



REPUBLIK ÖSTERREICH
LANDESGERICHT SALZBURG

9 Cg 39/21t – 14 -

(Bitte in allen Eingaben anführen)

Rudolfsplatz 2
5010 Salzburg

Tel.: +43 57 60121 31453

IM NAMEN DER REPUBLIK

Das Landesgericht Salzburg erkennt durch die Richterin Mag. Christine Außerhofer in der Rechtssache der klagenden Partei **Verein für Konsumenteninformation**, Linke Wienzeile 18, A- 1060 Wien, vertreten durch die Kosesnik-Wehrle & Langer Rechtsanwälte KG in 1030 Wien, gegen die beklagte Partei **3 Pagen Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung**, Pflegerplatz 4, A-5400 Hallein, vertreten durch die Pallauf Meißnitzer Staindl & Partner Rechtsanwälte OG in 5020 Salzburg, wegen **Unterlassung und Urteilsveröffentlichung** (Gesamtstreitwert € 36.000,00) zu Recht:

- 1.) Die beklagte Partei ist schuldig, es im geschäftlichen Verkehr zu unterlassen, den unrichtigen Eindruck zu erwecken, von ihr persönlich angesprochene Verbraucher würden einen wertvollen Artikel, etwa ein Geschirrset von Villeroy & Boch im Wert von über tausend Euro, gratis erhalten, der nur noch anzufordern wäre, insbesondere durch die blickfangartige Hervorhebung des Geschirrsets und dessen Werts in Dokumenten mit Bezeichnungen wie „Offizieller Lieferauftrag“, „Versandantrag“ und/oder „Warenausgangsbeleg“, die alle Namen und allenfalls weitere Daten wie die Adresse des namentlich angesprochenen Verbrauchers beinhalten, verbunden mit der Aufforderung, bestimmte Unterlagen fristgerecht zurückzusenden, oder durch sinngleiche Ankündigungen, wenn dies tatsächlich nicht zutrifft, insbesondere weil der in Aussicht gestellte Geschenkartikel an jene drei Einsender mit dem höchsten Warenbestellwert in einem bestimmten Zeitraum vergeben wird.
- 2.) Der klagenden Partei wird die Ermächtigung erteilt, den klagsstattgebenden Teil des Urteilspruches mit Ausnahme lediglich der Kostenentscheidung, einmal binnen sechs Monaten ab Rechtskraft des über diese Klage ergehenden Urteils in einer Samstagausgabe der bundesweit erscheinenden Ausgabe der „Kronen-Zeitung“ im redaktionellen Teil in Fettdruckumrandung und mit gesperrt geschriebenen Prozessparteien, ansonsten in Normallettern, das heißt in der Schriftgröße

redaktioneller Beiträge, auf Kosten der Beklagten zu veröffentlichen.

- 3.) Die beklagte Partei ist schuldig, der klagenden Partei binnen 14 Tagen bei sonstiger Exekution deren mit € 6.841,48 (darin Ust. € 897,08 und Barauslagen € 1.459,00) bestimmte Kosten dieses Verfahrens zu ersetzen.

ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:

Unstrittig ist:

Die beklagte betreibt Partei einen Versandhandel mit Waren aller Art, darunter auch Bekleidung.

Die **klagende Partei** erhob das aus Punkt 1.) des Spruches ersichtliche Unterlassungsbegehren als Hauptbegehren sowie das aus Punkt 2.) des Spruches hervorgehende Urteilsveröffentlichungsbegehren. Begründend brachte sie vor:

Die beklagte Partei versende postalisch Kuverts mit der Aufschrift „OFFIZIELLER LIEFERAUFTRAG – Dringende Antwort erwartet“, auf welchen ein vierteiliges Speiseservice abgebildet sei. Über dem Service finde sich das rote Insert „Wert des schönsten Paketes ~~1.048,10~~ € GRATIS*, wobei das Sternchen quer zum Bild im Kleindruck aufgelöst sei mit „Wert des für die Hauptbegünstigten gemäß der beigefügten Zuteilungsbedingungen reservierten Pakets von Villeroy & Boch“.

Auf der Rückseite des Kuverts befinde sich ein „>>>> OFFIZIELLER LIEFERAUFTRAG <<<< Aktion „Tischkultur““, der an die Adressatin, hier FRAU [REDACTED], gerichtet sei mit dem Hinweis „Die PAKETE von VILLEROY & BOCH liegen zum Versand bereit“, „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen: 1.048,10 €“, „Versand: GRATIS“.

Im Kuvert befinde sich ein persönlich adressiertes Schreiben mit einem Aufkleber: „Aktion „Tischkultur“ GRATIS-PAKET VILLEROY & BOCH Wert des schönsten Pakets 1.048,10 FRAU [REDACTED]“. Der Aufkleber sei mit dem Hinweis versehen: „ ▲ WICHTIG ▲ Bitte kleben Sie die Marke mit Ihrem Namen auf Ihren Versandantrag“.

Ausgeführt werde: „Herzlichen Glückwunsch, FRAU [REDACTED]! Sie erhalten ein **PAKET von VILLEROY & BOCH** als GRATIS-GESCHENK!“

Abtrennbar von diesem Schreiben sei ein „PERSÖNLICHER LIEFERSCHEIN“ über:

„Zu liefernde Ware: P A K E T V I L L E R O Y & B O C H 1.048,10 €

Begünstigte/r mit dieser Namen an die Adresse:

FRAU [REDACTED]

Wert des schönsten zu vergebenden Pakets

für die Hauptbegünstigte gem. Zuteilungsbedingungen: Versand:“,

wobei das Geschirr auch auf diesem „PERSÖNLICHEN LIEFERSCHEIN“ nochmals wie auf der Vorderseite des Kuverts .abgebildet sei – und zwar samt Hinweis „GRATIS“ und dem durchgestrichenen Preis von 1.048,10 €.

In den Unterlagen finde sich weiters ein Schreiben der „3 PAGEN-Geschäftsführung“, worin die persönlich angesprochene Adressatin herzlich willkommen geheißen werde:

*„Um Sie bei uns zu begrüßen, **haben wir Ihnen ein wirklich schönes Geschenk zugeteilt: 1 Paket von Villeroy & Boch!***

Gemäß der Zuteilungsbestätigung steht Ihnen nämlich rechtmäßig eines der Pakete von Villeroy & Boch zu.

*Es freut mich umso mehr, Ihnen dies zu bestätigen, denn das Hauptpaket dieser Aktion ist **eines der größten Geschenke, das wir jemals gemacht haben:***

FRAU [REDACTED],

wir verschicken

1 Paket von VILLEROY & BOCH im Wert von 1.048,10€!

*Sie haben es sicher schon im beigefügten Dokument entdeckt, und ich bestätige Ihnen, dass es sich tatsächlich um dieses phantastische Geschirrset „Petite Fleur“ von Villeroy & Boch handelt: **6 Speiseteller, 6 Suppenteller, 6 Dessertteller, 1 Suppenschale, 1 Servierteller und ein Kaffeeservice mit Zuckerdose, Milchkännchen und Teekanne im Gesamtwert von 1.048,10 €!***

Gäbe es eine schönere Marke als Villeroy & Boch, um Sie zu belohnen? Ihr Prestige ist nämlich international anerkannt. Egal, ob es sich um dieses für die 3 Hauptbegünstigten reservierte Service handelt, oder um den Tortenheber, den alle Begünstigten dieser Aktion erhalten. Wir sind uns sicher, dass wir Ihnen gewiss eine Freude machen!

Doch es ist notwendig, dass Sie uns schnellstens antworten!

Sie müssen unbedingt Ihre Versandantrag vor dem 12/01/2021

zurücksenden, um Ihr Paket zu erhalten!

Nach Ablauf dieser Frist verlieren Sie Ihr Anrecht sowie automatisch jede Chance, Ihr Paket zu erhalten. Daher betone ich: Verlieren Sie keine Zeit, antworten Sie uns sofort!

Natürlich können Sie unter Angaben Ihrer Vorteilsnummer all Ihre Vorteile auch auf www.3pagen.at anfordern.

