BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 24/12

Verkündet am:
9. Oktober 2013
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

Alpenpanorama im Heißluftballon

UWG § 5a Abs. 3 Nr. 1, Nr. 2

Der Anbieter von Gutscheinen für „Erlebnisse" (hier: Ballonfahrt in den Alpen), die innerhalb von drei Jahren vom Kunden oder einer von ihm beschenkten Person bei Drittunternehmen (Erlebnispartnern) eingelöst werden können, ist nicht gemäß § 5a Abs. 3 Nr. 2 Fall 2 UWG gehalten, bereits beim annahmefähigen Angebot des Erlebnisses auf seiner Internetseite über Identität und Anschrift des die Ballonfahrt durchführenden Unternehmens zu informieren.

BGH, Urteil vom 9. Oktober 2013 - I ZR 24/12 - OLG München
LG München I

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 9. Oktober 2013 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Dr. h.c. Bornkamm und die Richter Prof. Dr. Schaffert, Dr. Kirchhoff, Dr. Grabinski und Dr. Löffler

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Beklagten wird das Urteil des 6. Zivilsenats des Oberlandesgerichts München vom 1. Dezember 2011 abgeändert.

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil des Landgerichts München I - 17. Kammer für Handelssachen - vom 3. Februar 2011 aufgehoben.

Die Klage wird abgewiesen.

Die Klägerin trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Beklagte bietet über ihren Internetauftritt die Möglichkeit an, gegen Entgelt sogenannte Erlebnisse zu buchen. Am 28. Oktober 2009 bot sie als ein

solches Erlebnis die Fahrt mit einem Heißluftballon an ("Alpen-Panorama im Heißluftballon"). In dem Angebot war der Preis der Fahrt genannt (249 €) sowie angegeben, dass diese im Ort Jachenau bei Bad Tölz starten und etwa 60 bis 90 Minuten dauern sollte. Die Ballonfahrt konnte durch Anklicken des "Warenkorbs" auf der sich dadurch öffnenden Seite "Weiter in der Bestellung" gebucht werden. In den mit ihrer Internetseite durch einen elektronischen Verweis verbundenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen wies die Beklagte darauf hin, dass sie selbst nicht die Durchführung der Ballonfahrt schulde, sondern nur die Vermittlung von Veranstaltern, den sogenannten Erlebnispartnern. Zu diesem Zweck übermittelte die Beklagte dem Kunden nach der Buchung einen Gutschein, der nach ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen durch den Kunden oder eine beliebige dritte Person innerhalb von drei Jahren bei einem der gegebenenfalls aus einem Pool von mehreren Veranstaltern auszuwählenden Erlebnispartner eingelöst werden konnte.

2 Auf der Internetseite der Beklagten war nicht angegeben, welche Erlebnispartner für die angebotene Ballonfahrt zur Verfügung standen. Darin sieht die klagende Wettbewerbszentrale einen Verstoß gegen § 5a Abs. 2, Abs. 3 Nr. 2 UWG. Dem Kunden werde dadurch, dass die Beklagte die Identität und die Anschrift des Erlebnispartners im Zeitpunkt des Erwerbs des Gutscheins vorenthalte, eine informierte geschäftliche Entscheidung unmöglich gemacht.

3 Die Klägerin hat beantragt, die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen,

> es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr handelnd im Internet, insbesondere im Rahmen des Internet-Auftritts unter www.....de, die Möglichkeit zur Buchung einer entgeltlichen Teilnahme an von einem Dritten durchgeführten Ballonfahrten unter Hinweis auf Ausgangspunkt und/oder Dauer der Fahrt sowie unter Hinweis auf den Preis anzubieten, ohne den Verbraucher dabei über die Identität und Anschrift des die Ballonfahrt durchführenden Unternehmens zu informieren.

Hinweis: Auch Teile der Urteilssammlung sind als Datenbank nach §§ 87a ff. UrhG geschützt.

