

# Aktuelle Rechtsprechung des BGH zur Irreführung (§ 5 Abs. 1 UWG)

Prof. Dr. Thomas Koch

Vorsitzender Richter am Bundesgerichtshof

# Übersicht

Erfasst der Begriff „**Angabe**“ nur Tatsachenbehauptungen oder auch Meinungsäußerungen und insbesondere auch die Äußerung (unrichtiger) Rechtsansichten?

Urteil vom 25. April 2019 - I ZR 93/17, GRUR 2019, 754 = WRP 2019, 883 - **Prämiensparverträge** (vgl. auch Koch, WRP 2019, 1259)

Was sind die Voraussetzungen der **wettbewerbsrechtlichen Relevanz** einer Irreführung?

Urteil vom 19. April 2018 - I ZR 244/16, GRUR 2018, 950 = WRP 2018, 1069 - **Namensangabe**

Setzt eine irreführende Handlung ein **schuldhaftes Handeln** voraus?

Urteil vom 6. Juni 2019 - I ZR 216/17, juris - **Identitätsdiebstahl**

Unter welchen Voraussetzungen ist eine **Werbung mit Testergebnissen** irreführend?

Urteil vom 24. Januar 2019 - I ZR 200/17, GRUR 2019, 631 = WRP 2019, 736 - **Das beste Netz** (vgl. auch Feddersen, WRP 2019, 1255)

# Irreführungstatbestand

Nach § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende **geschäftliche Handlung** vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer **geschäftlichen Entscheidung** zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist gemäß § 5 Abs. 1 Satz 2 UWG irreführend, wenn sie **unwahre Angaben** (Fall 1) oder **sonstige zur Täuschung geeignete Angaben** über – nachfolgend aufgezählte – Umstände (Fall 2) enthält.

Nach Art. 6 Abs. 1 der UGP-Richtlinie gilt eine **Geschäftspraxis** als irreführend, wenn sie **falsche Angaben** enthält und somit unwahr ist (Fall 1) oder **in irgendeiner Weise**, einschließlich sämtlicher Umstände ihrer Präsentation, selbst mit sachlich richtigen Angaben den Durchschnittsverbraucher in Bezug auf einen oder mehrere der – nachstehend aufgeführten – Punkte **täuscht oder ihn zu täuschen geeignet ist** (Fall 2) und ihn in jedem Fall tatsächlich oder voraussichtlich zu einer **geschäftlichen Entscheidung** veranlasst, die er ansonsten nicht getroffen hätte.

# Irreführungstatbestand

## Geschäftliche Handlung

Gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung jedes **Verhalten** einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens vor, bei oder **nach einem Geschäftsabschluss, das mit** der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder **der Durchführung eines Vertrags** über Waren oder Dienstleistungen **objektiv zusammenhängt.**

Eine geschäftliche Handlung kann **auch** in dem Verhalten eines Unternehmers liegen, das sich auf die geschäftliche Entscheidung eines Verbrauchers **im Rahmen eines bereits bestehenden Vertragsverhältnisses** auswirkt.

Bei **vertragswidriger Schlechterfüllung oder Nichterfüllung** liegt eine geschäftliche Handlung **nur** vor, **wenn** der Unternehmer mit der fraglichen Handlung auf eine Übervorteilung des Kunden **abzielt.**

# Irreführungstatbestand

## Zwei Fälle der Irreführung:

Der erste Fall betrifft **objektiv unrichtige Angaben**, wobei es sich um einen **völlig offenen Tatbestand** handelt.

Der zweite Fall stellt auf die **Eignung zur Täuschung** des Verbrauchers oder sonstiger Marktteilnehmer ab und enthält einen **Katalog von Umständen**, über die zur Täuschung geeignete Angaben gemacht werden können.

## Offene Fragen:

Müssen auch unwahre Angaben zur Täuschung geeignet sein oder entfällt bei ihnen das Erfordernis der Täuschungseignung?

Enthält der zweite Fall des Irreführungstatbestands einen abschließenden oder einen offenen Katalog der Umstände, über die zur Täuschung geeignete Angaben gemacht werden können, mit der Folge, dass eine irreführende Handlung vorliegt?

# Urteil vom 25. April 2019 - I ZR 93/17

## Prämiensparverträge

„Bei den bestehenden Verträgen handelt es sich um Einlagen mit dreimonatiger Kündigungsfrist. Eine Vertragslaufzeit ist nicht vereinbart.“  
= Äußerung einer Rechtsansicht (Meinungsäußerung)

Angaben im Sinne von § 5 Abs. 1 Satz 2 **Fall 1** UWG:

- (unwahre) Tatsachenbehauptungen

Angaben im Sinne von § 5 Abs. 1 Satz 2 **Fall 2** UWG:

- unwahre und wahre Tatsachenbehauptungen

- Meinungsäußerungen, die zur Täuschung geeignet sind

(+) wenn die Äußerung als Meinungsäußerung erkennbar ist

(-) wenn die Äußerung als Tatsachenbehauptung verstanden wird

(-) bei der Äußerung (unrichtiger) Rechtsansichten, wenn der Eindruck vermittelt wird, über die Rechtsansicht könne vernünftigerweise nicht gestritten werden

# Urteil vom 25. April 2019 - I ZR 93/17

## Prämiensparverträge

### **Leitsätze:**

Zur Täuschung geeignete Angaben im Sinne von § 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 2 UWG sind nicht nur Tatsachenbehauptungen, sondern unter bestimmten Voraussetzungen auch Meinungsäußerungen.

Für die Frage, ob Aussagen über die Rechtslage von § 5 Abs. 1 UWG erfasst werden, ist entscheidend, wie der Verbraucher die Äußerung des Unternehmers unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls, insbesondere der Art und Weise der Äußerung auffasst.

Ist für die betroffenen Verkehrskreise erkennbar, dass es sich um eine im Rahmen der Rechtsverfolgung oder Rechtsverteidigung geäußerte Rechtsansicht handelt, fehlt dieser Äußerung die zur Erfüllung des Tatbestands der Irreführung erforderliche Eignung zur Täuschung.

Dagegen erfasst § 5 Abs. 1 UWG Äußerungen, in denen der Unternehmer gegenüber Verbrauchern eine eindeutige Rechtslage behauptet, die tatsächlich nicht besteht, sofern der angesprochene Kunde die Aussage nicht als Äußerung einer Rechtsansicht, sondern als Feststellung versteht. Ebenso ist eine objektiv falsche rechtliche Auskunft eines Unternehmers, die er auf eine ausdrückliche Nachfrage des Verbrauchers erteilt, zur Irreführung und Beeinflussung des Verbrauchers geeignet.

# Urteil vom 19. April 2018 - I ZR 244/16

## Namensangabe

### Angabe eines falschen Namens des Mitarbeiters eines Unternehmers

Nach **§ 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 2 Nr. 3 UWG** ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie **sonstige zur Täuschung geeignete Angaben** über die Person, Eigenschaften oder Rechte des **Unternehmers** wie die Identität enthält.

Nach **§ 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 1 UWG** ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie **unwahre Angaben** enthält.

Unlauter ist eine irreführende geschäftliche Handlung nach § 5 Abs. 1 Satz 1 nur, wenn sie **geeignet** ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer **zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen**, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Auf eine solche wettbewerbsrechtliche Relevanz der Irreführung kann zwar **in der Regel aus dem Hervorrufen einer Fehlvorstellung** geschlossen werden. **Anders** verhält es sich jedoch dann, wenn über **Umstände** getäuscht worden ist, **die für das Marktverhalten der Gegenseite lediglich eine unwesentliche Bedeutung haben**.



# Urteil vom 6. Juni 2019 - I ZR 216/17

## Identitätsdiebstahl

Identitätsdiebstahl = unbefugte Bestellen einer Dienstleistung durch einen unbekanntem Dritten unter Verwendung der persönlichen Daten des Verbrauchers

**Selbst wenn** die Beklagte **unverschuldet** von einer Bestellung der Dienstleistung durch den Verbraucher ausgegangen ist, liegt in der Aufforderung zur Bezahlung der tatsächlich nicht bestellten Dienstleistung eine **unlautere Irreführung**.

Die Annahme einer **irreführenden** Handlung setzt grundsätzlich **nicht** voraus, dass der Gewerbetreibende **vorsätzlich** eine objektiv falsche Angabe macht (EuGH, GRUR 2015, 600 Rn. 47 bis 49 - Ungarische Verbraucherschutzbehörde).

Bei einer Geschäftspraxis, die alle Voraussetzungen einer den Verbraucher irreführenden Praxis erfüllt, braucht **nicht** geprüft zu werden, ob eine solche Praxis auch den Erfordernissen der **beruflichen Sorgfalt** widerspricht, um sie als **unlauter** und verboten ansehen zu können (EuGH, GRUR 2015, 600 Rn. 63 - Ungarische Verbraucherschutzbehörde).

# Urteil vom 6. Juni 2019 - I ZR 216/17

## Identitätsdiebstahl

### **Wertungswiderspruch zu Nr. 29 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG?**

Nach **Nr. 29 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG** stellt die Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter, aber gelieferter Waren oder erbrachter Dienstleistungen oder eine Aufforderung zur Rücksendung oder Aufbewahrung nicht bestellter Sachen eine **stets unzulässige geschäftliche Handlung** dar.

**Früher** BGH Rn. 18 - Auftragsbestätigung: Die Voraussetzungen von Nr. 29 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG sind **nicht erfüllt**, wenn der Unternehmer irrtümlich von einer Bestellung ausgeht und der Irrtum seine Ursache nicht in seinem Verantwortungsbereich hat, weil die Ware beispielsweise von einem Dritten unter dem Namen des Belieferten bestellt worden ist.

**Jetzt** BGH Rn. 34 - Identitätsdiebstahl: Für die Annahme einer unzulässigen geschäftlichen Handlung gemäß Nr. 29 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG ist es **unerheblich**, ob der Unternehmer irrtümlich von einer Bestellung des Verbrauchers ausgeht.

Es **kann offenbleiben**, ob in der Annahme, ein solches Verhalten stelle eine irreführende geschäftliche Handlung dar, ein **Wertungswiderspruch** zu der Annahme läge, ein solches Verhalten stelle keine nach Nr. 29 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG aggressive geschäftliche Handlung (vgl. Nr. 29 des Anhangs I zur UGP-Richtlinie) dar.

# Urteil vom 6. Juni 2019 - I ZR 216/17

## Identitätsdiebstahl

### **Leitsätze:**

Die Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Dienstleistungen ist als irreführende geschäftliche Handlung im Sinne von § 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 1 UWG anzusehen, wenn der angesprochene Verbraucher der Aufforderung die Behauptung entnimmt, er habe die Dienstleistung bestellt. Einer Unlauterkeit nach § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG steht nicht entgegen, dass der Unternehmer bei der Zahlungsaufforderung in der ihm nicht vorwerfbaren irrtümlichen Annahme einer tatsächlich vorliegenden Bestellung gehandelt hat.

Die Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter, aber erbrachter Dienstleistungen fällt auch dann unter Nr. 29 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG, wenn der Unternehmer irrtümlich von einer Bestellung ausgeht und der Irrtum seine Ursache nicht im Verantwortungsbereich des Unternehmers hat (Aufgabe von BGH, Urteil vom 17. August 2011 - I ZR 134/10, GRUR 2012, 82 Rn. 18 - Auftragsbestätigung).

# Urteil vom 24. Januar 2019 - I ZR 200/17

## Das beste Netz



Nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Fall 2 Nr. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung irreführend, wenn sie **zur Täuschung geeignete Angaben über** die wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen wie **die Ergebnisse** oder wesentliche Bestandteile **von Tests der Waren oder Dienstleistungen** enthält.

# Urteil vom 24. Januar 2019 - I ZR 200/17

## Das beste Netz

Die Werbung mit aktuellen Testergebnissen für Produkte ist grundsätzlich nicht irreführend, wenn

die **Produkte, den getesteten entsprechen** und **nicht technisch überholt** sind, die von einem Dritten vergebene **Auszeichnung in einem seriösen Verfahren vergeben** und **nicht erschlichen** worden ist,

die **Werbung** nicht über den **Rang des beworbenen Produkts** im Kreise der getesteten Produkte irreführt,

das Testsiegel **nicht** aufgrund besonderer Umstände **nur eine begrenzte Aussagekraft** hat, etwa wegen des Fehlens von objektiven Kriterien für die Prüfung der untersuchten Dienstleistung.

# Urteil vom 24. Januar 2019 - I ZR 200/17

## Das beste Netz

Der Werbende darf sich in diesen Fällen mit der Auszeichnung schmücken und braucht **keinen eigenen Qualitätsnachweis** zu führen; insbesondere unterliegt er nicht den Zulässigkeitsanforderungen der Spitzengruppenwerbung.

Eine Werbung, mit der der Werbende das Testergebnis **nicht in der wörtlich verliehenen Form** nutzt, sondern **mit eigenen Worten umschreibt**, ist (nur) irreführend, wenn der Werbende die Aussage des Testergebnisses zu seinen Gunsten verändert.

Gibt die angegriffene Werbung den Inhalt des von einem Dritten in einem seriösen Verfahren vergebenen und nicht erschlichenen Testsiegels zutreffend wieder, so ist es lauterkeitsrechtlich **unerheblich**, ob **Teile des Verkehrs** dieser Wiedergabe des Testsiegels **unzutreffende Vorstellungen über Gegenstand oder Ergebnis des Tests** entnehmen.

Unberührt bleibt ferner die aus **§ 5a Abs. 2 UWG** folgende Pflicht des Werbenden, bei der Werbung mit einem Testsiegel wesentliche Informationen - etwa die **Testfundstelle** oder Hinweise auf **Prüfkriterien** - mitzuteilen.

# Urteil vom 24. Januar 2019 - I ZR 200/17

## Das beste Netz

### **Leitsätze:**

Die Werbung mit aktuellen Testergebnissen für Produkte, die den getesteten entsprechen und die auch nicht technisch überholt sind, ist grundsätzlich nicht irreführend, wenn die von einem Dritten vergebene Auszeichnung in einem seriösen Verfahren vergeben und nicht erschlichen worden ist. Eine solche Werbung kann ausnahmsweise irreführend sein, wenn dem Testsiegel aufgrund besonderer Umstände - etwa wegen des Fehlens von objektiven Kriterien für die Prüfung der untersuchten Dienstleistung - nur eine begrenzte Aussagekraft zukommt.

Eine Werbung, mit der der Werbende den Inhalt des von einem Dritten in einem seriösen Verfahren vergebenen und nicht erschlichenen Testsiegel nicht in der wörtlich verliehenen Form nutzt, sondern mit eigenen Worten umschreibt, ist irreführend, wenn der Werbende die Aussage des Testergebnisses zu seinen Gunsten verändert. Gibt die angegriffene Werbung den Inhalt des Testsiegels hingegen zutreffend wieder, ist es lauterkeitsrechtlich unerheblich, ob Teile des Verkehrs dieser Wiedergabe des Testsiegels unzutreffende Vorstellungen über Gegenstand oder Ergebnis des Tests entnehmen.