

Kammergericht

Az.: 5 U 1075/20

93 O 19/20 LG Berlin



Beschluss

In dem Rechtsstreit

_____, vertreten durch d. Geschäftsführer, ,
- Beklagte und Berufungsklägerin -

Prozessbevollmächtigter:

Rechtsanwalt _____

gegen

Verein zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in der Nahrungsmittel- und Gastronomiebranche e.V., vertreten durch d. Vorsitzenden, Heerstraße 14, 14052 Berlin

- Kläger und Berufungsbeklagter -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **Rosenberger & Koch**, Reinhardtstraße 17, 10117 Berlin, Gz.: 171/20TV10

hat das Kammergericht - 5. Zivilsenat - durch den Vorsitzenden Richter am Kammergericht

_____, den Richter am Kammergericht _____ und die Richterin am Kammergericht

_____ am 28.04.2023 beschlossen:

Der Senat beabsichtigt, die Berufung der Beklagten gegen das am 9. Juli 2020 verkündete Urteil des Landgerichts Berlin – 93 O 19/20 – bei einem Streitwert von 30.000,00 EUR durch Beschluss nach § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO mit der Maßgabe zurückzuweisen, dass die Unterlassungssätze im Tenor zu I.1 bis I.3. um die nachfolgenden Einblendungen ergänzt werden:

Zu I.1:

Zu 1.2:

Zu 1.3:

Gründe

A.

Der Kläger ist ein Verein, zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben die Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in der Nahrungsmittel- und Gastronomiebranche zählt. Die Beklagte betreibt unter der Bezeichnung _____ ein Lieferportal, über das Kunden aus dem Speisen- und Getränkeangebot der dort gelisteten Restaurants auswählen und sich die gewünschten Speisen und Getränke liefern lassen oder zur Abholung vorbestellen können. Die über die Plattform abrufbaren Speisen- und Getränkeangebote der einzelnen Restaurants werden durch Angaben zu dem einzelnen Restaurant, darunter auch ein Impressum des jeweiligen Anbieters ergänzt. Die dort vorgehaltenen Angaben werden durch die Beklagte als Plattformbetreiberin eingetragen.

Der Kläger nimmt die Beklagte – u.a. gestützt auf Vorschriften des TMG – wegen unvollständiger und unzutreffender Anbieterkennzeichnung auf Unterlassung in Anspruch.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes erster Instanz und der in der ersten Instanz gestellten Anträge wird auf die in dem am 9. Juli 2020 verkündeten Urteil der Kammer für Handelssachen des Landgerichts Berlin – 93 O 19/20 – getroffenen Feststellungen Bezug genommen.

Das Landgericht hat der Klage überwiegend stattgegeben. Zur Begründung hat es ausgeführt, die Beklagte sei verschiedenen – aus dem Telemediengesetz herzuleitenden – Informationspflichten nicht nachgekommen, für deren Erfüllung sie als Betreiber eines Telemediendienstes, der von ihr unterhaltenen Plattform, verantwortlich sei. Die Beklagte, die es selbst übernommen habe, die gesetzlich geforderten Angaben in das Impressum der auf ihrer Plattform mit ihren Speisen- und Getränkeangeboten gelisteten Restaurants zu übernehmen, habe teils unzutreffende Angaben zum Registergericht und zur Handelsregisternummer, unter der das jeweilige Unternehmen eingetragen sei, teils einander widersprechende und daher irreführende Angaben zu den bei ihr gelisteten Anbietern und teils falsche Angaben zur Identität des Unternehmers, seiner Anschrift, der vertretungsberechtigten Personen und der Umsatzsteuer-ID gemacht. Dem Kläger stehe zudem ein Anspruch auf Erstattung der geltend gemachten Abmahnkosten zu.

Gegen dieses Urteil, das der Beklagten am 28. Juli 2020 zu Händen ihrer Prozessbevollmächtigten zugestellt worden ist, wendet sich die Beklagte mit ihrer am 28. August 2020 bei dem Kammergericht eingegangenen Berufung, die sie nach entsprechender Verlängerung der Berufungsbegründungsfrist mit einem am 28. Oktober 2020 bei dem Kammergericht eingegangenen Schriftsatz begründet hat.

Die Beklagte macht geltend, das Urteil des Landgerichts sei schon deshalb aufzuheben, weil die in dem jeweiligen Unterlassungstenor als konkrete Verletzungsform aufgenommenen Abbildungen nahezu unleserlich seien und damit auch den Umfang des gegen die Beklagte titulierten Unterlassungsgebotes nicht mit der gebotenen Deutlichkeit erkennen ließen.

Darüber hinaus habe das Landgericht unberücksichtigt gelassen, dass ein Verstoß gegen eine Informationspflicht voraussetze, dass die dem Verbraucher vorenthaltene Information wesentlich sei. Hiervon könne nur dann gesprochen werden, wenn der Verbraucher diese Informationen je nach den Umständen benötige, um eine informierte Entscheidung zu treffen und ihn das Fehlen derselben zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen könne, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Die vom Kläger vermissten Angaben seien vor dem Hintergrund, dass die Beklagte

einen Lieferdienst betreibe, über den Speisen und Getränke bestellt werden könnten, die zum sofortigen Verzehr bestimmt seien, für die geschäftliche Entscheidung des einzelnen Plattformnutzers unerheblich. Dieser benötige weder Angaben zum Registergericht, noch zur Handelsregisternummer, zur Umsatzsteuer-ID oder zur vertretungsberechtigten Person, um sich für oder gegen das Angebot eines der gelisteten Restaurants zu entscheiden. Nicht unberücksichtigt bleiben dürfe ferner, dass die Beklagte einen großen zeitlichen und personellen Aufwand betreiben müsse, um die gesetzlich geforderten Pflichtangaben veröffentlichen zu können. Diesem Umstand müsse bei der Prüfung der Frage, welche Informationen für den Plattform-Nutzer wesentlich seien, zugunsten der Beklagten Rechnung getragen werden.

Die Beklagte kündigt an, zu beantragen,

das Urteil des Landgerichts Berlin vom 9. Juli 2020, Az. 93 O 19/20 abzuändern und die Klage abzuweisen.

Der Kläger kündigt an, zu beantragen,

die Berufung zurückzuweisen.

Er verteidigt das erstinstanzliche Urteil nach Maßgabe seiner Berufungserwiderung.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die von den Parteien in der zweiten Instanz zu den Akten gereichten Schriftsätze Bezug genommen.

B.

I. Die Berufung der Beklagten ist zulässig. Sie ist nach § 511 Abs. 1 ZPO statthaft, form- und fristgerecht eingelegt, §§ 517, 519 ZPO, sowie den Anforderungen des § 520 ZPO genügend begründet worden.

Der Senat hat diese Begründung zur Kenntnis genommen und die gegen die landgerichtliche Entscheidung angeführten Argumente beraten. Im Ergebnis dieser Beratung beabsichtigt der Senat, die Berufung durch Beschluss nach § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO zurückzuweisen, weil diese – wie er einstimmig meint – keine Aussicht auf Erfolg hat, die Rechtssache zugleich keine grundsätzliche Bedeutung hat und auch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Senats durch Urteil nicht erfordern und die Durchführung einer mündlichen Verhandlung – die mit weiteren Kosten verbunden wäre – nicht geboten ist.

