

Oberlandesgericht Koblenz

Urteil vom 3.12.2014, 9 U 354/12

I.

Die Kläger sind als Fachanwälte für Sozialrecht tätig. Die Beklagte leistet Rechtsschutz für Gewerkschaftsmitglieder auf bestimmten Rechtsgebieten und hat in ihrem Internetauftritt und in einem Newsletter mit der Bezeichnung „DGB Rechtsschutz: Größte Deutsche Fachkanzlei“ und „Größte Deutsche Fachkanzlei“ geworben. Wegen der Einzelheiten wird auf das Anlagenkonvolut K1 (Bl. 9 bis 14 d. A.) Bezug genommen.

Die Beklagte beschäftigt sogenannte Rechtssekretärinnen und Rechtssekretäre, von denen ein großer Teil über die Befähigung zum Richteramt verfügt.

Die Kläger verlangen von der Beklagten Unterlassung der beanstandeten Werbung und die Freistellung von vorgerichtlichen Abmahnkosten.

Die Kläger und die Nebenintervenientin sind der Auffassung, die beanstandete Werbung richte sich an alle Verbraucher und verstoße gegen § 3 Rechtsdienstleistungsgesetz (RDG) und gegen § 5 UWG. Der Verbraucher verbinde mit dem Begriff „Größte Deutsche Fachkanzlei“ die größte Rechtsanwaltskanzlei in Deutschland, bei der Fachanwälte beschäftigt seien und gehe außerdem davon aus, dass diese Kanzlei Rechtsdienstleistungen für jedermann auf allen Rechtsgebieten anbiete. Der mit dieser Werbung verbundenen Irreführung des Verbrauchers fehle entgegen der Auffassung der Beklagten nicht die rechtliche Relevanz, weil sie, die Kläger, neue Mandate in erheblichem Umfang über das Internet generierten.

Die Kläger und die Nebenintervenientin haben beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen,

unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel des § 890 Abs. 1 ZPO es im geschäftlichen Verkehr zu unterlassen, mit/unter der Bezeichnung

1.1. „DGB Rechtsschutz: Größte deutsche Fachkanzlei“

und/oder

1.2. „Größte Deutsche Fachkanzlei“

und/oder

1.3. Die „Größte Fachkanzlei Deutschlands“

aufzutreten; insbesondere wenn dies so geschieht, wie aus dem Anlagenkonvolut K1 ersichtlich wird.

2. die Beklagte zu verurteilen, sie freizustellen von der Forderung der Rechtsanwälte ... auf Zahlung der vorgerichtlichen Kosten in Höhe von netto 911,80 €.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie hat die Auffassung vertreten, die Werbung sei nicht irreführend, weil die vorgelegten Unterlagen nicht auf die jeweiligen Überschriften reduziert werden dürfen. Der Umfang ihrer Tätigkeit ergebe sich aus dem jeweiligen Text der Werbung. Die Beschränkung dieses Tätigkeitsfelds auf die Vertretung von Gewerkschaftsmitgliedern sei allgemein bekannt. Zudem wende sich der Newsletter vor allem an Gewerkschaftsmitglieder.

Das Landgericht hat der Klage in vollem Umfang stattgegeben und zur Begründung ausgeführt, die Werbung wende sich an alle Verbraucher und sei irreführend. Nach heutigem Sprachverständnis verbinde ein nicht unbeachtlicher Teil der angesprochenen Verkehrskreise den Begriff „Fachkanzlei“ mit einer Rechtsanwaltskanzlei, in der sich Berufsträger mit einer besonderen Qualifikation zusammen geschlossen hätten.

Gegen dieses Urteil richtet sich die Berufung der Beklagten. Diese behaupten, der Begriff „Kanzlei“ bestimme das Verständnis der Verbraucher und bezeichne lediglich ein Büro, eine Dienststelle oder eine Schreibstube. Außerdem werde ihr Tätigkeitsfeld in der beanstandeten Werbung hinreichend beschrieben. Es fehle es an der geschäftlichen Relevanz der Werbung, denn sie, die Beklagte, erhalte nur in sehr seltenen Fällen Anfragen von Personen, die nicht Gewerkschaftsmitglieder seien. Jedenfalls sei die erforderliche Irreführungsquote nicht erfüllt. Gewerkschaftsmitglieder müssten sich an ihre eigene Gewerkschaft mit der Bitte um Gewährung von Rechtsschutz wenden. Sie, die Beklagte, erhalte dann den Auftrag unmittelbar von der jeweiligen Gewerkschaft.

Die Beklagte beantragt,

unter Abänderung des angefochtenen Urteils die Klage abzuweisen.

Die Kläger und die Nebenintervenientin beantragen,
die Berufung zurückzuweisen.