Schauen Sie auch gleich in unseren neuen Katalog. Sie finden bestimmt erste Inspirationen, um sich den Frühling ins Haus zu holen. Nicht nur das! Wir haben wieder die perfekten Helfer für einen kinderleichten Frühjahrsputz.

Ihre Versandkosten sind G R A T I S ! für Ihre erste Bestellung

Und das ist noch nicht alles. Zusätzlich schenken wir Ihnen die Versandkosten für Ihre erste Bestellung!

Ich freue mich, der Überbringer solcher guten Neuigkeiten zu sein und warte ungeduldig auf Ihre Antwort!

Herzlichst Ihr

■■■■■■■■■■

Geschäftsführer“.

„Handschriftlich“ sei angeführt: „PS: Schauen Sie schnell in der beigefügten Suchmeldung nach: wir suchen die 2 Gewinner der verlostten Schecks über 800,00 € und 500,00 €!!!“.

Das Schreiben sei mit einem Rundstempel „Geschäftsführung 3PAGEN Hallein“ versehen.

Ferner finde sich in den Unterlagen ein „Versandantrag“, gleichfalls ausgestellt auf Frau ■■■■■■, als „Bestätigter Begünstigter eines Pakets von Villeroy & Boch. Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen 1.048,10 €“.

Das Porzellanservice „Petit Fleur“ sei abermals abgebildet, und hier sei auch die persönliche Marke für das Paket aufzukleben und es sei anzukreuzen: „Ja, ich möchte das GRATIS-Paket von Villeroy & Boch erhalten, das mir gemäß der beigefügten und von mir zur Kenntnis genommenen Zuteilungsbedingungen zusteht. Ich klebe hier meine Marke auf und sende dieses Dokument im beigefügten Umschlag zurück.“

Dem „Versandantrag“ sei ein Bestellschein angeschlossen, der nochmals auf die

„Große Aktion

„800 € + 500 € ZU GEWINNEN“

zurückkomme.

Auch ein „WARENAUSGANGSBELEG“ finde sich zur Information an Frau [REDACTED] mit ihrer Adresse. Als Referenz sei angeführt „PAKET TK 1, Villeroy & Boch“, angeführt seien tabellarisch die 6 Speise-, 6 Dessert- und 6 Suppenteller von „Petit Fleur“ von Villeroy & Boch, weiteres 1 Schale, 1 Servierteller, 6 Tassen und Untertassen, 1 Teekanne, 1 Milchkännchen und 1 Zuckerdose, jeweils mit dem angegebenen Einzel- und Gesamtpreis und dem Gesamt-Warenwert von 1.048,10 €. Dieser Preis werde auch als bereits bezahlt ausgewiesen, sodass 0 € noch zu zahlen seien. Der Betrag sei von der Beklagten bezahlt, und die Ware stehe zur Auslieferung bereit.

Die Rückseite dieses Schreibens sei im Wesentlichen mit blassblauen Punkten und dazwischen dem ebenso blassblau wiedergegebenen Wort „WICHTIG“ beschriftet.

Einige Zeilen darunter befänden sich die nahezu unleserlichen „Zuteilungsbedingungen“ in blassblauen eng gesetzten Blockbuchstaben:

„HINWEIS ZU KSCHG: BEI DIESER SENDUNG HANDELT SICH NICHT UM EINE KONKRETE GEWINNZUSAGE BETREFFEND DER ANGEGEBENEN PREISE. 3PAGEN ORGANISIERT VOM 29.12.2020 BIS ZUM 19.01.2021 DIE GROSSE AKTION „TISCHKULUTR VILLEROY & BOCH“. 3PAGEN VERGIBT DIE GESCHENKE NACH DEN HIER STEHENDEN REGELN. DIE MARKEN-ARTIKEL WERDEN NICHT VERLOST, SONDERN NACH OBJEKTIVEN KRITERIEN VERGEBEN. DIE 3 TEILNEHMER MIT DEM HÖCHSTEN BESTELLWERT ZWISCHEN DEM 29.12.2020 BIS ZUM 19.01.2021 ERHALTEN JE EINMAL DAS GESCHIRRSET „PETITE FLEUR“ VON VILLEROY & BOCH IM WERT VON JE 1.048,10 €. HABEN 2 TEILNEHMER ODER MEHR DEN GLEICHEN BESTELLWERT DANN ENTSCHIEDET DAS LOS. VERGEBEN WERDEN DIE ABGEBILDETEN ODER GLEICHWERTIGE ARTIKEL. ALLE TEILNEHMER ERHALTEN JEWEILS EINEN TORTENHEBER DER MARKE VILLEROY & BOCH. DIE TEILNAHME AN DER AKTION IST GRATIS UND UNABHÄNGIG VON EINER BESTELLUNG. EINE BESTELLUNG ERHÖHT NICHT IHRE GEWINNCHANCEN. UM AN DER AKTION TEILZUNEHMEN, MÜSSEN SIE IHRE MARKE VON IHREM LIEFERAUFTRAG AUF DEN VERSANDAUFTRAG OBERHALB DES BESTELLSCHEINS KLEBEN UND INNERHALB DER TEILNAHMEFRIST MIT DEM BEGEFÜGTEN ANWORTUMSCHLAG AN 3PAGEN ZURÜCKSENDEN. DIE BESCHENKTEN WERDEN NACH ABSCHLUSS DER AKTION SCHRIFTLICH BENACHRICHTIGT UND SIND DAMIT EINVERSTANDEN, DASS IHRE NAMEN UND FOTOS VERÖFFENTLICHT WERDEN. AUSGESCHLOSSEN VON DER AKTION SIND 3PAGEN MITARBEITER UND ANGEHÖRIGE. BITTE HABEN SIE VERSTÄNDNIS, DASS

WIR PER TELEFON, FAX ODER E-MAIL KEINE AUSKÜNFTE ÜBER UNSERE AKTIONEN GEBEN. DER RECHTSWEG IST AUSGESCHLOSSEN. SIE KÖNNEN AUCH AUF WWW.3PAGEN.AT AN DER AKTION TEILNEHMEN. HINWEIS ZU KSchG: 3PAGEN HANDELSGESMBH, HALLEIN, PFLEGERPLATZ 4, A-5400 HALLEIN, FN53801W-1, FIRMENBUCHGERICHT: LG SALZBURG.“

Der „Versandantrag samt Bestellschein“ sei gleichfalls beigelegt in einem an die Beklagte voradressierten Kuvert, bezeichnet als „OFFIZIELLER UMSCHLAG FÜR DEN VERSANDANTRAG“ mit dem Betreff „PAKET von VILLEROY & BOCH, 1.048,10 €“. Auch hier sei im kaum leserlichen Kleindruck der Hinweis „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ angeführt. Das Geschirrsset sei im Hintergrund abgebildet, verwiesen werde darauf, dass der Versandantrag und die „Persönliche Reservierungsmarke“ vor dem 12.1.2021 zurückzuschicken seien.

Die beklagte Partei werde mit dem geschilderten Verhalten im geschäftlichen Verkehr tätig. Es sei daher am UWG zu messen.

Die Zusendung der beklagten Partei sei so gestaltet, dass der persönlich angesprochene Adressat den Eindruck gewinnen müsse, er erhalte gratis das Geschirrsset „Petite Fleur“, das er nur noch fristgerecht anzufordern brauche. Nur dieses Geschirrsset und dessen Wert sei auf dem Kuvert abgebildet, welches auf den Adressaten persönlich ausgestellt sei und einen „Offiziellen Lieferauftrag“ ankündige; nur dieses Geschirrsset und dessen Wert sei auf dem „Persönlichen Lieferschein“ des abermals namentlich genannten Adressaten enthalten, im Schreiben der Geschäftsführung werde im Blickfang nur darauf und auf den Versandantrag hingewiesen. Auch der Warenausgangsbeleg, der alle Daten des Adressaten enthalte, sei auf das Geschirrsset „Petite Fleur“ von Villeroy & Boch beschränkt und beinhalte keine sonstigen Geschirrtteile dieser Marke. Die Aufmachung erwecke den Eindruck, der Adressat sei von der beklagten Partei exklusiv ausgewählt worden, das Set geschenkt zu bekommen.