II. Gemäß § 513 Abs. 1 ZPO kann die Berufung nur darauf gestützt werden, dass die erstinstanzliche Entscheidung auf einer Rechtsverletzung (§ 546 ZPO) beruht oder nach § 529 ZPO zugrunde zu legenden Tatsachen eine andere Entscheidung rechtfertigen. Beides ist hier nicht der Fall. Das Landgericht hat vielmehr im Ergebnis mit Recht angenommen, dass die Beklagte in dem zuerkannten Umfang wegen des Verstoßes gegen Informationspflichten und/oder unzutreffenden Angaben in den Impressen der auf ihrer Plattform gelisteten Unternehmen zur Unterlassung verpflichtet ist.

1. Gegen die Zulässigkeit der Klage bestehen keine Bedenken.

a) Der Kläger ist als – mittlerweile auch in die Liste qualifizierter Wirtschaftsverbände eingetragener – Wettbewerbsverband im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugt.

b) Die Klageanträge sind hinreichend bestimmt im Sinne von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Der Kläger hat die zum Gegenstand der Klage gemachten, zunächst in einem abstrakten Vorsatz formulierten Unterlassungsgebote jeweils mit der Wendung „wenn dies geschieht wie nachfolgend“ auf eine konkrete Verletzungsform bezogen, die auf einem in den Antrag eingeblendeten Screenshot jeweils einen Ausschnitt aus der Internetplattform der Beklagten mit den dort abrufbaren Impresen verschiedener auf der Plattform gelisteter Anbieter zeigt. Mit der jeweiligen konkreten Verletzungsform ist das zum Gegenstand der Klage gemachte Verletzungsgeschehen und damit auch die Reichweite des in dem der jeweiligen konkreten Verletzungsform vorangestellten abstrakten Unterlassungssatz umschriebenen Unterlassungsgebotes hinreichend klar umrissen. Die bei den Akten befindlichen und zum Gegenstand der Klage gemachten Einblendungen sind – insbesondere hinsichtlich der im Schriftsatz vom 15. Juni 2020 enthaltenen Screenshots – auch ausreichend leserlich. Dass die in den Tenor des landgerichtlichen Urteils aufgenommenen Einblendungen die zum Gegenstand des Unterlassungssatzes gemachten Angaben im jeweiligen Impressum teils nur mit Mühe erkennen lassen, ist der schlechten Druckqualität des Landgerichtsurteils und nicht der Qualität der vom Kläger zum Gegenstand des Klagevorbringens gemachten Screenshots geschuldet.

2. Dem Kläger kann im Einklang mit der Beurteilung des Landgerichts von der Beklagten gemäß §§ 8 Abs. 1 und 3 Nr. 2, 3 Abs. 1, 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit § 5 Abs. 1 TMG/§§ 5a Abs. 1, § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG/§ 5 Abs. 1 und 2 Nr. 3 UWG Unterlassung der zur Irreführung der mit dem Speisen- und Getränkeangebot auf der Plattform angesprochenen Verkehrskreise geeigneten Angaben verlangen.

a) Die vom Kläger beanstandeten Defizite in der Anbieterkennzeichnung derjenigen Unternehmen, die für die über die Plattform der Beklagten bestellbaren Speisen- und Getränkeangebote verantwortlich sind, begründen jeweils eine unlautere geschäftliche Handlung im Sinne von §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1 UWG.

aa) Mit den vom Kläger als lückenhaft und/oder unzutreffend beanstandeten Angaben in den Impresen verschiedener Unternehmen, die ihre Speisen und Getränke über das Lieferportal der Beklagten anbieten, ist den Informationspflichten, die einen Anbieter von entgeltlichen Leistungen im Rahmen eines Telemediendienstes in Bezug auf die Anbieterkennzeichnung gemäß § 5 Abs. 1 TMG treffen, nicht Genüge getan. Dies löst - soweit wesentliche und für eine geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers erhebliche Informationen im Sinne dieser Vorschrift vorenthalten werden - einen Unterlassungsanspruch gemäß §§ 8 Abs. 1, 5a Abs. 1 UWG gegen die Beklagte aus.

Die in § 5 TMG geregelten Informationspflichten, die der Umsetzung von Artikel 5 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“ – E-Commerce-Richtlinie) dienen, sind zu den Informationsanforderungen zu zählen, die ein Anbieter im elektronischen Geschäftsverkehr nach Art. 7 Abs. 5 in Verbindung mit Anhang II der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt („Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken“ - UGP-Richtlinie) in Bezug auf die kommerzielle Kommunikation zu erfüllen hat (Köhler in: Köhler/Bornkamm/Fedderson, 41. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 5.26). Verstöße gegen die in § 5 Abs. 1 TMG niedergelegten Informationspflichten sind daher

grundsätzlich nach § 5a Abs. 2 und 4 UWG in der bis zum 27. Mai 2022 geltenden Fassung/§ 5a Abs. 1, § 5b Abs. 4 UWG in der ab dem 28. Mai 2022 geltenden Fassung zu beurteilen (vgl. BGH, Urteil vom 10. November 2022 – I ZR 241/19, Rn. 16, juris – Herstellergarantie IV m. weit. Nachw.; Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 5.26a).

bb) Nichts anderes gilt, soweit dem mit dem über die Plattform der Beklagten bestellbaren Speisen- und Getränkeangebot angesprochenen Verbrauchern im Zusammenhang mit einem qualifizierten Angebot im Sinne von § 5b Abs. 1 UWG („Aufforderung zum Kauf“) Angaben zur Identität des Unternehmens gemäß § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG vorenthalten werden. Werden dem Verbraucher diese als wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG geltenden Informationen nicht zur Verfügung gestellt, ist – ihre Erheblichkeit für eine geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers vorausgesetzt – ebenfalls der Irreführungstatbestand gemäß § 5a Abs. 1 UWG erfüllt.

cc) Daneben kommt bei zur Täuschung geeigneten Angaben zur Identität und zu den gesellschaftlichen Verhältnissen des jeweiligen Anbieters (auch) das Eingreifen des (allgemeinen) Irreführungstatbestands gemäß § 5 Abs. 1 und 2 Nr. 3 UWG in Betracht (vgl. Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5a Rn. 2.57; ders. a.a.O. § 5b Rn. 2.8).

b) Der auf Wiederholungsgefahr gestützte Unterlassungsanspruch ist nur begründet, wenn das beanstandete Verhalten sowohl nach dem zum Zeitpunkt seiner Vornahme geltenden Recht wettbewerbswidrig war als auch nach dem zur Zeit der Berufungsentscheidung geltenden Recht wettbewerbswidrig ist (vgl. BGH, Beschluss vom 10. Februar 2022 – I ZR 38/21, Rn. 15, juris - Zufriedenheitsgarantie).

aa) Nach der an die Beklagte gerichteten Abmahnung vom 15. Oktober 2019 (Anlage K 2) und nach Erlass des landgerichtlichen Urteils sind durch das Gesetz zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht vom 10. August 2021 (BGBl. I S. 3504) jeweils mit Wirkung vom 28. Mai 2022 die Vorschrift des § 5 UWG neu gefasst und diejenige des § 5a UWG durch die §§ 5a bis 5c UWG ersetzt worden. Im vorliegenden Fall haben diese Änderungen aber keine Auswirkungen.

