966 00, BIC DEUTDEMM760

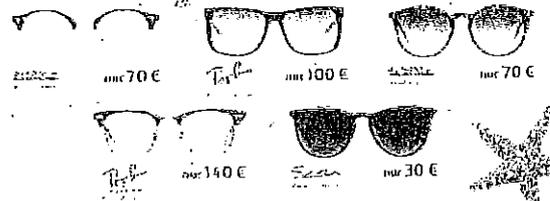
### Alle aktuellen Aktionen im Überblick:



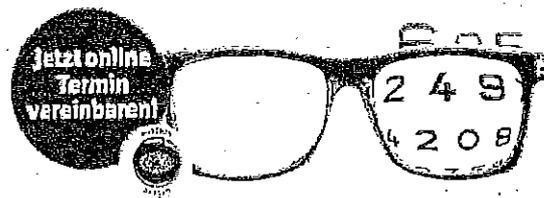
Da freut sich die Urlaubskasse! 25% auf alle Sonnenbrillen! Happy Birthday



Lieblingsfassung aussuchen und sparen! Auch für Sonnenbrillen in Sehstärke gültig.



Jetzt zugreifen!



Kostenloser Sehtest – Termin online buchen



wendet Cookies.

Die Seite nutzt Cookies, um Ihre Erfahrung zu verbessern. Wenn Sie diese Seite weiter nutzen, stimmen Sie der Cookie-Nutzung zu. Informationen zum Datenschutz

Ich stimme zu