Sie sind der Auffassung, die angesprochenen Verbraucher würden durch die schlagwortartige Anpreisung dazu veranlasst, sich näher mit dem Angebot der Beklagten zu befassen. Zudem könnten die angesprochenen Verbraucher durch die Werbung verleitet werden, Gewerkschaftsmitglied zu werden.

Wegen der Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die von den Parteien eingereichten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Der Senat hat Beweis erhoben gemäß Beweisbeschluss vom 21.11.2012 durch Einholung eines Sachverständigengutachtens. Wegen der Einzelheiten wird auf den Beweisbeschluss des Senats vom 10.01.2013 und den Beschluss des Senats vom 10.02.2014 Bezug genommen. Hinsichtlich des Ergebnisses der Beweisaufnahme wird auf das mit Schreiben der Sachverständigen vom 05.06.2014 übersandte rechtsdemoskopische Gutachten Bezug genommen.

II.

Die Berufung der Beklagten ist unbegründet.

Die Kläger haben gegen die Beklagte einen Anspruch auf Unterlassung der beanstandeten Werbung und auf Freistellung von den vorgerichtlichen Abmahnkosten.

Die Kläger sind als Mitbewerber der Beklagten klagebefugt im Sinne des § 8 Abs. 1 Nr. 1 UWG. Beide Parteien bieten auf dem Markt Rechtsdienstleistungen an.

Entgegen der Auffassung der Kläger ist das beanstandete Verhalten der Beklagten nicht wegen eines Verstoßes gegen § 4 Nr. 11 UWG i. V. m. § 3 RDG wettbewerbswidrig. Nach § 3 RDG ist die selbstständige Erbringung außgerichtlicher Rechtsdienstleistungen nur in dem gesetzlich bestimmten Umfang zulässig. Wettbewerbswidrig ist nicht nur die Erbringung unzulässiger Rechtsdienstleistungen, sondern auch das Erbieten hierzu, weil bereits dieses die Gefahr begründet, der Empfänger werde sich an einem nicht ausreichend qualifizierten Anbieter wenden (Köhler/Bornkamm, UWG, 32. A. § 4 Rnr. 11.63zu § 4 UWG). Aus § 7 Abs. 1 Nr. 1 RDG und den Satzungen der Gewerk-

schaften folgt, dass diese Forderungen ihrer Mitglieder gegenüber ihren Arbeitgebern und gegenüber Dritten geltend machen können, soweit sie sich aus der beruflichen Tätigkeit des Gewerkschaftsmitglieds ergeben. Außerdem können Gewerkschaften ihre Mitglieder auf dem Gebiet des Sozialrechts beraten, weil auch die Existenzsicherung der Mitglieder eine Aufgabe der Gewerkschaft ist (Kreuzler, RDG, Rnr. 42 zu § 7 RDLG). Nach § 7 Abs. 1 S. 2 RDG können die erlaubten Rechtsdienstleistungen nicht nur durch die Gewerkschaften selbst, sondern auch durch eine in ihrem alleinigen wirtschaftlichen Eigentum stehende juristische Person wie die Beklagte erbracht werden.

Bei der Prüfung der Frage, ob sich die Beklagte zur Erbringung unzulässiger Rechtsdienstleistungen erbietet, sind nicht nur die beanstandeten Wendungen „DGB Rechtsschutz Größte Deutsche Fachkanzlei“, „Größte Deutsche Fachkanzlei“ oder „Die Größte Fachkanzlei Deutschlands“ zu untersuchen. In die Prüfung einzubeziehen sind auch die im sogenannten „insbesondere-Zusatz“ des Klageantrags genannten Unterlagen, nämlich der Internetauftritt der Beklagten und der Newsletter. Diese Zusätze stellen keinen eigenen Streitgegenstand dar, sondern dienen der Hervorhebung des Charakteristischen der Verletzungshandlung (Köhler/Bornkamm, a. a. O., Rnr. 2.46 zu § 12 UWG; BGH, WRP 99, 509, BGH, WRP 2002, 1138 ff.). Diese Gesamtbetrachtung ergibt, dass die Beklagte hinreichend klarstellt, dass sie ihre Leistungen nur für Gewerkschaftsmitglieder und nur auf bestimmten Rechtsgebieten erbringt. So heißt es auf Seite 2 des Internetauftritts „Die DGB Rechtsschutz GmbH erbringt den verbandlichen Rechtsschutz für Gewerkschaftsmitglieder“ Die Rechtsgebiete, auf denen die Beklagte tätig wird, werden zutreffend unter den Überschriften „Ausgewiesene Fachleute“ und „Hohe Kompetenz“ des Internetauftritts beschrieben. Vergleichbares ergibt sich hinsichtlich des Newsletters der Beklagten. Die Frage, ob sich die Beklagte als Zusammenschluss von Rechtsanwälten mit einer Fachanwaltsausbildung geriert, ist für die Beurteilung der Wettbewerbswidrigkeit nach § 3 RDG ohne Belang.