(1) Die bisherige Bestimmung in § 5a Abs. 2 Satz 1 UWG aF zum Vorenthalten einer wesentlichen Information gegenüber einem Verbraucher ist nunmehr insoweit inhaltsgleich in § 5a Abs. 1 UWG nF enthalten. Die bisherige Regelung in § 5a Abs. 4 UWG aF zur Wesentlichkeit einer dem Verbraucher nach unionsrechtlichen Vorschriften zu erteilenden Information findet sich nun ohne inhaltliche Änderung in § 5b Abs. 4 UWG nF (vgl. Begründung des Regierungsentwurfs eines Gesetzes zur Stärkung des Verbraucherschutzes im Wettbewerbs- und Gewerberecht, BT-Drucks. 19/27873, S. 34 und 37; BGH, Urteil vom 10. November 2022 – I ZR 241/19, Rn. 19, juris – Herstellergarantie IV).

(2) Die bisherige Regelung in § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG aF zur Wesentlichkeit der dem Verbraucher im Zusammenhang mit einem „qualifizierten Angebot“ zu erteilenden Informationen zur Identität und Anschrift des Unternehmers haben unverändert Eingang in § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG gefunden.

(3) Die bisherige Bestimmung des § 5 Abs. 1 UWG aF ist wortgleich in § 5 Abs. 1 und 2 UWG nF enthalten (BGH, Urteil vom 26. Januar 2023 – I ZR 27/22, Rn. 17, juris – Haftung für Affiliates). Im Folgenden werden § 5 und § 5a bis c UWG jeweils in der nunmehr geltenden Fassung zitiert.

bb) Darüber hinaus ist auch § 5 TMG nach der an die Beklagte gerichteten Abmahnung mit Wirkung vom 27. November 2020 geändert worden. Auch diese Änderungen, die § 5 Abs. 1 Nr. 7 und 8 TMG betreffen, sind allerdings für den Streitfall ohne Belang.

c) Das Landgericht hat im Ergebnis mit Recht angenommen, dass die vom Kläger als unvollständig und/oder unzutreffend beanstandeten Angaben zur Anbieterkennzeichnung nach Maßgabe der vorstehend genannten Vorschriften jeweils als unlautere Wettbewerbshandlung anzusehen sind. Wegen der mit den einzelnen Klageanträgen angegriffenen Gestaltung der Impresen verschiedener auf der Plattform der Beklagten gelisteter Unternehmen gilt Folgendes:

aa) Der Kläger wendet sich mit dem Klageantrag zu I.1. dagegen, dass in Bezug auf Restaurants, die auf der Internetplattform der Beklagten gelistet sind, in dem dort vorgehaltenen Impressum falsche und/oder unvollständige Angaben zum Registergericht und/oder zur Handelsregisternummer gemacht worden sind. In diesem Verhalten liegt ein nach § 5a Abs. 1, § 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG unlauteres Vorenthalten einer wesentlichen und für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers erheblichen Information.

(1) Gemäß § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer einen Verbraucher (oder sonstigen Marktteilnehmer) irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, die (Nr. 1) der Verbraucher (oder der sonstige Marktteilnehmer) je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und (Nr. 2) deren Vorenthalten geeignet ist, den Verbraucher (oder den sonstigen Marktteilnehmer) zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Gemäß § 5b Abs. 4 UWG gelten als wesentlich im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG auch Informationen, die dem Verbraucher auf Grund unionsrechtlicher Verordnungen oder nach Rechtsvorschriften zur Umsetzung unionsrechtlicher Richtlinien für kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen.

(2) Diese Voraussetzungen sind in Bezug auf die vom Klageantrag zu I.1. erfassten Informationen erfüllt.

(a) Auf dem Lieferportal der Beklagten müssen für die in das Handelsregister eingetragenen Anbieter der dort bestellbaren Speisen und Getränke nach Maßgabe des § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG Angaben zum Registergericht und zur Handelsregisternummer vorgehalten werden.

Nach § 5 Abs. 1 TMG, der für Anbieter von Telemedien eine Impressumspflicht statuiert, haben Diensteanbieter für geschäftsmäßige, in der Regel gegen Entgelt angebotene Telemedien die in dieser Vorschrift im Einzelnen aufgeführten Informationen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu halten. Die vorgenannte Informationspflicht besteht bei der hier in Rede stehenden von der Beklagten unterhaltenen Internet-Plattform, auf der eine Vielzahl geschäftsmäßiger (Dienste-)Anbieter das eigene Speisen- und Getränkeangebot zur entgeltlichen Bestellung bereithalten, auch in Bezug auf die einzelnen Anbieter, die das Lieferportal für den Vertrieb des eigenen Speisen- und Getränkeangebotes nutzen (vgl. OLG Düsseldorf, Urteil vom 18. Juni 2013 – i-20 U 145/12, Rn. 28, juris; Härting in: Internetrecht, 7. Aufl. 2023, Abschnitt G. Wettbewerbsrecht, Rn. 1539; BeckOK InfoMedienR/Ott, 39. Ed. 1.2.2023, TMG § 5 Rn. 8f; Held in; Paschke/Berlit/Meyer/Kröner, Hamburger Kommentar Gesamtes Medienrecht, 4. Aufl. 2021, 69. Abschnitt: Impressumspflicht Rn. 32). Zu den in das Impressum aufzunehmenden Pflichtangaben im Sinne von § 5 Abs. 1 TMG zählen für in das Handelsregister eingetragene Anbieter nach Nr. 4 der Vorschrift auch das Registergericht und die Handelsregisternummer.

ser Information den Verbraucher nicht zu einer anderen geschäftlichen veranlassen kann, insoweit eine sekundäre Darlegungslast (BGH, Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19, BGHZ 233, 193-215, Rn. 51 – Knuspermüsli II; Urteil vom 15. April 2021 – I ZR 134/20, Rn. 26, juris – Testsiegel auf Produktabbildung).

(bb) Nach diesen Grundsätzen kann die geschäftliche Relevanz der nach § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG in das Impressum aufzunehmenden Informationen auch im Streitfall nicht verneint werden.

(aaa) Nach der Begriffsbestimmung gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG ist „geschäftliche Entscheidung“ jede Entscheidung eines Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er ein Geschäft abschließen, eine Zahlung leisten, eine Ware oder Dienstleistung behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit einer Ware oder Dienstleistung ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer sich entschließt, tätig zu werden.

Als geschäftliche Entscheidung gilt daher nicht nur die Entscheidung darüber, ob und ggf. zu welchen Bedingungen der Verbraucher ein Geschäft abschließen, hier also Speisen oder Getränke eines bestimmten Anbieters über die Plattform der Beklagten bestellen möchte, sondern gelten auch Entscheidungen, die der eigentlichen Bestellung nachgelagert sind und etwa die Ausübung von Rechten oder die Geltendmachung von Ansprüchen aus dem einmal mit dem Anbieter geschlossenen Vertrag betreffen (vgl. Köhler in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 2 Rn. 1.8).

(bbb) Die von § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG erfassten Informationen werden von dem Verbraucher für eine informierte (informationsgeleitete) geschäftliche Entscheidung benötigt.

