

SG_HANDELSGERICHT HG.2005.69 vom 21. November 2005

Sg Handelsgericht, 2005-11-21, DE

Quelle: https://mcp.opencaselaw.ch/entscheid/sg_publicationen_HG.2005.69

FR: SG_HANDELSGERICHT HG.2005.69 du 21 novembre 2005

IT: SG_HANDELSGERICHT HG.2005.69 del 21 novembre 2005

Regeste

Art. 3 lit. b, 9 und 14 UWG (SR 241) i.V.m. Art. 28c - 28f ZGB (SR 210). Der Gesuchsgegnerin wird vorsorglich verboten, ihre Staubsauger mit den lauterkeitsrechtlich beanstandeten Werbeaussagen weiter anzubieten, zu bewerben und / oder zu vertreiben. Sodann wird vorsorglich ein Rückzug bzw. eine Korrektur sämtlicher Werbematerialien (Prospekte, Kataloge, Leporello) bzw. Werbeträger (Internetseite) angeordnet, welche die beanstandeten Werbeaussagen enthalten. Verpflichtung der Gesuchstellerin, eine Sicherheit zu leisten (Handelsgerichtspräsident, 21. November 2005, HG.2005.69).

Erwägungen

E. 1

Die Gesuchstellerin ist die schweizerische Tochtergesellschaft der britischen X. Limited. Die X. Limited vertreibt nach eigenen Angaben seit 1993 Haushaltstaubsauger ohne Staubbeutel mit konstant hoher Saugkraft (vgl. Gesuchsbeilagen 3 - 10).

E. 2

Die Gesuchsgegnerin ist die schweizerische Tochtergesellschaft des weltweit tätigen Elektrogeräteherstellers Y. Die Gesuchsgegnerin hat im April 2005 auch einen beutellosen Staubsauger unter der Bezeichnung "M." (Typenbezeichnungen FC 9206/01 und FC 9202/01) auf den Schweizer Markt gebracht (Gesuchsbeilagen 11 und 12).

E. 3

a) Die Parteien stehen also im Wettbewerb betreffend beutellose Haushaltstaubsauger. Die Gesuchstellerin beanstandet, die Gesuchsgegnerin bewerbe und verkaufe in der Schweiz - u.a. im Mediamarkt St. Gallen sowie im Internet unter www.....ch - ihr neues Modell "M." mit den streitgegenständlichen Aussagen (vgl. Rechtsbegehren, Ziff. 1.b; Gesuchsbeilagen 12 - 21), obwohl ihre Aussagen, ihre Staubsauger wiesen eine konstant hohe oder sogar branchenführende Saugleistung auf, falsch seien. Die Gesuchstellerin habe die Behauptungen der Gesuchsgegnerin bei der unabhängigen und renommierten SLG Prüf- und Zertifizierungs GmbH, Deutschland (nachfolgend SLG) auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen lassen. Die Testergebnisse zeigten, dass bei den "M." Staubsaugern der Gesuchstellerin keinesfalls von einer "konstant hohen Saugleistung" und schon gar nicht von einer "branchenführenden Saugleistung" gesprochen werden könne. Vielmehr zeigten die Testergebnisse der SLG, dass die streitgegenständlichen Staubsaugermodelle der Gesuchsgegnerin bereits bei einer kleinen zugefügten Prüfstaubmenge substantiell an Saugkraft verlieren würden und bei der vollen Befüllung einen Saugkraftverlust von bis zu über 40 Prozent erleiden würden (Gesuchsbeilage 22). Am 17. Mai 2005 hätten die Vertreter der Gesuchstellerin ein Abmahnschreiben an die Gesuchsgegnerin gerichtet, mit welcher diese auf die Unlauterkeit ihrer streitgegenständlichen Angaben zur Saugleistung

der Staubsauger "M." (vgl. Rechtsbegehren der Gesuchstellerin, Ziff. 1.b) aufmerksam machten und sie aufforderten, diese Angaben zu unterlassen und dies durch Gegenzeichnung einer Unterlassungserklärung bis am 27. Mai 2005 zu bestätigen (Gesuchsbeilage 24 und 26). Nachdem die Gesuchsgegnerin mit Schreiben vom 31. Mai 2005 die seitens der Gesuchstellerin erhobenen Vorwürfe vollumfänglich zurückgewiesen habe und bis heute keine Anstalten mache, den Aufforderungen der Gesuchstellerin nachzukommen, sie vielmehr mit ihren irreführenden Werbeaussagen weiterhin werbe und die entsprechenden Werbematerialien immer noch im Verkehr seien, sei der Gesuchstellerin nichts anderes übrig geblieben, als das vorliegende Gesuch gegen die Gesuchsgegnerin einzureichen. b) Die Gesuchsgegnerin bestreitet einerseits die Verwertbarkeit der von der Gesuchstellerin eingereichten Testergebnisse der SLG, andererseits die Unlauterkeit ihrer Werbeaussagen. c) Auf die weiteren Vorbringen der Parteien wird - soweit erforderlich - in den folgenden Erwägungen eingegangen.

E. 4

a) Am 20. April 2005 haben die Rechtsvertreter der deutschen Tochtergesellschaft X. GmbH in Köln beim Landgericht Düsseldorf Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gestellt, welchem mit Beschluss des Landgerichts vom 25. April 2005 entsprochen worden ist und der Y. GmbH in Hamburg im Wege einer einstweiligen Verfügung u.a. untersagt, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs ihre Staubsauger "M." (Typenbezeichnungen FC 9208/01 und FC 9200/01) unter Angaben "saugt dauerhaft mit voller Kraft" und/oder "bietet eine dauerhaft hohe Saugleistung" und/oder "350 Watt Saugleistung" anzubieten, zu bewerben und/oder zu vertreiben (Gesuchsbeilage 23). b) Aus den Vorbringen der Parteien geht ferner hervor, dass sich neben dem Landgericht Düsseldorf auch das Gericht von Utrecht (NL) mit der Frage der Lauterkeit bzw. Unlauterkeit von Werbeaussagen der Gesuchsgegnerin in vorgenanntem Zusammenhang befasst und in einem ausführlich begründeten Entscheid der Gesuchsgegnerin gewisse Werbeaussagen verboten hat (vgl. Gesuchsantwortbeilage 2a/b).

E. 5

a) Als weitere Voraussetzung hat die Gesuchstellerin glaubhaft zu machen, dass ihr durch die festgestellte Wettbewerbsverletzung ein nicht leicht wieder gutzumachender Nachteil droht, welcher nur durch den Erlass der beantragten vorsorglichen Massnahmen abgewendet werden kann. Der richterliche Schutz eines Unterlassungsbegehrens setzt damit ein hinreichendes Rechtsschutzinteresse voraus. Zwischen Massnahme und Nachteil muss eine negative Kausalbeziehung herstellbar sein. Nachdem das Massnahmeverfahren lediglich den Schutz der gefährdeten Interessen des Gesuchstellers bis zur Beendigung des Hauptsacheverfahrens bezweckt, ist hier eine möglichst interessenadäquate vorläufige Zuordnung der bestrittenen Ansprüche vorzunehmen, bei welcher in einer u.a. vergleichenden Prüfung der den Parteien im Einzelfall drohenden Nachteile entscheidend ist. Damit das Rechtsschutzinteresse eines Unterlassungsbegehrens im Massnahmeverfahren bejaht werden kann, muss die drohende Verletzung zudem hinreichend konkret sein, eine bloss abstrakte Wiederholungsgefahr genügt nicht. Dagegen darf eine Wiederholungsgefahr in der Regel dann angenommen werden, wenn die Gesuchsgegnerin eine Verwarnung durch die Gesuchstellerin ignoriert hat und sie die Widerrechtlichkeit des beanstandeten Verhaltens bestreitet, denn dann ist wohl zu vermuten, dass sie dieses im Vertrauen auf dessen Rechtmässigkeit weiterführen wird. Ist eine Verletzung glaubhaft gemacht und der dadurch zugefügte Nachteil schwer ersetzbar,

so ist die vorsorgliche Massnahme selbst dann anzuordnen, wenn sie dem Verletzer grossen Schaden zufügt. (Lucas David, in: SIWR, Bd. I/2, Der Rechtsschutz im Immaterialgüterrecht, 2. überarb. Aufl., Basel 1998, S. 188 f.; Michael Leopold, Die Nachteilsprognose als Voraussetzung des vorsorglichen Rechtsschutzes, in: sic! 2000, S. 265 ff.; Johann J. Zürcher, a.a.O., S. 101; HGer AG, in: sic! 2002, S. 353 f. ["Jet Reactor"]).

b) Die Gesuchstellerin macht diesbezüglich sinngemäss geltend, der Aufschub der Realvollstreckung bis zur Rechtskraft des Urteils im Hauptprozess führe vorliegend zu einer wesentlichen Entleerung des Realerfüllungsanspruchs, da durch die irreführende Werbung der Gesuchsgegnerin ihr Ruf geschädigt werde, eine Verwässerung ihrer Werbebotschaft eintrete und sie mit Beweisschwierigkeiten zu kämpfen habe. So gingen die Verbraucher aufgrund der irreführenden Werbung der Gesuchsgegnerin davon aus, dass dieselbe Leistung, welche die Gesuchstellerin zu einem höheren Preis anbiete, bei der Gesuchsgegnerin für einen merklich tieferen Preis zu erwerben sei. So koste der Staubsauger "M. Animal Care" (FC 9206/01) der Gesuchsgegnerin Fr. 530.--, während das Gerät "DC08 Animalpro" der Gesuchstellerin zum Originalverkaufspreis Fr. 749.-- zu erwerben sei. Das Produkt "M. Basic" (FC 9202/01) biete die Gesuchsgegnerin für Fr. 480.-- an, das vergleichbare Produkt "DC08 Allergy" der Gesuchstellerin koste dagegen rund Fr. 500.-- (vgl. auch Gesuchsbeilage 27 und 28). Dies führe dazu, dass die Abnehmer in der irrigen Meinung, die Gesuchsgegnerin biete dieselbe Leistung wie die Gesuchstellerin zu einem tieferen Preis an, vermehrt die Staubsauger der Gesuchsgegnerin kaufen würden. Dadurch erleide die Gesuchstellerin nicht nur eine Vermögenseinbusse, sondern es werde auch ihr Ruf geschädigt. Machten die Konsumenten negative Erfahrungen mit den bezüglich der Saugleistung nachweislich qualitativ schlechten Produkten der Gesuchsgegnerin, so würden sie auch denselben Werbeaussagen der Gesuchstellerin keinen Glauben mehr schenken. Dies schädige das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Gesuchstellerin auf dem Markt. Selbst wenn die Abnehmer keine negativen Erfahrungen mit den Staubsaugern der Gesuchsgegnerin machen würden - was bestritten werde - führe allein schon die Tatsache, dass die Konsumenten meinten, die Gesuchsgegnerin biete Geräte mit einer konstanten und hohen Saugleistung zu einem merklich tieferen Preis an, zu einem Ruf- und Imageschaden bei der Gesuchstellerin, da die Konsumenten ihre Produkte im Vergleich zu den angeblich gleichwertigen der Gesuchsgegnerin als überteuert betrachten würden. Ausserdem habe die Irreführung eine Schwächung der Werbebotschaft der Gesuchstellerin zur Folge, welche diese seit Jahrzehnten zu Recht als Einzige verwende. Ein Nebeneinander praktisch identischer Werbeaussagen von verschiedenen Herstellern verwässere die bis anhin charakteristische Werbebotschaft der Gesuchstellerin. Mit ihren Werbeaussagen versuche die Gesuchsgegnerin, sich denn auch an das Produkt der Gesuchstellerin anzulehnen und auch vom Ruf und der Bekanntheit des Produktes der Gesuchstellerin zu profitieren. Je länger das Nebeneinander anhalte, umso schwieriger werde es für die Gesuchstellerin sein, bei den Konsumenten ihre Werbebotschaft, dass sie diejenige Staubsaugerproduzentin mit der nachweislich hohen und konstanten Saugleistung sei, wieder festzusetzen. Der vorliegend insgesamt entstehende Schaden sei nicht bezifferbar und naturgemäss im Nachhinein nicht wieder gut zu machen, zumal die Beweisschwierigkeiten bei der Führung von Schadenersatzprozessen für entgangenen Gewinn aufgrund unlauterer Konkurrenzierung als gerichtsnotorisch bezeichnet werden dürften. Auch deshalb gelte es den derart durch irreführende Werbung der Gesuchsgegnerin erschlichenen, unrechtmässigen Wettbewerbsvorteil so rasch als möglich und solange die Werbung noch aktuell sei zu unterbinden, dies auch vor dem Hintergrund, dass der

durchschnittliche Verbraucher nur alle 10 bis 20 Jahre einen neuen Staubsauger anschaffe (Gesuchsbeilagen 29 und 30). Das Interesse der Gesuchstellerin am Erlass der vorsorglichen Massnahme überwiege auch die Nachteile, welche der Gesuchsgegnerin daraus erwachsen. Die Gesuchstellerin habe die Gesuchsgegnerin frühzeitig und mit ausführlicher Begründung abgemahnt, was der Gesuchsgegnerin die Möglichkeit gegeben hätte, ihre Werbeaussagen zu ändern. Durch das Nichteinlenken auf ihr Abmahnschreiben habe die Gesuchsgegnerin vorliegendes Verfahren bewusst in Kauf genommen. Das Interesse der Gesuchstellerin am Erlass der vorsorglichen Massnahme überwiege daher angesichts der erheblichen ihr drohenden Nachteile die Interessen der Gesuchsgegnerin. c) Die Gesuchsgegnerin hält dagegen, die Geltendmachung eines Realerfüllungsanspruchs setze voraus, dass ein besonderes Interesse am Erfüllungsanspruch glaubhaft gemacht werde; in die Nachteilsprognose sei zudem die Interessenlage beider Parteien, also auch diejenige der Gesuchsgegnerin einzubeziehen. Die Gesuchsgegnerin habe einen Anspruch auf Teilnahme am Wettbewerb. Die Gesuchstellerin verkenne, dass das Duldenmüssen eines Konkurrenten und der Verlust von Marktanteilen an sich noch keinen nicht leicht wieder gut zu machenden Nachteil darstellten. Konkurrenz sei die Essenz eines funktionierenden Wettbewerbs. Von einer Schädigung des Ansehens der Gesuchstellerin könne nicht die Rede sein. d) Die Parteien stehen im direkten Wettbewerb um Marktanteile bezüglich beutelloser Staubsauger. Zwar ist der Gesuchsgegnerin insofern zuzustimmen, als das Duldenmüssen eines Konkurrenten und der Verlust von Marktanteilen an sich noch keinen nicht leicht wieder gut zu machenden Nachteil darstellt, allerdings stimmt dies nur insofern, als beide Konkurrenten mit lauterer Mitteln um die Marktanteile kämpfen. Kein Wettbewerbsteilnehmer hat dagegen Anspruch auf Teilnahme am Wettbewerb ohne dessen lauterkeitsrechtlichen Regeln zu berücksichtigen. In der Praxis wird z.T. davon ausgegangen, der Schaden sei im Lauterkeitsrecht grundsätzlich schwer festzustellen, was den nicht leicht wieder gutzumachenden Nachteil schon per se impliziere (vgl. CA FR, sic! 1999, S. 159, S. 163 Erw. 5; Carl Baudenbacher, Lauterkeitsrecht - Kommentar zum Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG), Basel / Genf / München, 2001, N 22 zu Art. 14 UWG; vgl. hierzu auch Michael Leopold, Die Nachteilsprognose als Voraussetzung des vorsorglichen Rechtsschutzes, in: sic! 2000, S. 265 ff., S. 270). Unter dem Begriff Marktverwirrung wird sodann u.a. die durch den Wettbewerbsverstoss hervorgerufene, fortdauernde und messbare Ansehensminderung des Verletzten subsumiert (Baudenbacher, a.a.O., N 219 zu Art. 9 UWG). Die Gesuchstellerin macht denn einerseits auch einen ihr zum Nachteil reichenden, nicht leicht wieder gutzumachenden Marktverwirrungsschaden i.S. eines Ruf- und Imageschadens geltend, weil die getäuschte, von falschen Vorstellungen bezüglich der Saugkraftleistung der Konkurrenzprodukte ausgehende Kundschaft ihre Waren einerseits für überteuert halte, andererseits weil ihre Werbebotschaft durch die unlautere Werbung der Gesuchsgegnerin verwässert werde, zumal sie (die Gesuchstellerin) sich als einzige Wettbewerbsteilnehmerin zu Recht und seit langem mit gerade der besonderen Eigenschaft der konstant hohen Saugleistung ihrer Staubsauger von der Konkurrenz abhebe. Die Nachteilprognose ist zumindest für vorliegenden Sachverhalt - in welchem unlautere Werbeaussagen der Gesuchsgegnerin Ursache des behaupteten nicht wieder gut zu machenden Nachteils sind - insofern zu bejahen, als es im Nachhinein naturgemäss schwierig zu beweisen und zu quantifizieren sein wird, wie viele Kunden der Gesuchsgegnerin aufgrund ihrer Werbung - insoweit sie in tatsächlicher Hinsicht nicht den technischen Merkmalen des Produktes entspricht - einen ihrer "M." Modelle anstatt einer der Staubsaugermodelle der Gesuchstellerin gekauft haben, bzw. inwiefern sich die

Werbeaussagen der Gesuchsgegnerin - soweit unlauter - nachteilig auf die Werbeanstrengungen der Gesuchstellerin ausgewirkt haben.

Export aus OpenCaseLaw (CC0). Verbindlich ist allein der vom erlassenden Gericht veröffentlichte Originaltext. Quellen-URL siehe oben.