BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 26/15

Verkündet am:
21. Juli 2016
Bürk
Amtsinspektorin
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja
BGHZ: nein
BGHR: ja

LGA tested

UWG § 5a Abs. 2

a) Der Unternehmer enthält dem Verbraucher eine Information im Sinne von § 5a Abs. 2 Satz 1 UWG vor, wenn diese zu seinem Geschäfts- und Verantwortungsbereich gehört oder er sie sich mit zumutbarem Aufwand beschaffen kann und der Verbraucher sie nicht oder nicht so erhält, dass er sie bei seiner geschäftlichen Entscheidung berücksichtigen kann.

b) Eine Information ist wesentlich im Sinne des § 5a Abs. 2 UWG, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann und ihr für die vom Verbraucher zu treffende geschäftliche Entscheidung erhebliches Gewicht zukommt.

c) Bei der gemäß vorstehend b) vorzunehmenden Interessenabwägung sind auf Seiten des Unternehmers dessen zeitlicher und kostenmäßiger Aufwand für die Beschaffung der Information, die für den Unternehmer mit der Informationserteilung verbundenen Nachteile sowie möglicherweise bestehende Geheimhaltungsbelange zu berücksichtigen.

d) Die Frage, ob eine Information für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers von besonderem Gewicht ist, ist nach dem Erwartungs- und Verständnishorizont des Durchschnittsverbrauchers zu beurteilen.

e) Nach der Lebenserfahrung hat der Hinweis auf ein Prüfzeichen für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers über den Erwerb des damit versehenen Produkts erhebliche Bedeutung. Der Verbraucher erwartet, dass ein mit einem Prüfzeichen versehenes Produkt von einer neutralen und fachkundigen Stelle auf die Erfüllung von Mindestanforderungen anhand objektiver Kriterien geprüft worden ist und bestimmte, von ihm für die Güte und Brauchbarkeit der Ware als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweist.

f) Bei Prüfzeichen besteht - ähnlich wie bei Warentests - regelmäßig ein erhebliches Interesse des Verbrauchers zu erfahren, anhand welcher Kriterien diese Prüfung erfolgt ist.

BGH, Urteil vom 21. Juli 2016 - I ZR 26/15 - OLG Düsseldorf
LG Duisburg

ECLI:DE:BGH:2016:210716UIZR26.15.0

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 28. April 2016 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Büscher, die Richter Prof. Dr. Schaffert, Dr. Kirchhoff, Prof. Dr. Koch und Feddersen

für Recht erkannt:

Die Revision der Beklagten und der Streithelferin gegen das Urteil des 15. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 30. Dezember 2014 wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Revisionsverfahrens fallen der Beklagten zur Last mit Ausnahme der Kosten der Nebenintervention, die die Streithelferin zu tragen hat.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

1 Die Beklagte betreibt den Einzelhandel mit Lebensmitteln und Haushaltsprodukten. Sie bewarb im März 2013 auf ihrer Internetseite wie aus dem nachstehend wiedergegebenen Unterlassungsantrag ersichtlich das Erzeugnis "CURAMED Haarentfernungs-Gerät Silk'n Pro 2" zu einem Preis von 199 €. Neben den Produktabbildungen waren die Zeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" angebracht. Die Werbung enthielt keinen Hinweis, wo Informationen zu den der Zeichenvergabe zugrunde liegenden Prüfungen zu finden waren.

2 Die Zeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" werden von der Streithelferin der Beklagten (im Weiteren: Streithelferin) für Produkte vergeben, die ein von ihr durchgeführtes Prüfverfahren erfolgreich durchlaufen haben. Den Zertifizierungen des von der Beklagten angebotenen Haarentfernungs-Geräts waren Prüfungen vorausgegangen, die der israelische Hersteller und der deutsche Importeur des Geräts bei der Streithelferin in Auftrag gegeben hatten. Zu den einzelnen Zertifizierungen gibt es keine veröffentlichten Texte.

3 Der Kläger, der Verband Wirtschaft im Wettbewerb, Verein für Lauterkeit in Handel und Industrie, hält die Werbung mit den Prüfzeichen ohne Angabe einer Fundstelle, an der der Verbraucher Informationen über die Kriterien der Überprüfung und das Zustandekommen der Wertungen findet, für unlauter.

4 Der Kläger hat zuletzt beantragt, die Beklagte unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen,

> es zu unterlassen, in Zeitungsanzeigen, im Internet, Wettbewerbsprospekten und/oder auf sonstigen Werbeträgern zu Zwecken des Wettbewerbs Waren mit einem Prüfsiegel zu bewerben, ohne anzugeben, wie die dem Hinweis zugrunde liegenden Informationen zu erhalten sind, wenn dies wie nachfolgend ersichtlich geschieht:

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

Willkommen bei A S

Sie sind hier: Startseite → Aktuelle Angebote → Angebote ab Montag, 4. März → CURAMED® Haarentfernungs-Gerät Silk'n Pro 2

Angebote ab Montag, 4. März

CURAmed

LGA tested Quality

LGA tested safety

Wie lange dauert eine Anwendung?

Achseln: ca. 3–4 Minuten

Arme: ca. 15 Minuten

Bikinizone: ca. 5–7 Minuten

Beine: ca. 30 Minuten

CURAMED® Haarentfernungs-Gerät Silk'n Pro 2

je **199,–***

Dauerhafte Haarentfernung mittels HPL™ Lichttechnologie – für Gesicht, Beine, Arme, Achseln und Bikinizone.

- professionelle Haarentfernung innerhalb der Privatsphäre zu Hause
- einfach und sicher zu benutzen
- über 50 % Rückgang des Haarwuchses nach 3–4 Anwendungen
- Anwendungsfläche ca. 6 cm²
- Lichteinsatz mit 1.500 Impulsen
- 1 Impuls alle 3,5 Sek.
- Nachbestellservice für Lampeneinsätze

Home Pulsed Light™ Technologie

Das CURAMED® Haarentfernungs-Gerät ist ein auf Licht basierendes Gerät für eine dauerhafte Haarentfernung. Es ist für die sichere, bequeme und effektive Haarentfernung innerhalb der eigenen Privatsphäre entwickelt worden. Das Gerät benutzt die neue, hochentwickelte Home Pulsed Light™ (HPL™) Technologie.

3 Jahre Garantie
Mit Service-Adresse.

Die Wirkung von Home Pulsed Light™:

Vorher

Lichtstrahl: Das Haar nimmt die Lichtenergie auf

Lichtenergie wurde absorbiert – Beginn der Haarentfernung

* Kunden-Information über begrenzt verfügbare Aktionsartikel

© 2013 by A S

5 Darüber hinaus hat der Kläger die Beklagte auf Ersatz von Abmahnkosten nebst Zinsen in Anspruch genommen.

6 Das Landgericht hat der Klage stattgegeben (LG Duisburg, Urteil vom 24. Januar 2014 - 22 O 54/13, juris). Die Berufung der Beklagten und der Streithelferin ist ohne Erfolg geblieben (OLG Düsseldorf, GRUR-RR 2015, 158 = WRP 2015, 365). Mit ihrer vom Berufungsgericht zugelassenen Revision, deren Zurückweisung der Kläger beantragt, verfolgen die Beklagte und die Streithelferin ihren Antrag auf Klageabweisung weiter.