Selbst wenn der Adressat die kleingedruckten Hinweise auf „die Hauptbegünstigten“ lesen können sollte, werde er sich als persönlich angeschriebener Adressat für einen solchen Hauptbegünstigten halten. Hervorgehoben seien immer der Name des Umworbene(n), der Wert des Geschirrssets und die Notwendigkeit der pünktlichen Anforderung. Hinweise dazu, dass der Umworbene nicht zu den Hauptbegünstigten zähle, fänden sich nicht, zumindest nicht in einer Deutlichkeit, die diesen Umstand ersichtlich machen würde, solange man die kaum auffindbaren und nahezu unleserlichen Zuteilungsbedingungen nicht kenne.

Die von der Beklagten ins Treffen geführten Wendungen „zu vergebende“ und „die Hauptbegünstigten gemäß Zuteilungsbestimmungen“ änderten daran nichts: Sollte der Verbraucher den im kaum leserlichen, in Kleindruck ausgeführten Hinweis „Wert des

schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ überhaupt wahrnehmen, werde er den Begriff „zu vergebende“ so verstehen, dass das Geschirrsset an ihn vergeben werde, sobald er dieses anfordere. Ferner werde er sich aufgrund der mehrfachen Hervorhebung seines Namens und der angeblichen Notwendigkeit der pünktlichen Anforderung des Geschirrssets für den Hauptbegünstigten halten. Unmissverständliche Hinweise dazu, dass der Umworbene wider Erwarten doch nicht zu den Hauptbegünstigten im Sinne jener Personen, denen das Geschirrsset zustehe, zählen solle, fänden sich in der Zusendung der Beklagten nicht, solange man die kaum auffindbaren und nahezu unleserlichen Zuteilungsbedingungen nicht kenne.

Der persönlich angesprochene Adressat werde daher geneigt sein, Warenbestellungen vorzunehmen, und zwar mehr und teurere, als er es ansonsten in Erwägung gezogen hätte. Jedenfalls wird er sich mit dem Warenangebot der Beklagten näher befassen. Damit würden die Adressaten derartiger Werbezusendungen der Beklagten eine geschäftliche Entscheidung treffen, die sie ohne die irreführende Ankündigung über das vorgebliche Geschenk nicht treffen würden. Nicht umsonst sei der „Versandantrag“ oberhalb des Bestellscheins auszufüllen.

Die beklagte Partei führe sohin die Adressaten über die Voraussetzungen zum Erhalt eines attraktiven Warengeschenks in Form des Geschirrssets von Villeroy & Boch in die Irre, weswegen ihr ein Verstoß gegen §§ 2 Abs 1 Z 1, 2 und 4 UWG vorzuwerfen sei.

Hinzu komme, dass es sich bei dieser Aktion tatsächlich nicht um ein dem Adressaten bzw. „den Hauptbegünstigten“ schon zugeteiltes Geschenk und auch um kein Gewinnspiel in dem Sinne handle, dass der „Hauptbegünstigte“ durch das Los gezogen würde. Wie sich aus den „Zuteilungsbedingungen“ ergebe, gehe dieses Geschenkset jenen drei Käufern zu, die im Zeitraum 29.12.2020 bis 19.1.2021 Waren für den höchsten Bestellwert erwerben. Tatsächlich liege also ein Koppelungsangebot vor, das schon deswegen unzulässig sei, weil der angesprochene Verbraucher unrichtige oder unzureichende Informationen darüber habe: Weil Koppelungsangeboten ein gewisses Irreführungs- und Preisverschleierungspotential immanent sei, müssten sie besonders transparent dargestellt werden.

Die „Zuteilungsbedingungen“ seien aufgrund ihrer geringen Wahrnehmbarkeit nicht geeignet, den durch die Aufmachung aller anderen Unterlagen erweckten Eindruck, der Adressat werde das Geschirrsset erhalten, zu korrigieren. Sie seien überdies inhaltlich widersprüchlich, hielten sie doch einerseits fest, dass das Geschenk den drei Teilnehmern mit dem höchsten Bestellwert zukommen solle, andererseits jedoch auch, dass die Teilnahme an der Aktion von einer Warenbestellung unabhängig sei.

Die Unrichtigkeit einer Angabe beurteile sich nicht nach dem abstrakten Gesamthalt,

sondern nach dem konkreten Gesamteindruck, den der durchschnittliche Empfänger des angesprochenen Adressatenkreises von ihr erhalte. Die blickfangartig hervorgehobene Ankündigung, der Adressat erhalte das Geschirrset „Petite Fleur“ gratis, sei tatsächlich unrichtig.

Zynisch und dem Beurteilungsmaßstab der Rechtsprechung nicht entsprechend sei in diesem Zusammenhang der Einwand der beklagten Partei, dass auch ein mittelmäßig verständiger Verbraucher wisse, dass im Wirtschaftsleben niemand etwas verschenke: Sei der Blickfang unrichtig, sei er einer Korrektur durch einen klarstellenden Hinweis nicht zugänglich. Einzelne, im Vergleich zu anderen Angaben besonders herausgestellte Angaben in einer Gesamtankündigung dürften (auch) für sich allein gesehen nicht zur Irreführung geeignet sein.

Der Gesamteindruck sei nicht gleichbedeutend mit dem Gesamtinhalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die besonders herausgestellt seien, bereits entscheidend geprägt werden könne. In solchen Fällen dürfe auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. Sei dieser Teil irreführend, liege ein Verstoß gegen § 2 UWG vor, wenn eine nähere Erklärung, die das Entstehen eines falschen Eindruckes verhindere, überhaupt fehle oder nicht in einer nach der Übung des redlichen Verkehrs zu erwartenden Form (zum Beispiel in wesentlich kleinerer Schrift) beigegeben werde.

Die Zuteilungsbedingungen in ihrer konkreten Ausgestaltung seien jedenfalls nicht geeignet, ausreichend deutlich darüber aufzuklären, dass der Erhalt des Geschenksets tatsächlich nicht gratis erfolge, sondern von einer ganzen Reihe weiterer Bedingungen abhängen, insbesondere weil er nicht dem Adressaten des Schreibens schlechthin, sondern nur jenen drei Käufern zugehe, die im Zeitraum 29.12.2020 bis 19.01.2021 Waren für den höchsten Bestellwert erwerben. Die Zuteilungsbedingungen änderten folglich nichts an der inkriminierten Irreführung: Sie besäßen nicht die erforderliche Deutlichkeit und den notwendigen Auffälligkeitswert, um den durch die weitaus größeren, optisch und farblich hervorgehobenen mehrfachen Ankündigungen über den Erhalt des Geschirrsets „Petite Fleur“ entstandenen Eindruck zu korrigieren. Die „Aufklärungshinweise“ der beklagten Partei seien nicht nur in wesentlich geringerer Schriftgröße verfasst; sie befänden sich auch nicht in der unmittelbaren Nähe der blickfanghaften Ankündigungen, sondern erst in den Zuteilungsbedingungen.

Nicht zu folgen sei auch der Argumentation der beklagten Partei, bei der Zuteilung eines Geschirrsets im Wert von € 1.048,10 gehe die legitime Erwartung des Publikums grundsätzlich dahin, dass das ausgelobte Geschirrset wenigstens einem – nicht aber jedem – Adressaten der Werbemaßnahme zukomme: Die Zusendung der beklagten Partei sei persönlich an einen Adressaten gerichtet; hervorgehoben seien immer der Name des Umworbene(n), der Wert des Geschirrsets und die Notwendigkeit der pünktlichen Anforderung.

Warum der persönlich angesprochene Adressat unter diesen Umständen der Ansicht sein sollte, das versprochene Geschirrsset, dessen Preis stets als bereits (von der beklagten Partei) bezahlt ausgewiesen werde, stehe ihm nicht zu, bleibe schleierhaft.

