MIR MEDIEN INTERNET und RECHT
Onlinepublikation zum Medien- und Internetrecht

Volltext zu MIR Dok.: 017/2008

Veröffentlicht in: MIR 01/2008

Gericht: Hanseatisches OLG

Aktenzeichen: 3 U 244/05

Entscheidungsdatum: 06.07.2006

Vorinstanz(en): LG Hamburg, Az. 407 O 109/05

Permanenter Link zum Dokument: *http://www.medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=1481*

www.medien-internet-und-recht.de ISSN: 1861-9754

MEDIEN INTERNET und RECHT und alle in der Publikation/Zeitschrift enthaltenden Inhalte, Beiträge, Abbildungen und Veröffentlichungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Verlagsrechte erstrecken sich auch auf die veröffentlichten Gerichtsentscheidungen und deren Leitsätze, die urheberrechtlichen Schutz genießen, soweit sie vom Einsender oder von der Schriftleitung/Redaktion redigiert bzw. erarbeitet sind. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Nutzungs-/Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechtsübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM, Dateikopien oder andere Verfahren in Online- und Printmedien etc.) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Mit Namen (Autor/Gericht/Quelle) gekennzeichnete Beiträge stellen ausdrücklich nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar.

Inhaltliche oder redaktionelle Fehler vorbehalten.

HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT
URTEIL
IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

Antragstellerin,
Berufungsklägerin,

gegen

Antragsgegnerin,
Berufungsbeklagte,

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 3. Zivilsenat, durch die Richter … nach der am 22. Juni 2006 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht erkannt:

Auf die Berufung der Antragstellerin wird das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 7. Juni 2005, Az. 407 O 109/05 hinsichtlich des Unterlassungstenors zu I. 2. der einstweiligen Verfügung vom 17. Mai 2005 sowie hinsichtlich der Kostenentscheidung abgeändert:

Die einstweilige Verfügung vom 17. Mai 2005 wird hinsichtlich des Unterlassungstenors zu I. 2. wie folgt erneut erlassen:

1. Der Antragsgegnerin wird im Wege der einstweiligen Verfügung bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ordnungshaft oder einer Ordnungshaft bis zu sechs

Monaten (Ordnungsgeld im Einzelfall höchstens € 250.000,00; Ordnungshaft insge-samt höchstens 2 Jahre) verboten,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs

2. DSL-Tarife mit der Angabe: „Gehen Sie auf Nummer sicher mit dem Norton Sicherheitspaket!“ zu bewerben und/oder bewerben zu lassen, wenn dies geschieht, wie in der als Anlage mit dem vorliegenden Urteil verbundenen Doppelseite 6/7 des Werbeflyers.

Die Antragsgegnerin trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Gründe

I.

Die Antragstellerin nimmt die Antragsgegnerin aus Wettbewerbsrecht auf Unterlassung in Anspruch.

Die Parteien sind Internet-Zugangs-Provider und stehen in unmittelbarem Wettbewerb.

Anfang Mai 2005 bewarb die Antragsgegnerin ihr Angebot mit einem mehrseitigen Werbeflyer, der bundesweit verbreitet wurde (Anlage K 1). Darüber hinaus bewarb sie ihr Angebot im Internet (Anlage K 2).

Auf der Seite 7 des vorgenannten Werbeflyers (Anlage K 1) hieß es:

„Zusätzlich für f. DSL-Kunden:
Gehen Sie auf Nummer sicher mit dem Norton Sicherheitspaket.“

Unterhalb dieser Angabe war eine Verpackung des Produkts „Norton Internet Security 2005“ der Fa. Symantec abgebildet. Neben dieser Produktabbildung hieß es u.a.:

„DSL soll das Leben schöner und einfacher machen.
Also schützen Sie es mit Norton Internet SecurityTM 2005- dem Sicherheitspaket von Symantec.

Das bietet Ihnen umfangreichen Schutz vor Viren, Hackern und Übergriffen auf vertrauliche Daten.

Mit dem Paket bekommen Sie: Norton AntivirusTM, die weltweit meistgenutzte Virenschutzlösung NortonTM Personal Firewall hält Hacker fern und schützt persönliche Daten NortonTM Privacy Control schützt Ihre vertraulichen Daten Norton AntispamTM filtert unerwünschte E-Mails NortonTM Parental Control schützt Sie und Ihre Familie weitgehend vor Internet-Risiken.“

Nachfolgend erwirkte die Antragstellerin die einstweilige Verfügung des Landgerichts Hamburg vom 17. Mai 2005, Az. 407 O 109/05, mit welcher der Antragsgegnerin bei Vermeidung der gesetzlichen Ordnungsmittel verboten wurde,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs

1.
…

und/oder

2. mit der Angabe: „Gehen Sie auf Nummer sicher mit dem Norton Sicherheitspaket!“ zu wer-ben und/oder bewerben zu lassen, wenn dies geschieht, wie in dem als Anlage K 1 beige-fügten Werbeflyer.