Entscheidungsgründe:

7 A. Das Berufungsgericht hat die Werbung mit den Prüfzeichen als unlauter angesehen, weil sie keinen Hinweis auf eine Veröffentlichung enthalte, anhand der sich der Verbraucher über das der Erteilung der Prüfzeichen zugrunde liegende Verfahren informieren könne. Dazu hat es ausgeführt:

8 Die Angabe einer Fundstelle mit näheren Informationen zu den Prüfkriterien stelle eine wesentliche Information im Sinne des § 5a Abs. 2 UWG dar. Der Verbraucher habe ein erhebliches Interesse, sich anhand der Prüfkriterien mit dem Aussageinhalt der Prüfzeichen vertraut zu machen, um eine informierte Entscheidung für oder gegen den Erwerb des damit beworbenen Haarentfernungs-Geräts treffen zu können. Das Informationsinteresse des Verbrauchers gehe dem Interesse der Beklagten und der Streithelferin an der Geheimhaltung möglicher Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse vor. Die Beklagte enthalte dem Verbraucher die benötigten Informationen vor. Ihr und der Streithelferin sei es zumutbar, im Internet kurze Zusammenfassungen über die herangezogenen Prüfkriterien vorzuhalten, auf die in der Werbung verwiesen werden könne. Das Vorenthalten der Prüfkriterien sei geschäftlich relevant, weil Zertifizierungen neutraler Stellen erhebliche Bedeutung für die Entscheidung des Verbrauchers hätten und die Gefahr bestehe, dass der Verbraucher in Verkennung des begrenzten

Umfangs der Zertifizierung annehme, die Prüfung habe den gesamten Geschäftsbetrieb der Beklagten umfasst.

9 B. Die gegen diese Beurteilung gerichtete Revision der Beklagten und der Streithelferin hat keinen Erfolg. Dem Kläger stehen gegen die Beklagte die mit der Klage geltend gemachten Ansprüche zu. Entgegen der Ansicht der Revision hatte die Beklagte bei der Bewerbung des Haarentfernungs-Geräts mit den Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" anzugeben, wo der Verbraucher Informationen zu den der Vergabe dieser Zeichen zugrunde liegenden Prüfverfahren finden konnte.

10 I. Das Berufungsgericht hat im Ergebnis zu Recht angenommen, dass der vom Kläger gestellte Unterlassungsantrag im Sinne von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO hinreichend bestimmt ist.

11 1. Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Verbotsantrag - und nach § 313 Abs. 1 Nr. 4 ZPO eine darauf beruhende Verurteilung - nicht derart undeutlich gefasst sein, dass Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 Abs. 1 ZPO) nicht erkennbar abgegrenzt sind, sich der Beklagte deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und letztlich dem Vollstreckungsgericht die Entscheidung darüber überlassen bleibt, was dem Beklagten verboten ist (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 5. November 2015 - I ZR 50/14, GRUR 2016, 705 Rn. 11 = WRP 2016, 869 - ConText; Urteil vom 2. Dezember 2015 - I ZR 239/14, GRUR 2016, 702 Rn. 14 = WRP 2016, 874 - Eligard, jeweils mwN).

12 2. Diesen Anforderungen genügen der Unterlassungsantrag und - ihm folgend - der Unterlassungstenor des Berufungsurteils.

13 a) Der Kläger hat ein Verbot der Werbung mit einem Prüfsiegel begehrt, wenn nicht angegeben ist, wie die dem Hinweis zugrunde liegenden Informationen zu erhalten sind. Aus dieser Formulierung erschließt sich nicht, auf welche fehlenden Informationen sich der Unterlassungsantrag bezieht. Insofern handelt es sich entgegen der Ansicht des Berufungsgerichts nicht um eine Ausnahme von dem erstrebten Verbot, sondern um die Umschreibung seines Gegenstands und seiner Zielrichtung. Der Kläger beanstandet die Werbung mit den Prüfzeichen nicht als solche, sondern deshalb, weil sie keine Fundstelle mit näheren Informationen zu den der Erteilung dieser Zeichen zugrunde liegenden Prüfverfahren enthält.

14 b) Zur Auslegung eines Unterlassungsantrags und des ihm folgenden Urteilstenors ist jedoch nicht allein auf den Wortlaut abzustellen, sondern sind ergänzend der zur Begründung gehaltene Klagevortrag und die Entscheidungsgründe des Urteils heranzuziehen (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 18. September 2014 - I ZR 34/12, GRUR 2014, 1211 Rn. 16 = WRP 2014, 1447 - Runes of Magic II; Urteil vom 5. Februar 2015 - I ZR 240/12, GRUR 2015, 485 Rn. 23 = WRP 2015, 577 - Kinderhochstühle im Internet III; Urteil vom 17. September 2015 - I ZR 92/14, GRUR 2016, 395 Rn. 18 = WRP 2016, 454 - Smartphone-Werbung, jeweils mwN). Aus dem Vorbringen des Klägers ergibt sich, dass er Angaben dazu für geboten hält, welche Prüfkategorien und welche Prüfmaßstäbe für die Vergabe der Prüfzeichen heranzogen worden sind. Davon ist auch das Berufungsgericht ausgegangen.

15 II. Das Berufungsgericht hat angenommen, dass der Kläger gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klage- und anspruchsbefugt ist. Diese Beurteilung lässt keinen Rechtsfehler erkennen und wird auch von der Revision nicht beanstandet.

16 III. Die Revision wendet sich ohne Erfolg gegen die Annahme des Berufungsgerichts, dem Kläger stehe wegen der Bewerbung des Haarentfernungs-

Geräts mit den Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" ein wettbewerbsrechtlicher Unterlassungsanspruch sowie ein Anspruch auf Ersatz seiner Abmahnkosten zu, weil die Beklagte keine Fundstelle mit Informationen zu den der Erteilung dieser Zeichen zugrunde liegenden Prüfkriterien angegeben habe.

17 1. Das Berufungsgericht hat das Unterlassungsbegehren des Klägers als aus § 8 Abs. 1 Satz 1, §§ 3, 5a Abs. 2 UWG begründet erachtet. Es hat angenommen, die Beklagte habe dem Verbraucher in der Werbung eine Angabe vorenthalten, wo er wesentliche Informationen zu den eingeblendeten Prüfzeichen finden könne. Diese Beurteilung hält der rechtlichen Nachprüfung stand.

18 a) Da der Unterlassungsanspruch in die Zukunft gerichtet ist, muss das Verhalten der Beklagten sowohl nach dem zur Zeit der beanstandeten Werbung geltenden Recht als auch nach dem zur Zeit der Revisionsentscheidung geltenden Recht wettbewerbswidrig sein (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 28. Januar 2016 - I ZR 36/14, GRUR 2016, 418 Rn. 13 = WRP 2016, 463 - Feuchtigkeitsspendendes Gel-Reservoir; Beschluss vom 28. Januar 2016 - I ZR 231/14, GRUR 2016, 399 Rn. 10 = WRP 2016, 459 - MeinPaket.de; Urteil vom 4. Februar 2016 - I ZR 194/14, GRUR 2016, 403 Rn. 9 = WRP 2016, 450 - Fressnapf, jeweils mwN). Die Bestimmung des § 5a Abs. 2 UWG ist durch das Zweite Gesetz zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb mit Wirkung ab dem 10. Dezember 2015 neu gefasst worden. Die Neufassung der Vorschrift, deren Satz 1 mit der Regelung des Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken nunmehr nahezu wörtlich übereinstimmt, hat zu keiner für den Streitfall erheblichen Änderung der Rechtslage geführt (vgl. BGH, GRUR 2016, 403 Rn. 28 - Fressnapf).

19 b) Nach § 5a Abs. 2 UWG aF handelte unlauter, wer die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern im Sinne des § 3 Absatz 2 UWG aF dadurch beein-

flusste, dass er eine Information vorenthielt, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände einschließlich der Beschränkungen des Kommunikationsmittels wesentlich war. Nach § 5a Abs. 2 Satz 1 UWG handelt nunmehr unlauter, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, die dieser je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (Nr. 1), und deren Vorenthalten geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (Nr. 2). Als Vorenthalten gilt nach § 5a Abs. 2 Satz 2 UWG auch das Verheimlichen wesentlicher Informationen (Nr. 1), die Bereitstellung wesentlicher Informationen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise (Nr. 2) und die nicht rechtzeitige Bereitstellung wesentlicher Informationen (Nr. 3).

20 c) Die Revision rügt ohne Erfolg, das Berufungsurteil lasse nicht eindeutig erkennen, welche konkreten Informationen das Berufungsgericht für so wesentlich gehalten habe, dass die Beklagte auf sie in der Werbung hätte verweisen müssen.

21 aa) Das Berufungsgericht hat angenommen, dem Verbraucher müsse mithilfe einer Fundstellenangabe die Möglichkeit eröffnet werden, sich über den wesentlichen Inhalt der Bedingungen für die Erteilung der Prüfzeichen zu informieren. Der Durchschnittsverbraucher habe ein Informationsbedürfnis nach näheren Angaben zu den Prüfkriterien. Er habe ein wesentliches Interesse zu erfahren, welche konkreten Normen und Kriterien geprüft worden seien, ob strengere Maßstäbe als in einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen zur Anwendung gekommen seien und was im Einzelfall in puncto Sicherheit und Qualität überprüft worden sei. Für die Beklagte beziehungsweise die Streithelferin sei es zumutbar, in Zusammenfassungen die einzelnen im Rahmen der Prüfung herangezogenen Kategorien beziehungsweise Kriterien nachvollziehbar festzuhalten.

22 bb) Diesen Ausführungen lässt sich entnehmen, dass das Berufungsgericht Informationen dazu als erforderlich angesehen hat, welche Qualitäts- und Sicherheitsaspekte geprüft und welche technischen Standards und Normen dazu herangezogen worden sind. Soweit es angenommen hat, für die Beklagte sei es zumutbar, die den Zertifikaten zugrunde liegenden Unterlagen im Internet vorzuhalten und in ihrer Werbung auf sie hinzuweisen, handelt es sich ersichtlich nicht um die von der Streithelferin erstellten Prüfpläne und -berichte, sondern um die Zusammenstellung der - vom Berufungsgericht zusammenfassend als Prüfkriterien bezeichneten - inhaltlichen Kategorien und technischen Maßstäbe. Eine nähere Bezeichnung dieser Kriterien war dem Kläger nicht möglich. Die Beklagtenseite hat die sich daraus ergebende Unsicherheit deshalb hinzunehmen, weil die Beklagte dem Verbraucher die entsprechenden, als wesentlich anzusehenden Informationen vorenthalten hat (vgl. nachstehend unter B III 1 d und e).

23 d) Ebenfalls ohne Erfolg wendet sich die Revision gegen die Ansicht des Berufungsgerichts, die Beklagte habe dem Verbraucher Angaben zu derartigen Prüfkriterien vorenthalten.

24 aa) Das Berufungsgericht hat angenommen, man könne nur solche Informationen vorenthalten, in deren Besitz man bereits sei. Bei den Prüfkriterien handele es sich nicht um Informationen, die der Beklagten und der Streithelferin völlig unbekannt seien und die sie sich deshalb erst mühsam beschaffen müssten. Die Beklagte könne in der Werbung auf ihre eigene Webseite oder den allgemein zugänglichen Internetauftritt eines Dritten wie etwa die vom TÜV Rheinland unterhaltene Internetplattform "certipedia" verweisen, wo die betreffenden Informationen vorgehalten würden. Die Revision rügt vergeblich, das Berufungsgericht habe nicht festgestellt, dass die Beklagte, die die Zertifizierungen nicht in Auftrag gegeben habe, im Besitz der entsprechenden Informationen sei.

25 bb) Der Begriff des Vorenthaltens in § 5a Abs. 2 UWG und in der deutschen Sprachfassung des durch diese Bestimmung in deutsches Recht umgesetzten Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG deutet nach seinem Wortsinn darauf hin, dass der Unternehmer bereits im Besitz der betreffenden Information ist. Im Schrifttum wird daher teilweise angenommen, § 5a Abs. 2 UWG könne keine Pflicht des Unternehmers begründen, sich eine Information erst zu beschaffen (vgl. Sosnitza in Ohly/Sosnitza, UWG, 7. Aufl., § 5a Rn. 12; Nordemann in Götting/Nordemann, UWG, 2. Aufl., § 5a Rn. 58; Koch in Büscher/Dittmer/Schiwy, Gewerblicher Rechtsschutz Urheberrecht Medienrecht, 3. Aufl., § 5a UWG Rn. 13; Micklitz/Namyslowska in Spindler/Schuster, Recht der elektronischen Medien, 3. Aufl., § 5a UWG Rn. 15; Köhler, WRP 2009, 109, 116; Körber/ Heinlein, WRP 2009, 780, 784).

26 Die englische Sprachfassung ("it omits") und die französische Sprachfassung ("elle omet") des Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG legen allerdings die Annahme nahe, dass "Vorenthalten" im Sinne eines Unterlassens zu verstehen ist (vgl. Bergmann, Festschrift für Krämer, 2009, S. 163, 170; von Oelffen, § 5a UWG - Irreführung durch Unterlassen - Ein neuer Tatbestand im UWG, 2012, Rn. 391; Dreiser, Die Wesentlichkeit von Informationen gemäß § 5a UWG, 2013, S. 70 f.; Kieffer, Die Informationspflichten des § 5a UWG und die Bedeutung des Informationsmodells für das Privatrecht, 2014, S. 134). Dafür spricht, dass die Bestimmungen der Richtlinie 2005/29/EG im Wesentlichen aus der Sicht des Verbrauchers als des Adressaten und Opfers unlauterer Geschäftspraktiken konzipiert sind und den Zweck verfolgen, ihn umfassend vor solchen Praktiken zu schützen (vgl. EuGH, Urteil vom 16. April 2015 - C-388/13, GRUR 2015, 600 Rn. 52 f. = WRP 2015, 698 - Ungarische Verbraucherschutzbehörde/ UPC; Köhler in Köhler/Bornkamm, UWG, 34. Aufl., § 5a Rn. 3.24). Das gemäß Art. 1 der Richtlinie 2005/29/EG mit dieser Richtlinie bezweckte hohe Verbraucherschutzniveau wäre beeinträchtigt, wenn der Unternehmer dem Verbraucher eine Information, die dieser für eine informierte geschäftliche Entscheidung benö-

tigt, unter Verweis darauf entziehen könnte, er müsse sich die Information erst noch beschaffen (vgl. Dreiser aaO S. 71; Kieffer aaO S. 134).

27 Danach enthält der Unternehmer dem Verbraucher eine Information vor, wenn dieser sie nicht oder nicht so erhält, dass er sie bei seiner geschäftlichen Entscheidung berücksichtigen kann (vgl. Dreyer in Harte/Henning, UWG, 3. Aufl., § 5a Rn. 68; Großkomm.UWG/Lindacher, 2. Aufl., § 5a Rn. 34; Köhler in Köhler/Bornkamm aaO § 5a Rn. 3.25; Menke in Koos/Menke/Ring, Praxis des Wettbewerbsrechts, 2009, Teil II, § 5a UWG Rn. 34). Erforderlich ist allerdings auch, dass die betreffende Information zum Geschäfts- und Verantwortungsbereich des Unternehmers gehört oder in sonstiger Weise für ihn verfügbar ist (vgl. MünchKomm.UWG/Alexander, 2. Aufl., § 5a Rn. 195; Dreiser aaO S. 71 f.). Keine Entscheidung bedarf im Streitfall die Frage, ob die dem Unternehmer mögliche Beschaffung der Information diesem im Einzelfall zuzumuten ist, eine Frage des Vorenthaltens (so Dreyer in Harte/Henning aaO § 5a Rn. 78) oder aber für die Beurteilung der Frage von Bedeutung ist, ob vom Unternehmer die entsprechende Angabe erwartet werden kann und die Information damit wesentlich ist (so Menke in Koos/Menke/Ring aaO § 5a UWG Rn. 34; Kieffer aaO S. 134).

28 cc) Nach diesen Maßstäben hat die Beklagte dem Verbraucher Informationen zu den Kategorien und Maßstäben für die Vergabe der Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" vorenthalten. Nach den Feststellungen des Berufungsgerichts hat sie an den Zeichen Lizenzen erworben. Sofern ihr die Einzelheiten des Prüfverfahrens unbekannt waren, war sie aufgrund des Lizenzvertrags zur Einsichtnahme in die Prüfberichte der Streithelferin berechtigt, aus denen sich die geprüften Aspekte und die daran gestellten technischen Anforderungen ergaben. Entsprechende Informationen konnte sich die Beklagte ferner über ihren Lieferanten verschaffen, der die Streithelferin mit der Prüfung des Haarentfernungs-Geräts beauftragt hatte.

29 dd) Die Revision macht vergeblich geltend, die Beklagte habe die betreffenden Informationen nicht im Zusammenhang mit der Bewerbung des Haarentfernungs-Geräts erteilen müssen, sondern - wie der Umkehrschluss aus Art. 7 Abs. 2 der Richtlinie 2005/29/EG ergebe, der die nicht rechtzeitige Bereitstellung von Informationen als wettbewerbswidrig einstufe - noch rechtzeitig im Rahmen des Erwerbsvorgangs bereitstellen können. Ein entsprechender Hinweis in den Einzelhandelsgeschäften der Beklagten wäre nicht mehr rechtzeitig erfolgt. Eine Information erreicht den Verbraucher nur rechtzeitig, wenn er sie erhält, bevor er aufgrund der Werbung eine geschäftliche Entscheidung treffen kann (vgl. BGH, GRUR 2016, 399 Rn. 17 - MeinPaket.de). Der Begriff "geschäftliche Entscheidung" umfasst nicht nur die Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb eines Produkts, sondern auch damit unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen wie insbesondere das Betreten des Geschäfts (vgl. EuGH, Urteil vom 19. Dezember 2013 - C-281/12, GRUR 2014, 196 Rn. 36 = WRP 2014, 161 - Trento Sviluppo; BGH, Urteil vom 14. Januar 2016 - I ZR 61/14, GRUR 2016, 516 Rn. 28 = WRP 2016, 581 - Wir helfen im Trauerfall).

30 e) Die Revision wendet sich schließlich auch ohne Erfolg gegen die Beurteilung des Berufungsgerichts, die dem Verbraucher nicht gemachten Angaben zu den Prüfkategorien und technischen Maßstäben, die der Vergabe der Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" zugrunde lagen, stellten wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG dar.

31 aa) Eine Information ist nicht allein schon deshalb wesentlich im Sinne des § 5a Abs. 2 UWG, weil sie für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers von Bedeutung sein kann, sondern nur dann, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann (dazu unter B III 1 e bb) und ihr für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers zudem ein erhebliches Gewicht zukommt (dazu unter B III 1 e cc; vgl. BGH, Urteil vom 16. Mai 2012 - I ZR 74/11, GRUR 2012, 1275 Rn. 36 = WRP

2013, 57 - Zweigstellenbriefbogen). Die Beurteilung, ob eine Information im Einzelfall unter Berücksichtigung aller Umstände als wesentlich anzusehen ist, ist Sache der nationalen Gerichte (vgl. EuGH, Urteil vom 12. Mai 2011 - C-122/10, Slg. 2011, I-3903 = GRUR 2011, 930 Rn. 52 und 58 - Ving Sverige; BGH, Urteil vom 19. Februar 2014 - I ZR 17/13, GRUR 2014, 584 Rn. 11 und 22 = WRP 2014, 686 - Typenbezeichnung). Die vom Berufungsgericht im Streitfall in tatrichterlicher Würdigung des Sachverhalts vorgenommene Abwägung der Interessen des Verbrauchers und der Beklagten hält der rechtlichen Nachprüfung stand (dazu unter B III 1 e dd).

32 bb) Die Revision rügt vergeblich, das Berufungsgericht habe, soweit es die Kriterien für die Vergabe der Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" als wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG angesehen habe, die Belange der Beklagten außer Acht gelassen.

33 (1) Bei der Beurteilung der Frage, ob eine Information als wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG anzusehen ist, ist das Interesse des Unternehmers zu berücksichtigen, die Information nicht zu erteilen. In die Interessenabwägung mit einzustellen sind der zeitliche und der kostenmäßige Aufwand des Unternehmers für die Beschaffung der Information, die für den Unternehmer mit der Informationserteilung verbundenen Nachteile sowie möglicherweise bestehende Geheimhaltungsbelange (vgl. Großkomm.UWG/Lindacher aaO § 5a Rn. 38; Dreyer in Harte/Henning aaO § 5a Rn. 78; Köhler in Köhler/Bornkamm aaO § 5a Rn. 3.19).

34 (2) Das Berufungsgericht hat angenommen, dass es keine redaktionell aufbereiteten und veröffentlichten Texte zu den durchgeführten Prüfungen gibt. Es hat allerdings in anderem Zusammenhang ausgeführt, der Beklagten sei es im Blick auf die werbliche Ausnutzung der Prüfzeichen und die damit verbundenen Wettbewerbsvorteile zuzumuten, ohne Preisgabe von Geschäfts- oder Be-

triebsgeheimnissen kurze Prüfzusammenfassungen zu erstellen, die die Prüfkriterien nachvollziehbar enthielten. Das Berufungsgericht ist insoweit davon ausgegangen, dass die Beklagte Zugriff auf die zugrunde liegenden Informationen hat. Soweit die Revision die Erstellung von Prüfzusammenfassungen gleichwohl für unzumutbar hält, ersetzt sie lediglich die vom Tatrichter vorgenommene Würdigung des Sachverhalts durch ihre eigene Beurteilung, ohne dass sie dabei einen Rechtsfehler des Berufungsgerichts aufzeigt.

35 Das von der Revision angeführte Interesse der Beklagten an der Nutzung der Prüfzeichen als plakativ verdichtete Werbeaussagen wird nach den rechtsfehlerfreien Ausführungen des Berufungsgerichts nicht beeinträchtigt. Danach ist es nicht erforderlich, dass die Beklagte in der Werbung selbst Angaben zu den Prüfkriterien macht, die den Zertifizierungen zugrunde liegen. Es reicht aus, dass die Beklagte in der Werbung auf eine Internetseite verweist, auf der für den Verbraucher nähere Informationen in Form von kurzen Zusammenfassungen der bei der Prüfung herangezogenen Kriterien zur Verfügung stehen. Die vom Berufungsgericht vertretene Ansicht führt daher nicht zu einer Überfrachtung der Werbung der Beklagten in textmäßiger Hinsicht.

36 cc) Nach der Ansicht des Berufungsgerichts ist es für den Durchschnittsverbraucher im Blick auf seinen Entschluss zum Erwerb des Haarentfernungs-Geräts von erheblichem Interesse, welche Kriterien in den Zertifizierungsverfahren in Ansatz gebracht worden sind. Ohne einen solchen Hinweis könne der Verbraucher letztlich nie wissen, was genau Gegenstand der vorgenommenen Prüfung gewesen sei. Auch wenn er die Streithelferin als unabhängiges Zertifizierungsunternehmen wahrnehme und ihr die notwendige Objektivität zutraue, müsse er sich nicht unbesehen auf die von dieser vergebenen Prüfzeichen verlassen. Vielmehr könne er erwarten, dass ihm die Überprüfung der Hintergründe und damit die eigenständige Beurteilung ermöglicht werde, ob die Prüfzeichen ver-

lässliche und zutreffende Aussagen enthielten. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Revision ebenfalls stand.

37 (1) Die Frage, ob eine Information für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers von besonderem Gewicht ist, ist nach dem Erwartungs- und Verständnishorizont des Durchschnittsverbrauchers zu beurteilen (vgl. BGH, Urteil vom 19. Februar 2014 - I ZR 17/13, GRUR 2014, 584 Rn. 14 = WRP 2014, 686 - Typenbezeichnung; MünchKomm.UWG/Alexander aaO § 5a Rn. 232). Die Einschätzung, wie der Durchschnittsverbraucher ein Prüfzeichen wahrnimmt und welche Bedeutung er den damit verbundenen Informationen beimisst, ist in erster Linie Aufgabe des Tatrichters. Sie kann vom Revisionsgericht nur darauf überprüft werden, ob das Berufungsgericht bei seiner Würdigung gegen Denkgesetze oder Erfahrungssätze verstoßen oder wesentliche Umstände unberücksichtigt gelassen hat (vgl. BGH, Urteil vom 9. Juni 2011 - I ZR 113/10, GRUR 2012, 215 Rn. 13 = WRP 2012, 75 - Zertifizierter Testamentsvollstrecker; Urteil vom 6. November 2014 - I ZR 104/12, GRUR 2014, 88 Rn. 31 = WRP 2014, 57 - Vermittlung von Netto-Policen; Urteil vom 24. Juli 2014 - I ZR 53/13, GRUR 2015, 286 Rn. 14 = WRP 2015, 340 - Spezialist für Familienrecht). Die vom Berufungsgericht im Streitfall vorgenommene Beurteilung enthält keinen solchen Rechtsfehler.

38 Das Berufungsgericht ist in Übereinstimmung mit der Lebenserfahrung davon ausgegangen, dass der Hinweis auf ein Prüfzeichen für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers über den Erwerb des damit versehenen Produkts erhebliche Bedeutung hat (vgl. Weidert in Harte/Henning aaO § 5 C Rn. 235; Helm in Gloy/Loschelder/Erdmann, Handbuch des Wettbewerbsrechts, 4. Aufl., § 59 Rn. 318; Koppe/Zagouras, WRP 2008, 1035). Soweit es angenommen hat, der Verbraucher habe einen erheblichen Bedarf an näheren Informationen zu den zugrunde liegenden Prüfkriterien, hat es auch nicht die charakteristischen Wesensmerkmale und den Aussagegehalt der in Rede stehenden Prüfzei-

chen außer Acht gelassen. Danach widerspricht die Beurteilung des Berufungsgerichts, der Verbraucher habe ein besonderes Interesse zu erfahren, welche Qualitäts- und Sicherheitsaspekte und welche technischen Maßstäbe bei der Vergabe der Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" für das beworbene Haarentfernungs-Gerät herangezogen worden seien, nicht der Lebenserfahrung.

39 (2) Ein Prüfzeichen liefert dem Verbraucher in kompakter und vereinfachter Form eine Information zu dem damit gekennzeichneten Produkt (vgl. Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., Orientierung im "Siegelwald", 2004, S. 1). Es ist ein Zeichen dafür, dass ein neutraler Dritter mit entsprechender Kompetenz die beworbene Ware nach objektiven und aussagekräftigen Kriterien geprüft hat (vgl. BGH, Urteil vom 11. Oktober 1990 - I ZR 10/89, GRUR 1991, 552, 554 = WRP 1991, 163 - TÜV-Prüfzeichen; BGH, GRUR 2012, 215 Rn. 12 - Zertifizierter Testamentsvollstrecker; Weidert in Harte/Henning aaO § 5 C Rn. 235 und 260; MünchKomm.UWG/Alexander aaO § 3 Abs. 3 Nr. 2 Rn. 15 f.). Der Verbraucher erwartet deshalb, dass das mit dem Prüfzeichen versehene Produkt von einer neutralen und fachkundigen Stelle auf die Erfüllung von Mindestanforderungen anhand objektiver Kriterien geprüft worden ist (vgl. BPatGE 28, 139, 143 - GÜTEZEICHENVERBAND; Fezer/Peifer, UWG, 2. Aufl., § 5 Rn. 323; Großkomm.UWG/Lindacher aaO § 5 Rn. 603; Sosnitza in Ohly/Sosnitza aaO § 5 Rn. 419; Kober-Dehm in Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 97 Rn. 3). Aus der Sicht des Verbrauchers bietet ein Prüfzeichen die Gewähr, dass ein mit ihm gekennzeichnetes Produkt bestimmte, vom Verbraucher für die Güte und Brauchbarkeit der Ware als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweist (vgl. BGH, Beschluss vom 3. November 1976 - I ZB 11/75, GRUR 1977, 488, 489 = WRP 1977, 94 - DIN-GEPRÜFT; Urteil vom 1. März 1984 - I ZR 48/82, GRUR 1984, 737, 738 = WRP 1984, 540 - Ziegelfertigstürze; Helm in Gloy/Loschelder/Erdmann aaO § 59 Rn. 318; zu Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c GMV vgl. EuG, Urteil vom 7. Oktober 2015 - T-292/14 und T-293/14, juris Rn. 44 f.; zur Unionsge-

währleistungsmarke vgl. Art. 74a der Verordnung [EU] Nr. 2015/2424 [Unionsmarkenverordnung - UMV]).

40 (3) Davon ausgehend entnimmt der Verbraucher den in der streitbefangenen Werbung abgebildeten Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety", dass das mit diesen Zeichen beworbene Haarentfernungs-Gerät von der Prüfstelle, die - wie hier die Streithelferin - die Prüfung vorgenommen hat, nach objektiven Vorgaben auf seine Qualität und Sicherheit geprüft worden ist und die für eine zuverlässige und gefahrlose Nutzung erforderlichen Mindestanforderungen erfüllt. In dieser Hinsicht unterscheiden sich die beiden Prüfzeichen nicht maßgeblich von einem Qualitätsurteil etwa der Stiftung Warentest, das auf einem Test mehrerer vergleichbarer Erzeugnisse beruht und bei dessen Angabe regelmäßig auf die Fundstelle für die Testveröffentlichung hinzuweisen ist (vgl. BGH, Urteil vom 21. März 1991 - I ZR 151/89, GRUR 1991, 679, 680 = WRP 1991, 573 - Fundstellenangabe; Urteil vom 16. Juli 2009 - I ZR 50/07, GRUR 2010, 248 Rn. 29 bis 31 = WRP 2010, 370 - Kamerakauf im Internet). Bei der Bewerbung eines Produkts mit einem solchen Qualitätsurteil besteht regelmäßig ein erhebliches Interesse des Verbrauchers zu erfahren, wie sich die Bewertung des Erzeugnisses in das Umfeld der anderen bei dem Test geprüften Produkte einfügt (vgl. BGH, Urteil vom 11. März 1982 - I ZR 71/80, GRUR 1982, 437, 438 = WRP 1982, 413 - Test Gut; Dreyer in Harte/Henning aaO § 5a Rn. 66 mwN), und die Testergebnisse des beworbenen Produkts mit denen der anderen getesteten Produkte zu vergleichen (differenzierend Nordemann in Götting/Nordemann aaO § 5 Rn. 1.178; Franz, WRP 2016, 439 Rn. 39; Schulte-Franzheim/Tyra, Festschrift für Bornkamm, 2014, S. 489, 500). Die Fähigkeit des Verbrauchers zu einer informierten geschäftlichen Entscheidung wird spürbar beeinträchtigt, wenn er eine testbezogene Werbung nicht prüfen und insbesondere nicht in den Gesamtzusammenhang des Tests einordnen kann (vgl. BGH, GRUR 2010, 248 Rn. 31 - Kamerakauf im Internet). Eine damit vergleichbare Situation liegt im Streitfall vor. Dem Verbraucher erschließt sich aus den Zeichen "LGA tested

Quality" und "LGA tested safety" zwar, dass die Qualität und die Sicherheit des beworbenen Haarentfernungs-Geräts geprüft worden sind, nicht aber, anhand welcher Kriterien diese Prüfung erfolgt ist.

41 (4) Nach Ansicht des Berufungsgerichts sind die vom Kläger beanstandeten Hinweise auf die geprüfte Qualität und die geprüfte Sicherheit des Haarentfernungs-Geräts der Beklagten für den Durchschnittsverbraucher nicht aus sich heraus nachvollziehbar (vgl. entsprechend - zu einem TÜV-Siegel zur Servicequalität - OLG Dresden, KrV 2014, 83). Die für die Qualität und Sicherheit maßgeblichen Kriterien stünden nicht abstrakt fest, sondern hingen vom jeweils geprüften Produkt ab. Der Verbraucher habe deshalb ein erhebliches Interesse zu erfahren, welche Qualitäts- und Sicherheitsaspekte bei dem von der Beklagten angebotenen Haarentfernungs-Gerät geprüft worden seien, um beurteilen zu können, ob die Prüfzeichen eine verlässliche Aussage enthielten. Die Revision rügt ohne Erfolg, diese Einschätzung stehe mit der typischen Verkehrserwartung an ein Prüfzeichen nicht in Einklang.

42 Das Vertrauen des Verbrauchers in ein Prüfzeichen beruht auf der Erwartung, dieses werde auf der Grundlage einer sachkundigen Prüfung vergeben und sei hinsichtlich der geprüften Eigenschaft aussagekräftig (vgl. BGH, Urteil vom 7. Juli 2005 - I ZR 253/02, GRUR 2005, 877, 880 = WRP 2005, 1242 - Werbung mit Testergebnis; BPatGE 18, 139, 144 - GÜTEZEICHENVERBAND; Großkomm.UWG/Lindacher aaO § 5 Rn. 603; Koppe/Zagouras, WRP 2008, 1035, 1036). Auch wenn dem Verbraucher die untersuchten Aspekte nicht im Einzelnen bekannt sind, geht er regelmäßig davon aus, das mit einem Prüfzeichen versehene Produkt sei anhand der Kriterien geprüft worden, die für die geprüfte Eigenschaft - wie vorliegend die Qualität und die Sicherheit des Haarentfernungs-Geräts - wesentlich seien, und erfülle die dafür maßgeblichen und seinen praktischen Bedürfnissen gerecht werdenden Voraussetzungen (vgl. BGH, Urteil vom 20. Oktober 1988 - I ZR 219/87, BGHZ 105, 277, 280 ff. - Umweltengel; BGH,

GRUR 1991, 552, 554 - TÜV-Prüfzeichen; GRUR 2005, 877, 879 f. - Werbung mit Testergebnis; OLG Frankfurt am Main, GRUR-RR 2007, 16, 17). Dessen ungeachtet hat der Verbraucher ein berechtigtes und deshalb auch gemäß § 5a Abs. 2 UWG zu schützendes Interesse zu erfahren, inwieweit das aufgrund des durchgeführten Zertifizierungsverfahrens vergebene Prüfzeichen im Hinblick auf die geprüften Eigenschaften des mit ihm versehenen Produkts repräsentativ ist.

43 (5) Das Berufungsgericht hat aus diesem Grund angenommen, für den Verbraucher sei es von wesentlichem Interesse, nach welchen Normen und Kriterien die Prüfung durchgeführt worden sei und ob dabei strengere Anforderungen als in einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen vorgesehen gestellt worden seien. Die Revision rügt ohne Erfolg, das Berufungsgericht sei damit von einem unzutreffenden Maßstab für die nach § 5a Abs. 2 UWG bereitzustellenden Informationen ausgegangen. Die nach dieser Bestimmung zu gebenden Informationen sollen es dem Verbraucher nach der Regelung des § 5a Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 UWG, mit der Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie 2005/29/EG in deutsches Recht umgesetzt worden ist, ermöglichen, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen. Die Informationspflicht erstreckt sich nicht auf Angaben, die dem Verbraucher keinen Erkenntnisgewinn verschaffen. Der fachunkundige Durchschnittsverbraucher kann anhand der Angabe von technischen Normen und Kriterien womöglich nicht selbst erkennen, ob das Prüfunternehmen - wie hier die Streithelferin - die Einhaltung der gesetzlichen Mindestanforderungen überprüft oder strengere technische Anforderungen gestellt hat (vgl. Franz, WRP 2016, 439 Rn. 40). Die Mitteilung der von der Prüfstelle zu Grunde gelegten Anforderungen ermöglicht es dem Verbraucher aber immerhin, sich kundig zu machen, welche Aussagekraft dem erfolgreich durchgeführten Test zukommt.

44 (6) Ebenfalls keinen Rechtsfehler erkennen lässt die Beurteilung des Berufungsgerichts, der Verbraucher erwarte, dass er anhand der ihm mitgeteilten Prüfkriterien kontrollieren könne, ob die Prüfzeichen eine zutreffende Angabe

enthielten. Nach der Ansicht des Berufungsgerichts rechnet der Durchschnittsverbraucher bei einem Prüfzeichen damit, dass dessen Vergabe ein objektives Prüfverfahren durch ein neutrales Prüfunternehmen vorausgegangen ist. Der Verbraucher nimmt die Streithelferin auch als vertrauenswürdiges und unabhängiges Zertifizierungsunternehmen wahr, das über die notwendige Objektivität verfügt. Dieser Ansicht steht nicht die Annahme entgegen, dem Verbraucher sei dessen ungeachtet daran gelegen, die Grundlagen für die Vergabe der Prüfsiegel mitgeteilt zu bekommen und gegebenenfalls zu überprüfen. Danach ist es auch unerheblich, dass das Berufungsgericht, soweit es auf verschiedentlich bekannt gewordene Missbräuche bei der Vergabe von Prüfzeichen verwiesen hat, nicht festgestellt hat, dass das Vertrauen des Verbrauchers in die Seriosität der Streithelferin durch solche Vorgänge erschüttert ist.

45 (7) Das Berufungsgericht hat bei seiner Prüfung mit Recht auch berücksichtigt, dass die streitgegenständlichen Zertifizierungen - wie der Verbraucher erkennen konnte - entgeltlich erfolgt waren. Der Annahme einer neutralen Prüfung anhand objektiver Kriterien steht zwar nicht entgegen, dass das Prüfunternehmen für die Vergabe eines Prüfzeichens und seine Lizenzierung ein Entgelt verlangt (vgl. BGH, Urteil vom 4. Oktober 1990 - I ZR 39/89, GRUR 1991, 550, 551 f. = WRP 1991, 159 - Zaunlasur; Weidert in Harte/Henning aaO § 5 C Rn. 263; MünchKomm.UWG/Busche aaO § 5 Rn. 338). Der Verbraucher hatte aber unter Berücksichtigung des Umstands, dass die Streithelferin ihre Prüfzeichen aufgrund von gegen Entgelt durchgeführten Untersuchungen erteilt hat, ein besonderes Interesse zu erfahren, nach welchen Kriterien diese Zeichen verliehen worden sind.

46 (8) Nach den vorstehenden Ausführungen ist schließlich auch die Beurteilung des Berufungsgerichts, es müsse dem mündigen Verbraucher überlassen bleiben, ob ihm die Information genüge, dass ein Prüfzeichen erteilt worden sei, oder er sich über die Prüfkriterien detaillierter unterrichten wolle, aus Rechts-

gründen nicht zu beanstanden. Zwar begründet nicht jedes mögliche Interesse eines kritischen Verbrauchers an einer Information deren Wesentlichkeit im Sinne des § 5a Abs. 2 UWG; erforderlich ist eine besondere Bedeutung für die vom Durchschnittsverbraucher zu treffende geschäftliche Entscheidung (vgl. MünchKomm.UWG/Alexander aaO § 5a Rn. 179 f.; Köhler in Köhler/Bornkamm aaO § 5a Rn. 3.14; Steinbeck, WRP 2011, 1221, 1222). Eine solche Bedeutung aber hat das Berufungsgericht für den vorliegenden Fall in rechtsfehlerfreier Würdigung des zu beurteilenden Sachverhalts bejaht.

47 (9) Das Berufungsgericht hat zutreffend angenommen, dass einer Veröffentlichung der Kriterien, anhand deren die Prüfsiegel vergeben werden, keine Geheimhaltungsinteressen der Beklagten, des Herstellers oder der Streithelferin entgegenstehen.

48 (10) Das Berufungsgericht ist weiter zu Recht davon ausgegangen, bei einer - vorliegend gegebenen - Aufforderung zum Kauf könnten als nach § 5a Abs. 2 UWG wesentlich auch Informationen über Umstände angesehen werden, die nicht in § 5a Abs. 3 UWG angeführt sind. Diese Einschätzung entspricht der Vorstellung des deutschen Gesetzgebers (vgl. Begründung zum Regierungsentwurf eines Ersten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, BT-Drucks. 16/10145, S. 25 f.) und wird auch im Schrifttum vertreten (vgl. Körber/Heinlein, WRP 2009, 780, 785; Dreiser aaO S. 170 f.; Kieffer aaO S. 169 f.; v. Oelffen aaO Rn. 100; Nordemann in Götting/Nordemann aaO § 5a Rn. 120; Dreyer in Harte/Henning aaO § 5a Rn. 55 und 98; Köhler/Bornkamm aaO § 5a Rn. 3.20; jurisPK-UWG/Seichter, 4. Aufl., § 5a Rn. 63 [Stand: 20. Juni 2016]; ähnlich Sosnitza in Ohly/Sosnitza aaO § 5a Rn. 69).

49 Teilweise wird in der Literatur dagegen angenommen, § 5a Abs. 3 UWG regele abschließend, welche Informationen im Falle der Aufforderung zum Kauf als wesentlich anzusehen sind, so dass über den Katalog hinaus keine weiteren

Informationsanforderungen aus § 5a Abs. 2 UWG abgeleitet werden dürften (vgl. Hoeren, BB 2008, 1182, 1186; Menke in Koos/Menke/Ring aaO § 5a UWG Rn. 36; Helm in Gloy/Loschelder/Erdmann aaO § 59 Rn. 143; Burger, Lauterkeitsrechtliche Informationspflichten, 2012, Rn. 403 und 406; unklar MünchKomm.UWG/Alexander aaO § 5a Rn. 212 und 237).

50 Die richtlinienkonforme Auslegung des § 5a Abs. 3 UWG lässt keinen vernünftigen Zweifel daran, dass bei einer Aufforderung zum Kauf im Einzelfall auch andere als die dort angeführten Informationen nach § 5a Abs. 2 UWG wesentlich sein können. Weder Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken noch § 5a Abs. 3 UWG lässt sich entnehmen, dass sie die im Fall der Aufforderung zum Kauf wesentlichen Informationen abschließend regeln. Die Bestimmungen legen fest, welche Informationen in jedem Fall als wesentlich gelten. Damit ist nicht ausgeschlossen, dass sich aufgrund der konkreten Umstände des Einzelfalls auch andere Informationen als wesentlich erweisen können.

51 Aus dem systematischen Zusammenhang mit anderen Bestimmungen der Richtlinie 2005/29/EG folgt nicht, dass Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie die Informationen abschließend anführt, die im Fall der Aufforderung zum Kauf als wesentlich anzusehen sind. Soweit Art. 7 Abs. 5 der Richtlinie vorsieht, dass die in der Liste des Anhangs II angeführten unionsrechtlichen Informationsanforderungen in Bezug auf kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung oder Marketing als wesentlich gelten, bezeichnet die Vorschrift die Liste allerdings ausdrücklich als nicht erschöpfend. Eine weitere Öffnungsklausel ist in Erwägungsgrund 14 Satz 5 der Richtlinie in der Weise vorgesehen, dass die Mitgliedstaaten durch die in der Richtlinie bestimmte vollständige Angleichung nicht daran gehindert sind, in ihren nationalen Rechtsvorschriften für bestimmte Produkte die wesentlichen Kennzeichen festzulegen, deren Weglassen bei einer Aufforderung zum Kauf rechtserheblich wäre. Daraus kann allerdings nicht der Umkehrschluss gezogen

werden, dass die Aufzählung der Informationen in Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG mangels ausdrücklichen Hinweises auf ihren nicht erschöpfenden Charakter abschließend und es den nationalen Gerichten nicht gestattet ist, im Rahmen der der Umsetzung von Art. 7 Abs. 1 und 2 der Richtlinie dienenden nationalen Bestimmungen - vorliegend des § 5a Abs. 2 UWG - im Einzelfall auch Informationen außerhalb des in Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie vorgesehenen Katalogs als wesentlich zu qualifizieren. Für dieses Ergebnis spricht, dass die Richtlinie 2005/29/EG nach ihrem Erwägungsgrund 14 Satz 3 und 4 eine bestimmte Anzahl von Basisinformationen festlegt, die der Verbraucher bei einer Aufforderung zum Kauf benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Danach bleibt es möglich, dass unter bestimmten Umständen über die Basisinformationen hinausgehende Informationen wesentlich sind.

52 Aus Sinn und Zweck des Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie 2005/29/EG ergibt sich ebenfalls, dass auch Informationen zu anderen als den darin angeführten Umständen im Einzelfall als wesentlich anzusehen sind. Durch die in Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie aufgestellte Vermutung der Wesentlichkeit der Informationen soll die Rechtsstellung des Verbrauchers verbessert werden (vgl. Dreiser aaO S. 170; Dreyer in Harte/Henning aaO § 5a Rn. 55). Das in Art. 1 der Richtlinie 2005/29/EG bezweckte hohe Verbraucherschutzniveau würde jedoch gesenkt, wenn Informationen, die nicht im Katalog des Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie enthalten sind, zwar bei einer allgemein gehaltenen Werbung nach Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie wesentlich sein könnten, aber nicht bei einer Aufforderung zum Kauf, die dem Verbraucher eine Entscheidung über den Erwerb des Produkts ermöglicht. Die Aufforderung zum Kauf ist nach der Richtlinie 2005/29/EG eine besondere Form der Werbung, die einer verstärkten Informationspflicht nach Art. 7 Abs. 4 der Richtlinie unterliegt (vgl. EuGH, GRUR 2011, 930 Rn. 28 - Ving Sverige).

53 dd) Nach der vom Berufungsgericht danach rechtsfehlerfrei vorgenommenen Gewichtung der Interessen des Verbrauchers einerseits und der Beklagten andererseits sind die Kriterien für die Vergabe der Prüfzeichen "LGA tested Quality" und "LGA tested safety" als wesentliche Information im Sinne des § 5a Abs. 2 UWG anzusehen. Damit ist das Interesse des Verbrauchers an näheren Informationen zu den Prüfkriterien von so erheblichem Gewicht, dass die Beklagte von sich aus für den Verbraucher nachvollziehbare Zusammenstellungen der geprüften Qualitäts- und Sicherheitsaspekte und der daran angelegten Maßstäbe bereitzustellen und über eine Fundstellenangabe verfügbar zu machen hat (a.A. Seichter, jurisPR-WettbR 6/2015 Anm. 3; Stenzel, jurisPR-ITR 12/2015 Anm. 2; Franz, WRP 2016, 439 Rn. 40). Wegen des aus den Zeichen ersichtlichen Prüfungsgegenstands und der Erwartung des Verbrauchers, das Zertifizierungsunternehmen habe das Haarentfernungs-Gerät anhand objektiver und aussagekräftiger Kriterien und in neutraler Weise auf seine Qualität und Sicherheit geprüft, besteht für den Verbraucher ein besonderes Bedürfnis, sich vor dem Erwerb des mit den Prüfzeichen beworbenen Produkts über die herangezogenen Prüfkriterien zu informieren. Danach hat die Beklagte in verständlicher Weise die Kriterien darzustellen, anhand deren das beworbene Produkt vor Verleihung des Prüfsiegels beurteilt worden ist.

54 ee) Der Verbraucher benötigt nach den Umständen die Information über die Kriterien für die Vergabe der Prüfsiegel, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (§ 5a Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 UWG). "Geschäftliche Entscheidung" bedeutet nach der Definition des § 2 Abs. 1 Nr. 9 UWG 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. Die möglichen Informationen benötigt der Verbraucher,

um beurteilen zu können, ob die beworbenen Produkte über die Qualitäts- und Sicherheitsmerkmale verfügen, die der Verbraucher mit der Vergabe von Prüfsiegeln der Streithelferin verbindet.

55 ff) Das Vorenthalten dieser Informationen ist geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Handlung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (§ 5a Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 UWG). Die unzureichende Information kann den Verbraucher zu falschen Vorstellungen über den Umfang der Prüfung der Qualität und Sicherheit des beworbenen Produkts bei der Verleihung des Prüfsiegels und deshalb zu einer geschäftlichen Entscheidung veranlassen, die er bei richtiger Information über den Umfang der Prüfung durch die Streithelferin nicht getroffen hätte.

56 2. Der Kläger kann von der Beklagten die ihm entstandenen Abmahnkosten nach § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG ersetzt verlangen. Das Verhalten der Beklagten war im Zeitpunkt der Abmahnung, der insoweit maßgeblich ist (st. Rspr.; vgl. nur BGH, Urteil vom 24. Juli 2014 - I ZR 119/13, GRUR 2015, 393 Rn. 13 = WRP 2015, 450 - Der neue SLK; Urteil vom 7. Mai 2015 - I ZR 158/14, GRUR 2015, 1240 Rn. 47 = WRP 2015, 1464 - Der Zauber des Nordens), nach § 5a Abs. 2 UWG aF unlauter und nach § 3 Abs. 1 und 2 UWG aF auch unzulässig.

57 C. Ein Vorabentscheidungsersuchen an den Gerichtshof der Europäischen Union nach Art. 267 Abs. 3 AEUV ist nicht veranlasst. Die Beurteilung, ob eine Information im Einzelfall unter Berücksichtigung aller Umstände als wesentlich anzusehen ist, ist Sache der nationalen Gerichte (vgl. EuGH, Urteil vom 12. Mai 2011 - C-122/10, Slg. 2011, I-3903 = GRUR 2011, 930 Rn. 52 und 58 - Ving Sverige; BGH, GRUR 2014, 584 Rn. 11 und 22 - Typenbezeichnung; Köhler in Köhler/Bornkamm aaO § 5a Rn. 4.29). Im Streitfall stellt sich auch im Übrigen keine entscheidungserhebliche Frage zur Auslegung des Art. 7 der Richtlinie 2005/29/EG, die nicht durch die Rechtsprechung des Gerichtshofs der

Europäischen Union geklärt oder zweifelsfrei zu beantworten ist (vgl. EuGH, Urteil vom 6. Oktober 1982 - 283/81, Slg. 1982, 3415 = NJW 1983, 1257, 1258 - C.I.L.F.I.T.; Urteil vom 1. Oktober 2015 - C-452/14, GRUR Int. 2015, 1152 Rn. 43 - AIFA/Doc Generici).

58 D. Danach ist die Revision der Beklagten und der Streithelferin gegen das Urteil des Berufungsgerichts mit der Kostenfolge aus § 97 Abs. 1, § 101 Abs. 1 Halbs. 2 ZPO zurückzuweisen.

Büscher Schaffert Kirchhoff

Koch Feddersen

Vorinstanzen:
LG Duisburg, Entscheidung vom 24.01.2014 - 22 O 54/13 -
OLG Düsseldorf, Entscheidung vom 30.12.2014 - I-15 U 76/14 -