

Oberlandesgericht Karlsruhe

Urt. v. 9.8.2012, 4 U 35/12

I.

Der Kläger fordert von der Beklagten die Unterlassung von Werbung mit der Bezeichnung „Taxizentrale“ unter Zusatz einer Telefonnummer. Wegen der Einzelheiten wird auf die Feststellungen im landgerichtlichen Urteil verwiesen.

Das Landgericht hat die Klage abgewiesen, weil die beanstandete Werbung weder irreführend noch sonst wettbewerbswidrig sei. Der Begriff Taxizentrale lasse die Organisation einer größeren Zahl von Taxis erwarten, die auf entsprechende Bestellung zur Verfügung stehen müssten. Diese Erwartung enttäusche der Betrieb der Beklagten nicht. Die Beklagte verfüge in L. über 12 von 13 Taxis, die drei von vier Betreibern zuzuordnen seien. Taxizentralen organisierten nicht stets alle Taxis vor Ort. Zudem sei im Landgerichtsbezirk allgemein bekannt, dass die „Taxizentrale 5000“ in Waldshut-Tiengen als einzelnes Unternehmen über zahlreiche Taxis verfüge, ohne einen Zusammenschluss mehrerer Unternehmen darzustellen.

Mit seiner Berufung macht der Kläger geltend, der Begriff „Taxizentrale“ werde auch in ländlichen Gebieten als Hinweis auf einen Zusammenschluss mehrerer Taxiunternehmen verstanden. In einer Gemeinde wie L., in der außer dem Unternehmen der Beklagten nur der Taxibetrieb des Klägers existiert, gehe der potentielle Fahrgast daher irrtümlich von einem Zusammenschluss sämtlicher ortsansässiger Unternehmen aus. Mit den (außerhalb L. ansässigen) Partnern der Beklagten werde eine echte Kooperation nicht praktiziert. In der Vergangenheit hätten sich mehrfach Kunden darüber gewundert, dass der Kläger nicht unter der Telefonnummer der „Taxizentrale“ zu erreichen ist. Hierdurch erleide er wirtschaftlich Schaden.

Der Kläger beantragt,

das Urteil des Landgerichts Waldshut-Tiengen vom 20.01.2012 dahingehend abzuändern, dass es der Beklagten bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes bis 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Wiederholungsfall Ordnungshaft bis zu 2 Jahren - zu vollstrecken an der Beklagten - verboten wird, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs mit der Bezeichnung „Taxizentrale [Telefonnummer]“ oder „Taxizentrale [Telefonnummer mit Vorwahl]“ zu

werben oder durch Zu-Verfügung-Stellung mit dieser Bezeichnung werben zu lassen, sofern dies geschieht wie im Telefonbuch „Das Örtliche“ für Waldshut-Tiengen wie in der Anlage K 1 zur Klageschrift wiedergegeben, oder im Telefonbuch „Das Telefonbuch“, wie in der Anlage K 2 wiedergegeben, oder in den gemeindlichen Mitteilungsblättern, wie in der Anlage K 3 wiedergegeben.

Die Beklagte beantragt unter Verteidigung des erstinstanzlichen Urteils, die Berufung des Klägers zurückzuweisen.

Von einer weiteren Darstellung wird abgesehen, §§ 540 Abs. 2, 313a ZPO.

II.

Die zulässige Berufung hat keinen Erfolg.

Die beanstandeten Telefonbucheinträge (Anlagen K 1 und K 2) begegnen ebenso wenig wettbewerbsrechtlichen Bedenken wie die Anzeige der Beklagten in den gemeindlichen Mitteilungsblättern (Anlage K 3). Die Werbung der Beklagten ist nicht irreführend i.S. des § 5 Abs. 1 Ziff. 1 UWG.

1.

Mit ihrer Firmenbezeichnung wirbt die Beklagte wahrheitsgemäß für ihre Leistungsfähigkeit als Dienstleisterin.

a)

Das Landgericht hat den Begriff der „Taxizentrale“ zutreffend in erster Linie als Hinweis auf eine gewisse Größe und Bedeutung des so bezeichneten Betriebes verstanden: Bei einer „Zentrale“ handelt es sich nach herkömmlichem wie heutigem Verständnis um einen (verhältnismäßig) kapitalkräftigen Großbetrieb, der innerhalb eines größeren oder kleineren räumlichen Bereichs die Handelsbeziehungen einer bestimmten Branche ganz oder doch überwiegend zusammenfasst und als Verkehrsmittelpunkt des einschlägigen Marktes in Betracht kommt (vgl. Köhler/Bornkamm, UWG, 30. Aufl. 2012, Rn. 5.44 zu § 5; BGH, GRUR 1977 503 - *Datenzentrale*; Urteil vom 18.01.2012, I ZR 104/10 - *Neurologisch/Vaskuläres Zentrum*). Im Fall des Dienstleistungsunternehmens kommt ein organisatorischer Aspekt hinzu: Hier erwartet der Kunde von der Zentrale, dass sie aufgrund ihrer Größe in der Lage ist, die angebotenen Dienste auf Nachfrage innerhalb ihres Gebietes unschwer zu koordinieren.

b)

In diesen Erwartungen werden die von den Anzeigen der Beklagten angesprochenen Verkehrskreise, zu denen als potentielle Besucher L. auch die Mitglieder des Senats gehören, nicht getäuscht. Die Beklagte hat in L. eine marktbeherrschende Stellung. Sie verfügt ohne die Fahrzeuge ihrer Kooperationspartner über 11 Taxis, 25 Mitarbeiter und eine Telefonzentrale, vermittelt sie die Kundenwünsche innerhalb des 7.500-Seelen-Ortes L. ohne weiteres kurzfristig bedienen kann. Zudem ist sie aufgrund entsprechender Kooperationsverträge mit Unternehmen in A und U in der Lage, auch bestimmte Fahrten außerhalb L. zu organisieren. Auf die Frage, inwieweit solche Fahrten tatsächlich nachgefragt werden, kommt es in diesem Zusammenhang nicht an.

2.

Denkbare Fehlvorstellungen der Kunden über die rechtliche Struktur der Beklagten haben keine wettbewerbsrechtliche Relevanz.

a)

Solche Fehlvorstellungen hält der Senat allerdings für möglich. Denn als „Taxizentrale“ bezeichnen sich vielerorts (häufig genossenschaftliche) Zusammenschlüsse von Einzelunternehmen, die eine gemeinsame Vermittlungsstelle betreiben, um ihre Dienstleistungen zu koordinieren und besser zu vermarkten; im Taxigewerbe haben solche Zusammenschlüsse vor allem in größeren Städten Tradition. Auch wenn es Gegenbeispiele gibt – das Landgericht hat in diesem Zusammenhang zu Recht auf das Einzelunternehmen „Taxizentrale 5000“ aus W hingewiesen – dürfte mit Blick auf diese Tradition zumindest ein Teil der angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung unter anderem als Hinweis auf eine unternehmensübergreifende Organisation verstehen (vgl. LG Stuttgart, WRP 2011, 382; LG Frankfurt, GRUR-RR 2004, 86; BGH, GRUR 1977, 503 - *Datenzentrale*, JURIS Rn. 12). Diesem Verständnis genügt die Beklagte nicht. Sie ist Einzelunternehmerin, mag sie auch gelegentlich Fahrten an ihre Kooperationspartner vermitteln.

b)

Hierin liegt jedoch kein Irrtum über wesentliche Merkmale der beworbenen Leistung i.S. des § 5 Abs. 1 Ziff. 1 UWG.

Ungeschriebenes Merkmal des § 5 UWG ist die geschäftliche Relevanz der Irreführung: Das Irreführungsverbot aus §§ 3, 5 UWG greift nur ein, wenn eine Angabe über Eigenschaften der angebotenen Waren oder Leistungen, über den Anlass des Angebots oder generell über die geschäftlichen Verhältnisse

geeignet ist, bei einem erheblichen Teil der umworbenen Verkehrskreise irri- ge Vorstellungen über das Angebot hervorzurufen und die zu treffende Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen (vgl. BGH GRUR 2001, 239, 241 *Last minute-Reise*; Köhler/Bornkamm a.a.O. Rn, 2.169 zu § 5 m. w. N.). Art. 6 Abs. 1 der UGP-Richtlinie fordert insoweit ausdrücklich, dass die Geschäftspraxis, um als irreführend zu gelten, den Verbraucher „tatsächlich oder voraussichtlich zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlasst, die er ansonsten nicht getroffen hätte“. Das lauterkeitsrechtliche Irreführungsverbot schützt die Wahrheit in der Werbung nicht zweckfrei. Es soll nur eingreifen, wenn die Verletzung des Wahrheitsgebots die Funktionen des Wettbewerbs berührt (Vgl. BGH GRUR 2000,914, 915 - *Tageszulassung II*, Köhler/Bornkamm a.a.O.).

Vorliegend lässt sich eine Relevanz in diesem Sinne nicht feststellen. Für den Durchschnittsverbraucher spielt es bei zwangloser Betrachtung keine Rolle, ob ihm die Beklagte ein Fahrzeug vermittelt, das einem dritten Unternehmer gehört oder ob sie ihm eigene Fahrzeuge zur Verfügung stellt. Den Anzeigen kommt auch keine unlautere Lockwirkung zum Nachteil des Klägers zu. Die Entscheidung, die Nummer der Beklagten (anstelle derjenigen des Klägers) zu wählen, wird nicht durch den etwaigen Irrtum begünstigt, hinter ihr stehe ein Zusammenschluss von Einzelunternehmen.

c)

Schließlich erweckt die Beklagte mit ihren Anzeigen nicht den falschen Eindruck, der Beklagte sei ihrem Unternehmen rechtlich angeschlossen. Auch eine unternehmensübergreifende Taxizentrale hat in ihrem Einflussbereich kein Monopol. Taxizentralen im klassischen Sinne können innerhalb eines Ortes ebenso miteinander wie mit „freien“ Taxifahrern konkurrieren. Die konkreten Verhältnisse in L. ändern hieran nichts. Der Kunde, der weiß, dass die Parteien die einzigen Taxiunternehmen vor Ort betreiben, ist auch in der Lage, beide voneinander zu unterscheiden. Im Telefonbuch „Das Telefonbuch“ 2011/2012 (Anlage K 2) kann ein Irrtum hierüber im Übrigen schon deshalb nicht entstehen, weil der Kläger mit zwei Einträgen unmittelbar unter der Beklagten verzeichnet ist. Hier sowie im Telefonbuch „Das Örtliche“ (Anlage K 1) stellt die Beklagte zudem mit deutlich lesbaren Hinweisen auf ihre Inhaberschaft klar, dass sie als Einzelunternehmerin agiert.

Der Senat verkennt nicht, dass es für den Kläger nicht einfach sein mag, sich innerhalb L. gegen die Konkurrenz der Beklagten durchzusetzen. Er hält es auch für möglich, dass einzelne Kunden dem Irrtum unterliegen, er fahre mit seinem Taxi für die Beklagte. Dies ist jedoch nicht der Bezeichnung „Taxizentrale“,

sondern der tatsächlichen Marktpräsenz und Größe des Unternehmens der Beklagten geschuldet.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus §§ 708 Nr. 10, 713 ZPO. Anlass, die Revision zuzulassen, besteht nicht, § 543 Abs. 2 ZPO.