Auf den Widerspruch der Antragsgegnerin hat das Landgericht die einstweilige Verfügung vom 17. Mai 2005 durch Urteil vom 7. Juni 2005 hinsichtlich des Unterlassungstenors zu 1. bestätigt. Hinsichtlich des Unterlassungstenors zu 2. hob es die einstweilige Verfügung auf und wies den auf ihren Erlass gerichteten Antrag insoweit zurück. Die Kosten des Rechtsstreits wurden gegeneinander aufgehoben. Im Hinblick auf die teilweise Aufhebung der einstweiligen Verfügung vom 17. Mai 2006 wurde zur Begründung ausgeführt, der Unterlassungsanspruch zu 2. sei nach dem Widerspruchsvorbringen unbegründet, weil die Aussage „Gehen

Sie auf Nummer sicher…“ kein Versprechen einer uneingeschränkten Sicherheit enthalte, sondern lediglich die Aufforderung, sich nach Kräften vor Angriffen von Viren und Hackern zu schützen. Die Angabe der Antragsgegnerin sei dahin zu verstehen, dass die Antragsgegnerin den Verbrauchern empfehle, vorsichtshalber eine mit gutem Ergebnis getestete Sicherheitssoftware zu einem weitgehenden Schutz vor Angriffen einzusetzen. Ein Versprechen absoluter Sicherheit gehe mit der streitgegenständlichen Bewerbung des Produkts Norton Internet Security 2005 nicht einher.

Gegen dieses Urteil hat die Antragstellerin frist- und formgerecht Berufung eingelegt.

Mit der Berufung wendet sich die Antragstellerin gegen die teilweise Aufhebung der einstweiligen Verfügung. Zur Begründung wiederholt und vertieft sie ihren erstinstanzlichen Vortrag, wonach den angesprochenen Verkehrskreisen durch die streitgegenständliche Werbeangabe der falsche Eindruck vermittelt werde, bei der Abnahme des von der Antragsgegnerin beworbenen Produkts seien sie vor den Risiken und Gefahren, die mit der Internetnutzung verbunden seien, absolut oder nahezu absolut sicher geschützt. Die Antragsgegnerin biete jedoch -unstreitig- keine absolute oder nahezu absolute Sicherheit.

Weiter stützt die Antragstellerin ihre Berufung darauf, dass die Verbraucher der Werbung der Antragsgegnerin aufgrund ihrer konkreten Gestaltung entnähmen, dass ihnen ein Maß an Sicherheit zur Verfügung gestellt und garantiert werde, dass über das allgemein übliche Maß hinausgehe. Somit bräuchten sie sich keine Sorgen über Hacker- und Virenangriffe zu machen, weil diese durch den von der Antragsgegnerin gebotenen umfangreichen Schutz ganz weitgehend ausgeschlossen seien. Dieses Verständnis ergebe sich auch daraus, dass es auf der Seite 6 des Werbeflyers, welche sich unmittelbar links neben der Seite 7 befinde, ausdrücklich in einer gesonderten Sprechblase drucktechnisch hervorgehoben „PERFEKT UND SICHER!“ heiße (Anlage K 1). Diese Angabe rage in die Seite 7 hinein, so dass die angesprochenen Verkehrskreise davon ausgingen, dass sich diese Angabe auch auf das beworbene Sicherheitspaket „Norton Internet Security 2005“ beziehe.

Die Antragstellerin beantragt,

> die Entscheidung des Landgerichts Hamburg vom 7. Juni 2005, Az. 407 O 109/05, teilweise abzuändern und die Antragsgegnerin weiter zu verurteilen, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu € 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft -zu vollstrecken an ihrem Vorstand-, zu unterlassen
>
> im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs
>
> mit der Angabe: „Gehen Sie auf Nummer sicher mit dem Norton Sicherheitspaket!“ zu werben und/oder bewerben zu lassen, wenn dies geschieht, wie in dem als Anlage K 1 beigefügten Werbeflyer.

Die Antragsgegnerin beantragt,

> die Berufung zurückzuweisen.