(aaaa) Die in § 5 Abs. 1 TMG niedergelegten Informationspflichten dienen nicht anders als die ihnen zugrundeliegenden Vorschriften der E-Commerce-Richtlinie dem Verbraucherschutz (vgl. EuGH, Urteil vom 16. Oktober 2008 – C-298/07, Rn. 22, juris; BGH, Urteil vom 20. Juli 2006 – I ZR 228/03, Rn. 15, juris – Anbieterkennzeichnung; OLG Hamm, Urteil vom 17. Dezember 2013 – I-4 U 100/13, Rn. 41, juris) und allgemein der Herstellung von Transparenz im Bereich der elektronischen Medien (BT.-Drs. 14/6098, S. 21, linke Spalte). Sie sollen den Nutzern des Dienstes ermöglichen, die Tragweite ihrer zukünftigen Verpflichtung zu beurteilen und so die Gefahr bestimmter Irrtümer zu vermeiden, die zum Abschluss eines nachteiligen Vertrags führen können (vgl. EuGH, Urteil vom 16. Oktober 2008 – C-298/07, Rn. 23, juris; OLG Frankfurt, Urteil vom 14. März 2017 – 6 U 44/16, Rn. 22, juris).

Mithilfe der in § 5 Abs. 1 TMG niedergelegten Informationspflichten betreffend die Anbieterkennzeichnung soll der Nutzer zudem klar und unmissverständlich darauf hingewiesen werden, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt (OLG Düsseldorf, Urteil vom 13. August 2013 – I-20 U 75/13, Rn. 16, juris; OLG Hamm, Urteil vom 4. August 2009 – 4 U 11/09, Rn. 21, juris). Die Impressumspflicht dient der Identitätsfeststellung und liefert dem Nutzer zugleich ein erstes Indiz für die Seriosität des Diensteanbieters (vgl. BeckOK InfoMedienR/Ott, 39. Ed. 1.2.2023, TMG § 5 Rn. 3; Micklitz/Schirnbacher in: Spindler/Schuster, 4. Aufl. 2019, TMG § 5 Rn. 2; Müller-Broich, 1. Aufl. 2012, TMG § 5 Rn. 1).

Dies ist im Bereich der kommerziellen Kommunikation über das Internet auch notwendig, da ohne die nach § 5 TMG vorzuhaltenden Informationen die Anbieter von Telemedien nicht ohne weiteres identifiziert werden und weitgehend anonym bleiben könnten. Potentielle Geschäftspartner ha-

ben jedoch ein berechtigtes Interesse daran, zu erfahren, wer hinter einem bestimmten Angebot steht. Dies gilt auch und insbesondere im Interesse der Gewährleistung einer effektiven Rechtsverfolgung und Rechtsdurchsetzung (vgl. BeckOK InfoMedienR/Ott, a.a.O.; Paschke in: Heckmann/Paschke, jurisPK-Internetrecht, 7. Aufl., Kap. 4.3 (Stand: 19.08.2021), Rn. 68; vgl. ferner Müller-Broich, a.a.O.).

(bbbb) Die von § 5 Abs. 1 Nr. 4 TMG im Einklang mit Art 5 Abs. 1 Buchst. d der E-Commerce-Richtlinie geforderte Angabe des Registergerichts und der Handelsregisternummer dient im Einklang mit den vorgenannten Regelungszielen der zuverlässigen Identifizierung des Anbieters; die Angaben zur Handelsregistereintragung können dem Nutzer zudem als Beleg für die Existenz des jeweiligen Anbieters dienen (vgl. OLG Hamm, Urteil vom 2. April 2009 – 4 U 213/08, Rn. 16, juris; BeckOK InfoMedienR/Ott, 39. Ed. 1.2.2023, TMG § 5 Rn. 43). Sie ermöglichen es dem Nutzer, die Angaben des Anbieters zu seiner Firma, der Rechtsform und seinem Sitz zu überprüfen und sich einen Überblick über den oder die richtigen Adressaten einer etwaigen Haftung und Inanspruchnahme zu verschaffen. Enthält das Impressum keine Angaben zu den gesetzlichen Vertretern einer juristischen Person, kann mithilfe der Informationen zu dem Registergericht und der Handelsregisternummer zudem der für eine etwa erforderliche Auseinandersetzung benötigte entscheidungsbefugte Ansprechpartner ermittelt werden.

Die Informationen zum Registergericht und zur Handelsregisternummer stellen mithin eine durchaus wichtige Ergänzung zu den übrigen von § 5 Abs. 1 TMG zur Identifizierung des Anbieters geforderten Angaben dar, auf die der Nutzer, insbesondere in einer Situation, in der er sich mit dem von ihm gewählten Anbieter wegen aus dem Vertrag folgender Ansprüche auseinandersetzen und eine Entscheidung darüber treffen muss, ob und wenn ja gegen wen er vorgehen will, im Interesse der effektiven Rechtsdurchsetzung nicht ohne weiteres verzichten kann. Sie können auch nicht ohne weiteres von Dritten bezogen werden, zumal nicht als selbstverständlich vorausgesetzt werden kann, dass Angaben zum Registergericht und der Handelsregisternummer für jeden Anbieter ohne weitere Mühen und zuverlässig zu ermitteln sind.

(cccc) Die Angaben zum Registergericht und zur Handelsregisternummer können auch unter den hier zu beurteilenden Umständen nicht als entbehrlich eingestuft werden. Gegenteiliges folgt – anders als die Beklagte geltend macht – insbesondere nicht daraus, dass das von der Beklagten unterhaltene Lieferportal der Anbahnung und Abwicklung der Bestellung von zum sofortigen Verzehr bestimmten Speisen und Getränken und damit der Durchführung von (Bar-)Geschäften des täglichen Lebens dient, die in der Regel ohne weiteren Geschäftskontakt mit dem Anbieter abgewickelt zu werden pflegen, so dass es häufig keiner detaillierten Informationen über die Person des Anbieters bedarf. Vielmehr bringt es der Geschäftsabschluss über das Internet auch bei der Bestellung von Speisen und Getränken über ein Lieferportal ohne weiteres mit sich, dass sich der Nutzer der Plattform nicht im unmittelbaren Kontakt von der Seriosität des Anbieters, seiner Leistungsfähigkeit und -bereitschaft und der mangelfreien Leistungserbringung überzeugen kann und er daher in insbesondere bei Störungen der Vertragsanbahnung oder -abwicklung in besonderem Maße auf klare und zuverlässige Informationen betreffend die Person des Anbieters, zu der nach der gesetzlichen Wertung auch die Angaben zu der Handelsregistereintragung zählen, angewiesen ist.

(ccc) Das Vorenthalten der Informationen zum Registergericht und zur Handelsregisternummer ist ferner dazu geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Fehlt dem

Verbraucher – wie hier – eine Information, die ihm den Weg zu der erfolgversprechenden Ausübung eines vertraglichen Rechts/der erfolgversprechenden Durchsetzung eines Anspruches ebnen soll und kann, ist dieser Umstand jedenfalls dazu geeignet, ihn an der Ausübung vertraglicher Rechte/der Durchsetzung etwaiger Ansprüche zu hindern. Dies genügt mit Rücksicht darauf, dass bei den bereits vom Gesetz als wesentlich eingestuft Informationen typischerweise davon auszugehen ist, dass für ihre Erteilung auch ein praktisches Bedürfnis besteht, um auch den von § 5a Abs. 1 Nr. 2 UWG geforderten potentiellen Einfluss des Vorenthaltens derselben auf eine vom Verbraucher anlässlich eines über das Internet angebahnten Geschäftsabschlusses getroffene geschäftliche Entscheidung anzunehmen.

bb) Mit dem Antrag zu I.2. macht der Kläger einen Unterlassungsanspruch gestützt auf unterschiedliche (widersprüchliche) Angaben zur Identität eines auf der Plattform der Beklagten gelisteten Anbieters in den zu diesem Unternehmen vorgehaltenen Impressen geltend.

Ausweislich der vom Landgericht auf der Grundlage des vom Kläger hierzu Vorgetragenen und der zum Gegenstand dieses Antrages gemachten konkreten Verletzungsformen getroffenen Feststellungen, die der Senat seiner Entscheidung nach § 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO zugrunde zu legen hat, zeichneten sich die über die Plattform der Beklagten abrufbaren Angaben zu dem Inhaber des Restaurants , durch die Hinterlegung zweier verschiedener Impressen mit unterschiedlichen Angaben (unter anderem) zu dem Namen/der Bezeichnung des Inhabers des Restaurants aus.

Hiermit sind den Verbrauchern zum einen wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG vorenthalten worden. Zum anderen hat das Landgericht im Ergebnis mit Recht angenommen, dass einander widersprechende Angaben zum Unternehmensinhaber und der Geschäftsanschrift des auf der Plattform der Beklagten gelisteten Anbieters auch dazu geeignet sind, den angesprochenen Verkehr über die (wahre) Identität dieses Unternehmens im Sinne von § 5 Abs. 1 und 2 Nr. 3 UWG irrezuführen.

(1) Die Aufnahme widersprüchlicher Angaben in Bezug auf die Identität eines auf der Plattform der Beklagten gelisteten Anbieters, wie sie der Kläger zum Gegenstand des Antrages zu I.2. gemacht hat, stellt zunächst eine unlautere Wettbewerbshandlung gemäß § 5a Abs. 1, § 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG dar.

(a) Nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG sind in dem von einem Diensteanbieter vorzuhaltenden Impressum zum Zwecke der Identifizierung desselben unter anderem der Name des Anbieters anzugeben. Eine natürliche Person hat sowohl ihren Vor- als auch Nachnamen anzugeben (BeckOK InfoMedienR/Ott, 39. Ed. 1.2.2023, TMG § 5 Rn. 28). Bei juristischen Personen oder den nach § 2 Satz 2 TMG gleichgestellten Personenhandelsgesellschaften, die mit der Fähigkeit ausgestattet sind, Rechte zu erwerben und Verbindlichkeiten einzugehen, ist eine korrekte und vollständige Angabe der Firma erforderlich (BeckOK InfoMedienR/Ott, 39. Ed. 1.2.2023, TMG § 5 Rn. 30).

(b) Die Vorschrift des § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG setzt insoweit Art. 5 Abs. 1 Buchst. a der E-Commerce-Richtlinie um. Die dort genannten Informationen gelten daher nach § 5b Abs. 4 UWG als wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG.

(c) Werden dem Nutzer eines Internet-Portals – wie hier nach den vom Landgericht getroffenen Feststellungen in Bezug auf das Restaurant – in Bezug auf den An-

bieter widersprüchliche Angaben zum Namen/der Firma der hinter dem Anbieter stehenden natürlichen oder juristischen Person gemacht, werden die dem Nutzer zur Identität des Anbieters zur Verfügung zu stellenden Informationen in unklarer und zweideutiger Weise im Sinne von § 5a Abs. 2 Nr. 2 UWG bereitgestellt und damit Vorenthalten im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG.

(d) Die Erheblichkeit des Vorenthalten der nach Vorstehendem wesentlichen Informationen kann auch in Bezug auf die Identität (den Namen) des Anbieters nicht verneint werden.

Erst die genaue Angabe der Identität des Unternehmers als potentiellem Geschäftspartner versetzt den Verbraucher in die Lage, den Ruf des Unternehmers im Hinblick auf die Qualität und die Zuverlässigkeit der von ihm angebotenen Produkte sowie dessen wirtschaftliche Bonität und Haftung einzuschätzen, um entscheiden zu können, ob er dessen Angebot nähertreten möchte (BGH, Urteil vom 18. Oktober 2017 – I ZR 84/16, Rn. 25, juris – Kraftfahrzeugwerbung; Urteil vom 18. April 2013 – I ZR 180/12, Rn. 13, juris – Brandneu von der IFA). Diese Überlegungen beanspruchen auch im Streitfall Geltung, in dem der Nutzer der von der Beklagten unterhaltenen Bestellplattform ein berechtigtes Interesse daran haben kann, sich schon im Vorfeld einer Bestellung über die Qualität des Speisen- und Getränkeangebotes eines bestimmten Unternehmens und dessen Zuverlässigkeit zu informieren.

Im Übrigen gelten die Ausführungen zum Vorenthalten der Angaben zum Registergericht und der Handelsregisternummer hier entsprechend (und erst recht). Es liegt auf der Hand, dass der Verbraucher (und sonstige Marktteilnehmer), der anlässlich einer Bestellung vertragliche Rechte und/oder Ansprüche gegenüber seinem (potentiellen) Vertragspartner ausüben möchte, zuverlässiger Angaben zur Identität des Anbieters bedarf und dass deren Fehlen dazu geeignet ist, jegliche Inanspruchnahme des Anbieters zu verhindern. Gegenteiliges hat die Beklagte mit der Berufungsbegründung auch nicht geltend gemacht.

(2) Die Aufnahme widersprüchlicher Angaben in Bezug auf die Identität eines auf der Plattform der Beklagten gelisteten Anbieters in das Impressum, wie sie der Kläger um Gegenstand des Antrages zu I.2. gemacht hat, verwirklicht zudem den Tatbestand des § 5a Abs. 1, § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG.

(a) Nach § 5b Abs. 1 UWG gelten für den Fall, dass Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten werden, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, die nachfolgend im einzelnen aufgeführten Informationen als wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG. Informationen, die der Unternehmer nach § 5b Abs. 1 UWG im Rahmen einer Werbung/eines Angebotes, das „als Aufforderung zum Kauf“ im Sinne von Art. 7 Abs. 4 der UGP-Richtlinie aufgefasst werden kann, bereitzustellen hat, sind – nicht anders als die vom Anwendungsbereich des § 5b Abs. 4 UWG erfassten – stets als wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG anzusehen (Ohly/Sosnitzka/Sosnitzka, 8. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 8). Auch hier kommt es mithin für die Beurteilung der Wesentlichkeit nicht auf die von der Beklagten geforderte Abwägung der Umstände des Einzelfalles an.

Diese Vorschrift beansprucht auch im Streitfall Geltung. Den Nutzern der Plattform der Beklagten wird dort unter Angabe von Preisen eine Bestellmöglichkeit für die dort für die einzelnen Anbieter gelisteten Speisen und Getränke eröffnet. Hierin liegt eine „Aufforderung zum Kauf“/ein „qualifiziertes Angebot“ im Sinne von § 5b Abs. 1 UWG (vgl. BGH, Urteil vom 14. September 2017 – I ZR 231/14, Rn. 18, juris – MeinPaket.de II)

(b) Zu den nach Vorstehendem wesentlichen Informationen zählen gemäß § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG auch die Identität (und Anschrift) des Unternehmers, gegebenenfalls die Identität (und Anschrift) desjenigen Unternehmers, für den er handelt.

Unter Identität ist der Name des Unternehmers zu verstehen, unter dem er im Geschäftsverkehr auftritt. Dies ist entweder der bürgerliche Name, bestehend aus Nachnamen und mindestens einem Vornamen oder die Firma (§ 17 HGB) nebst Rechtsformzusatz (Köhler in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 2.33; Dreyer in: Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/Dreyer, 5. Aufl. 2021, UWG § 5a Rn. 146).

(c) Auch die nach § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG als wesentlich geltenden Informationen zur Identität des dort gelisteten Anbieters sind dem Nutzer der Plattform der Beklagten im Streitfall im Sinne von § 5a Abs. 1 und 2 Nr. 2 UWG vorenthalten worden.

(d) Anhaltspunkte dafür, dass das Vorenthalten der Angaben zu der Identität des Anbieters hier ausnahmsweise als unerheblich zu gelten hätte, bestehen aus den bereits genannten Gründen nicht.

(3) Unterschiedliche Angaben zu der Identität ein- und desselben Anbieters sind ferner dazu geeignet, den Verbraucher im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG irrezuführen.

(a) Nach § 5 Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist gemäß § 5 Abs. 2 UWG irreführend, wenn sie unwahre Angaben (Fall 1) oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über - nachfolgend aufgezählte - Umstände (Fall 2) enthält (vgl. BGH, Urteil vom 12. Mai 2022 – I ZR 203/20, Rn. 12, juris – Webshop Awards; Urteil vom 15. Oktober 2020 – I ZR 210/18, Rn. 55, juris – Vorwerk; Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19, Rn. 14, juris – LTE Geschwindigkeit).

Hierzu rechnen nach § 5 Abs. 2 Nr. 3 UWG auch zur Täuschung geeignete Angaben über die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers wie die Identität des Unternehmens.

Ziel der vorgenannten Regelung ist es, dem Adressaten einer Werbung Klarheit darüber zu verschaffen, um welches Unternehmen es sich handelt (vgl. BGH, Urteil vom 19. April 2018 – I ZR 244/16, Rn. 38, juris – Namensangabe; Sosnitza in: Ohly/Sosnitza, 8. Aufl. 2023, UWG § 5 Rn. 579). Das in ihr niedergelegte Irreführungsverbot wird daher nicht nur durch Angaben berührt, aufgrund derer der angesprochene Verkehr einen falschen oder missverständlichen Eindruck vom dahinter stehenden Unternehmen erhält (Bornkamm/Feddersen in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5 Rn. 4.3), sondern auch durch eine Täuschung über die Person des Betriebsinhabers (Sosnitza in: Ohly/Sosnitza/Sosnitza, a.a.O.).

(b) Eine Irreführung im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG liegt nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs vor, wenn das Verständnis, das eine Angabe bei den Verkehrskreisen erweckt, an die sie sich richtet, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt (vgl. nur BGH, Urteil vom 12. Mai 2022 – I ZR 203/20, Rn. 18, juris – Webshop Awards; Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19, Rn. 14; juris – LTE-Geschwindigkeit). Ein solches Fehlverständnis kann auch durch mehrdeutige und widersprüchliche Angaben ausgelöst werden, wobei derwerbende in diesem Falle jede Bedeutung gegen sich gelten lassen muss (BGH, Urteil vom 8. März 2012 – I ZR 202/10, Rn. 17, juris – Marktführer Sport) und bei mehreren Angaben jede für sich zu-

treffend sein muss (vgl. Bornkamm/Feddersen in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5 Rn. 1.108).

(c) Mit diesen Grundsätzen ist es – wie das Landgericht zutreffend angenommen hat – nicht in Einklang zu bringen, wenn die wahre Identität eines Anbieters durch einander widersprechende Angaben zum Betriebsinhaber und dessen Anschrift verschleiert wird und der angesprochene Verkehr – wie hier - auch zu der Auffassung gelangen kann, dass die Identität des betreffenden Anbieters mit denjenigen Angaben richtig bezeichnet ist, die in ein objektiv unzutreffend gestaltetes Impressum aufgenommen worden sind.

(d) Es ist aus den bereits genannten Gründen auch nicht zweifelhaft, dass die vorgenannte Fehlvorstellung eine von dem mit den Angaben angesprochenen Verkehr zu treffende Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen geeignet ist (vgl. hierzu BGH, Urteil vom 24. Januar 2019 – I ZR 200/17, Rn. 67, juris – Das beste Netz; Urteil vom 28. April 2016 - I ZR 23/15, GRUR 2016, 1073 Rn. 27 – Geo-Targeting, mwN). Auch insoweit kommt nicht nur eine Beeinflussung des Verhaltens des angesprochenen Verkehrs im Vorfeld eines Vertragschlusses, sondern auch bei der Vertragsabwicklung in Betracht (vgl. Dreyer in: Harthe-Bavendamm/Henning-Bodewig, 5. Aufl. 2021, UWG § 5 Rn. 83 – 94; Bornkamm/Feddersen in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5 Rn. 1.10 und 1.16).

cc) Mit dem Antrag zu I.3. macht der Kläger einen Unterlassungsanspruch gestützt auf falsche Angaben zur Identität des Inhabers, der Anschrift, der vertretungsberechtigten Person und/oder der Umsatzsteuer-ID eines auf der Plattform der Beklagten gelisteten Anbieters in den zu diesem Unternehmen vorgehaltenen Impressen geltend.

Nach den vom Landgericht getroffenen Feststellungen, die der Senat seiner Entscheidung nach § 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO zugrunde zu legen hat, ist erstinstanzlich unstreitig geblieben, dass die von diesem Antrag umfassten Angaben in einem der Impressen, die über die Plattform der Beklagten zu dem Anbieter _____ abgerufen werden konnten, unzutreffend angegeben waren. Der Entscheidung ist ferner als unstreitig zugrunde zu legen, dass die im Impressum für den Anbieter „_____“ gemachten Angaben zu den vertretungsberechtigten Personen unzutreffend gewesen sind.

Hiermit sind den Verbrauchern teils wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG vorenthalten worden. Im Übrigen sind unzutreffende Angaben zum Unternehmensinhaber, zur Anschrift, zur vertretungsberechtigten Person und zur Umsatzsteuer-ID eines Unternehmens in der Gesamtschau des dem Gericht vom Kläger unterbreiteten Sachverhaltes, der sich dadurch auszeichnet, dass bei der Anbieterkennzeichnung in den Impressen zu den auf der Plattform der Beklagten gelisteten Unternehmen ausgesprochen unsorgfältig verfahren worden ist, auch dazu geeignet, den angesprochenen Verkehr über die (wahre) Identität und die geschäftlichen Verhältnisse des betreffenden Unternehmens im Sinne von § 5 Abs. 1 und 2 Nr. 3 UWG irrezuführen.

(1) Die Aufnahme unzutreffender Angaben in Bezug auf die Identität (den Namen) eines auf der Plattform der Beklagten gelisteten Anbieters, seiner Anschrift und der Umsatzsteuer-ID wie sie der Kläger zum Gegenstand des Antrages zu I.3. gemacht hat, stellt zunächst eine unlautere Wettbewerbshandlung gemäß § 5a Abs. 1, § 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit § 5 Abs. 1 Nrn. 1 und 6 TMG dar.

(a) Nach § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG sind in das von einem Diensteanbieter vorzuhaltende Im-

pressum zum Zwecke der Identifizierung desselben neben dem Namen (dazu bereits vorstehend unter bb (1) (a)) auch der Vertretungsberechtigte und die Anschrift, unter der der Anbieter niedergelassen ist, anzugeben. Die Anschrift muss vollständig sein und als ladungsfähige im Sinne von § 253 Abs. 2 Satz 1 ZPO in Verbindung mit § 130 Nr. 1 ZPO dienen können (BeckOK InfoMedienR/Ott, 39. Ed. 1.2.2023, TMG § 5 Rn. 29). Nach § 5 Abs. 1 Nr. 6 TMG sind in das Impressum ferner in Fällen, in denen der Anbieter eine Umsatzsteueridentifikationsnummer nach § 27a des Umsatzsteuergesetzes besitzt, die Angabe dieser Nummer aufzunehmen.

(b) Die Vorschrift des § 5 Abs. 1 Nrn. 1 und 6 TMG setzt hinsichtlich des in das Impressum aufzunehmenden Namens Art. 5 Abs. 1 Buchst. a der E-Commerce-Richtlinie, hinsichtlich der Anschrift Art. 5 Abs. 1 Buchst. b der E-Commerce-Richtlinie und hinsichtlich der Umsatzsteueridentifikationsnummer Art. 5 Abs. 1 Buchst. g der E-Commerce-Richtlinie um. Die dort genannten Informationen gelten daher nach § 5b Abs. 4 UWG ohne weiteres als wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG (vgl. zur Umsatzsteueridentifikationsnummer: Senat, Urteil vom 6. Dezember 2011 – 5 U 144/10, Rn. 9f, juris).

(c) Soweit es sich bei den vom Klageantrag zu I.3 erfassten Informationen um solche handelt, die nach § 5b Abs. 4 UWG als wesentlich gelten, kann in ihrer unzutreffenden Angabe aus den bereits genannten Gründen auch ein Vorenthalten im Sinne von § 5a Abs. 1 und 2 UWG gesehen werden.

(d) Dieses Verhalten muss im hier zu beurteilenden Fall, der sich dadurch auszeichnet, dass die Anbieterkennzeichnung in einem der dem Restaurant zugeordneten Impresen insgesamt unzutreffend gewesen sind, jedenfalls in der Gesamtschau auch als erheblich im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG angesehen werden.

Dass der Nutzer der Plattform der Beklagten spätestens im Zusammenhang mit einer etwaigen Ausübung vertraglicher Rechte oder der Geltendmachung von Ansprüchen gegen den Anbieter (zutreffende) Informationen zur Identität und Anschrift des Anbieters benötigt und ihn das Fehlen dieser Informationen auch von einer auf die Ausübung von Rechten/der Geltendmachung von Ansprüchen gerichteten geschäftlichen Entscheidung abhalten kann, wird auch von der Beklagten nicht in Abrede gestellt.

Im Übrigen folgt die Erheblichkeit des Fehlens zutreffender Pflichtangaben hier auch daraus, dass es insgesamt an einer verlässlichen Identifikation des Anbieters fehlt (vgl. OLG Frankfurt, Urteil vom 14. März 2017 – 6 U 44/16, Rn. 22, juris; OLG Hamm, Urteil vom 17. Dezember 2013 – I-4 U 100/13, Rn. 41, juris; OLG Hamm, Urteil vom 2. April 2009 – 4 U 213/08, Rn. 19f., juris; LG Stuttgart, Urteil vom 27. Juni 2014 – 11 O 51/14, Rn. 68, juris).

(2) Die Aufnahme falscher Angaben in Bezug auf die Identität und Anschrift eines auf der Plattform der Beklagten gelisteten Anbieters in das Impressum verwirklicht zudem den Tatbestand des § 5a Abs. 1, § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG.

(a) Zu den in ein – wie hier – qualifiziertes Angebot im Sinne von § 5b Abs. 1 UWG aufzunehmenden Informationen zählen nach Nr. 2 der Vorschrift neben den Angaben zur Identität des Unternehmers auch solche zu seiner Anschrift, wobei Anschrift auch hier eine geographische Adresse meint, die es dem Verbraucher ermöglicht, persönlich („räumlich“) oder mittels Schriftstücken („brieflich“) Kontakt zu dem Unternehmer aufzunehmen (Köhler in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 2.34) und zugleich als ladungsfähig-

ge Anschrift genutzt werden kann (vgl. BGH, Urteil vom 18. Oktober 2017 – I ZR 84/16, Rn. 20, juris – Kraftfahrzeugwerbung; Sosnitza in: Ohly/Sosnitza, 8. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 15).

(b) Die nach § 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG als wesentlich geltenden Informationen sind dem Nutzer der Plattform der Beklagten auch durch die Falschbezeichnung des Unternehmensinhabers und die Angabe einer unzutreffenden Anschrift im Sinne von § 5a Abs. 1 und 2 Nr. 2 UWG vorenthalten worden.

(c) Anhaltspunkte dafür, dass das Vorenthalten der Angaben zu Identität und Anschrift hier ausnahmsweise als unerheblich zu gelten hätte, bestehen aus den bereits genannten Gründen nicht.

(3) Ob auch die von § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG weiter geforderte Angabe des Vertretungsberechtigten als wesentliche Information unter den Tatbestand des § 5a Abs. 1 UWG gefasst und ihr Vorenthalten daher als Verstoß gegen § 5a Abs. 1, § 5b Abs. 4 UWG und/oder gegen § 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 2 UWG einzustufen sein kann, muss hier nicht entschieden werden (vgl. hierzu Senat, Urteil vom 8. April 2016 – 5 U 156/14, sub. B. V. juris; OLG Düsseldorf, Urteil vom 18. Juni 2013 – I-20 U 145/12, Rn. 27; Senat, Beschluss vom 21. September 2012 – 5 W 204/12, Rn. 11f, juris; LG München I, Urteil vom 4. Juni 2019 – 33 O 6588/17, Rn. 90, juris; Sosnitza in: Ohly/Sosnitza, 8. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 86; Köhler in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, 41. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 2.33; MüKoUWG/Alexander, 3. Aufl. 2020, UWG § 5a Rn. 366; Micklitz/Schirnbacher in: Spindler/Schuster, 4. Aufl. 2019, TMG § 5 Rn. 53).

(4) Denn Falschangaben zur Identität, zur Anschrift, zur Umsatzsteueridentifikationsnummer und auch zum gesetzlichen Vertreter eines Unternehmens sind jedenfalls dazu geeignet, den Verbraucher im Sinne von § 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 3 UWG über die Identität und die geschäftlichen Verhältnisse des Anbieters irrezuführen.