Die Unlauterkeit der Auslobung ergebe sich auch aus Z 31 lit b UWG-Anh: Es werde der unrichtige Eindruck erweckt, der Verbraucher habe das Geschirrsset schon gewonnen, obwohl in Wirklichkeit eine Warenbestellung zu einem möglichst hohen Bestellwert Voraussetzung für den Erhalt des scheinbar schon zugeteilten Gewinns sei, also zumindest im weiteren Sinn eine Zahlung eines Betrags oder die Übernahme von Kosten durch den Verbraucher notwendig sei, um den scheinbaren Gewinn zu erhalten. Entgegen der Argumentation der beklagten Partei komme es in diesem Zusammenhang nicht auf den Inhalt der Zuteilungsbedingungen an, sondern darauf, dass der unrichtige Eindruck erweckt werde, der Verbraucher werde durch das Anfordern des Geschirrssets dieses gewinnen.

Bereits der einmalige Verstoß gegen das UWG indiziere die Wiederholungsgefahr. Die beklagte Partei habe kein Verhalten gesetzt, aus dem abzuleiten wäre, dass sie von irreführenden Zusagen wie der inkriminierten in Zukunft Abstand nehmen würde.

Die beklagte Partei biete ihre Leistungen im gesamten österreichischen Bundesgebiet an. Auf ihrer Website www.3pagen.at führe die beklagte Partei unter dem Punkt „Wer ist 3PAGEN?“ aus, ein Handelsunternehmen zu sein, welches sich „vom klassischen Katalog-Versender zum modernen Multichannel-Anbieter“ entwickelt habe und „Millionen nationaler und internationaler Kunden“ mit ihrem Sortiment begeistere. Aufgrund ihrer enormen Marktreichweite sei anzunehmen, dass die beklagte Partei mit ihrem unlauteren Verhalten eine Vielzahl österreichischer Verbraucher angesprochen habe.

Es bestehe ein berechtigtes Interesse der betroffenen Verkehrskreise, das seien Kunden der Beklagten ebenso wie ihre Mitbewerber sowie im Verbandsprozess auch der Öffentlichkeit, über die Unzulässigkeit derartiger Geschenkversprechungen aufgeklärt zu werden. Angesichts der bundesweiten Tätigkeit der beklagten Partei werde die Ermächtigung zur Urteilsveröffentlichung in einem auflagenstarken, bundesweiten Medium beantragt.

Die **beklagte Partei** bestritt das Klagebegehren und beantragte – ein wettbewerbswidriges Verhalten in Abrede stellend – Klagsabweisung. Dem Vorbringen der klagenden Partei hielt sie zusammengefasst entgegen:

Richtig sei, dass der Inhalt der Zusendung der beklagten Partei an eine Frau [REDACTED] folgende Hinweise enthalten habe:

- „Gratis* [...] Wert des für die Hauptbegünstigten gemäß der beigefügten

Zuteilungsbedingungen reservierten Pakets von Villeroy & Boch.“

- „Egal, ob es sich um dieses für die 3 Hauptbegünstigten reservierte Service handelt, oder um den Tortenheber, den alle Begünstigten dieser Aktion erhalten. Wir sind uns sicher, dass wir Ihnen gewiss eine Freude machen!“
- „Nach Ablauf dieser Frist verlieren Sie ihr Anrecht sowie automatisch jede Chance, Ihr Paket zu erhalten.“
- „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen.“
- „Ja ich möchte das GRATIS-Paket von Villeroy & Boch erhalten, das mit gemäß der beigefügten und von mir zur Kenntnis genommenen Zuteilungsbedingungen zusteht. Ich klebe hier meine Marke auf und sende dieses Dokument im beigefügten Umschlag zurück.“

Richtig sei auch, dass sich in den Zuteilungsbedingungen folgende Information finde:

„BEI DIESER SENDUNG HANDELT ES SICH NICHT UM EINE KONKRETE GEWINNZUSAGE BETREFFEND DER ANGEGEBENEN PREISE. 3PAGEN ORGANISIERT VOM 29.12.2020 BIS ZUM 19.01.2021 DIE GROSSE AKTION „TISCHKULTUR VILLEROY & BOCH“. 3PAGEN VERGIBT DIE GESCHENKE NACH DEN HIER STEHENDEN REGELN. DIE MARKEN-ARTIKEL WERDEN NICHT VERLOST, SONDERN NACH OBEJKTIVEN KRITERIEN VERGEBEN. DIE 3 TEILNEHMER MIT DEM HÖCHSTEN BESTELLWERT ZWISCHEN DEM 29.12.2020 bis 19.01.2021 ERHALTEN JE EINMAL DAS GESCHIRRSET „PETITE FLEUR“ VON VILLEROY & BOCH IM WERT VON JE 1.048,10 €. HABEN 2 TEILNEHMER ODER MEHR DEN GLEICHEN BESTELLWERT DANN ENTSCHIEDET DAS LOS. VERGEBEN WERDEN DIE ABGEBILDETEN ODER GLEICHWERTIGE ARTIKEL.“

Und weiter:

„„ALLE TEILNEHMER ERHALTEN JEWEILS EINEN TORTENHEBER DER MARKE VILLEROY & BOCH. DIE TEILNAHME AN DER AKTION IST GRATIS UND UNABHÄNGIG VON EINER BESTELLUNG. EINE BESTELLUNG ERHÖHT NICHT IHRE GEWINNCHANCEN. UM AN DER AKTION TEILZUNEHMEN, MÜSSEN SIE IHRE MARKE VON IHREM LIEFERAUFTRAG AUF DEN VERSANDAUFTRAG OBERHALB DES BESTELLSCHEINS KLEBEN UND INNERHALB DER TEILNAHMEFRIST MIT DEM BEIGEFÜGTEN ANWORTUMSCHLAG AN 3 PAGEN ZURÜCKSENDEN. [...]“

Es sei auch zutreffend, dass sich auf dem „Versandantrag“ nachstehender Hinweis finde:

„Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zu-

teilungsbedingungen.“

Aufgrund dieser (unstrittigen) Informationen sei für die Adressatin wie im Übrigen für alle durchschnittlichen Verbraucher klar ersichtlich gewesen, dass noch keine fixe Zuteilung des Geschirrssets erfolgt sei. Dies erschließt sich aus den Formulierungen „zu vergebene“, „die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ und aus dem Zusatz „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets“ in Verbindung mit den Zuteilungsbedingungen.

Auch werde bestätigt, dass die Zuteilungsbedingungen zur Kenntnis genommen worden seien.

Die Modalitäten für die Vergabe des GESCHIRRSETS „PETITE FLEUR“ VON VILLEROY & BOCH IM WERT VON JE 1.048,10 würden in den Zuteilungsbedingungen klar und verständlich erläutert. Die Bedeutung der Zuteilungsbedingungen werde auch durch die Umrandung der Zuteilungsbedingungen durch die wiederholte Wiedergabe des Wortes „WICHTIG“ unterstrichen. Auch werde darauf hingewiesen, dass alle Teilnehmer einen Tortenheber der Marke Villeroy & Boch erhielten. Ein Adressat halte sich daher gerade nicht für den Hauptbegünstigten.

Die Zuteilungsbedingungen seien auch gut leserlich.

Der durchschnittlich informierte und verständige Adressat habe nicht den Eindruck gewinnen müssen, er erhalte das Geschirrsset ohne weitere Voraussetzungen. Selbst losgelöst von dem ausdrücklichen Hinweis, dass die Zuteilung nach den Zuteilungsbedingungen erfolge, müsse jeder auch nur mittelmäßig verständige Verbraucher wissen, dass im Wirtschaftsleben niemand etwas verschenke. Eine als solche erkennbare Werbemaßnahme betrachte das Publikum von vornherein skeptischer als Angaben, die einen objektiven Charakter hätten wie etwa das Zutatenverzeichnis eines Lebensmittels.