Der Unterlassungsanspruch der Kläger ergibt sich aus § 8 Abs. 1, 3, 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG. Die Beklagte täuscht über die Person des Unternehmers, indem sie irreführende Angaben über die Qualifikation ihrer Mitarbeiter und ihr Tätigkeitsfeld macht.

Nach dem Ergebnis des vom Senat eingeholten Meinungsgutachtens steht fest, dass sowohl der Internetauftritt als auch der Newsletter der Beklagten irreführend sind. Bei der Durchführung der Beweisaufnahme war davon auszugehen, dass sich die Beklagte mit ihrer Werbung nicht nur an Gewerkschaftsmitglieder, sondern grundsätzlich an alle Verbraucher wendet. Eine Einschränkung des Adressatenkreises auf Gewerkschaftsmitglieder ist weder

dem Newsletter noch dem Internetauftritt zu entnehmen. Hinsichtlich des Internetauftritts war allerdings eine Einschränkung auf die Befragung von Internetnutzern vorzunehmen.

Die Durchführung der Beweisaufnahme war zur Feststellung des Verständnisses der Verbraucher erforderlich. Zwar zählen auch die Mitglieder des Senats zu den angesprochenen Verkehrskreisen. Der Senat hat sich gleichwohl nicht in der Lage gesehen, die Verkehrsauffassung aufgrund des eigenen Erfahrungswissens festzustellen (vgl. hierzu: BGH, WRP 2004, 339; OLG Schleswig, Urteil vom 06.10.2011 - 6 U 3/09, zitiert nach juris). Im vorliegenden Fall kommt es nämlich maßgeblich darauf an, wie ein nicht juristisch vorgebildeter Verbraucher die beanstandete Werbung für Rechtsdienstleistungen versteht.

Nach dem Ergebnis des Gutachtens gehen hinsichtlich des Internetauftritts 62,7% der angesprochenen Internetnutzer davon aus, dass eine „Fachkanzlei“ eine Rechtsanwaltskanzlei mit Fachanwälten ist. 37% der Befragten sind aufgrund des Internetauftritts der Auffassung, jedermann könne die Leistungen der Beklagten in Anspruch nehmen. 15,2% der angesprochenen Internetnutzer haben die Vorstellung, die Beklagte biete auf allen Rechtsgebieten Leistungen an. Hinsichtlich des Newsletters (maßgebend ist insoweit die Gesamtbevölkerung) ergibt sich ein ähnliches Bild. 55,7% der angesprochenen Verbraucher halten eine Fachkanzlei für eine Rechtsanwaltskanzlei mit Fachanwälten. 37,4% sind der Auffassung, jedermann könne die Leistungen der Beklagten in Anspruch nehmen. 20,2% der befragten Personen meinen, die Beklagte biete Leistungen auf allen Rechtsgebieten an.

Das zur Frage des Verständnisses der Werbeaussagen eingeholte Sachverständigengutachten hat damit ergeben, dass bei einem erheblichen Teil der angesprochenen Verbraucher ein Irrtum im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 3 UWG entsteht. Der Senat teilt die Auffassung, dass für den Regelfall die erforderliche Irreführungsquote mit 1/4 bis zum 1/3 anzusetzen ist (Köhler/Bornkamm, a. a. O., Rnr. 2.106 zu § 5 UWG). Ausgehend hiervon ergibt sich, dass die erforderliche Irreführungsquote sowohl hinsichtlich des Internetauftritts als auch hinsichtlich des Newsletters bei den ersten beiden Fragestellungen (Fachkanzlei als Rechtsanwaltskanzlei mit Fachanwälten; Offenstehen der Leistungen für jedermann) erreicht ist. Der Umstand, dass die Irreführungsquote bei der dritten Fragestellung nicht erreicht ist, ist für die Entscheidung nicht mehr erheblich.

Der Senat folgt den nachvollziehbaren und überzeugenden Ausführungen der Sachverständigen, die den Fragenkatalog für die Verkehrsbefragung anhand

des Beweisbeschlusses des Senats methodisch korrekt und nachvollziehbar erstellt und die Verkehrsbefragung nach diesen Vorgaben ordnungsgemäß durchgeführt hat. Die Einwände der Beklagten gegen das Sachverständigen-gutachten greifen nicht durch. Die Beklagte beanstandet die sogenannte gestützte Frage Nr. 5 hinsichtlich des Newsletters und des Internetauftritts, bei der den Befragten hinsichtlich des Begriffs „Fachkanzlei“ die folgenden zwei Antwortmöglichkeiten vorgegeben worden sind:

1) „Eine Rechtsanwaltskanzlei mit Fachanwälten, also Rechtsanwälten, die einen besonders qualifizierten Fachanwaltsabschluss haben.“

2) „Ein Büro mit Fachleuten, die keine Rechtsanwälte sein müssen, die aber für bestimmte Rechtsgebiete eine spezielle juristische Ausbildung haben“.

Die Beklagte ist der Auffassung, diese Fragestellung sei suggestiv. Ein Beleg hierfür sei die offene Fragestellung der Fragen 3 und 4, deren Beantwortung zu anderen Ergebnissen geführt habe.

Der Senat beanstandet das methodische Vorgehen der in ihrem Fachgebiet sehr erfahrenen Sachverständigen nicht. Die Sachverständige hat ihre Vorgehensweise im Einzelnen erläutert und ausgeführt, dass die Beantwortung offener Fragen nicht ausreichend sei, um das Untersuchungsziel vollständig aufzuklären. Sogenannte gestützte Fragen seien als notwendige Ergänzung zur offenen Fragestellung erforderlich, weil die Befragten bei einem längeren Text nicht wüssten, worauf es letztlich ankomme und zudem teilweise in ihrer sprachlichen Ausdrucksfähigkeit eingeschränkt seien. Deshalb sei es erforderlich, durch vorformulierte Antwortmöglichkeiten die für die rechtliche Beurteilung relevanten Details deutlich anzusprechen und klar abzugrenzen. Der Senat teilt diese Auffassung.

Die Verwendung des Begriffs „Rechtsanwaltskanzlei“ ist im Übrigen auch nicht suggestiv, Er entspricht dem allgemeinen Sprachgebrauch. Durch die Befragung sollte festgestellt werden, ob die Befragten den blickfangmäßig herausgestellten Begriff „Fachkanzlei“ auch im Zusammenhang mit einer Erläuterung durch einen längeren Text im Sinne einer Rechtsanwaltskanzlei, in der Fachanwälte arbeiten, verstehen. Da dies der Kern des Streits der Parteien ist, war es sachgerecht, die Fragestellung auf diesen Punkt zu fokussieren. Der Senat beanstandet auch nicht, dass in der zweiten Antwortmöglichkeit nicht der Begriff „Kanzlei“, sondern der Begriff „Büro“ vorgegeben worden ist. Auf diese Weise konnte nämlich ermittelt werden, ob die Befragten, wie die Beklagte behauptet, eine Kanzlei nicht mit einer Rechtsanwaltskanzlei,

sondern mit einem Büro gleichsetzen.

Der durch das Gutachten erwiesenen Fehlvorstellung der Verbraucher kommt die zur Annahme eines Wettbewerbsverstoßes erforderliche geschäftliche Relevanz zu. Die Fehlvorstellung ist geeignet, die von einem Verbraucher zu treffende Marktentscheidung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen. Der Verbraucher wird aufgrund der Irreführung nämlich veranlasst, sich näher mit dem Angebot der Beklagten auseinander zu setzen (vgl. hierzu: BGH, GRUR 2012, 286). Auf die Frage, ob sich in der Vergangenheit nur wenige Personen an die Beklagte gewendet haben, die keiner Gewerkschaft angehören, kommt es für die Entscheidung nicht an. Der Wettbewerbsverstoß liegt bereits dann vor, wenn sich die angesprochenen Verbraucher gedanklich näher mit dem Angebot der Beklagten auseinandergesetzt haben. Außerdem teilt der Senat die Auffassung der Kläger, dass die Werbung geeignet ist, angesprochene Verbraucher zu einem Gewerkschaftsbeitritt zu veranlassen, weil sie auf diese Weise künftig die Möglichkeit kostenloser Rechtsdienstleistungen der Beklagten erhalten.

Der Anspruch der Kläger auf Freistellung von den Abmahnkosten beruht auf § 12 Abs. 1 S. 2 UWG und wird in der Berufung hinsichtlich der Höhe nicht angegriffen.

Die Revision wird nicht zugelassen, weil die Voraussetzungen des § 543 Abs. 2 ZPO nicht vorliegen.

Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird auf 25.000,00 € festgesetzt. Maßgebend hierfür ist nur die Bedeutung der Sache für die klagenden Rechtsanwälte, die diese bei Einleitung des gerichtlichen Verfahrens selbst mit 25.000,00 € bemessen haben. Der Senat hält diese Einschätzung für zutreffend. Das Interesse der Nebenintervenientin, die als Rechtsanwaltskammer die Interessen aller Mitglieder vertritt, ist für die Höhe des Streitwerts nicht von Bedeutung.