JLaw – Gesetze und Urteile (mobile App)
Kostenlos
Über 200 Gesetze
Über 100.000 Urteile
JLaw – für Android
JLaw – für iOS

4 Die Beklagte hat demgegenüber vorgebracht, sie handele nicht im Sinne von § 5a Abs. 3 Nr. 2 Alternative 2 UWG für den Veranstalter des gebuchten Erlebnisses. Der Kunde erwerbe durch den Kauf des Gutscheins lediglich einen gegen sie gerichteten Vermittlungsanspruch, der darauf gerichtet sei, aus einem Pool von Veranstaltern auszuwählen und den Erlebnis-Gutschein bei diesem einzulösen. Der eigentliche Vertrag mit dem Erlebnispartner komme erst zustande, wenn der Kunde den endgültigen Termin mit dem von ihm erst noch auszuwählenden Partner abstimme. Es stehe ihr, der Beklagten, frei, die dem Pool angehörigen Erlebnispartner auszutauschen oder bis zur Buchung des Erlebnisses durch den Kunden aus wichtigem Grund - z.B. wenn kein Veranstalter mehr zur Verfügung stehe - vom Vermittlungsvertrag zurückzutreten.

5 Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt. Die Berufung der Beklagten ist ohne Erfolg geblieben (OLG München, WRP 2012, 575). Mit der vom Berufungsgericht zugelassenen Revision, deren Zurückweisung die Klägerin beantragt, verfolgt die Beklagte ihren Klageabweisungsantrag weiter.

Entscheidungsgründe:

6 I. Das Berufungsgericht hat angenommen, der Klägerin stehe der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zu, weil das streitgegenständliche Internetangebot der Beklagten den Informationspflichten des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG unterliege und die Beklagte diese verletzt habe, indem sie die Anschrift und Identität der Erlebnispartner in ihrer Werbung nicht mitgeteilt habe. Hierzu hat es ausgeführt:

7 Die vermittelten Dienstleistungen würden auf der Internetseite der Beklagten unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis so angeboten, dass ein

durchschnittlicher Verbraucher die Angebote wahrnehmen könne. Da der Kunde hierdurch unmittelbar vertraglich gebunden werde, gebiete es der Schutzzweck des § 5a Abs. 3 UWG, allein auf den rechtsverbindlichen Vertrag mit der Beklagten abzustellen, durch den der Kunde zur Zahlung des Preises für die vermittelte Ballonfahrt verpflichtet werde. Dass der Kunde das Geschäft über die Durchführung der Fahrt nicht unmittelbar mit der Beklagten abschließen könne, sondern darüber nach Einlösung des zuvor erworbenen Gutscheins noch einen zweiten Vertrag mit dem Veranstalter der Fahrt schließen müsse, ändere an seinem Schutzbedürfnis hinsichtlich des ersten Vertrags mit der Beklagten nichts. Die Regelung des § 5a Abs. 2 und 3 UWG stelle auf die Entscheidungsfreiheit des Verbrauchers in dem Zeitpunkt ab, in dem er auf das Angebot einer Dienstleistung hin das Geschäft abschließen könne. Der Verbraucher, auf dessen Sicht und Informationsbedürfnis abzustellen sei, habe zur Prüfung der Entscheidung über die Annahme des Erlebnis-Angebots der Beklagten schon im Hinblick auf die mit der angebotenen Ballonfahrt verbundenen Gefahren grundsätzlich ein erhebliches Interesse zu erfahren, welches Unternehmen die Fahrt durchführe.

8 II. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg. Die Erwägungen, mit denen das Berufungsgericht den auf § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG gestützten Unterlassungsanspruch bejaht hat, halten der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

9 1. Aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden ist allerdings die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte habe ihre Dienstleistung so angeboten, dass der Verbraucher das Geschäft im Sinne von § 5a Abs. 3 Satz 1 UWG abschließen könne.