Die Antragsgegnerin tritt der Berufung der Antragstellerin unter Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrages entgegen. Sie führt aus, dass sie mit der streitgegenständlichen Angabe lediglich eine zusätzliche Absicherung des von ihr beworbenen Internet-Zugangs durch den Einsatz der Sicherheits-Software des Anbieters Symantec bewerbe. Nach dem allgemeinen Sprachgebrauch werde die Angabe „Gehen Sie auf Nummer sicher“ stets dann verwendet, wenn eine Entscheidung zwischen einem riskanten und einem sicheren Vorgehen zu treffen sei. Dabei stelle die sichere Variante nicht zwangsläufig ein Vorgehen dar, welches absolute oder nahezu absolute Sicherheit gewährleiste.

Da es in den wenigsten Lebensbereichen eine absolute Sicherheit gebe, werde die Angabe so verstanden, dass man die unter wirtschaftlich vernünftigen Bemühungen erreichbare, möglichst sichere Lösung wähle. Insoweit sei die streitgegenständliche Angabe zutreffend, denn mit dem beworbenen Sicherheitspaket werde ein Mehr an Sicherheit gegeben, als dies üblicherweise der Fall sei. Das Produkt sei von der Stiftung Warentest mit „gut“ bewertet worden, wobei von den 10 getesteten Produkten nur drei die Note „Gut“ erreicht hätten (Anlagen AG 7 und AG 8).

Hinsichtlich der weiteren tatsächlichen Feststellungen wird gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO auf den Tatbestand der angefochtenen Entscheidung Bezug genommen. Bezüglich des weiteren Vorbringens der Parteien in der Berufungsinstanz wird auf die von den Parteien zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen sowie das Protokoll der Berufungsverhandlung vom 22. Juni 2006 Bezug genommen.

II.

1. Die zulässige Berufung der Antragstellerin ist begründet.

Der Antragstellerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu 2. gemäß §§ 3, 5 Abs. 1, 8 Abs. 1 UWG zu. Die beanstandete Werbebehauptung ist irreführend im Sinne der §§ 3, 5 Abs. 1 UWG.

Gegenstand des Unterlassungsanspruchs ist die Werbeangabe „Gehen Sie auf Nummer sicher mit dem Norton Sicherheitspaket!“ in der konkreten Verletzungsform der Seiten 6 und 7 des streitgegenständlichen Werbeflyers (Anlage K 1).

Maßgebend für die Beurteilung einer Werbeaussage nach §§ 3, 5 UWG ist, wie der angesprochene Verkehr die beanstandete Werbung versteht (BGH, GRUR 2005, 438 - Epson-Tinte). Da vorliegend eine Werbung für den Zugang zum Internet den Streitgegenstand bildet, d.h. eine Werbung für eine Dienstleistung des - inzwischen - täglichen Bedarfs, die sich an den privaten Kunden oder Verbraucher richtet, kann der Senat, dessen Mitglieder zu den angesprochenen Verkehrskreisen zählen, selbst beurteilen, wie diese Werbung von den angesprochenen Verkehrskreisen aufgefasst wird (BGH, GRUR 2002, 182, 184 - Das Beste jeden Morgen). Für das Verkehrsverständnis ist die Vorstellung eines normal informierten, situationsadäquat aufmerksamen Durchschnittsverbrauchers maßgebend (BGH, GRUR 2002, 550, 552 - Elternbriefe; BGH, NJW-RR 2003, 260 - Thermal Bad; BGH, GRUR 2005, 438 - Epson-Tinte), wobei maßgeblich ist, wie die Werbung auf Grund ihres Gesamteindruckes verstanden wird. Handelt es sich bei der zu beurteilenden Werbung um mehrere Äußerungen, so ist eine isolierte Beurteilung einzelner Aussagen geboten, wenn sie vom Verkehr ohne Zusammenhang mit den übrigen wahrgenommen werden, gehören die einzelnen Angaben aber zu einer in sich geschlossenen Darstellung, so dürfen sie nicht aus dem Zusammenhang gerissen werden (BGH, GRUR 2005, 438 - Epson-Tinte).

Die Verkehrsanschauung orientiert sich grundsätzlich am Wortsinn der Werbeaussage, d.h. am allgemeinen Sprachgebrauch und am allgemeinen Sprachverständnis (BGH, NJW-RR 2003, 260 - Thermal Bad; OLG Hamburg, NJOZ 2005, 3189 – 1&1 DSL PLUS bietet Ihnen mehr als einen zuverlässigen und sicheren Zugang zum Highspeed-Internet!; OLG Hamburg, GRUR-RR 2004, 333 – Sorgenfrei ins Internet; OLG Hamburg, GRUR-RR 2003, 157 – T-Online: sicher).