Besonders zu berücksichtigen sei, dass die Zuteilungsbedingungen aktiv zur Kenntnis zu nehmen seien. Dazu habe der Adressat auf dem Versandantrag ein Kästchen mit folgendem Text anzukreuzen gehabt:

„**Ja**, ich möchte das GRATIS-Paket von Villeroy & Boch erhalten, das mir gemäß der beigeführten und von mir zur Kenntnis genommenen Zuteilungsbedingungen zusteht.“ Dieser ausdrückliche Hinweis samt Bestätigung und Implikation in den für die Zuteilung erforderlichen weiteren Ablauf (aktives Ankreuzen) – stellten jedenfalls einen ausreichenden aufklärenden Hinweis dar. Durch das Erfordernis des aktiven Ankreuzens und Bestätigens der Kenntnisnahme werde der Verbraucher auf die Wichtigkeit der Zuteilungsbedingungen hingewiesen. Durch dieses Erfordernis des Ankreuzens werde ausgeschlossen, dass sich der Verbraucher mit den Textpassagen der Zuteilungsbedingungen nicht oder bloß flüchtig

auseinandersetze.

Es sei nicht richtig, dass von der beklagten Partei blickfangartig hervorgehoben worden sei, dass der Adressat das Geschirrset „Petite Fleur“ gratis erhalte. Vielmehr sei hervorgehoben worden, dass der Adressat ein Gratis-Geschenk erhalte. Dieses Geschenk stelle gemäß den Zuteilungsbedingungen der Tortenheber dar.

Je ein Geschirrset sei tatsächlich an die drei Hauptgewinner übergeben worden. Den Tortenheber von Villeroy & Boch habe jeder Teilnehmer, auch [REDACTED] gratis erhalten.

Bei der Zuteilung eines Geschirrsets im Wert von € 1.048,10 gehe die legitime Erwartung des Publikums grundsätzlich dahin, dass das ausgelobte Geschirrset wenigstens einem – nicht aber jedem – Adressaten der Werbemaßnahme zukomme. Auch sonst werde nicht über die Höhe oder Chance der Zuteilung getäuscht, vielmehr werde der modus operandi in den Zuteilungsbedingungen ausdrücklich und klar verständlich erläutert.

Bestritten wird auch die von der klagenden Partei zu beweisende Spürbarkeit: Die Maßnahme sei nicht geeignet, einen nicht unerheblichen Teil der Durchschnittsverbraucher in ihrer Entscheidungsfreiheit einzuschränken, insbesondere dahingehend, dass sich der Verbraucher näher mit dem Angebot der beklagten Partei auseinandersetze und eine geschäftliche Entscheidung treffe, die er andernfalls nicht getroffen hätte: Ginge der durchschnittliche Verbraucher davon aus, dass das Geschirrset bereits gratis sei, würde es keinen Grund geben sich näher mit dem Angebot der beklagten Partei auseinanderzusetzen. Würde sich der Adressat näher mit dem Angebot (und den Zuteilungsbedingungen auseinandersetzen), wäre es aber leicht erkennbar, dass es sich konkret nicht um eine Gewinnzusage handle, sondern die Zuteilung gemäß den Zuteilungsbedingungen erfolge.

Es sei nicht zu erkennen, dass die Zuteilung des Geschirrsets gemäß Zuteilungsbedingungen beim durchschnittlich informierten und verständigen Verbraucher, der eine dem Anlass angemessene hohe Aufmerksamkeit aufwende, so attraktiv sei, dass die Maßnahme geeignet wäre, beim Verbraucher jede rationale Entscheidung auszuschalten. Es sei nämlich nicht unlauter, einen Verbraucher durch Zugabe zu veranlassen, sich mit dem eigenen Angebot zu beschäftigen.

Unter das per se-Verbot der Z 31 lit b UWG-Anh falle nur ein in Aussicht gestellter wirklicher Gewinn, also nicht eine bloße Gewinnchance.

Die klagende Partei habe kein rechtliches Interesse an der begehrten Urteilsveröffentlichung. Die Werbemaßnahme der beklagten Partei sei auch ausgehend vom Vorbringen der klagenden Partei längst beendet. Eine künftige nachteilige Auswirkung des – bestrittenen - Rechtsverstößes scheide daher aus. Voraussetzung für die begehrte Urteilsveröffentlichung

wäre überdies, dass der behauptete Wettbewerbsverstoß einem größeren Personenkreis bekannt geworden sei und künftige nachteilige Auswirkungen zu befürchten seien. Weil für den durchschnittlichen Verbraucher klar gewesen sei, dass keine fixe Zuteilung des Geschirrssets erfolgt sei, und die Zuteilung nach den zur Kenntnis genommenen Zuteilungsbedingungen erfolge, liege kein berechtigtes Interesse der Öffentlichkeit an der Aufklärung vor.

Folgender **Sachverhalt** wird festgestellt:

Die beklagte Partei versteht sich selbst als „*Handelsunternehmen, welches sich vom klassischen Katalog-Versender zum modernen Multichannel-Anbieter entwickelt hat*“ und mit ihrem Warensortiment „*Millionen nationale und internationale Kunden*“ für Dekorationsideen, Haushaltshelfer und Artikel „*rund um's Wohlfühlen*“ und die Gesundheit begeistert (Beilage ./G).

Ende 2020 versandte die beklagte Partei an namentlich genannte potentielle Kunden, darunter auch an [REDACTED] im Rahmen einer Werbemaßnahme postalisch Kuverts mit folgender Aufschrift und mit folgendem Inhalt an weiteren Urkunden, wobei im weiteren Urteilstext, dort, wo die beklagte Partei ihre präsumtiven Kunden namentlich ansprach, auf [REDACTED] Bezug genommen wird:

Das Kuvert enthielt auf der Lasche den Aufdruck „OFFIZIELLER LIEFERAUFTRAG – Dringende Antwort erwartet“. Auf dieser Seite des Kuverts war ein vierteiliges Speiseservice abgebildet. Über dem Service befand sich das rote Insert „Wert des schönsten Paketes 1.048,10-€ GRATIS*. Das Sternchen war quer zum Bild am unteren Rand des Kuverts im Kleindruck aufgelöst mit: „Wert des für die Hauptbegünstigten gemäß der beigefügten Zuteilungsbedingungen reservierten Pakets von Villeroy & Boch“ (1.Seite der Beilage ./A).

Die Rückseite des Kuverts enthielt in einem Kästchen, das die untere Hälfte des Kuverts einnahm, folgenden Text:

„>>>> OFFIZIELLER LIEFERAUFTRAG <<<<<

Aktion „Tischkultur“

Betreff:

FRAU [REDACTED]

Die PAKETE von VILLEROY & BOCH

liegen zum Versand bereit

Wert des schönsten zu vergebenden Pakets

für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen:

Versand

1.048,10 €

GRATIS“

(2. Seite der Beilage ./A).

Im Kuvert befand sich ein an [REDACTED], [REDACTED], adressiertes Schreiben mit einem Aufkleber: „Aktion „Tischkultur“ GRATIS-PAKET VILLEROY & BOCH Wert des schönsten Pakets 1.048,10 F [REDACTED]“. Der Aufkleber war mit dem Hinweis versehen: „ ▲ WICHTIG ▲ Bitte kleben Sie die Marke mit Ihrem Namen auf Ihren Versandantrag“.

Der Text des Schreibens lautete:

„Herzlichen Glückwunsch,

FRAU [REDACTED]!

Sie erhalten ein

PAKET von VILLEROY & BOCH

als GRATIS-GESCHENK!“

Der unterste Teil dieses Schreibens war ein abtrennbarer „PERSÖNLICHER LIEFERSCHEIN“ über:

„Zu liefernde Ware:

PAKET VILLEROY & BOCH

Begünstigte/r mit diesem Namen an diese Adresse:

FRAU [REDACTED]

Wert des schönsten zu vergebenden Pakets

für die Hauptbegünstigte gem. Zuteilungsbedingungen:

Versand

1.048,10 €

GRATIS“

Rechts neben diesem Text war das Geschirr nochmals wie auf der Vorderseite des Kuverts abgebildet. Die Abbildung enthielt im linken oberen Eck in einem Kästchen quer durchgestrichen 1.048,10 € und darunter: „GRATIS“ (Beilage ./B).