10 a) Gemäß § 5a Abs. 2 UWG handelt unlauter, wer die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern im Sinne des § 3 Abs. 2 UWG dadurch beeinflusst,

dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Beschränkungen der Kommunikationsmittel wesentlich ist. Nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 Fall 2 UWG gilt die Information über die Identität und Anschrift des Unternehmers als wesentlich, für den der in Anspruch genommene Unternehmer handelt, sofern 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, es sei denn, diese Informationen ergeben sich unmittelbar aus den Umständen.

11 b) Das Berufungsgericht ist zutreffend davon ausgegangen, dass die Beklagte den Informationspflichten nach § 5a Abs. 3 UWG unterliegt, weil sie ihre entgeltliche Dienstleistung auf ihrer Internetseite im Sinne dieser Vorschrift so angeboten hat, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann.

12 aa) Hierfür ist es erforderlich, aber auch ausreichend, dass der Verbraucher hinreichend über das beworbene Produkt und dessen Preis informiert ist, um eine informationsgeleitete geschäftliche Entscheidung treffen zu können (vgl. EuGH, Urteil vom 12. Mai 2011 - C-122/10, Slg. 2011, I-3903 = GRUR 2011, 930 Rn. 33 - Ving Sverige; BGH, Urteil vom 21. Juli 2011 - I ZR 192/09, GRUR 2012, 402 Rn. 32 = WRP 2012, 450 - Treppenlift; Urteil vom 18. April 2013 - I ZR 180/12, GRUR 2013, 1169 Rn. 10 = WRP 2013, 1459 - Brandneu von der IFA). Das ist - unabhängig davon, ob das der Absatzförderung dienende Verhalten bereits ein Angebot im Sinne von § 145 BGB oder eine sogenannte invitatio ad offerendum beinhaltet - dann anzunehmen, wenn dem Verbraucher die wesentlichen Vertragsbestandteile bekannt sind (vgl. BGH, Urteil vom 29. April 2010 - I ZR 99/08, GRUR 2011, 82 Rn. 33 = WRP 2011, 55 - Preiswerbung ohne Umsatzsteuer; Dreyer in Harte/Henning, UWG, 3. Aufl., § 5a Rn. 96; Großkomm.UWG/Lindacher, 2. Aufl., § 5a Rn. 24). Diese Voraus-

setzungen sind im Streitfall gegeben. Die Beklagte hat die Vermittlung einer in Jachenau bei Bad Tölz startenden Ballonfahrt in Form eines bei einem durchführenden Unternehmen einlösbaren Gutscheins zum Preis von 249 € und damit ein konkret beschriebenes Produkt gegen bestimmtes Entgelt angeboten.

13 bb) Entgegen der Ansicht der Revision steht es der Annahme eines Angebots im Sinne von § 5a Abs. 3 UWG nicht entgegen, dass im Zeitpunkt des Kaufs des Gutscheins über die Internetseite der Beklagten der genaue Ort und das Datum der Durchführung der vermittelten Ballonfahrt ebenso wenig feststehen wie der die Fahrt durchführende „Erlebnispartner".

14 Die Revision berücksichtigt nicht hinreichend, dass es bei der Frage, welche Informationspflichten die Beklagte gemäß § 5a Abs. 3 UWG treffen, auf die im Sinne dieser Vorschrift konkret von ihr dem Verbraucher angebotene Dienstleistung ankommt. Die Beklagte selbst führt aber - worauf die Revision mit Recht hinweist - keine Ballonfahrten durch, sondern vermittelt diese nur. Für die Prüfung, ob ein hinreichend bestimmtes Angebot im Sinne des § 5a Abs. 3 Halbsatz 1 UWG vorliegt, sind deshalb im Streitfall nicht die Modalitäten der von Dritten zu erbringenden Durchführung der Ballonfahrt maßgebend, sondern die von der Beklagten angebotene Leistung. Diese besteht nach den Feststellungen des Berufungsgerichts in der Vermittlung einer Ballonfahrt in der Weise, dass der Kunde von der Beklagten gegen ein Entgelt einen Gutschein erwirbt, der zur Einlösung bei einem dritten, die Ballonfahrt durchführenden Unternehmer berechtigt, ohne dass diesem gegenüber ein weiteres Entgelt zu zahlen ist. Das Angebot der Beklagten ist ferner dadurch gekennzeichnet, dass der Gutschein auf eine dritte Person übertragbar und auch seine Einlösung flexibel gestaltet ist. So kann der Gutschein nach den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten innerhalb eines Zeitraums von drei Jahren eingelöst werden und die konkrete Fahrt ausweislich der Werbung "im Winter von Anfang Dezember bis Ende März, an bestimmten Tagen auch bis in den Mai" in Anspruch ge-

nommen werden. Dem Inhaber des Gutscheins wird zudem die Möglichkeit eröffnet, das die Ballonfahrt konkret durchführende Unternehmen aus einer Mehrzahl von Anbietern auszuwählen, die von der Beklagten benannt werden. Insgesamt ist der von der Beklagten angebotene Gutschein damit insbesondere dafür geeignet und nach dem Vorbringen der Revision auch dazu bestimmt, um vom Kunden an einen Dritten verschenkt und von diesem nach seinen Bedürfnissen eingelöst zu werden. Daraus ergibt sich, dass die von der Revision hervorgehobene Flexibilität in Bezug auf die zeitliche Durchführung und die Auswahl des konkreten Anbieters der Ballonfahrt gerade kennzeichnend für das im Streitfall maßgebende Angebot ist und damit der Annahme eines hinreichend bestimmten Angebots im Sinne von § 5a Abs. 3 Halbsatz 1 UWG nicht entgegensteht.

15 2. Die Revision wendet sich jedoch mit Erfolg gegen die Annahme des Berufungsgerichts, die Beklagte sei gemäß § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG verpflichtet, in der Werbung für ihr Angebot die Identität und Anschrift des die Ballonfahrt durchführenden Unternehmens anzugeben.

16 a) Gemäß § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG gelten Identität und Anschrift des Unternehmers, gegebenenfalls Identität und Anschrift des Unternehmers, für den er handelt, als wesentliche und daher im Angebot gemäß § 5a Abs. 3 Halbsatz 1 UWG mitzuteilende Information.

17 b) Das Berufungsgericht hat angenommen, dass die Beklagte im Streitfall im Sinne dieser Vorschrift für die Unternehmer gehandelt hat, die die Ballonfahrt nach Einlösung des von der Beklagten erworbenen Gutscheins tatsächlich durchführen. Die Beklagte habe nicht in Abrede gestellt, dass zwischen ihr und den Veranstaltern, die sie den Erwerbern der Gutscheine zur Auswahl nenne, bereits vorab Vereinbarungen bestünden, die die Veranstalter verpflichteten, den Gutschein einzulösen. Dafür erhielten die Veranstalter einen Teil des von

der Beklagten eingenommenen Preises. Es sei nicht entscheidend, dass der Kunde bei Bestellung des Gutscheins zunächst nur einen Vertrag mit der Beklagten abschließe, während der Vertrag mit dem Veranstalter der Ballonfahrt erst zustande komme, wenn der Kunde diesen ausgewählt und mit ihm einen Termin vereinbart habe. Rechtlich gebunden sei der Kunde bereits durch den Vertragsschluss mit der Beklagten, er schulde auch sofort den vollen Preis für die Ballonfahrt. Wolle der Kunde den Gutschein nicht verfallen lassen, müsse er den Veranstalter auswählen und das im Gutschein verbriefte Recht in Anspruch nehmen. Der Kunde habe schon im Hinblick auf die mit der angebotenen Ballonfahrt verbundenen Gefahren bereits beim Kauf des Gutscheins ein durch § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG geschütztes Interesse zu erfahren, wer die Ballonfahrt durchführe oder dafür zur Auswahl stehen werde. Deshalb sei die Art und Weise, in der die Veranstalter durch das Angebot der Beklagten im Internet und dessen Annahme verpflichtet würden, einer in § 5a Abs. 3 Nr. 2 Fall 2 UWG geregelten Stellvertretung zumindest vergleichbar. Dass der Vertrag zwischen dem Kunden der Beklagten und den Veranstaltern erst durch die Auswahl durch den Kunden mit einer Wirkung ex nunc zustande komme, entspreche der Situation einer Stellvertretung "für den, den es angeht".

18 c) Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand. Die Beklagte hat nicht für die Veranstalter der angebotenen Ballonfahrt im Sinne von § 5a Abs. 3 Nr. 2 Fall 2 UWG gehandelt. Nach dem Sinn und Zweck und dem systematischen Zusammenhang der Bestimmung des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG geht es um die Mitteilung der Anschrift und Identität desjenigen Unternehmers, für dessen Waren oder Dienstleistungen sich der Verbraucher auf der Grundlage des ihm im Sinne des § 5a Abs. 3 Halbsatz 1 UWG gemachten Angebots entscheiden kann. Dies ist im Streitfall allein die Beklagte als Anbieterin der entgeltlichen Vermittlung von Ballonfahrten in Form einer Veräußerung von flexibel einzulösenden Gutscheinen. Die Dienstleistung der Durchführung einer

Ballonfahrt war dagegen nicht Gegenstand des angegriffenen konkreten Angebots der Beklagten und ist daher nicht vom Schutzzweck des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG erfasst.

19 aa) Gemäß Art. 7 Abs. 1 und Erwägungsgrund 14 Satz 3 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, die für die unionsrechtskonforme Auslegung des § 5a UWG maßgebend sind, geht es bei dieser Bestimmung darum sicherzustellen, dass der Verbraucher diejenigen Basisinformationen erhält, die er benötigt, um eine informationsgeleitete geschäftliche Entscheidung zu treffen. Die in § 5a Abs. 3 UWG in Umsetzung von Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG gesondert aufgeführten Informationen betreffen die Verbraucherentscheidung für das Geschäft, dessen Abschluss ihm unter den qualifizierten Voraussetzungen des § 5a Abs. 3 Halbsatz 1 UWG und Art. 7 Abs. 4 Halbsatz 1 der Richtlinie 2005/29/EG in annahmefähiger Form angeboten wird. Gemäß § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG sind deshalb Identität und Anschrift des Vertragspartners des Verbrauchers im Hinblick auf das insoweit qualifiziert angebotene Geschäft anzugeben (vgl. Dreyer in Harte/Henning aaO § 5a Rn. 105; Bornkamm in Köhler/Bornkamm, UWG, 32. Aufl., § 5a Rn. 33).

20 Soweit § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG die Informationspflicht auf die Identität und Anschrift desjenigen Unternehmers erweitert, für den der anbietende Unternehmer handelt, stellt das Gesetz sicher, dass dem Verbraucher auch dann die Identität und die Anschrift seines Vertragspartners offenbart werden, wenn dieser beim Abschluss des Geschäfts nicht selbst in Erscheinung tritt, sondern ein Dritter dem Verbraucher das Geschäft anbietet. Auch in dieser Konstellation geht es nach dem systematischen Zusammenhang der Regelung jedoch allein um die Offenbarung von Informationen über den Vertragspartner des im Sinne von § 5a Abs. 3 Halbsatz 1 UWG qualifiziert angebotenen Geschäfts und nicht auch um Informationen über Unternehmer, die - möglicherweise - erst bei der

späteren Durchführung dieses qualifiziert angebotenen Geschäfts eingebunden sind.

21 bb) Nichts anderes folgt aus dem Sinn und Zweck des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG. Für eine informationsgeleitete geschäftliche Entscheidung muss der Verbraucher wissen, wer sein Vertragspartner wird und wie er ihn zumindest räumlich und brieflich, auch im Falle der Rechtsverfolgung, erreichen kann (Fezer/Peifer, UWG, 2. Aufl., § 5a Rn. 51). Ein problemloser Kontakt mit dem anbietenden Unternehmer ist nicht gewährleistet, wenn er im Falle der Auseinandersetzung mit dem das Geschäft anbietenden Unternehmer erst die exakte Identität ermitteln muss (vgl. BGH, GRUR 2013, 1169 Rn. 13 - Brandneu von der IFA, mwN). Vor diesem Hintergrund ist es dementsprechend der Zweck der Einbeziehung des Vertreters des Anbieters durch § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, in Fällen eines fehlenden primären Verantwortungssubjekts denjenigen für den Verbraucher erreichbar zu machen, der an die Stelle des primär Verantwortlichen im Rechtsverkehr gegenüber dem Verbraucher tritt (Fezer/Peifer aaO § 5a Rn. 51).

22 Im Streitfall wird jedoch die Beklagte selbst Vertragspartner des dem Verbraucher in der Werbung konkret angebotenen Vermittlungsgeschäfts. Es reicht daher zur Erfüllung der systematisch allein auf dieses Geschäft bezogenen Informationspflicht aus § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG aus, dass die Beklagte ihre eigene Identität und Anschrift offenbart.

23 cc) Entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts folgt eine Pflicht zur Angabe von Identität und Anschrift der die Ballonfahrt durchführenden Unternehmen auch nicht deshalb aus § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, weil der Verbraucher schon wegen der mit einer Ballonfahrt verbundenen Gefahren bereits bei Abschluss des Vermittlungsvertrages ein schutzwürdiges Interesse daran hat zu erfahren, wer die Ballonfahrt durchführen oder dafür zur Auswahl stehen wird.

24 Das Berufungsgericht hat ein solches Informationsinteresse des Verbrauchers allerdings rechtsfehlerfrei bejaht. Soweit die Revision dem entgegenhält, das Berufungsgericht habe verkannt, dass der durchschnittliche Verbraucher, der einen Geschenkgutschein bei der Beklagten kaufe, sich auf deren Qualitätsmanagement bei der Vermittlung geeigneter Erlebnispartner verlasse, weil er selbst dessen Eignung und Zuverlässigkeit nicht überprüfen könne, ersetzt sie lediglich die tatrichterliche Beurteilung durch ihre eigene, ohne einen Rechtsfehler des Berufungsgerichts aufzuzeigen. Es ist insbesondere nicht erfahrungswidrig, dass die Verbraucher bei Dienstleistungen, die mit gewissen Risiken für Leib und Leben des Kunden oder einer von ihm mit der Dienstleistung beschenkten Person verbunden sind, besonderen Wert auf die Qualifikation und Zuverlässigkeit des durchführenden Unternehmers legen und deshalb die Möglichkeit für eigene Nachforschungen erhalten wollen.

25 Das Berufungsgericht hat aber nicht hinreichend berücksichtigt, dass dieses Informationsinteresse des Verbrauchers nicht im Sinne von § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG auf die Identifizierung des Vertragspartners gerichtet ist, um mit ihm räumlich und brieflich in Kontakt treten oder ihn gegebenenfalls im Falle der Rechtsverfolgung erreichen zu können. Das vom Berufungsgericht festgestellte Informationsinteresse betrifft vielmehr die Frage, ob sich die beworbene Vermittlung auf eine Leistung bezieht, die von hinreichend qualifizierten und vertrauenswürdigen Personen durchgeführt wird. Es geht damit um das Interesse des Verbrauchers an der Aufklärung über ein für die vermittelte sicherheitsrelevante Dienstleistung wesentliches Merkmal und damit im Kern um die Qualität der von der Beklagten angebotenen Vermittlungsleistung. Dieses Informationsinteresse wird jedoch nicht durch die Bestimmung des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG geschützt, die - wie dargelegt - allein die Kontaktaufnahme mit dem Anbieter der konkret beworbenen Leistung sicherstellen soll. Das Bedürfnis, sich vor dem Erwerb des von der Beklagten angebotenen Gutscheins über die Qualität

und Vertrauenswürdigkeit der die Ballonfahrt durchführenden Personen ein Bild zu machen, ist vielmehr von § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG erfasst, wonach die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung zu den im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG mitzuteilenden Informationen gehören.

26 Ein schützenswertes Interesse desjenigen Verbrauchers, der nicht direkt beim Veranstalter eine konkret bestimmte Ballonfahrt, sondern allein deren Vermittlung in Form eines zeitlich flexibel einlösbaren und übertragbaren Gutscheins buchen will, an der Mitteilung der Identität und Anschrift des Veranstalters hat das Berufungsgericht nicht festgestellt. Ein durch § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG geschütztes Verbraucherinteresse, bereits vor Abschluss des Vermittlungsvertrages Kontakt zu dem möglicherweise erst Monate oder Jahre nach Abschluss des Vermittlungsgeschäfts durch den Kunden oder den von ihm beschenkten Dritten erst noch auszuwählenden Veranstalter der Ballonfahrt aufzunehmen, ist auch sonst nicht ersichtlich.

27 III. Das Berufungsurteil erweist sich auch nicht aus anderen Gründen als richtig (§ 561 ZPO). Ein den Klageantrag rechtfertigender Unterlassungsanspruch kann insbesondere nicht auf § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG gestützt werden.

28 1. Nach dieser Bestimmung hat der Unternehmer im Falle eines abschlussfähigen Angebots im Sinne von § 5a Abs. 3 Satz 1 UWG alle wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung in dem dieser und dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang anzugeben. Dabei ist der Umfang der zu erteilenden Information anhand der Umstände der Aufforderung zum Kauf, der Beschaffenheit und der Merkmale des Produkts sowie des verwendeten Kommunikationsmediums zu beurteilen (EuGH, GRUR 2011, 930 Rn. 55 - Ving Sverige).

29 2. Wie dargelegt, hat das Berufungsgericht rechtsfehlerfrei festgestellt, dass der Verbraucher bereits bei Abschluss des Vermittlungsvertrages schon wegen der mit einer Ballonfahrt verbundenen Gefahren ein schutzwürdiges Interesse daran hat zu erfahren, wer diese durchführen oder dafür zur Auswahl stehen wird. Dennoch kann nicht angenommen werden, dass die Beklagte verpflichtet ist, bereits im Rahmen ihres Internetauftritts schlechthin über die Identität und Anschrift des die Ballonfahrt durchführenden Unternehmens zu informieren.

30 a) Eine Verpflichtung zur Mitteilung der Anschrift des die Ballonfahrt durchführenden Unternehmens scheidet bereits deshalb aus, weil das vom Berufungsgericht festgestellte Informationsinteresse des Verbrauchers allenfalls die Pflicht der Beklagten zur Mitteilung der Identität der Erlebnispartner rechtfertigen kann. Denn dadurch wird dem Verbraucher ermöglicht, seinerseits Erkundigungen über den oder die in Betracht kommenden Erlebnispartner einzuholen und dadurch die Qualität und Preiswürdigkeit der von der Beklagten angebotenen Vermittlungsleistung zu überprüfen. Es ist jedoch weder festgestellt noch sonst ersichtlich, warum der Verbraucher darüber hinausgehend an der Mitteilung der Anschrift der Erlebnispartner ein schutzwürdiges Informationsinteresse hat.

31 b) Die Feststellungen des Berufungsgerichts rechtfertigen es zudem nicht, dem nicht auf die konkrete Verletzungsform bezogenen, sondern schlechthin auf die Mitteilung von Identität und Anschrift der die Ballonfahrt durchführenden Unternehmen bezogenen Klageantrag stattzugeben. Der Antrag verfehlt auch insoweit, als er sich auf die Mitteilung der Identität der Veranstalter richtet, das Charakteristische der Verletzungsform.

32 aa) Ein bestimmter, aber zu weit gefasster Klageantrag kann entweder über das Charakteristische der Verletzungsform hinausgehen oder diese über-

haupt verfehlen. Im ersten Fall ist die Klage in dem Umfang, in dem der Antrag zu weit reicht, im zweiten Fall insgesamt als unbegründet abzuweisen (vgl. BGH, Urteil vom 8. März 2012 - I ZR 85/10, GRUR 2012, 1153 Rn. 12 ff. = WRP 2012, 1390 - Unfallersatzgeschäft). Im Streitfall verfehlt der Klageantrag das Charakteristische der in Betracht kommenden Verletzungsform.

33 bb) Bei der Bestimmung des Umfangs der gemäß § 5a Abs. 3 UWG mitzuteilenden Informationen sind - wie dargelegt - die Umstände und damit die Besonderheit des Angebots zu berücksichtigen. Das im Streitfall maßgebende Angebot der Beklagten zeichnet sich dadurch aus, dass der beworbene Gutschein innerhalb eines Zeitraums von drei Jahren eingelöst werden kann. Dem Inhaber des Gutscheins wird zudem die Möglichkeit eröffnet, das die Ballonfahrt konkret durchführende Unternehmen aus einer Mehrzahl von Anbietern auszuwählen, die dem Kunden von der Beklagten benannt werden. Es liegt deshalb nach der Lebenserfahrung nicht fern, dass sich der Kreis der von der Beklagten ausgewählten Erlebnispartner während des großzügig gewährten Einlösungszeitraums verändert, etwa weil zunächst in den Pool einbezogene Erlebnispartner ihr Geschäft aufgeben oder ihr Angebot zeitlich oder örtlich ändern und deshalb für die Durchführung der konkret beworbenen Fahrt nicht mehr zur Verfügung stehen. Für den Verbraucher ist jedoch allein die Identität derjenigen Vertragspartner entscheidungserheblich, die für den werbenden Unternehmer unter Berücksichtigung fachlicher Sorgfalt voraussehbar während des Einlösungszeitraums für die Durchführung der Ballonfahrten zur Verfügung stehen werden (vgl. auch BGH, Urteil vom 7. Juli 2011 - I ZR 173/09, GRUR 2012, 208 Rn. 22 = WRP 2012, 311 - 10% Geburtstags-Rabatt). Deshalb kann sich auch das Transparenzgebot gemäß § 5a Abs. 3 UWG von vornherein nur auf die Angabe der Identität dieses speziellen Kreises der „Erlebnispartner“ beziehen.

34 cc) Der Klageantrag ist dagegen auf die Mitteilung der Identität und Anschrift der die Ballonfahrt durchführenden Unternehmen schlechthin gerichtet,

und zwar bereits beim Angebot der Vermittlungsdienstleistung durch die Beklagte. Da die Beklagte eine solche Information aufgrund der besonderen Umstände ihres durch eine zeitliche und personelle Flexibilität gekennzeichneten Dienstleistungsangebots nicht leisten kann, zielt der Antrag im Ergebnis auf ein vollständiges Verbot des Geschäftsmodells der Beklagten ab. Er geht damit an den Umständen des Streitfalls vorbei, die das gemäß § 5a Abs. 3 UWG schützenswerte Informationsinteresse der Verbraucher charakterisieren. Der Antrag ist deshalb insgesamt abzuweisen.

IV. Das angefochtene Urteil ist danach aufzuheben und die Klage abzu-

35 weisen.

Bornkamm Schaffert Kirchhoff

Grabinski Löffler

Vorinstanzen:
LG München I, Entscheidung vom 03.02.2011 - 17 HKO 21403/10 -
OLG München, Entscheidung vom 01.12.2011 - 6 U 1577/11 -