Nach diesen Grundsätzen wird ein beachtlicher Teil des angesprochenen Verkehrs die in dem Werbeflyer enthaltene Angabe „Gehen Sie auf Nummer sicher mit dem Norton Sicherheitspaket!“ dahingehend verstehen, dass der von der Antragsgegnerin angebotene Internetzugang, freenetDSL, bei Verwendung des beworbenen Sicherheitspakets weitestgehend sicher ist. Die Angabe „auf Nummer sicher gehen“ ist nach allgemeinem Sprachgebrauch in der Weise zu verstehen, dass etwaige Gefahren sehr weitgehend ausgeschlossen werden, dass - nach menschlichem Ermessen - kein Risiko mehr besteht.

Im Hinblick auf die auch in der Öffentlichkeit vielfach diskutierten Aspekte der Datensicherheit im Internet liegt es für den angesprochenen Verkehr nahe, die streitgegenständliche Angabe auf die mit dem Internet verbundenen Sicherheitsrisiken zu beziehen, nämlich die Einschleusung von Computerviren sowie Hackerangriffe auf die persönlichen Daten des Internetnutzers. Eine Vielzahl der angesprochenen Verbraucher wird zudem auf der Arbeitsstelle einen PC nutzen und von diesen Gefahren durch entsprechende Sicherheitsanweisungen und -software des Arbeitsgebers Kenntnis erlangt haben (OLG Hamburg, GRUR-RR 2004, 333 - Sorgenfrei ins Internet). Den angesprochenen Verkehrskreisen ist weiter bekannt, dass den vorgenannten Risiken des ungeschützten Internet-Zugangs durch den Einsatz von Sicherheitssoftware entgegen gewirkt werden kann, welche jedoch in der Regel keinen 100%igen Schutz bietet.

Aufgrund der streitgegenständlichen Angabe werden die angesprochenen Verbraucher jedoch erwarten, dass der DSL-Internetzugang der Antragsgegnerin bei Verwendung der genannten Sicherheitssoftware „Norton Internet Security 2005“ ein Maß an Sicherheit erreicht, das deutlich über dem Standard der üblichen Schutzprogramme liegt. Sie werden deshalb annehmen, dass der DSL-Zugang in dem Sinne sicher ist, dass die vorgenannten Gefahren bei der Antragsgegnerin zwar nicht absolut im Sinne von 100%, aber doch ganz weitgehend ausgeschlossen sind. Auch bei Berücksichtigung der weiteren Angaben in der streitgegenständlichen Werbung ergibt sich kein anderes Verständnis, insbesondere nicht daraus, dass es neben der Abbildung der Produktverpackung heißt: „Das bietet Ihnen umfangreichen Schutz vor Viren, Hackern und Übergriffen auf vertrauliche Daten“. Dieser Formulierung stellt keine Relativierung dar, insbesondere kann ihr kein hinreichender Hinweis darauf entnommen werden, dass die Sicherheit gegen die genannten Gefahren der Internetnutzung nur eingeschränkt gewährleistet werden kann.

Der mit der streitgegenständlichen Werbeangabe suggerierte absolute oder jedenfalls nahezu absolute Sicherheitsstandard wird jedoch nach dem unbestritten gebliebenen Vortrag der Antragstellerin nicht erreicht. Es kann auch - entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin - nicht davon ausgegangen werden, dass den angesprochenen Verkehrskreisen allgemein bekannt wäre, dass die genannten Gefahren auch bei Verwendung der beworbenen Sicherheitssoftware in nicht unerheblichem Ausmaß fortbestehen.

Die streitgegenständliche Behauptung ist auch wettbewerbsrechtlich relevant. Angesichts der konkreten Sicherheitsgefahren, die eine Internetnutzung für die Datensicherheit des Computernutzers mit sich bringt, ist die Auslobung, dass die Gefahren bei dem beworbenen Internetzugangs aufgrund der Nutzung der Sicherheitssoftware „Norton Internet Security 2005“ ganz weitgehend ausgeschlossen seien, geeignet, den Kaufentschluss der angesprochenen Verbraucher zu beeinflussen (OLG Hamburg, GRUR-RR 2004, 333, 334 –Sorgenfrei ins Internet).

Mithin steht der Antragstellerin der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu 2. gemäß §§ 3, 5 Abs. 1, 8 Abs. 1 UWG zu. Auf die Berufung der Antragstellerin war daher das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 7. Juni 2005 entsprechend abzuändern, die einstweilige Verfügung vom 17. Mai 2005 hinsichtlich des Unterlassungstenors zu I. 2. erneut zu erlassen.

2. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.