In den übersandten Unterlagen befand sich weiters ein Schreiben der „3 PAGEN-Geschäftsführung“ mit folgendem Text:

Liebe Frau [REDACTED]

herzlich Willkommen bei 3PAGEN! Um Sie bei uns zu begrüßen, **haben wir Ihnen ein wirklich schönes Geschenk zugeteilt: 1 Paket von Villeroy & Boch!**

Gemäß der Zuteilungsbestätigung steht Ihnen nämlich rechtmäßig eines der Pakete von Villeroy & Boch zu.

Es freut mich umso mehr, Ihnen dies zu bestätigen, denn das Hauptpaket dieser Aktion ist **eines der größten Geschenke, das wir jemals gemacht haben:**

FRAU [REDACTED],

wir verschicken

1 Paket von VILLEROY & BOCH im Wert von 1.048,10€!

Sie haben es sicher schon im beigefügten Dokument entdeckt, und ich bestätige Ihnen, dass es sich tatsächlich um dieses phantastische Geschirrsset „Petite Fleur“ von Villeroy & Boch handelt: **6 Speiseteller, 6 Suppenteller, 6 Dessertteller, 1 Suppenschale, 1 Servierteller und ein Kaffeeservice mit Zuckerdose, Milchkännchen und Teekanne im Gesamtwert von 1.048,10 €!**

Gäbe es eine schönere Marke als Villeroy & Boch, um Sie zu belohnen? Ihr Prestige ist nämlich international anerkannt. Egal, ob es sich um dieses für die 3 Hauptbegünstigten reservierte Service handelt, oder um den Tortenheber, den alle Begünstigten dieser Aktion erhalten. Wir sind uns sicher, dass wir Ihnen gewiss eine Freude machen!

Doch es ist notwendig, dass Sie uns schnellstens antworten!

Sie müssen unbedingt Ihre Versandantrag vor dem 12/01/2021

zurücksenden, um Ihr Paket zu erhalten!

Nach Ablauf dieser Frist verlieren Sie Ihr Anrecht sowie automatisch jede Chance, Ihr Paket zu erhalten. Daher betone ich: Verlieren Sie keine Zeit, antworten Sie uns sofort!

Natürlich können Sie unter Angabe Ihrer Vorteilsnummer all Ihre Vorteile auch auf www.3pagen.at anfordern.

Schauen Sie auch gleich in unseren neuen Katalog. Sie finden bestimmt erste Inspirationen, um sich den Frühling ins Haus zu holen. Nicht nur das! Wir haben wieder die perfekten Helfer für einen kinderleichten Frühjahrsputz.

Und das ist noch nicht alles. Zusätzlich schenken wir Ihnen die Versandkosten für Ihre erste Bestellung!

Ich freue mich, der Überbringer solcher guten Neuigkeiten zu sein und warte ungeduldig auf Ihre Antwort!

Herzlichst Ihr

██████████

Geschäftsführer“ (Beilage ./C).

Ein weiteres Dokument der übersandten Unterlagen war ein „Versandantrag“, abgedruckt auf dem obersten Drittel eines Bestellscheins.

In den an ██████████ gesandten Unterlagen war dieser „Versandantrag“ bereits auf „Frau ██████████“ ausgestellt, die darin als „Bestätigter Begünstigter“ eines „PAKTES von VILLEROY & BOCH“ bezeichnet war. Der „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ war mit „1.048,10 €“ angeführt; dabei war der Betrag von € 1.048,00 in der Größe der Nennung des „PAKTES von VILLEROY & BOCH“ gehalten, die Worte „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ hingegen in kleiner Schrift.

Das Porzellanservice „Petite Fleur“ war auf dem Versandantrag abermals abgebildet, wiederum mit dem schräg durchgestrichenen „1.048,10 €“ in großer Schrift, dem Wort „GRATIS“ in großer Schrift und dem klein geschriebenen Zusatz „Wert des schönsten Pakets“. Auf dem Versandantrag war die persönliche Marke für das Paket aufzukleben. Überdies war anzukreuzen:

„**Ja**, ich möchte das GRATIS-Paket von Villeroy & Boch erhalten, das mir gemäß der beigefügten und von mir zur Kenntnis genommenen Zuteilungsbedingungen zusteht.

Artikel-Nr.: 2596111

Ich klebe hier meine Marke auf und sende dieses Dokument im beigefügten Umschlag zurück.“

Die unteren beiden Drittel dieser Urkunde bildete der Bestellschein. (Beilagen ./D und ./1).

Einen weiteren Teil der Zusendung unter anderem an die Kundin ██████████ bildete ein „WARENAUSGANGSBELEG“ mit einem Aufdruck „KOPIE“. Darin war eine Versendung an die beklagte Partei bestätigt, ██████████ erhalte diese „Kopie zur Information“. Als Referenz war angeführt „PAKET TK 1, Villeroy & Boch“, sodann waren tabellarisch die 6 Speise-, 6 Dessert- und 6 Suppenteller, 1 Schale, 1 Servierteller, 6 Tassen und Untertassen, 1 Teekanne, 1 Milchkännchen und 1 Zuckerdose, jeweils von „Petite Fleur“ von Villeroy & Boch aufgelistet, jeder der aufgelisteten Artikel war mit Einzel- und Gesamtpreis versehen, der Gesamt-Warenwert war mit 1.048,10 € ausgewiesen, und zwar mit dem Zusatz, dass dieser

Preis bereits bezahlt sei und noch zu zahlen seien 0 €. Der Betrag sei von der Beklagten bezahlt, die Ware stehe zur Auslieferung bereit (Beilage ./E).

Die Rückseite dieses Schreibens enthielt mit dem Vermerk „WICHTIG“ die „Zuteilungsbedingungen“, die auszugsweise wie folgt lauteten:

„BEI DIESER SENDUNG HANDELT SICH NICHT UM EINE KONKRETE GEWINNZUSAGE BETREFFEND DER ANGEGEBENEN PREISE. 3PAGEN ORGANISIERT VOM 29.12.2020 BIS ZUM 19.01.2021 DIE GROSSE AKTION „TISCHKULTUR VILLEROY & BOCH“. 3PAGEN VERGIBT DIE GESCHENKE NACH DEN HIER STEHENDEN REGELN. DIE MARKENARTIKEL WERDEN NICHT VERLOST, SONDERN NACH OBJEKTIVEN KRITERIEN VERGEBEN. DIE 3 TEILNEHMER MIT DEM HÖCHSTEN BESTELLWERT ZWISCHEN DEM 29.12.2020 BIS ZUM 19.01.2021 ERHALTEN JE EINMAL DAS GESCHIRRSET „PETITE FLEUR“ VON VILLEROY & BOCH IM WERT VON JE 1.048,10 €. HABEN 2 TEILNEHMER ODER MEHR DEN GLEICHEN BESTELLWERT DANN ENTSCHIEDET DAS LOS. VERGEBEN WERDEN DIE ABGEBILDETEN ODER GLEICHWERTIGE ARTIKEL. ALLE TEILNEHMER ERHALTEN JEWEILS EINEN TORTENHEBER DER MARKE VILLEROY & BOCH. DIE TEILNAHME AN DER AKTION IST GRATIS UND UNABHÄNGIG VON EINER BESTELLUNG. EINE BESTELLUNG ERHÖHT NICHT IHRE GEWINNCHANCEN. UM AN DER AKTION TEILZUNEHMEN, MÜSSEN SIE IHRE MARKE VON IHREM LIEFERAUFTRAG AUF DEN VERSANDAUFTRAG OBERHALB DES BESTELLSCHEINS KLEBEN UND INNERHALB DER TEILNAHMEFRIST MIT DEM BEGEFÜGTEN ANTWORTUMSCHLAG AN 3PAGEN ZURÜCKSENDEN. [...]“ (unstrittig).

In welcher Schriftgröße und in welcher Schriftfarbe diese Zuteilungsbedingungen abgedruckt waren, ist nicht feststellbar (keine Beweisergebnisse).

Für die Rücksendung war ein an die beklagte Partei voradressiertes Kuvert beigelegt, bezeichnet als „OFFIZIELLER UMSCHLAG FÜR DEN VERSANDANTRAG“ mit dem Betreff „PAKET von VILLEROY & BOCH, 1.048,10 €“. Auch hier war im Kleindruck der Hinweis „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ angeführt. Das Geschirrset war im Hintergrund abgebildet. Es wurde darauf hingewiesen, dass der Versandantrag und die „Persönliche Reservierungsmarke“ vor dem 12.1.2021 zurückzuschicken waren (Beilage ./F).

Im Rahmen der **Beweiswürdigung** ist auf die zu den einzelnen Feststellungen angeführten Urkunden zu verweisen.

Entgegen dem Vorbringen der klagenden Partei enthält die Beilage ./E tatsächlich nicht die

„Zuteilungsbedingungen“. Der festgestellte Text der „Zuteilungsbedingungen“ war zwischen den Parteien jedoch unstrittig.

Mangels Vorlage der „Zuteilungsbedingungen“ und weil dieser Umstand auch nicht außer Streit steht, konnten jedoch die Schriftgröße und -farbe der „Zuteilungsbedingungen“ nicht festgestellt werden.

Der festgestellte Sachverhalt unterliegt der folgenden **rechtlichen Beurteilung**:

Zu prüfen ist die Lauterkeit im Sinne der Bestimmungen der §§ 1 und 2 UWG der von der klagenden Partei inkriminierten Zusendung der beklagten Partei an Verbraucher. Diese Zusendung ist eine Geschäftspraktik im Sinne der Legaldefinition des § 1 Abs 4 Z 2 UWG. Unlautere Geschäftspraktiken sind gemäß § 1 Abs 3 Z 2 UWG insbesondere solche, die irreführend im Sinne des § 2 sind.

Jedenfalls als irreführend gelten die im Anhang des UWG unter Z 1 bis 23 angeführten Geschäftspraktiken (§ 2 Abs 2 UWG).

Laut Z 31 des Anhangs des UWG ist eine Geschäftspraktik, die unter allen Umständen als unlauter gilt, das Erwecken des unrichtigen Eindrucks, der Verbraucher habe bereits einen Preis gewonnen, werde einen Preis gewinnen oder werde durch eine bestimmte Handlung einen Preis oder einen sonstigen Vorteil gewinnen, obwohl a) es in Wirklichkeit keinen Preis oder sonstigen Vorteil gibt, oder b) die Möglichkeit des Verbrauchers, Handlungen zur Inanspruchnahme des Preises oder eines sonstigen Vorteils vorzunehmen, von der Zahlung eines Betrags oder der Übernahme von Kosten durch den Verbraucher abhängig gemacht wird.

Eine Geschäftspraktik gilt aber auch als irreführend, wenn sie unter Berücksichtigung aller tatsächlichen Umstände und der Beschränkungen des Kommunikationsmediums wesentliche Informationen vorenthält, die der Marktteilnehmer benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (§ 2 Abs 4 Z 1 UWG).

Bei der Prüfung, ob die Marketingmaßnahme der beklagten Partei unter einen dieser aufgezeigten Irreführungstatbestände zu subsumieren ist, ist nach ständiger höchstgerichtlicher Rechtsprechung auf die Perspektive eines informierten und verständigen Durchschnittsverbrauchers abzustellen. Dabei ist zu beurteilen, a) wie ein durchschnittlich informierter und verständiger Interessent die strittige Ankündigung versteht, b) ob dieses Verständnis den Tatsachen entspricht und ob c) eine nach diesem Kriterium unrichtige Angabe geeignet ist, den Kaufinteressenten zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er sonst nicht getroffen hätte.

Eine Ankündigung ist stets nach ihrem Gesamteindruck zu beurteilen. Der Gesamteindruck ist aber nicht gleichbedeutend mit dem Gesamtinhalt der Ankündigung, da der Gesamteindruck durch einzelne Teile der Ankündigung, die als Blickfang besonders herausgestellt sind, bereits entscheidend geprägt werden kann. In solchen Fällen darf auch der blickfangartig herausgestellte Teil der Ankündigung für sich allein nicht irreführend im Sinne des § 2 UWG sein. Von einem Blickfang wird gesprochen, wenn in einer Gesamtankündigung einzelne Angaben im Vergleich zu den sonstigen Angaben besonders herausgestellt sind.

Ein aufklärender Hinweis kann eine zur Irreführung geeignete Werbeaussage nur dann verhindern, wenn er von den angesprochenen Verkehrskreisen auch wahrgenommen wird. Das setzt im Regelfall gleiche Auffälligkeit voraus. Gleiche Auffälligkeit ist nicht erst dann gegeben, wenn die Schriftgröße übereinstimmt. Maßgebend ist vielmehr, ob ein durchschnittlich informierter, verständiger Verbraucher den aufklärenden Hinweis wahrnimmt, wenn er mit der Werbeaussage konfrontiert wird.

Die Kunden, welche die Adressaten der festgestellten Zusendung der beklagten Partei waren, hielten als erstes das Kuvert mit dem Aufdruck auf der Lasche „OFFIZIELLER LIEFERAUFTRAG – Dringende Antwort erwartet“ in der Hand. Den Blickfang dieser Seite des Kuverts bildete die Abbildung des vierteiligen Speiseservices mit dem roten Insert darüber „Wert des schönsten Paketes ~~1.048,10~~ € GRATIS*. Die Auflösung des Sternchens quer zum Bild am unteren Rand des Kuverts im Kleindruck mit: „Wert des für die Hauptbegünstigten gemäß der beigefügten Zuteilungsbedingungen reservierten Pakets von Villeroy & Boch“ war hingegen kein augenfälliger Bestandteil des Kuverts.

In den weiteren Urkunden der Zusendung wurde der Adressat, hier [REDACTED], insgesamt sechs Mal namentlich angesprochen, nämlich:

- 1.) auf der Rückseite des Kuverts, wo abermals mit der Hervorhebung eines „offiziellen Lieferauftrages“ Frau [REDACTED] informiert wurde, dass die Pakete von Villeroy und Boch zum Versand bereit lägen und der Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen mit € 1.048,00 angeführt war;
- 2.) in dem in dem Kuvert enthaltenen, an [REDACTED] adressierten Schreiben mit dem Aufkleber: „Aktion „Tischkultur“ GRATIS-PAKET VILLEROY & BOCH Wert des schönsten Pakets 1.048,10 [REDACTED]“; inhaltlich dieses Schreibens wurde Frau [REDACTED] beglückwünscht, ein Paket von Villeroy & Boch als „GRATIS-GESCHENK“ zu erhalten; auch in dem den untersten Teil des Schreibens bildenden, abtrennbaren „persönlichen Lieferschein“ wurde Frau [REDACTED] abermals persönlich angesprochen, und zwar als Begünstigte des Pakets Villeroy & Boch, wobei hier neuerlich der Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigte

gemäß Zuteilungsbedingungen mit € 1.048,00 angeführt und das Geschirrsset abermals abgebildet war;

- 3.) in dem Schreiben der „3 PAGEN-Geschäftsführung“, worin [REDACTED] mitgeteilt wurde, die beklagte Partei habe ihr ein Paket von Villeroy & Boch zugeteilt, gemäß der „Zuteilungsbestätigung“ stehe ihr rechtmäßig eines der Pakete von Villeroy & Boch zu, das Hauptpaket dieser Aktion sei eines der größten Geschenke, das die beklagte Partei jemals gemacht habe, nämlich ein Paket von Villeroy & Boch im Wert von € 1.048,10; der Geschäftsführer der beklagten Partei bestätige [REDACTED] dass es sich tatsächlich um das „phantastische Geschirrsset“ „Petite Fleur“ von Villeroy & Boch handle, nämlich bestehend aus sechs Speisetellern, sechs Suppentellern, sechs Desserttellern, einer Suppenschale, einem Servierteller und einem Kaffeeservice mit Zuckerdose, Milchkännchen und Teekanne im Gesamtwert von € 1.048,10; im Text erst nach dieser „Bestätigung“ folgte der weitere Satz: „Egal, ob es sich um dieses für die 3 Hauptbegünstigten reservierte Service handelt, oder um den Tortenheber, den alle Begünstigten dieser Aktion erhalten. Wir sind uns sicher, dass wir Ihnen gewiss eine Freude machen!“;
- 4.) im „Versandantrag“, worin [REDACTED] als „Bestätigter Begünstigter“ eines „PAKTES von VILLEROY & BOCH“ bezeichnet und abermals der „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ mit € 1.048,10 angeführt war, wobei auch hier der Zusatz „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ in kleiner Schrift beigefügt war;
- 5.) im „WARENAUSGANGSBELEG“, den [REDACTED] als „KOPIE“ „zur Information“ erhalte und worin tabellarisch die sechs Speise-, sechs Dessert- und sechs Suppenteller, eine Schale, ein Servierteller, sechs Tassen und Untertassen, eine Teekanne, ein Milchkännchen und eine Zuckerdose, jeweils von „Petite Fleur“ von Villeroy & Boch aufgelistet waren, jeder der aufgelisteten Artikel mit Einzel- und Gesamtpreis versehen und der Gesamt-Warenwert mit € 1.048,10 ausgewiesen war, und zwar mit dem Zusatz, dass dieser Preis bereits bezahlt sei und noch € 0,00 zu zahlen seien, der Betrag sei von der Beklagten bezahlt, die Ware stehe zur Auslieferung bereit;
- 6.) im voradressierten Kuvert für die Rücksendung, bezeichnet als „OFFIZIELLER UMSCHLAG FÜR DEN VERSANDANTRAG“ mit dem Betreff „PAKET von VILLEROY & BOCH, 1.048,10 €“, wobei auch hier im Kleindruck der Hinweis „Wert des schönsten zu vergebenden Pakets für die Hauptbegünstigten gem. Zuteilungsbedingungen“ angeführt und abermals das Geschirrsset im Hintergrund abgebildet war;

Der blickfangartige Gesamteindruck dieser Botschaft für einen verständigen Durchschnittskonsumenten der beklagten Partei konnte damit nur jener sein, dass der Adressat der von der beklagten Partei ausgewählte Hauptbegünstigte sei, der das Geschirrsset von Villeroy & Boch als Geschenk erhalte, wenn er dieses rechtzeitig anfordere. Diesen Eindruck verstärkten insbesondere die im Schreiben der Geschäftsführung der beklagten Partei enthaltene „Zuteilungsbestätigung“ mit der Bestätigung, dass es sich tatsächlich um das Geschirrsset handle, und der „Warenausgangsbeleg“.

Dieser blickfangartige Gesamteindruck ist objektiv unrichtig und bereits damit irreführend im Sinne des § 2 Abs 2 UWG in Verbindung mit Z 31 des Anhangs zum UWG.

Selbst wenn man diese Rechtsansicht nicht teilte, wäre daraus für die beklagte Partei nichts gewonnen, denn die Zuteilungsbedingungen entbehren eines klarstellenden Hinweises, ist darin doch in sich widersprüchlich ausgeführt, dass die drei Teilnehmer mit dem höchsten Bestellwert zwischen dem 29.12.2020 und dem 19.01.2021 je ein Mal des Geschirrsset von Villeroy & Boch im Wert von je € 1.048,00 erhielten, andererseits jedoch auch, dass die „Teilnahme an der Aktion“ gratis und unabhängig von einer Bestellung sei und eine Bestellung nicht die Gewinnchancen erhöhe. Durch die Verwendung der Wendung „Teilnahme an der Aktion“ bezieht sich dieser Satz sprachlich und auch im Text nämlich mangels Abhebung nicht nur auf den im vorangegangenen Satz erwähnten Tortenheber.

Auch das im System der Zusendung der beklagten Partei vorgesehene Ankreuzen der Kenntnisnahme und Akzeptanz der Zuteilungsbedingungen konnte diese inhaltliche Widersprüchlichkeit nicht beseitigen.

Die Zuteilungsbedingungen können daher bereits aufgrund ihres Inhaltes nicht als klarstellender Hinweis gewertet werden. Es war daher schon aus diesem Grund und auch in Übereinstimmung mit der höchstgerichtlichen Rechtsprechung unerheblich, in welcher Farbe und Schriftgröße diese Zuteilungsbedingungen abgedruckt waren, weshalb auch eine Erörterung der Beilage ./E, welche diese Zuteilungsbedingungen entgegen dem Vorbringen der klagenden Partei nicht abbildet, unterbleiben.

Nach Rechtsauffassung des Gerichtes ist das unrichtige Versprechen eines wertvollen Geschenks auch objektiv geeignet, den Adressaten zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er ansonsten nicht getroffen hätte. Der Adressat, der sich als für den Empfang eines wertvollen Geschenks auserwählt wähnt, wird sich aufgewertet und geschmeichelt fühlen und eher geneigt sein, eine Kaufentscheidung für Waren der beklagten Partei zu treffen als ein Kaufinteressent, dem kein derartiges Versprechen gemacht wurde.

Die Argumentation der beklagten Partei unter Hinweis auf die Kommentarstelle *Krejci* in Rummel ABGB³, § 5j KSchG [Anm: nun § 5c] Rz 5, wonach jeder auch nur mittelmäßig

verständige Verbraucher wissen müsse, dass im Wirtschaftsleben niemand etwas verschenke, findet keine Deckung in der zitierten höchstgerichtlichen Rechtsprechung und führte letztlich weite Teile des Lauterkeitsrechts in Bezug auf Verbraucher ad absurdum, eine Intention, die dem Gesetzgeber nicht zugesonnen werden kann.

Dem Unterlassungsbegehren war daher stattzugeben.

Der antragsgemäße Zuspruch der Veröffentlichungsermächtigung beruht auf § 25 Abs 3 UWG. Der klagende Verein hat ein schutzwürdiges Interesse an der Aufklärung des Publikums über den Gesetzesverstoß, obwohl die Werbemaßnahme in der Vergangenheit stattgefunden hat, weil die Veröffentlichung auch den Zweck hat, eine durch den Wettbewerbsverstoß hervorgerufene unrichtige Meinung richtigzustellen und zu verhindern, dass diese Meinung weiter um sich greift. Die Ermächtigung zur Veröffentlichung ist in einem solchen Umfang zuzusprechen, dass die durch die wettbewerbswidrige Ankündigung angesprochenen Verkehrskreise jetzt über den wahren Sachverhalt aufgeklärt werden.

Unter Zugrundelegung des Selbstverständnisses der beklagten Partei, die sich mit ihrem Warenangebot an Millionen nationaler und internationaler Kunden für Dekorationsideen, Haushaltshelfer und Artikel „rund um's Wohlfühlen“ sowie die Gesundheit wendet, sowie mit Rücksicht auf das in ständiger Rechtsprechung judizierte Talionsprinzips erschien dem Gericht die Veröffentlichung in dem von der klagenden Partei beantragten Printmedium gerechtfertigt.

Die Beweisanträge beider Parteien auf Einvernahme der Zeugin [REDACTED] zum behaupteten Erhalt oder Nichterhalt des Tortenhebers sowie zur Interpretation der Werbeaussage durch [REDACTED] waren zurückzuweisen, weil die Werbebotschaft an sich rechtlich zu würdigen war und es nicht darauf ankam, wie [REDACTED] diese interpretierte; aufgrund der Beurteilung der Geschäftspraxis als unlauter bereits auf Basis des objektiven Erklärungsinhalts der Zusendung musste nicht geprüft werden, ob die beklagte Partei ihre eigenen Zuteilungsbedingungen einhielt. Dies war auch der Grund für die Zurückweisung des Beweisantrages der beklagten Partei auf Einvernahme der Zeugin [REDACTED] zum Beweis dafür, dass die beklagte Partei die Hauptgewinne tatsächlich an die drei Hauptgewinner übergeben habe.

Die Kostenentscheidung stützt sich auf § 41 Abs 1 ZPO in Verbindung mit der korrekten und unwidersprochenen Kostenverzeichnung durch die klagende Partei.

Landesgericht, Abteilung 9
Salzburg, 27. September 2021
Mag. Christine Außerhofer, Richterin

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG

Urteil ON 14 ist rechtskräftig und vollstreckbar.

Landesgericht, Abteilung 9
Salzburg, 2. November 2021
Mag. Christine Außerhofer, Richterin

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG