

## Anhang zur Pressemitteilung der Wettbewerbszentrale vom 03.05.2016:

### Fallbeispiele aus der Arbeit der Wettbewerbszentrale

#### Buchungsportale

Der Portalbetreiber von ab-in-den-urlaub.de hatte mit Gutscheinen geworben, die den Verbrauchern „Cashback nach Abreise“ versprochen. Gemäß den Einlösebedingungen sollte die Auszahlung allerdings erst innerhalb von 28 Tagen ab dem Rückreisetag erfolgen. Ferner hatte die Wettbewerbszentrale die Anpreisung einer Ersparnisrate von bis zu 50 % als irreführend beanstandet, da diese Ersparnisrate aufgrund der vorgegebenen Mindestreisepreise tatsächlich nicht erzielbar war. Der Fall konnte außergerichtlich geklärt werden. (F 2 0595/15)

Eine andere Praxis musste die Wettbewerbszentrale hingegen durch das LG Hamburg untersagen lassen (Urteil vom 01.10.2015, Az. 327 O 166/15, nicht rechtskräftig; F 2 0096/15): Der Betreiber des Internetportals unter opodo.de bot auf seinem Portal den Erwerb von Flugtickets an. Kostenfrei bezahlen konnte der Nutzer allerdings nur mit der Kreditkarte „Visa Entropay“, einer speziellen Prepaidkarte. Alle anderen angebotenen Zahlungsmöglichkeiten – wie beispielsweise andere Kreditkarten oder Sofortüberweisung – gingen mit zusätzlichen Kosten einher. Anbieter sind aber verpflichtet, für Verbraucher wenigstens eine gängige und zumutbare unentgeltliche Zahlungsmöglichkeit bereitzustellen.

Die Plattformbetreiberin des Buchungsportals hotel.de hatte mit einer begrenzten Verfügbarkeit von Hotelzimmern geworben wie z. B. „Nur noch 1 Zimmer verfügbar!“, obwohl tatsächlich weitere Hotelzimmer über einen anderen Buchungskanal für Gäste buchbar waren. Auch diese Werbung ließ die Wettbewerbszentrale als irreführend gerichtlich untersagen (LG Nürnberg-Fürth, Versäumnisurteil vom 03.02.2016, Az. 4 HK O 5203/15; F 2 0191/15).

Gegen die Betreiberin der Buchungsplattform wimdu.de ist die Wettbewerbszentrale gleich zweimal vorgegangen:

Zum einen hat die Wettbewerbszentrale die Ersparniswerbung „50% günstiger als Hotels“ als irreführend beanstandet, weil diese Ersparnis nicht durchgängig erreicht werden konnte. Das KG Berlin gab der Wettbewerbszentrale recht und untersagte den auf der Plattform verwendeten Slogan (Urteil vom 11.03.2016, Az. 5 U 83/15, nicht rechtskräftig, F 5 0545/14).

Zum anderen hat die Wettbewerbszentrale eine aus ihrer Sicht irreführende Preisdarstellung für ein konkretes Angebot auf wimdu.de beanstandet. Zu dem angegebenen Übernachtungspreis war das Zimmer nicht buchbar. Vielmehr wurden noch zusätzlich „Service-Gebühr und Steuern“ aufgeschlagen. Die Wettbewerbszentrale hat am 30.03.2016 Klage zum LG Berlin erhoben. (F2 0171/16)

## **Arzt-Empfehlungsplattform**

Die nach eigenen Angaben größte Arzt-Empfehlungsplattform Jameda erstellt Arztlisten anhand von Patientenbewertungen. Das Unternehmen bewarb bei Ärzten ein sogenanntes Premium-Paket. Dieses bot Ärzten die Möglichkeit, sich mit ihren Tätigkeitsschwerpunkten oder Fachgebieten über allen Ärzten in der Ergebnisliste zu präsentieren. Sie standen damit jeweils an oberster Stelle der jeweiligen Ergebnisliste. Durch die Gestaltung wurde der Eindruck erweckt, es handele sich um die Ärzte, die am besten bewertet worden waren. Tatsächlich handelte es sich um gekaufte Werbung, die nach Auffassung der Wettbewerbszentrale entsprechend gekennzeichnet werden muss. Das Landgericht München I sah in der Werbung eine Irreführung des Verbrauchers und verurteilte den Betreiber der Plattform zu Unterlassung (Urteil vom 18.03.2015, Az. 37 O 19570/14; F 4 0459/14).

## **Lebensmittel-Branche**

Die Lebensmittelbranche hat nach wie vor mit den Anforderungen und Rechtsfragen der **Health-Claims-Verordnung** zu kämpfen. In einem Verfahren gegen Gerolsteiner will die Wettbewerbszentrale klären lassen, ob auch für Mineralwasser die strengen Vorschriften der europäischen Verordnung zu gesundheitsbezogenen und nährwertbezogenen Angaben gelten. Das OLG Koblenz hat diese Frage bejaht (Urteil v. 02.12.2015, Az. 9 U 616/15 – nicht rechtskräftig). Nach Nichtzulassungsbeschwerde des Unternehmens liegt der Fall nun beim BGH (I ZR 257/15).

Neue Wettbewerbs- und Kennzeichnungsfragen ergeben sich auch auf dem wachsenden Markt der **vegetarischen und veganen Lebensmittel**. Die beiden Begriffe sind gesetzlich nicht geschützt oder definiert. Hier kommt es vermehrt zu Beschwerden, wenn derartige Produkte sich bei der Vermarktung an die herkömmlichen Bezeichnungen für Produkte tierischen Ursprungs anlehnen. Die Bezeichnung „veganer Frischkäse“ oder „veganer Käse“ verstößt gegen EU-Recht (EU-Verordnung 1308/2013), die den Begriff „Käse“ allein tierischen Milcherzeugnissen vorbehalten.

**Herkunft und Regionalität** spielen gerade bei Lebensmitteln für den Verbraucher eine große Rolle. Umso mehr muss darauf geachtet werden, dass der Wettbewerb hier nicht verfälscht wird. Hier hat die Wettbewerbszentrale die Verwendung der Bezeichnungen „Portwein“ und „Grappa“ für Spirituosen aus Südafrika beanstandet, da diese Bezeichnungen als geschützte geographische Ursprungsbezeichnungen den Produkten aus den jeweiligen Regionen Portugals und Italiens vorbehalten sind. (z. B. M 4 0152/15)

Insgesamt war festzustellen, dass **ungerechtfertigte Herkunftsangaben** gerade auch in der Getränkebranche zunehmen. Das Oberlandesgericht München hat auf Antrag der Wettbewerbszentrale einer Brauereigesellschaft untersagt, ein Bier unter der Bezeichnung „Chiemseer“ anzubieten, zu vertreiben oder sonst in den Verkehr zu bringen, sofern das Bier in Rosenheim gebraut wird (OLG München, Urteil vom 17.03.2016, Az. 29 U 3187/15). Die Revision wurde nicht zugelassen. Der Verbraucher erwarte, dass ein so bezeichnetes Bier

von einer an diesem See gelegenen Brauerei stamme. Dies sei beim Brauort Rosenheim, der nicht mehr im Chiemgau und schon gar nicht am Chiemsee liegt, nicht der Fall. (M 2 0361/14)

## **Finanzsektor / Banken**

- **Irreführende Zinswerbung**

Der Renault Bank direkt hat das Oberlandesgericht Düsseldorf mit Urteil vom 20.10.2015 (Az. I – 20 U 145/14) auf Klage der Wettbewerbszentrale hin die Werbung „Vom ersten Cent bis zum letzten Cent Ihrer Geldanlage 1,5 % Zinsen pro Jahr“ für das Tagesgeldkonto ohne den gleichzeitigen Hinweis auf die Veränderlichkeit der in der Werbung genannten Zinsen untersagt. (F 5 0545/13)

- **Kontoführungs-App mit falschem Sicherheitsversprechen**

Die Wettbewerbszentrale wurde auf eine Internetwerbung für eine App für das iPhone und die Apple Watch aufmerksam gemacht, mit der Nutzer die Möglichkeit haben, alle Kontobewegungen verschiedener Konten zu überwachen. Die Anwendung verbindet die Daten verschiedener Online-Konten zu einer Übersicht über alle Kontobewegungen und Kontostände des Nutzers. Im Hinblick auf die Sensibilität dieser Zusammenführung von Bankdaten bewarb der Anbieter die Verwendung der App im Internet u. a. mit dem Hinweis, dass das Rechenzentrum durch die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht zertifiziert sei und als „Hochsicherheitslösung“ bezeichnet werden könnte. Tatsächlich wird weder der Anbieter der Anwendung noch dessen Rechenzentrum von der Bundesanstalt beaufsichtigt oder gar zertifiziert. Das Unternehmen hat sich nach Beanstandung zur Unterlassung verpflichtet. (F 5 0323/15)

Weitere Einzelfälle aus verschiedenen Branchen sind im Jahresbericht 2015 der Wettbewerbszentrale aufgeführt. [www.wettbewerbszentrale.de](http://www.wettbewerbszentrale.de)