(a) Die von dem Kläger als unzutreffend beanstandeten Angaben zu der Person, die hinter dem auf dem Portal der Beklagten gelisteten Anbieter von Speisen und Getränken steht, zu der Anschrift, zu Umsatzsteueridentifikationsnummer und auch zur Person des Vertretungsberechtigten stellen sich aus den bereits unter bb) (3) (a), (b) genannten Gründen, auf die zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug genommen wird, als irreführend im Sinne von § 5 Abs. 1 und 2 Nr. 3 UWG dar. Hinzu kommt, dass Angaben, die nicht nur widersprüchlich, sondern objektiv unwahr sind, bei den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres eine von den tatsächlichen Verhältnissen abweichende Fehlvorstellung hervorzurufen geeignet sind.

Mit den unzutreffenden Angaben zu dem Restaurant _____ wird der Verkehr insgesamt über die Identität, die (postalische) Erreichbarkeit, den zutreffenden Ansprechpartner für die Ausübung vertraglicher Rechte und die Geltendmachung von Ansprüchen und die steuerlichen Verhältnisse dieses Anbieters getäuscht. In Bezug auf den Anbieter _____ werden jedenfalls unzutreffende Vorstellungen über den zutreffenden Ansprechpartner für Anliegen im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung ausgelöst, wobei dieser Irrtum angesichts der ebenfalls unzutreffenden Angaben zum Registergericht und zur Handelsregisternummer auch nicht un schwer auszuräumen gewesen ist.

(b) Die durch Falschangaben im Rahmen der Anbieterkennzeichnung ausgelöste Fehlvorstellung ist ferner dazu geeignet, den Verkehr zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Auch hier kommt nicht allein eine Entscheidung

im Vorfeld der Vertragsanbahnung, die allerdings auch im Bereich der Bestellung von Speisen und Getränken von den Informationen jedenfalls zur Identität des Anbieters und hiermit einhergehend zu dessen Ruf im Hinblick auf die Qualität und die Zuverlässigkeit der von ihm angebotenen Produkte beeinflusst werden kann, sondern auch eine geschäftliche Entscheidung im Zusammenhang mit der Abwicklung des einmal angebahnten Vertrages in Betracht.

d) Das Landgericht hat ferner zutreffend angenommen, dass die Beklagte im Streitfall auch für die nach Vorstehendem gegebenen Verstöße gegen die Verpflichtung zu einer ordnungsgemäßen Anbieterkennzeichnung einzustehen hat.

Die Beklagte hat - den vom Landgericht getroffenen Feststellungen zufolge, die der Senat seiner Entscheidung nach § 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO zugrunde zu legen hat - die hier in Rede stehenden unzutreffenden und/oder unvollständigen Angaben unstreitig selbst händisch in die Impressen der verschiedenen Anbieter übernommen. Übernimmt es die Beklagte auf diese Art und Weise, für die Einhaltung der die einzelnen Anbieter treffenden Impressumspflicht Sorge zu tragen und beteiligt sie sich eigenhändig an der Eintragung der gesetzlich geforderten Pflichtangaben in die verschiedenen Impressen, hat sie für irreführende Angaben im Sinne von § 5 Abs. 1 UWG als Täter der unlauteren Wettbewerbshandlung und mit Blick auf die Verletzung von Informationspflichten aufgrund des von ihr unstreitig in Kenntnis der unzureichenden Angaben - die Beklagte hält u.a. willkürlich eingegebene Handelsregisternummern und widersprechende Mehrfachangaben zu demselben Anbieter vor - geleisteten kausalen Tatbeitrages jedenfalls als Teilnehmerin an der Verletzung derselben einzustehen.

Die Frage nach der Zumutbarkeit der Sicherstellung eines rechtskonformen Zustandes durch den Plattformbetreiber stellt sich im Streitfall nicht. Übernimmt es die Beklagte - wie hier - selbst, für die Eintragung der Pflichtangaben in das Impressum zu den jeweiligen Anbietern der über ihre Plattform bestellbaren Speisen und Getränke Sorge zu tragen, muss sie hierbei ohne weiteres diejenige Sorgfalt walten lassen, die auch von den impressumpflichtigen Anbietern auf der Plattform zu fordern ist.

e) Die für die geltend gemachten Unterlassungsansprüche gemäß § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG weiter erforderliche Wiederholungsgefahr liegt vor. Ist es - wie im Streitfall - zu einem Wettbewerbsverstoß gekommen, streitet eine tatsächliche Vermutung für die Wiederholungsgefahr. Diese kann regelmäßig - und so auch hier - nur durch die bisher nicht geschehene Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ausgeräumt werden (BGH, Urteil vom 14. Januar 2016 - I ZR 65/14, Rn. 52f, juris - Freunde finden).

3. Mit Rücksicht auf Vorstehendes bestehen auch keine Bedenken dagegen, dass das Landgericht dem Kläger gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG aF, der hier weiter Anwendung findet, einen Anspruch auf Erstattung der Kostenpauschale zugesprochen hat.

C.

Die Rechtssache hat weder grundsätzliche Bedeutung, noch machen die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Senats durch Urteil unter Zulassung der Revision erforderlich. Die für die Entscheidung des Rechtsstreits maßgeblichen Rechtsfragen sind durch die zitierte obergerichtliche und höchstrichterliche Rechtsprechung hinreichend geklärt. Auch sonstige Gründe, die die Durchführung einer mündlichen Verhandlung gebieten, liegen nicht vor.

Der Senat beabsichtigt daher, die Berufung der Beklagten durch Beschluss gemäß § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen. Dabei kann den von der Beklagten gegen die Vollstreckungsfähigkeit des landgerichtlichen Urteils erhobenen Bedenken durch die (auch nach § 319 ZPO mögliche) Aufnahme der konkreten Verletzungsform in den Tenor in der bisherigen Fassung, aber einer besseren Druckqualität Rechnung getragen werden.

Aufgrund vorstehender Erwägungen regt der Senat eine Rücknahme der Berufung an. Im Falle einer Rücknahme der Berufung können Gerichtsgebühren gespart werden (Ermäßigung der Gebühr für das Verfahren im Allgemeinen von 4,0 auf 2,0 gem. Nr. 1222 KV).

Vorsorglich weist der Senat darauf hin, dass er weiteren – streitigen – Vortrag nur nach Maßgabe des § 531 Abs. 2 ZPO zulassen dürfte. Gründe für die Zulassung wären daher ggf. glaubhaft zu machen. Ferner weist der Senat darauf hin, dass weiterer Vortrag zurückgewiesen werden könnte, wenn sich der Rechtsstreit dadurch verzögert und ein Entschuldigungsgrund für den unterbliebenen Vortrag in der Berufungsbegründung nicht glaubhaft gemacht ist (§§ 530, 296 Abs. 1, 4 ZPO).

D.

Die beabsichtigte Wertfestsetzung beruht auf §§ 63 Abs. 2 Satz 1, 39 Abs. 1, 40, 43 Abs. 1, 47 Abs. 1, 48 Abs. 1, 51 Abs. 2 GKG i.V.m. § 3 ZPO.

Vorsitzender Richter
am Kammergericht

Richter
am Kammergericht

Richterin
am Kammergericht

Für die Richtigkeit der Abschrift
Berlin, 28.04.2023

_____, JHSekr'in
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle