



# BUNDESGERICHTSHOF

## IM NAMEN DES VOLKES

### URTEIL

I ZR 240/12

Verkündet am:  
5. Februar 2015  
Führinger  
Justizangestellte  
als Urkundsbeamtin  
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Nachschlagewerk: ja  
BGHZ: nein  
BGHR: ja

Kinderhochstühle im Internet III

MarkenG § 14 Abs. 2 Nr. 1 und Abs. 5; TMG § 7 Abs. 2 Satz 1; Gemeinschaftsmarkenverordnung Art. 9 Abs. 1 Satz 2 Buchst. a

- a) Der Betreiber eines Internetmarktplatzes, der Dritten dort die Möglichkeit eröffnet, Verkaufsangebote ohne seine Kenntnisnahme in einem vollautomatischen Verfahren einzustellen, kann als Störer auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wenn er Anzeigen im Internet geschaltet hat, die über einen elektronischen Verweis zu Angebotslisten führen, in denen auch die Marken der Klägerin verletzende Angebote enthalten sind.
- b) Beschränkt der Markeninhaber den gegen den Marktplatzbetreiber wegen markenrechtsverletzender Verkaufsangebote Dritter gerichteten Unterlassungsanspruch nicht auf die konkrete Verletzungsform, hat er auch vorzutragen, dass die von ihm im Klageantrag genannten abstrakten Kriterien es dem Marktplatzbetreiber ermöglichen, problemlos und zweifelsfrei festzustellen, ob ein Handeln des Anbieters im geschäftlichen Verkehr vorliegt.
- c) Stellt der Betreiber eines Internetmarktplatzes dem Nutzer eine Funktion zur automatischen Unterrichtung über neue Angebote durch E-Mails zur Verfügung, löst dies keine gesteigerten Überwachungspflichten aus.

BGH, Urteil vom 5. Februar 2015 - I ZR 240/12 - OLG Hamburg  
LG Hamburg

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 9. Oktober 2014 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Büscher, die Richter Dr. Kirchhoff, Dr. Koch, Dr. Löffler und die Richterin Dr. Schwonke

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des Hanseatischen Oberlandesgerichts Hamburg - 3. Zivilsenat - vom 29. November 2012 unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels im Kostenpunkt und insoweit aufgehoben, als das Berufungsgericht den Klageantrag zu a in der Variante mit "und" vor "zu bewerben" (... es zu unterlassen, im Internet für Internetnutzer in Deutschland zugänglich Auktionen zu veranstalten und/oder Verkaufsangebote zu präsentieren und zu bewerben, in denen ...) in Gestalt des 2. und 3. Hilfsantrags abgewiesen hat.

Im Umfang der Aufhebung wird die Sache zur neuen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten der Revision, an das Berufungsgericht zurückverwiesen.

Von Rechts wegen

Tatbestand:

- 1 Die Klägerin vertreibt den Kinderhochstuhl "Tripp Trapp". Sie ist Inhaberin der für Möbel eingetragenen Wortmarken Nr. 396 54 805.9 "TRIPP TRAPP", Nr. 399 30 885.7 "STOKKE" sowie der Gemeinschaftswortmarke Nr. 002 536 498 "TRIP TRAP".
- 2 Die Beklagte betreibt im Internet unter [www.ebay.de](http://www.ebay.de) eine Plattform, auf der Privatleute und Gewerbetreibende gegen Entgelt Waren zur Versteigerung oder zum Kauf zu einem Festpreis anbieten können.
- 3 Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten sehen ein Verbot vor, Artikel anzubieten, durch die gewerbliche Schutzrechte verletzt werden. Zur Verhinderung rechtsverletzender Angebote führt die Beklagte Stichprobenkontrollen durch und setzt Schlagwortfilter ein, die die Angebote der Nutzer mit Suchbegriffen vergleichen. Sie stellt Inhabern von Schutzrechten ein Programm zur Verfügung, mit dem diese nach rechtsverletzenden Angeboten auf der Internetplattform der Beklagten suchen und diese melden können. Den Teilnehmern an dieser als VeRI-Programm bezeichneten Suchoption gibt die Beklagte die Daten der Mitglieder heraus, die mit ihren Angeboten Schutzrechte verletzen.
- 4 Auf der Internetplattform boten Mitglieder der Beklagten unter Verwendung der Klagemarken Kinderhochstühle an, die nicht von der Klägerin stammten, oder warben für die Fremdfabrikate mit den Formulierungen "wie Stokke", "wie Tripp Trapp", "wie Trip Trap", "ähnlich Stokke", "ähnlich Tripp Trapp" oder "ähnlich Trip Trap".

5 Die Klägerin beanstandete seit dem 13. Februar 2004 im Rahmen des VeRI-Programms eine Vielzahl derartiger Angebote als rechtsverletzend und mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 3. Mai 2005 ab.

6 Die Parteien streiten darüber, ob unter den von der Klägerin beanstandeten Angeboten Privatverkäufe waren und ob eine Bilderkennungssoftware verfügbar ist oder jedenfalls entwickelt werden könnte, die mit dem von der Klägerin vertriebenen Kinderhochstuhl nicht identische Fremdfabrikate erkennen kann.

7 Die Beklagte wirbt für ihren Internetmarktplatz mit sogenannten Adwords-Anzeigen des Suchmaschinenbetreibers Google. Bei Eingabe des Suchbegriffs "Tripp Trapp" bei der Suchmaschine Google am 22. Januar 2008 erschien neben der Trefferliste die Anzeige:

Tripp Tripp  
Supergünstig: Tripp Tripp  
Tripp Tripp hier kaufen  
[Kaufen.eBay.de/Tripp+Tripp](http://Kaufen.eBay.de/Tripp+Tripp)

8 Nach Behauptung der Klägerin führte von dieser Anzeige ein Link zu einer Suchergebnisliste, in der Angebote von Kinderhochstühlen auf der Plattform der Beklagten aufgeführt wurden, die die Klagemarken auch im Zusammenhang mit Fremdfabrikaten nennen.

9 Die Klägerin hat geltend gemacht, ihre Wortmarken würden durch die von ihr beanstandeten Angebote, die zudem wettbewerbswidrig seien, verletzt. Die Klägerin ist der Ansicht, dass die Beklagte als Täterin oder Gehilfin, zumindest aber als Störerin für die Rechtsverletzungen der Verkäufer auf ihrer Plattform hafte. Es sei ihr möglich und zumutbar, rechtsverletzende Angebote durch

den Einsatz von Schlagwortfiltern und einer Bilderkennungssoftware sowie durch manuelle Kontrollen festzustellen.

10 Die Klägerin hat erstinstanzlich beantragt,

die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, es zu unterlassen, im Internet für Internetnutzer in Deutschland zugänglich Auktionen zu veranstalten und/oder Verkaufsangebote zu präsentieren und/oder zu bewerben, in denen Kinderhochstühle angeboten werden, bei denen es sich nicht um den in der Anlage zum Tenor dargestellten Original-"Tripp Trapp"-Stuhl von der Klägerin handelt, sofern

- a) die Kinder-Hochstühle in den Auktionen und/oder den Verkaufsangeboten unter einer der folgenden Marken der Klägerin angeboten werden:

"Stokke" und/oder "Tripp Trapp" und/oder "Trip Trap"

und/oder

- b) in den Produktbezeichnungen und/oder den Produktbeschreibungen der Auktionen und/oder der Verkaufsangebote vergleichend auf den in der Anlage zum Tenor abgebildeten Original-"Tripp Trapp"-Stuhl der Klägerin und/oder die Marken Stokke und/oder Tripp Trapp und/oder Trip Trap der Klägerin Bezug genommen wird durch Verwendung einer der folgenden Formulierungen: "wie Stokke" und/oder "wie Tripp Trapp" und/oder "wie Trip Trap" und/oder "ähnlich Stokke" und/oder "ähnlich Tripp Trapp" und/oder "ähnlich Trip Trap".



11 Im Berufungsverfahren hat die Klägerin klargestellt, dass mit dem die Stühle beschreibenden Teil des Klageantrags keine nicht erkennbaren Ident-Plagiate und mit der Wendung "im Internet" die Aktivitäten der Beklagten "auf dem und/oder für den Marktplatz eBay" gemeint seien. Sie hat zweitinstanzlich - neben dem erstinstanzlichen Hauptantrag - zuletzt hilfsweise beantragt (Hilfsantrag zu 1),

die Beklagte nach den Klageanträgen zu a) und b) zu verurteilen, sofern aufgrund von hinweisenden Merkmalen erkennbar ist, dass der Anbieter mit seinem Angebot im geschäftlichen Verkehr handelt,

hierzu weiter hilfsweise,

es sei denn, die einzelnen Offerten lassen sich elektronisch nicht herausfiltern;

weiter hilfsweise zu den Hilfsanträgen zu 1 (Hilfsantrag zu 2),

die Beklagte nach den Klageanträgen zu a) und b) zu verurteilen, wobei ein Angebot im geschäftlichen Verkehr insbesondere dann vorliegt, wenn

1. der Anbieter seine Angebote u.a. auch zusammengefasst an einem Platz im Internet-Auktionshaus der Beklagten präsentiert ("eBay-Shop")

und/oder

2. der Anbieter als professioneller gewerblicher Verkäufer ("Power-Seller") auftritt

und/oder

3. der Anbieter im Internet-Auktionshaus der Beklagten eine "Mich-Seite" unterhält, auf der er Interessenten über sich, seine Produkte und Dienstleistungen informieren und auf seine besonderen Angebote aufmerksam machen kann,

und/oder

4. der Anbieter die Möglichkeit der Zahlung des Kaufpreises über den eBay-Online-Zahlungsservice ("Paypal") offeriert,

und/oder

... (es folgen die Ziffern 5 bis 55 des ersten Urteils des Berufungsgerichts vom 24. Juli 2008 - 3 U 216/06, Seiten 18 bis 36)

56. der Anbieter mindestens fünf Kinder-Hochstühle offeriert

und

der Anbieter mindestens zwei Produkte als "neu" und/oder "originalverpackt" und/oder "OVP" anbietet,

jeweils hilfsweise

56. a) drei Produkte,

56. b) vier Produkte,

56. c) fünf Produkte,

56. d) sechs Produkte,

56. e) sieben Produkte,

56. f) mindestens eine andere Anzahl von Produkten als "neu" und/oder "originalverpackt" und/oder "OVP" anbietet, die vom Gericht angemessen zu bestimmen ist,

und/oder

57. eine der sonstigen denkbaren, durch das Gericht einzeln zu prüfenden Kombinationen der vorstehenden Merkmale 1 bis 16 d vorliegt (diese Kombinationen jeweils bestehend aus zwei bis 16 der vorstehenden Merkmale, ggf. mit den zu den einzelnen Merkmalen hilfsweise geltend gemachten Zahlenwerten),

hierzu hilfsweise (3. Hilfsantrag),

es sei denn, die einzelnen Offerten lassen sich elektronisch nicht herausfiltern.

12 Die Beklagte ist der Klage entgegengetreten. Sie hat geltend gemacht, die Angebotsbeschreibungen würden ohne ihr Zutun und ohne ihre Kenntnisnahme vom jeweiligen Anbieter vollautomatisch ins Internet gestellt. Sie hat ein Handeln der Anbieter im geschäftlichen Verkehr in Abrede gestellt.

13 Das Landgericht hat - soweit im vorliegenden Verfahren noch von Bedeutung - die Beklagte nach dem Klageantrag (Hauptantrag) verurteilt. Das Berufungsgericht hat die Berufung der Beklagten in einem ersten Berufungsurteil (OLG Hamburg, WRP 2008, 1569) zurückgewiesen. Auf die Revision der Beklagten hat der Senat das Berufungsurteil im Hinblick auf die Verurteilung der Beklagten aufgehoben und die Sache an das Berufungsgericht zurückverwiesen (Urteil vom 22. Juli 2010 - I ZR 139/08, GRUR 2011, 152 = WRP 2011, 223 - Kinderhochstühle im Internet I). Im wiedereröffneten Berufungsverfahren hat das Berufungsgericht das landgerichtliche Urteil abgeändert und die Klage einschließlich aller dazu gestellten Hilfsanträge abgewiesen (OLG Hamburg, GRUR-RR 2013, 94). Dagegen richtet sich die vom Berufungsgericht zugelassene Revision der Klägerin, mit der sie in erster Linie die Wiederherstellung des landgerichtlichen Urteils und hilfsweise eine Verurteilung der Beklagten nach den Klageanträgen in Gestalt der von ihr formulierten Hilfsanträge begehrt. Die Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

14 I. Das Berufungsgericht hat die Klageanträge für unbegründet gehalten und hierzu ausgeführt:

15 Gegenstand der zweiten Berufungsverhandlung sei nicht nur derjenige tatsächliche und rechtliche Gesichtspunkt, der nach den Gründen des Revisionsurteils Anlass für die Zurückverweisung der Sache an das Berufungsgericht gewesen sei. Vielmehr sei die Sache einschränkungslos zurückverwiesen worden. Die auf die Verletzung sämtlicher ins Verfahren eingeführter Klagemarken gestützte Klage sei zulässig. Die Klageanträge seien mit Ausnahme des Hilfsantrags zu 1 jedenfalls mit den dazu vorgenommenen Klarstellungen der Klägerin auch hinreichend bestimmt. Dies gelte auch für den Hilfsantrag zu 2. Der Hilfsantrag zu 1 sei unbestimmt, weil das Merkmal des Handelns im geschäftlichen Verkehr, das zwischen den Parteien umstritten sei, nicht hinreichend konkretisiert sei. Ob der weitere Hilfsantrag zu den Hilfsanträgen zu 1 und 2 hinreichend bestimmt sei, könne offenbleiben.

16 Soweit die Klageanträge nicht unzulässig seien, seien sie unbegründet. Die Beklagte sei für die von ihren Mitgliedern begangene Verletzung der Marken der Klägerin weder als Täterin oder Teilnehmerin noch als Störerin verantwortlich. Aus diesem Grund könnten dem auf § 14 Abs. 2 Nr. 1 und Abs. 5 MarkenG sowie Art. 9 Abs. 1 Satz 2 Buchst. a und Abs. 2 GMV gestützten Klageantrag zu a und den auf diesen Antrag bezogenen Hilfsanträgen zu 2 und 3 nicht entsprochen werden. Die Beklagte könne zwar die Haftungsprivilegierung des Telemediengesetzes bzw. des Teledienstgesetzes gegenüber den geltend gemachten Unterlassungsansprüchen nicht für sich in Anspruch nehmen. Eine Haftung der Beklagten für etwaige markenverletzende Handlungen ihrer Mitglieder komme jedoch nicht deshalb in Betracht, weil sie ihren Nutzern die Mög-

lichkeit biete, möglicherweise markenrechtsverletzende Verkaufsangebote ins Internet einzustellen. Die Klage sei auch nicht deshalb begründet, weil die Beklagte unter Verwendung der Klagemarken bei der Suchmaschine Google sogenannte Adwords-Anzeigen geschaltet, ihren Mitgliedern einen Mailservice zur Verfügung gestellt oder sonstige die Verkaufsangebote ihrer Nutzer fördernde Hilfe angeboten habe. Eine Haftung der Beklagten komme weder als Täterin noch als Teilnehmerin in Betracht, auch nicht unter dem Gesichtspunkt eines Unterlassungsdelikts. Für eine etwaige Störerhaftung fehle es an den notwendigen tatsächlichen und rechtlichen Voraussetzungen. Selbst wenn man davon ausginge, dass die Beklagte in Bezug auf etwaige Markenverletzungen ihrer Nutzer eine Erfolgsabwendungspflicht träfe, sei eine Verletzung dieser Pflicht nicht erkennbar. Der Beklagten sei eine manuelle Kontrolle der anhand der Eingabe der Klagemarken herausfilterbaren Angebote nicht zumutbar, weil die Klägerin eine solche Kontrolle selbst vornehmen könne und eine solche Kontrolle das Geschäftsmodell der Beklagten gefährde. Die Beklagte müsse nur eine Software zum Einsatz bringen, die bereits verfügbar sei und nicht neue Software zur Erkennung rechtswidriger Angebote entwickeln. Soweit die Klägerin die Existenz von bereits verfügbarer Software behauptete, erfordere auch diese Software eine vollständige manuelle Kontrolle sämtlicher Angebote, die die Klagemarken enthielten. Bei einer solchen Sachlage bestehe die Gefahr, dass der rechtmäßige Handel und auch rechtmäßige Angebote von Privatpersonen bis zur manuellen Nachkontrolle beeinträchtigt würden. Ob ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vorliege, könne eine Software nicht elektronisch beantworten, wenn der Anbieter nicht selbst als gewerblicher Verkäufer auftrete.

17           Wettbewerbsrechtliche Ansprüche der Klägerin bestünden ebenfalls nicht. Deshalb seien auch der Klageantrag zu b und die hierauf bezogenen Hilfsanträge zu 2 und 3 nicht begründet.

18           II. Die Revision hat teilweise Erfolg. Sie führt zur Aufhebung des Berufungsurteils, soweit das Berufungsgericht das mit dem zweiten "und" verknüpfte kumulativ verfolgte Verbotsbegehren im Klageantrag zu a in der Fassung des 2. und des 3. Hilfsantrags abgewiesen hat. Die weitergehende Revision bleibt dagegen ohne Erfolg, soweit sie sich gegen die Abweisung des Klageantrags zu a in der Fassung des Hauptantrags, des dazu gestellten 1. Hilfsantrags und des weiteren, auf diesen Hilfsantrag bezogenen Hilfsantrags, des 2. Hilfsantrags, mit dem in Form der zweiten "oder"-Verknüpfung ein isoliertes Verbot verfolgt wird, sowie des Klageantrags zu b und der dazu gestellten Hilfsanträge wendet.

19           1. Das Berufungsurteil ist allerdings nicht schon deshalb aufzuheben, weil die Urteilsgründe nicht den Anforderungen des § 540 Abs. 1 Satz 1 ZPO entsprechen. Der Revisionsgrund des § 547 Nr. 6 ZPO liegt nicht vor.

20           Das Berufungsurteil gibt zwar weder das Vorbringen der Parteien im Berufungsverfahren vor der aufhebenden Senatsentscheidung wieder noch sind die im Berufungsverfahren von der Klägerin neu gestellten, umfangreichen Hilfsanträge vollständig wiedergegeben. Erwähnt sind lediglich zwei neue Hilfsanträge zu nicht aufgeführten Hilfsanträgen, die die Klägerin nach der Entscheidung des Senats vom 22. Juli 2010 gestellt hat. Insoweit hat das Berufungsgericht jedoch in zulässiger Weise in entsprechender Anwendung von § 540 Abs. 1, § 313 Abs. 2 Satz 2 ZPO auf das vom Senat aufgehobene erste Berufungsurteil Bezug genommen, das dieses Vorbringen sowie die im Berufungsverfahren gestellten Hilfsanträge zu 1 und 2 enthält. Eine Bezugnahme auf ein in derselben Instanz zwischen denselben Parteien ergangenes früheres Urteil ist zulässig (vgl. BGH, Urteil vom 3. Oktober 1980 - V ZR 125/79, NJW 1981, 1045, 1046; BGH, Urteil vom 8. November 1990 - I ZR 49/89, NJW-RR 1991, 830 f.; BAG, NJW 1989, 1627, 1628; Zöller/Heßler, ZPO, 30. Aufl., § 540 Rn. 9).

21            2. Zu Recht hat das Berufungsgericht auf die Berufung der Beklagten das landgerichtliche Urteil abgeändert und den Klageantrag zu a abgewiesen. Dieser Antrag ist zulässig, aber unbegründet.

22            a) Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Verbotsantrag nicht derart un- deutlich gefasst sein, dass Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefug- nis des Gerichts (§ 308 Abs. 1 Satz 1 ZPO) nicht erkennbar abgegrenzt sind, sich der Beklagte deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und letztlich die Entscheidung darüber, was dem Beklagten verboten ist, dem Vollstreckungsge- richt überlassen bleibt. Der Klageantrag zu a genügt den gesetzlichen Be- stimmtheitsanforderungen.

23            Nach dem Klageantrag zu a soll der Beklagten untersagt werden, dass auf ihrer Internetplattform unter den Klagemarken Kinderhochstühle angeboten werden, bei denen es sich nicht um den Original-Tripp-Trapp-Stuhl der Klägerin handelt. Nach der Klarstellung des Klageantrags in der Berufungsinstanz be- gehrt die Klägerin kein gegen identische Nachahmungen des Kinderhochstuhls gerichtetes Verbot. Die Klägerin hat weiterhin in der Berufungsinstanz klarge- stellt, dass mit der Wendung "im Internet" die Aktivitäten der Beklagten "auf dem und/oder für den Marktplatz eBay" gemeint sind. Mit diesen Erläuterungen der Klägerin, die zur Auslegung des Klageantrags zu a heranzuziehen sind (vgl. BGH, Urteil vom 31. Oktober 2002 - I ZR 207/00, BGHZ 152, 268, 274 - Dresdner Christstollen; Urteil vom 24. Juli 2014 - I ZR 27/13 Rn. 19 - K-Theory), ist der Unterlassungsantrag zu a hinreichend bestimmt (BGH, GRUR 2011, 152 Rn. 21 ff. - Kinderhochstühle im Internet I).

24            b) Der Unterlassungsantrag in Gestalt des Hauptantrags a ist schon deshalb unbegründet, weil er auch Verhaltensweisen einbezieht, die die Marken der Klägerin nicht verletzen.

25            aa) Den Tatbestand einer Markenverletzung gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und Art. 9 Abs. 1 Satz 2 Buchst. a GMV erfüllen nur solche Handlungen, die ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr vorgenommen werden. Von einem Handeln im geschäftlichen Verkehr ist nicht schon dann auszugehen, wenn eine Ware, etwa über das Internet, einer Vielzahl von Personen zum Kauf angeboten wird, mag dies auch mit dem Ziel geschehen, einen möglichst hohen Verkaufspreis zu erzielen (vgl. BGH, Urteil vom 19. April 2007 - I ZR 35/04, BGHZ 172, 119 Rn. 23 - Internet-Versteigerung II; Urteil vom 30. April 2008 - I ZR 73/05, GRUR 2008, 702 Rn. 41 = WRP 2008, 1104 - Internet-Versteigerung III). Da auch bei einem Angebot im privaten Bereich regelmäßig ein möglichst hoher Verkaufspreis erzielt werden soll, würden alle Fallgestaltungen dem Bereich des Handelns im geschäftlichen Verkehr zugeordnet, in denen ein Privater einen einzelnen Gegenstand einer unbestimmten Anzahl von Personen zum Kauf anbietet. Dies würde zu einer uferlosen Ausdehnung des Handelns im geschäftlichen Verkehr führen und typischerweise dem privaten Bereich zuzuordnende Verhaltensweisen umfassen. Eine Benutzung im geschäftlichen Verkehr liegt vor, wenn die Benutzung im Zusammenhang mit einer auf einen wirtschaftlichen Vorteil gerichteten kommerziellen Tätigkeit und nicht im privaten Bereich erfolgt (BGH, GRUR 2008, 702 Rn. 43 - Internet-Versteigerung III; BGH, Urteil vom 13. Dezember 2012 - I ZR 217/10, GRUR 2013, 290 Rn. 16 = WRP 2013, 505 - MOST-Pralinen). Der Verkauf von dem Privatbereich zuzurechnenden Erzeugnissen findet dagegen grundsätzlich nicht im geschäftlichen Verkehr statt (BGH, Urteil vom

22. April 1993 - I ZR 75/91, GRUR 1993, 761, 762 = WRP 1993, 619 - Makler-Privatangebot).

26           bb) Wie die Klägerin nicht in Abrede stellt, bieten auch Privatverkäufer auf der Internetplattform der Beklagten unter den Klagemarken Kinderhochstühle an, bei denen es sich nicht um Original-Tripp-Trapp-Stühle der Klägerin handelt. Der von der Klägerin verfolgte, weit gefasste Klageantrag zu a hat jedoch generell zum Ziel, es der Beklagten zu untersagen, dass auf ihrer Internetplattform unter den Klagemarken Kinderhochstühle angeboten werden, bei denen es sich nicht um den Original-Tripp-Trapp-Stuhl der Klägerin handelt. Der Klageantrag zu a erfasst damit auch solche Verhaltensweisen, die keine Markenrechtsverletzung darstellen. Ein solcher zu weit gefasster Unterlassungsantrag ist unbegründet (BGH, Urteil vom 29. März 2007 - I ZR 164/04, GRUR 2007, 987 Rn. 22 = WRP 2007, 1341 - Änderung der Voreinstellung I).

27           3. Ohne Erfolg wendet sich die Revision auch gegen die Abweisung des von der Klägerin in der Berufungsinstanz erstmals gestellten 1. Hilfsantrags zum Klageantrag zu a. Unzulässig ist auch der auf den Hilfsantrag zu 1 bezogene weitere Hilfsantrag.

28           a) Mit dem 1. Hilfsantrag modifiziert die Klägerin ihren Klageantrag zu a dahingehend, der Beklagten zu untersagen, auf ihrer Internetplattform unter den Klagemarken Kinderhochstühle anzubieten, bei denen es sich nicht um den Original-Tripp-Trapp-Stuhl der Klägerin handelt, "sofern aufgrund von hinweisenden Merkmalen erkennbar ist, dass der Anbieter mit seinem Angebot im geschäftlichen Verkehr handelt".

29            b) Der 1. Hilfsantrag ist - wie das Berufungsgericht zutreffend angenommen hat - als unzulässig abzuweisen, weil er nicht hinreichend bestimmt ist (§ 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO).

30            Das beantragte Verbot soll auf Fälle beschränkt sein, in denen sich aus den Angeboten ein Handeln im geschäftlichen Verkehr ergibt und keine Privatverkäufe vorliegen. Da die Parteien darüber streiten, wann von einem Handeln der Anbieter im geschäftlichen Verkehr auszugehen ist, muss die Klägerin dieses Merkmal hinreichend konkret umschreiben und gegebenenfalls mit Beispielen unterlegen (vgl. BGHZ 172, 119 Rn. 50 - Internet-Versteigerung II, BGH, GRUR 2011, 152 Rn. 58 - Kinderhochstühle im Internet I). Dies ist im 1. Hilfsantrag nicht geschehen. Die Klägerin hat darin nicht präzisiert, aus welchen "hinweisenden Merkmalen" sich ein Handeln im geschäftlichen Verkehr ergeben soll.

31            c) Mit dem weiteren auf den Hilfsantrag zu 1 bezogenen Hilfsantrag modifiziert die Klägerin den Hilfsantrag zu 1 um den Zusatz "es sei denn, die einzelnen Offerten lassen sich elektronisch nicht herausfiltern". Dieser Antrag ist aus den vorstehenden Gründen zu III 3 b unzulässig, weil er ebenfalls ohne nähere Konkretisierung das zwischen den Parteien umstrittene Merkmal eines Handelns im geschäftlichen Verkehr enthält.

32            4. Das Berufungsgericht hat zu Recht auch den Klageantrag zu a in Gestalt des 2. Hilfsantrags mit der zweiten vorangestellten "oder"-Verknüpfung abgewiesen, mit dem der Beklagten untersagt werden soll, Auktionen zu veranstalten und/oder Verkaufsangebote zu präsentieren oder zu bewerben, in denen unter den Klagemarken Kinderhochstühle angeboten werden, bei denen es sich nicht um den in der Anlage dargestellten Original-Tripp-Trapp-Stuhl der Kläge-

rin handelt, wobei ein Handeln im geschäftlichen Verkehr unter den 57 angeführten Konkretisierungen vorliegen soll.

- 33 a) Dieser Klageantrag in Form des 2. Hilfsantrags ist zulässig. Mit ihm beschreibt die Klägerin das Vorliegen eines Angebots im geschäftlichen Verkehr anhand von 56 Merkmalen, die sie jeweils mit "und/oder" miteinander verknüpft. Außerdem stellt sie unter Nr. 57 dieses Hilfsantrags verschiedene Kombinationen der genannten Merkmale zur gerichtlichen Überprüfung. Das genügt dem Erfordernis der Bestimmtheit des Klageantrags (§ 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO). Ob mit diesen Merkmalen zutreffend ein Handeln im geschäftlichen Verkehr beschrieben wird, betrifft nicht die Zulässigkeit der Klage, sondern ist eine Frage ihrer Begründetheit.
- 34 b) Der Klageantrag zu a in Gestalt des 2. Hilfsantrags mit der zweiten vorangestellten "oder"-Verknüpfung ist bereits deshalb unbegründet, weil danach für eine Haftung der Beklagten sowohl die Veranstaltung von Auktionen als auch die Präsentation von Verkaufsangeboten auf ihrer Internetplattform ausreichen soll. Zutreffend hat das Berufungsgericht insoweit eine Haftung der Beklagten als Täterin oder Gehilfin verneint.
- 35 aa) Die Frage, ob sich jemand als Täter, Mittäter, Anstifter oder Gehilfe in einer die zivilrechtliche Haftung begründenden Weise an einer deliktischen Handlung eines Dritten beteiligt hat, beurteilt sich nach den im Strafrecht entwickelten Rechtsgrundsätzen (vgl. BGH, Urteil vom 29. Oktober 1974 - VI ZR 182/73, BGHZ 63, 124, 126; Urteil vom 24. Januar 1984 - VI ZR 37/82, BGHZ 89, 383, 389). Täter ist danach derjenige, der die Zuwiderhandlung selbst oder in mittelbarer Täterschaft begeht (§ 25 Abs. 1 StGB). Mittäterschaft erfordert eine gemeinschaftliche Begehung, also ein bewusstes und gewolltes Zusammenwirken (vgl. § 830 Abs. 1 Satz 1 BGB). Die Gehilfenhaftung setzt

neben einer objektiven Beihilfehandlung zumindest einen bedingten Vorsatz in Bezug auf die Haupttat voraus, der das Bewusstsein der Rechtswidrigkeit einschließen muss (BGH, Urteil vom 11. März 2004 - I ZR 304/01, BGHZ 158, 236, 250 mwN - Internet-Versteigerung I; BGHZ 172, 119 Rn. 31 - Internet-Versteigerung II).

36           bb) Die Beklagte erfüllte dadurch, dass sie Dritten die Internetplattform für deren Angebote und Versteigerungen mit den Klagemarken zur Verfügung stellte, selbst nicht die Merkmale einer Markenverletzung nach § 14 Abs. 3 oder 4 MarkenG, weil sie die rechtsverletzende Ware nicht angeboten oder in den Verkehr gebracht und die Klagemarken auch nicht in der Werbung benutzt hat (vgl. EuGH, Urteil vom 12. Juli 2011 - C-324/09, Slg. 2011, I-6011 = GRUR 2011, 1025 Rn. 101 ff. - L'Oréal/eBay; BGHZ 158, 236, 250 - Internet-Versteigerung I; 172, 119 Rn. 28 - Internet-Versteigerung II). Die Beklagte wirkte auch nicht in bewusstem und gewolltem Zusammenwirken mit den Dritten bei Markenverletzungen zusammen, wenn sie ihnen über ihre Internetplattform die Möglichkeit zur Abgabe eigener Angebote eröffnete.

37           cc) Die Angebote der Veräußerer wurden in einem automatischen Verfahren ohne vorherige Kenntnisnahme der Beklagten eingestellt (hierzu auch BGH, Urteil vom 12. Juli 2007 - I ZR 18/04, BGHZ 173, 188 Rn. 21 - Jugendgefährdende Medien bei eBay). Ohne Kenntnis von konkret drohenden Haupttatscheidet ein vorsätzliches Zusammenwirken der Beklagten mit Dritten aus, die die Markenrechte der Klägerin verletzende Produkte anbieten (vgl. BGHZ 173, 188 Rn. 21 - Jugendgefährdende Medien bei eBay; Beschluss vom 10. Mai 2012 - I ZR 57/09, MMR 2012, 815 Rn. 4 f.).

38           Nach dem bis zum ersten Revisionsurteil maßgeblichen Sach- und Streitstand steht aufgrund der Senatsentscheidung vom 22. Juli 2010 (GRUR 2011,

152 Rn. 30 f. - Kinderhochstühle im Internet I) fest, dass die Beklagte sich weder als Täter, Mittäter, Anstifter oder Gehilfe in einer die zivilrechtliche Haftung begründenden Weise dadurch an einer deliktischen Handlung eines oder mehrerer ihrer Mitglieder beteiligt hat, dass sie Dritten die Internetplattform für deren Angebote und Versteigerungen mit den Klagemarken zur Verfügung stellte (§ 563 Abs. 2 ZPO).

39            Im wiedereröffneten Berufungsverfahren sind keine hiervon abweichenden Feststellungen getroffen worden. Das Berufungsgericht hat angenommen, dass die Klägerin keine weiteren Umstände vorgetragen habe, aus denen sich ergebe, dass die Beklagte rechtsverletzende Ware angeboten oder in den Verkehr gebracht habe. Danach scheide eine täterschaftliche Haftung der Beklagten aus. Es sei auch nichts dafür vorgetragen, dass die Beklagte bewusst und gewollt mit den Nutzern ihrer Internetplattform bei Markenverletzungen zusammengewirkt habe. Da bei der Beklagten die Angebote in einem automatischen Verfahren ohne ihre vorherige Kenntnisnahme eingestellt würden und das automatisierte Verfahren keiner manuellen Überprüfung der einzelnen Angebote durch die Beklagte unterliege, fehle es mangels Gehilfenvorsatzes an einer Beihilfehandlung der Beklagten. Diese Beurteilung ist revisionsrechtlich nicht zu beanstanden.

40            dd) Der Beklagten kann auch keine Beihilfe zu den Markenverletzungen ihrer Nutzer durch Unterlassen vorgeworfen werden.

41            (1) Das Berufungsgericht hat ausgeführt, der Beklagten könne eine Untätigkeit nicht als Beihilfehandlung zur Last gelegt werden, denn die Beklagte habe keine Prüfpflichten verletzt. Eine Beihilfe durch Unterlassen im Hinblick auf Markenverletzungen Dritter im Sinne von § 14 Abs. 2 MarkenG setze zusätzlich zu der objektiven Unterstützung der Rechtsverletzung, dem Vorsatz in Bezug

auf die Haupttat und dem Bewusstsein der Rechtswidrigkeit voraus, dass den Gehilfen eine Rechtspflicht treffe, den Erfolg abzuwenden. Selbst wenn die Beklagte in Bezug auf etwaige Markenverletzungen ihrer Nutzer eine Erfolgsabwendungspflicht treffe, lasse sich damit der geltend gemachte Unterlassungsanspruch nicht begründen. Auch auf der Grundlage des in der zweiten Berufungsverhandlung ergänzten Parteivortrags könne nicht festgestellt werden, dass es der Beklagten möglich wäre, künftige Markenverletzungen durch Verwendung der Klagemarken im Zusammenhang mit Angeboten von Kinderhochstühlen, die nicht von der Klägerin hergestellt worden sind, elektronisch so herauszufiltern, dass es einer manuellen Überprüfung jener Angebote durch die Beklagte nicht oder nur noch in einem sehr eingeschränkten Umfang bedürfte.

42 (2) Dagegen wendet sich die Revision ohne Erfolg. Eine Beihilfe durch Unterlassen im Hinblick auf Markenrechtsverletzungen nach § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt das Vorliegen eines Vorsatzes in Bezug auf die Haupttat voraus (BGH, GRUR 2011, 152 Rn. 34 - Kinderhochstühle im Internet I). Für einen entsprechenden Vorsatz der Beklagten ist nichts festgestellt oder sonst ersichtlich. Auf die Frage, ob es der Beklagten möglich ist, Markenverletzungen durch elektronische Filter aufzuspüren, kommt es danach nicht an.

43 ee) Es kann auch nicht deshalb von einer täterschaftlichen Haftung oder einer Gehilfenhaftung der Beklagten ausgegangen werden, weil sich die Beklagte durch die Übersendung von E-Mails mit Suchergebnissen an potentiell kaufinteressierte Mitglieder den Inhalt darin etwa enthaltener rechtsverletzender Angebote zu eigen gemacht hätte. Auch soweit die Beklagte ihren Mitgliedern in elektronischer Form Hilfe bei der Angebotserstellung und Präsentation des Verkaufsangebots leistet und die Verkaufsabwicklung - etwa durch das Bezahlsystem PayPal - unterstützt, kommt eine Haftung als Täterin oder Teilnehmerin von Markenverletzungen nicht in Betracht.

44 Der E-Mail-Versand von Suchergebnissen an Kaufinteressenten, die Unterstützung von Anbietern bei der Erstellung und der Präsentation von Verkaufsangeboten sowie das Angebot einer Verkaufsabwicklung und eines Bezahlsystems erfolgen automatisiert, ohne dass die Beklagte von dem Inhalt der Angebote Kenntnis nehmen könnte. Damit fehlt es an dem für eine Haftung als Täter oder Teilnehmer erforderlichen Vorsatz.

45 ff) Etwas anderes ergibt sich auch nicht aus der Rechtsprechung des VI. Zivilsenats des Bundesgerichtshofs (Urteil vom 14. Mai 2013 - VI ZR 269/12, BGHZ 197, 213 - Autocomplete-Funktion). Gegenstand dieser Entscheidung, auf die sich die Revision für ihren Standpunkt einer Haftung der Beklagten als Täterin oder Teilnehmerin beruft, war die Frage, ob der Betreiber einer Suchmaschine durch die Integration einer Autocomplete-Funktion in seine Suchmaschine, mit deren Hilfe dem Internetnutzer während der Eingabe seiner Suchbegriffe automatisch verschiedene Suchvorschläge in Form von Wortkombinationen angezeigt werden, für persönlichkeitsverletzende Suchvorschläge haftet. In dieser Entscheidung hat der VI. Zivilsenat angenommen, dass der Betreiber einer Suchmaschine, auch wenn er mit den Ergebnissen des Autocomplete-Hilfsprogramms nicht fremde, sondern eigene Inhalte angeboten hat, nicht als Täter, sondern nur als Störer haftet (BGHZ 197, 213 Rn. 20, 23 ff. - Autocomplete-Funktion). Diese Entscheidung kann deshalb die Annahme der Revision nicht stützen, dass die Beklagte eine Haftung als Täterin oder Teilnehmerin treffe.

46 5. Das Berufungsurteil hält einer rechtlichen Nachprüfung jedoch nicht stand, soweit das Berufungsgericht den Klageantrag zu a in Gestalt des 2. Hilfsantrags mit der zweiten "und"-Verknüpfung abgewiesen hat. Damit soll der Beklagten untersagt werden, im Internet für Internetnutzer in Deutschland

zugänglich Auktionen zu veranstalten und/oder Verkaufsangebote zu präsentieren und zu bewerben, in denen unter den Klagemarken Kinderhochstühle angeboten werden, bei denen es sich nicht um den in der Anlage dargestellten Original-Tripp-Trapp-Stuhl der Klägerin handelt, wobei ein Handeln im geschäftlichen Verkehr unter den 57 angeführten Konkretisierungen vorliegen soll.

- 47 a) Das Berufungsgericht hat ausgeführt, die Beklagte bestreite zwar den Vortrag der Klägerin, dass im konkreten Fall die von der Klägerin vorgelegten Angebotslisten als Folge einer Verlinkung über die Google-Anzeigen erreichbar gewesen seien, und mache geltend, die Klägerin habe direkt auf die Suchfunktion der Beklagten zugegriffen. Zwischen den Parteien sei jedoch nicht umstritten, dass von der Beklagten bei Google geschaltete Adwords-Anzeigen verlinkt seien. Der mit den Klagemarken suchende Internetnutzer werde beim Anklicken der Adwords-Anzeige auf eine Seite der Beklagten geleitet, auf der das bei Google eingegebene Suchwort bereits in die von der Beklagten auf ihrer Seite zur Verfügung gestellte Suchfunktion eingestellt sei. Ihm würden die zu diesem Suchwort aufgefundenen Ergebnisse in einer dynamischen, sich also je nach Angebotslage ändernden Ergebnisliste präsentiert. Die Verlinkung erfolge auf eine Suchliste, die unstreitig neben rechtmäßigen Angeboten auch rechtverletzende Angebote enthalten könne. In diesem Zusammenhang werde der Nutzer aber nicht allein auf ein konkretes rechtsverletzendes Angebot geleitet. Die Beklagte nehme die Liste auch nicht zur Kenntnis. Durch die Werbung mit den Adwords-Anzeigen und die Verlinkung mit der Suchliste werde eine Haftung der Beklagten nicht begründet. Erforderlich sei vielmehr, dass der Portalbetreiber gerade im Hinblick auf die konkret beanstandeten Angebote eine aktive Rolle spiele. In der Verlinkung in der Adwords-Anzeige der Beklagten auf eine Suchfunktion liege demgegenüber nur eine allgemeine verkaufsunterstützende Maßnahme. Für die von der Beklagten angebotene Erweiterung der Suchfunktion, die es dem Internetnutzer ermögliche, über neu eingestellte Angebote per

E-Mail unterrichtet zu werden, gelte nichts anderes. Es handele sich um automatisierte Erweiterungen der von der Beklagten auf ihrer Verkaufsplattform zur Verfügung gestellten Suchfunktion. Dies gelte auch für die von der Beklagten angebotenen elektronischen Werkzeuge bei der Angebotserstellung und Präsentation des Verkaufsangebots sowie für die Verkaufsabwicklung mittels eines Bezahlsystems. Diese rechtliche Beurteilung hält einer revisionsrechtlichen Überprüfung nicht stand.

48            b) Mit der vom Berufungsgericht gegebenen Begründung kann der Klageantrag unter dem Gesichtspunkt der Störerhaftung nicht abgewiesen werden.

49            aa) Als Störer kann bei der Verletzung absoluter Rechte auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer - ohne Täter oder Teilnehmer zu sein - in irgendeiner Weise willentlich und adäquat-kausal zur Verletzung des geschützten Rechtsguts beiträgt. Da die Störerhaftung nicht über Gebühr auf Dritte erstreckt werden darf, die die rechtswidrige Beeinträchtigung nicht selbst vorgenommen haben, setzt die Haftung des Störers nach der Rechtsprechung des Senats die Verletzung von Verhaltenspflichten, insbesondere von Prüfungs- oder Überwachungspflichten, voraus. Deren Umfang bestimmt sich danach, ob und inwieweit dem als Störer in Anspruch Genommenen nach den Umständen eine Verhinderung der Verletzungshandlung zuzumuten ist (vgl. BGH, GRUR 2008, 702 Rn. 50 - Internet-Versteigerung III; Urteil vom 12. Mai 2010 - I ZR 121/08, BGHZ 185, 330 Rn. 19 - Sommer unseres Lebens; Urteil vom 18. November 2010 - I ZR 155/09, GRUR 2011, 617 Rn. 37 = WRP 2011, 881 - Sedo).

50            bb) Die Zumutbarkeit einer Prüfung, um Verletzungshandlungen zu vermeiden oder abzustellen, richtet sich nach den jeweiligen Umständen des Einzelfalls unter Berücksichtigung ihrer Funktion und Aufgabenstellung sowie mit

Blick auf die Eigenverantwortung desjenigen, der die rechtswidrige Beeinträchtigung selbst unmittelbar vorgenommen hat (BGH, Urteil vom 17. Mai 2001 - I ZR 251/99, BGHZ 148, 13, 17 f. - *ambiente.de*; Urteil vom 15. Mai 2003 - I ZR 292/00, GRUR 2003, 969, 970 = WRP 2003, 1350 - Ausschreibung von Vermessungsleistungen; BGHZ 185, 330 Rn. 19 - *Sommer unseres Lebens*; BGH, Urteil vom 8. Januar 2014 - I ZR 169/12, BGHZ 200, 76 Rn. 22 - *BearShare*). So hat es der Senat für die Frage der Zumutbarkeit der Verhinderung von Rechtsverletzungen Dritter für erheblich gehalten, ob der als Störer in Anspruch Genommene ohne Gewinnerzielungsabsicht zugleich im öffentlichen Interesse handelt (BGHZ 148, 13, 19 f. - *ambiente.de*; BGH, Urteil vom 19. Februar 2004 - I ZR 82/01, GRUR 2004, 619, 621 = WRP 2004, 769 - *kurtbiedenkopf.de*) oder aber eigene erwerbswirtschaftliche Zwecke verfolgt und etwa - wie der Betreiber einer Internethandelsplattform - durch die ihm geschuldete Provision an dem schutzrechtsverletzenden Verkauf von Erzeugnissen beteiligt ist (BGHZ 158, 236, 252 - *Internet-Versteigerung I*). Weiter ist darauf abzustellen, ob die geförderte Rechtsverletzung eines Dritten aufgrund einer unklaren Rechtslage erst nach eingehender rechtlicher (BGH, Urteil vom 1. April 2004 - I ZR 317/01, BGHZ 158, 343, 353 - *Schöner Wetten*) oder tatsächlicher Prüfung (BGH, GRUR 2011, 152 Rn. 39 ff. - *Kinderhochstühle im Internet I*) festgestellt werden kann oder aber für den als Störer in Anspruch Genommenen offenkundig und unschwer zu erkennen ist (BGHZ 148, 13, 18 - *ambiente.de*; BGHZ 158, 236, 252 - *Internet-Versteigerung I*; BGHZ 172, 119 Rn. 47 - *Internet-Versteigerung II*; BGH, Urteil vom 16. Mai 2013 - I ZR 216/11, GRUR 2013, 1229 Rn. 34 = WRP 2013, 1613 - *Kinderhochstühle im Internet II*).

51           cc) Einer allgemeinen Prüfungspflicht von Diensteanbietern im Sinne der §§ 8 bis 10 TMG für die von Nutzern auf ihre Server eingestellten Dateien steht § 7 Abs. 2 Satz 1 TMG entgegen. Danach sind Diensteanbieter nicht verpflichtet, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwa-

chen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hindeuten. Nach dieser Vorschrift, die auf Art. 15 Abs. 1 der Richtlinie 2000/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr beruht, sind Überwachungspflichten allgemeiner Art ausgeschlossen. Danach ist es der Beklagten als Betreiberin einer Internethandelsplattform grundsätzlich nicht zuzumuten, jedes Angebot vor Veröffentlichung im Internet auf eine mögliche Rechtsverletzung hin zu untersuchen (vgl. EuGH, GRUR 2011, 1025 Rn. 109 ff. und 139 - L'Oréal/eBay; BGHZ 191, 19 Rn. 21 - Stiftparfüm; für einen Internetserviceprovider EuGH, Urteil vom 24. November 2011 - C-70/10, Slg. 2011, I-11959, GRUR 2012, 265 Rn. 47 bis 54 - Scarlet/SABAM; für den Betreiber eines sozialen Netzwerks EuGH, Urteil vom 16. Februar 2012 - C-360/10, GRUR 2012, 382 Rn. 33 - Netlog/SABAM). Nicht ausgeschlossen sind dagegen Überwachungspflichten in spezifischen Fällen. Diensteanbieter, die von Nutzern bereitgestellte Informationen speichern, müssen die nach vernünftigem Ermessen von ihnen zu erwartende und in innerstaatlichen Rechtsvorschriften niedergelegte Sorgfalt aufwenden, um bestimmte Arten rechtswidriger Tätigkeiten aufzudecken und zu verhindern (Erwägungsgrund 48 der Richtlinie 2000/31; vgl. BGH, GRUR 2011, 617 Rn. 40 - Sedo; Urteil vom 12. Juli 2012 - I ZR 18/11, BGHZ 194, 339 Rn. 19 - Alone in the Dark; BGH, GRUR 2013, 1229 Rn. 35 - Kinderhochstühle im Internet II).

52            dd) Nach den Grundsätzen der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union und des Senats muss der Betreiber eines Online-Marktplatzes, der auf eine klare Rechtsverletzung hingewiesen worden ist, nicht nur das konkrete Angebot unverzüglich sperren, sondern auch Vorsorge treffen, dass es möglichst nicht zu weiteren derartigen Schutzrechtsverletzungen kommt (EuGH, GRUR 2011, 1025 Rn. 119 und Rn. 141 bis 143 - L'Oréal/eBay; BGHZ 158, 236, 252 - Internet-Versteigerung I; BGH, GRUR 2008, 702 Rn. 51 - Internet-Versteigerung III; BGHZ 191, 19 Rn. 21 f. - Stiftparfüm). Ihn trifft die

durch einen Unterlassungsanspruch durchsetzbare Verpflichtung, zukünftig derartige Verletzungen zu verhindern (BGHZ 191, 19 Rn. 26, 39 - Stiftparfüm).

53 ee) Dies gilt auch, wenn der Anbieter seine neutrale Vermittlerposition verlässt und eine aktive Rolle spielt, die ihm Kenntnis von bestimmten Daten oder Kontrolle über sie verschaffen konnte. In diesem Fall wird er hinsichtlich dieser Daten nicht vom Anwendungsbereich des Art. 14 der Richtlinie 2000/31 über den elektronischen Geschäftsverkehr erfasst (vgl. EuGH, GRUR 2011, 1025 Rn. 113 und 116 - L'Oréal/eBay) und kann sich auch nicht auf das Haftungsprivileg des Art. 14 Abs. 1 der Richtlinie 2000/31/EG und des § 7 Abs. 2 TMG berufen (BGHZ 191, 19 Rn. 23 - Stiftparfüm; BGH, GRUR 2013, 1229 Rn. 37 - Kinderhochstühle im Internet II). Ist der Plattformbetreiber in diesem Zusammenhang auf klare Rechtsverletzungen hingewiesen worden, muss er die über die elektronischen Verweise in seinen Anzeigen erreichbaren Angebote auf problemlos und zweifelsfrei erkennbare Schutzrechtsverletzungen überprüfen (BGH, GRUR 2013, 1229 Rn. 47 ff. - Kinderhochstühle im Internet II).

54 c) Nach diesen Maßstäben kann die Entscheidung des Berufungsgerichts über den Klageantrag zu a in der Fassung des 2. Hilfsantrags mit der zweiten "und"-Verknüpfung keinen Bestand haben. Die Revision macht mit Erfolg geltend, das Berufungsgericht habe rechtsfehlerhaft zu hohe Anforderungen an die Annahme einer Störerhaftung der Beklagten gestellt. Für eine Störerhaftung der Beklagten ist es ausreichend, dass mit Hilfe einer Adwords-Werbung auf Suchlisten verwiesen wird, in denen neben rechtmäßigen auch rechtsverletzende Angebote enthalten sind. Es ist nicht notwendig, dass der Plattformbetreiber konkret und ausschließlich auf eines oder mehrere rechtsverletzende Angebote hinweist.

55           aa) Allerdings ist für den von der Klägerin gestellten Klageantrag zu a in Form des 2. Hilfsantrages mit der zweiten "und"-Verknüpfung noch weiterer Vortrag erforderlich. Da die Klägerin den Antrag nicht auf eine konkrete Verletzungsform beschränkt hat, sondern ein geschäftliches Handeln von Anbietern abstrakt umschreiben will, um es von einem reinen Privatverkauf zu unterscheiden, genügt es nicht, dem Gericht im Klageantrag verschiedene Verhaltensweisen, teilweise mit zahlreichen Varianten, zur Entscheidung zu unterbreiten. Erforderlich ist es vielmehr, im Einzelnen darzulegen, aus welchen Gründen davon auszugehen ist, dass ein Anbieter, auf den eines ohne mehrere dieser Kriterien zutreffen, bei dem Verkauf eines Kinderhochstuhls geschäftlich handelt. Dabei muss die Klägerin vortragen, aufgrund welcher Umstände die Beklagte anhand der in den Nummern 1 bis 57 angeführten Verhaltensweisen das Vorliegen eines Handelns im geschäftlichen Verkehr problemlos und zweifelsfrei feststellen kann. Hierzu fehlt es weit überwiegend an ausreichenden Darlegungen der Klägerin, die bisher allein zur Anzahl der von den jeweiligen Anbietern erhaltenen Bewertungen als Indiz für eine geschäftliche Tätigkeit vorgetragen hat. Zu der Frage, ob anhand der Zahl der Bewertungen eines Anbieters auf dem Marktplatz der Beklagten oder anhand der weiteren von der Klägerin im Hilfsantrag genannten Kriterien ein geschäftliches Handeln beim Verkauf eines Kinderhochstuhls problemlos und zweifelsfrei festgestellt werden kann, hat das Berufungsgericht - von seinem Standpunkt aus folgerichtig - jedoch keine Feststellungen getroffen. Das führt nicht zur Abweisung der Klage. Vielmehr ist der Klägerin, die auf diesen Umstand bislang nicht nach § 139 ZPO hingewiesen worden ist, aus Gründen der prozessualen Fairness Gelegenheit zu geben, hierzu ergänzend Stellung zu nehmen und weiter vorzutragen.

56           bb) Übernimmt der Plattformbetreiber eine aktive Rolle durch Schaltung von Anzeigen, die unmittelbar zu schutzrechtsverletzenden Angeboten führen,

treffen ihn regelmäßig weitergehende Prüfungspflichten. Er muss sich in diesen Fällen die Möglichkeit verschaffen, die von ihm aktiv beworbenen Verkaufsangebote zu kontrollieren. Dadurch wird er nicht genötigt, sämtliche Angaben seiner Kunden vor der Veröffentlichung zu überwachen (BGH, GRUR 2013, 1229 Rn. 48 - Kinderhochstühle im Internet II). Vielmehr sind die hier in Rede stehenden weitergehenden Prüfungspflichten auf bestimmte Produkte beschränkt. Diese werden dadurch ausgelöst, dass die Beklagte Anzeigen zu einem mit einer der Klagemarken übereinstimmenden Suchbegriff bucht, die einen elektronischen Verweis enthalten, der unmittelbar zu einer von der Beklagten erzeugten Ergebnisliste führt, die schutzrechtsverletzende Angebote enthält. Bucht die Beklagte entsprechende Suchbegriffe für die Anzeigen, ist es ihr zumutbar, die Ergebnislisten, zu denen der Nutzer über die elektronischen Verweise in den Anzeigen gelangt, einer Überprüfung zu unterziehen, wenn sie vom Inhaber des Schutzrechts auf klare Rechtsverletzungen hingewiesen worden ist (BGH, GRUR 2013, 1229 Rn. 52 - Kinderhochstühle im Internet II).

57 cc) Vergeblich beruft sich die Revisionserwiderung darauf, dass die Beklagte mit der Schaltung von Adwords-Anzeigen nicht speziell Anbieter rechtsverletzender Waren bevorzugt, sondern ihre Anzeigen auch rechtmäßigen Angeboten von Kinderhochstühlen zugutekommen, so dass sie weiterhin "neutrale Vermittlerin" sei. Ausschlaggebend ist in diesem Zusammenhang nicht allein die Position, die der Plattformbetreiber gegenüber der Gruppe der als Verkäufer auftretenden Kunden einnimmt. Maßgeblich kommt es auf die Position an, die er gegenüber den Anbietern und den potentiellen Kunden einnimmt (vgl. EuGH, GRUR 2011, 1025 Rn. 116 - L'Oréal/eBay). Der Plattformbetreiber nimmt eine neutrale Position ein, wenn er Anbietern die Möglichkeit zur Verfügung stellt, auf der Plattform Verkaufsangebote zu veröffentlichen, und wenn er potentiellen Käufern die Möglichkeit bietet, die sie interessierenden Produkte dort zu erwerben. Sobald er jedoch die Entscheidung trifft, für von ihm ausgewählte Such-

wörter Adwords-Anzeigen bei Google zu buchen, um für Verkaufsangebote zu werben, führt dies dazu, dass er im Interesse der Anbieter der beworbenen Produkte eine aktive Rolle einnimmt (vgl. auch EuGH, GRUR 2011, 1025 Rn. 116 und 123 - L'Oréal/eBay).

58            dd) Die Revisionserwiderung macht ohne Erfolg geltend, den Betreiber einer Internethandelsplattform treffe keine Pflicht, jedes Angebot auf eine mögliche Rechtsverletzung zu überprüfen. Die Kontrollpflichten müssten gerecht, verhältnismäßig und nicht übertrieben kostspielig sein und dürften keine Schranke für den rechtmäßigen Handel errichten. Diese Anforderungen seien nicht erfüllt, wenn die Beklagte über Adwords-Anzeigen erreichbare Suchlisten einer Kontrolle auf rechtsverletzende Angebote unterziehen müsse.

59            (1) Im Streitfall werden der Beklagten keine allgemeinen, jedes Angebot ihrer Kunden betreffenden Überwachungspflichten auferlegt, die nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union grundsätzlich ausgeschlossen sind (vgl. EuGH, GRUR 2011, 1025 Rn. 139 - L'Oréal/eBay; GRUR 2012, 265 Rn. 35 - Scarlet/SABAM; GRUR 2012, 382 Rn. 33 - Netlog/SABAM). Vielmehr sind die hier in Rede stehenden weitergehenden Prüfungspflichten auf bestimmte Produkte beschränkt. Sie werden dadurch ausgelöst, dass die Beklagte nach Behauptung der Klägerin Anzeigen zu einem Suchbegriff bucht, die einen elektronischen Verweis enthalten, der unmittelbar zu einer von der Beklagten erzeugten Ergebnisliste führt, die schutzrechtsverletzende Angebote enthält. Bucht die Beklagte entsprechende Suchbegriffe für die Anzeigen und leitet sie den Nutzer automatisch zu entsprechenden Angeboten, ist es ihr zumutbar, die Ergebnislisten, zu denen der Nutzer über die elektronischen Verweise in den Anzeigen gelangt, einer Überprüfung auf die Marken der Klägerin verletzende Angebote zu unterziehen, wenn sie vom Inhaber des Schutzrechts auf klare Rechtsverletzungen hingewiesen worden ist. Derartige

Beschränkungen sind wirksam und verhältnismäßig. Unerheblich ist, dass die Beklagte die Ergebnislisten automatisch erzeugt (vgl. BGH, Urteil vom 4. Februar 2010 - I ZR 51/08, GRUR 2010, 835 Rn. 46 = WRP 2010, 1165 - POWER BALL; BGH, GRUR 2013, 1229 Rn. 52 - Kinderhochstühle im Internet II).

60 (2) Vergeblich beruft sich die Beklagte darauf, dass keine automatisierten Verfahren mit einer hinreichend hohen Treffergenauigkeit verfügbar seien, die Nachkontrollen durch Mitarbeiter der Beklagten nur in einer zumutbar kleinen Zahl erforderlich machen würden. Ohne Bedeutung ist auch der Umstand, dass die Beklagte bei der Überprüfung feststellen muss, ob auf Seiten der Anbieter, die auf der fraglichen Suchliste erscheinen, ein Handeln im geschäftlichen Verkehr vorliegt.

61 Die Beklagte hat durch die Wahl von entsprechenden Suchbegriffen für die Adwords-Anzeigen die Gefahr begründet, dass Internetnutzer bei Nutzung der Dienste des Suchmaschinenbetreibers Google auf die von der Beklagten gebuchten Anzeigen aufmerksam werden und über den elektronischen Verweis unmittelbar zu rechtsverletzenden Angeboten auf der Internetplattform der Beklagten gelenkt werden. Dies rechtfertigt erhöhte Prüfungspflichten der Beklagten. Ihrem Interesse daran, den Aufwand für eine Überprüfung, ob Anbieter von Kinderhochstühlen Marken der Klägerin verletzen, niedrig zu halten, wird dadurch Rechnung getragen, dass die Klägerin nur mit einem Klageantrag durchdringen kann, dessen Befolgung der Beklagten problemlos und zweifelsfrei möglich ist.

62 (3) Ohne Erfolg beruft sich die Revisionserwiderung darauf, die Zahl der in der Vergangenheit festgestellten Rechtsverletzungen sei so gering, dass sie das beantragte Verbot nicht rechtfertige. Die Beklagte hat dazu vorgetragen, sie

habe vom 26. November bis zum 2. Dezember 2007 insgesamt 4.971 Angebote von Kinderhochstühlen einer manuellen Überprüfung unterzogen; darunter hätten sich nur 29 Verstöße befunden. Dieses Ergebnis steht einem Verbotsauspruch nicht entgegen. Lenkt die Beklagte Internetnutzer zu Ergebnislisten, in denen rechtsverletzende Angebote enthalten sind, rechtfertigen auch 29 Verletzungsfälle den von ihr behaupteten Kontrollaufwand.

63 ee) Ein anderes Ergebnis folgt auch nicht aus einer Abwägung der Grundrechtspositionen der Klägerin, der Beklagten und der Anbieter von Produkten auf der Internetplattform.

64 (1) Betroffen sind auf Seiten der Klägerin die Grundrechte aus Art. 17 auf Schutz des Eigentums und aus Art. 47 auf einen wirksamen Rechtsbehelf und auf Seiten der Beklagten das Recht aus Art. 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union auf unternehmerische Freiheit sowie auf Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit. Auf Seiten der Anbieter stehen die Grundrechte auf Schutz personenbezogener Daten nach Art. 8 Abs. 2 Satz 1 und auf unternehmerische Freiheit nach Art. 16 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union in Rede. Dabei haben die Gerichte bei der Auslegung der Richtlinienbestimmungen darauf zu achten, ein angemessenes Gleichgewicht zwischen den verschiedenen, durch die Unionsordnung geschützten Grundrechten und allgemeinen Grundsätzen des Unionsrechts sicherzustellen (vgl. EuGH, Urteil vom 29. Januar 2008 - C-275/06, Slg. 2008, I-271 = GRUR 2008, 241 Rn. 68 - Promusicae; Beschluss vom 19. Februar 2009 - C-557/07, Slg. 2009, I-1227 = GRUR 2009, 579 Rn. 29 - LSG-Gesellschaft; Urteil vom 19. April 2012 - C-461/10, GRUR 2012, 703 Rn. 56 - Bonnier Audio; Urteil vom 13. Mai 2014 - C-131/12, GRUR 2014, 895 Rn. 81 - Google Spain/AEPD).

65 (2) Das angemessene Gleichgewicht der verschiedenen Grundrechtspositionen wird nicht zu Lasten der Beklagten oder etwaiger Anbieter von Kinderhochstühlen gestört, wenn die Nutzung der Marken der Klägerin in der Adwords-Werbung der Beklagten von erhöhten Überwachungspflichten abhängig gemacht wird, durch die eine Weiterleitung zu rechtsverletzenden Angeboten verhindert werden soll.

66 (3) Ohne Erfolg macht die Revisionserwiderung im Hinblick auf die Entscheidung des Gerichtshofs der Europäischen Union in der Sache "UPC-Telekabel" (Urteil vom 27. März 2014 - C-314/12, GRUR 2014, 468) geltend, im vorliegenden Fall ginge die Abwägung der wechselseitigen Positionen zugunsten der Beklagten aus. In dem Verfahren, das der genannten Entscheidung des Gerichtshofs der Europäischen Union zugrunde lag, sollte einem Access-Provider aufgegeben werden, Internetnutzern generell den Zugang zu einer auf einem rechteevertzenden Konzept beruhenden Website zu verwehren. Das ist mit dem vorliegenden Fall nicht vergleichbar. Im Streitfall ist die Beklagte nicht als Internet- oder Access-Provider tätig; vielmehr ist sie Host-Provider. Der Beklagten soll nach dem von der Klägerin formulierten Klageantrag nicht aufgegeben werden, für potentielle Kunden den Zugang zu Verkaufsangeboten zu sperren. Vielmehr verfolgt die Klägerin das Ziel, dass der Beklagten aufgegeben wird, es zu unterlassen, für auf ihrem Online-Marktplatz befindliche rechtsvertzende Verkaufsangebote zu werben.

67 Dieses Verbot wiegt auch - anders als die Revisionserwiderung meint - nicht deshalb besonders schwer, weil die Beklagte auf eine Adwords-Werbung bei Google in Hinblick auf die Bedeutung dieser Werbeform angewiesen ist. Der Beklagten wird durch das beantragte Verbot nicht generell eine Adwords-Werbung für Tripp-Trapp-Kinderstühle untersagt. Verboten soll der Beklagten

nur eine Adwords-Werbung werden, die zu Angeboten führt, die die Marken der Klägerin verletzen. Aus dem Verbotsbereich gelangt die Beklagte schon dann, wenn sie keine (automatische) Verknüpfung zwischen der zu ihrer Internetplattform führenden Adwords-Werbung und von ihr nicht überprüften Suchlisten vornimmt.

68 ff) Eine andere Beurteilung ist auch nicht im Hinblick auf die von der Beklagten vorgelegte, rechtskräftig gewordene Entscheidung des Gerichtshofs Leeuwarden vom 22. Mai 2012 in einem von der Klägerin gegen einen niederländischen Betreiber eines Online-Marktplatzes geführten Verfahren gerechtfertigt. Es ist schon nicht ersichtlich, dass das vom Gerichtshofs Leeuwarden entschiedene Verfahren mit dem Sachverhalt des vorliegenden Rechtsstreits vergleichbar wäre.

69 d) Dagegen hat das Berufungsgericht zu Recht angenommen, dass andere von der Klägerin beanstandete Verhaltensweisen der Beklagten keine Störerhaftung begründen können.

70 aa) Die Beklagte haftet aufgrund der von der Klägerin beanstandeten Werbe-E-Mails nicht als Störerin. Das Berufungsgericht hat festgestellt, dass es sich bei dieser Werbeform lediglich um eine automatisierte Erweiterung der von der Beklagten auf ihrem Marktplatz angebotenen Suchfunktion handelt, die es dem Internetnutzer ermöglicht, die Suche auf neu eingestellte Angebote zu erweitern. Eine derartige Funktion, die die Suche automatisiert auf neue Angebote erweitert und dadurch eine ständige Durchsicht aller Angebote entbehrlich macht, bezieht sich - anders als die fragliche Adwords-Werbung - nicht auf bestimmte markenrechtlich geschützte Produkte. Es ist der mit dieser Funktion suchende Internetnutzer, der durch die Eingabe eines bestimmten Begriffs erst die E-Mail-Funktion auslöst. Da die Beklagte von den Angeboten in diesen

Werbe-E-Mails mit automatisiert erstellten Suchergebnissen keine Kenntnis erlangt und die Marken auch nicht selbst verwendet, ist die Annahme des Berufungsgerichts im Ergebnis nicht zu beanstanden, dass insoweit eine Störerhaftung der Beklagten ausscheidet.

71           bb) Soweit die Beklagte Anbietern verschiedene elektronische Werkzeuge bei der Angebotserstellung und der Präsentation des Verkaufsangebots zur Verfügung stellt, handelt es sich um allgemeine Dienstleistungen der Beklagten, die sie als Hostprovider auf ihrem Internetmarktplatz erbringt, um ihn für Anbieter komfortabler und für Kaufinteressenten attraktiver zu machen. Sie sind nicht auf konkrete Verkaufsangebote und spezielle Produkte bezogen. Diese Maßnahmen begründen kein gefahrerhöhendes Moment für ein markenverletzendes Verhalten ihrer Mitglieder. Insoweit scheidet eine Störerhaftung der Beklagten aus.

72           cc) Auch soweit die Beklagte ein System der Verkaufsabwicklung einschließlich eines Bezahlsystems zur Verfügung stellt, kann sie nicht als Störerin angesehen werden. Diese Maßnahmen sind üblich und notwendig, um die Nutzungsmöglichkeiten der Internetplattform sowohl für Anbieter als auch für Kaufinteressenten zu verbessern. Mit diesem im allseitigen Interesse liegenden Angebot verlässt die Beklagte nicht ihre neutrale Stellung als Vermittlerin.

73           6. Zu Recht hat das Berufungsgericht den Klageantrag zu b und die dazu gestellten Hilfsanträge abgewiesen.

74           a) Die mit dem Klagehauptantrag zu b verfolgten wettbewerbsrechtlichen Ansprüche der Klägerin gemäß §§ 3, 6 Abs. 2 Nr. 2, 3 und 6 und § 8 Abs. 1 UWG bestehen nicht.

75           aa) Das Berufungsgericht hat eine Haftung der Beklagten als Täterin  
oder Teilnehmerin oder als Störerin verneint.

76           bb) Dies hält der revisionsrechtlichen Überprüfung stand.

77           (1) Feststellungen, die die Annahme rechtfertigen, dass die Beklagte den  
für eine Begehung von wettbewerbsverletzenden Handlungen in Täterschaft  
oder Beihilfe erforderlichen Vorsatz gehabt hätte, hat das Berufungsgericht we-  
der in seinem ersten (vgl. BGH, GRUR 2011, 152 Rn. 48 ff. - Kinderhochstühle  
im Internet I) noch in seinem zweiten Berufungsurteil getroffen (dazu  
oben II 4 b). Eine entsprechende Haftung als Täter oder Teilnehmer scheidet  
danach aus.

78           (2) Wie der Senat nach dem Erlass des angefochtenen Urteils entschie-  
den hat (vgl. BGH, GRUR 2013, 1229 Rn. 33 - Kinderhochstühle im Internet II),  
kann die Beklagte dadurch, dass sie bei Google Adwords-Anzeigen gebucht  
hat, allenfalls als Störerin für etwa rechtsverletzende Angebote ihrer Mitglieder  
haften. Da der Senat die Störerhaftung im Lauterkeitsrecht aufgegeben hat  
(BGH, GRUR 2011, 152 Rn. 48 - Kinderhochstühle im Internet I), hat das Beru-  
fungsgericht den Klageantrag zu b zu Recht abgewiesen.

79           b) Der mit dem Hilfsantrag zu 1 in modifizierter Form weiterverfolgte An-  
trag zu b ist - wie das Berufungsgericht zu Recht angenommen hat - unzuläs-  
sig. Gleiches gilt für den auf diesen Hilfsantrag bezogenen weiteren Hilfsantrag  
zum Hauptantrag zu b. Insoweit gelten die Erwägungen zu den Hilfsanträgen 1  
zum Klagehauptantrag zu a entsprechend (dazu II 3 Rn. 28 bis 31).

80 c) Der mit den Hilfsanträgen zu 2 und 3 modifizierte Hauptantrag zu b ist  
zulässig, aber unbegründet. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche, die die Klägerin  
mit diesen Anträgen verfolgt, bestehen aus den Gründen zu II 6 a nicht.

81 III. Es besteht keine Veranlassung, die Sache dem Gerichtshof der Euro-  
päischen Union zur Auslegung des Unionsrechts vorzulegen.

82 1. Die Entscheidung des Gerichtshofs der Europäischen Union vom  
27. März 2014, auf die sich die Beklagte beruft (GRUR 2014, 468 - UPC Tele-  
kabel), erfordert keine Vorlage an den Gerichtshof der Europäischen Union  
nach Art. 267 Abs. 3 AEUV. Diese Entscheidung betrifft die unionsrechtliche  
Überprüfung einer gerichtlichen Anordnung, mit der einem Anbieter von Inter-  
netzugangsdiensten, einem sogenannten Access-Provider, aufgegeben wurde,  
seinen Kunden den Zugang zu einer Website zu sperren, auf der in urheber-  
rechtsverletzender Weise Filme der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden.  
Bei der Beklagten handelt es sich nicht um einen Access-Provider, sondern ei-  
nen Betreiber eines Online-Marktplatzes, der Host-Provider ist. Vorliegend be-  
ansprucht die Klägerin von der Beklagten auch nicht, dass kaufinteressierten  
Mitgliedern vollständig der Zugang zu Angeboten einzelner Anbieter versperrt  
wird, sondern lediglich das Unterlassen der Veranstaltung und Bewerbung ein-  
zelner rechtswidriger Auktionen.

83 2. Die Fragen, die sich vorliegend zur Haftung von Internetplattformbe-  
treibern wegen verkaufsfördernder Maßnahmen in Form von Adwords-  
Anzeigen, Werbung oder Hilfestellung bei der Optimierung von Verkaufsange-  
boten auf der Grundlage des Unionsrechts stellen, sind durch Entscheidungen  
des Gerichtshofs der Europäischen Union geklärt. Die Umsetzung dieser Ent-  
scheidungspraxis im konkreten Fall und die Beurteilung der Verantwortlichkeit

der Beklagten anhand der nationalen Vorschriften ist Aufgabe der deutschen Gerichte (vgl. EuGH, Urteile vom 23. März 2010 - C-236/08 bis 238/08, Slg. 2010, I-2417 = GRUR 2010, 445 Rn. 88, 107 und 119 - Google France/Louis Vuitton; EuGH, GRUR 2011, 1025 Rn. 107 - L'Oréal/eBay). Auch die von der Revisionserwiderung formulierten Fragen geben dem Senat keine Veranlassung zu einem Vorabentscheidungsersuchen an den Gerichtshof der Europäischen Union. Sie greifen den zur Entscheidung anstehenden Sachverhalt nur unter verschiedenen Blickwinkeln wieder auf, ohne eine Zweifelsfrage aufzuwerfen, die ein Vorabentscheidungsverfahren rechtfertigt.

84 IV. Die Sache ist nicht zur Endentscheidung über den 2. Hilfsantrag zum Klageantrag a (in der "und"-Verknüpfung) reif. Das Berufungsgericht hat - von seinem Standpunkt folgerichtig - offengelassen, ob am 22. Januar 2008 von der Google-Adwords-Anzeige ein Link zu der von der Klägerin vorgelegten Suchliste führte und sich unter den von der Klägerin beanstandeten Angeboten auch solche befanden, die im geschäftlichen Verkehr erfolgt sind. Die Sache ist zur Nachholung der noch zu treffenden Feststellungen an das Berufungsgericht zurückzuverweisen (§ 563 Abs. 1 Satz 1 ZPO). Die Zurückverweisung gibt der Klägerin außerdem Gelegenheit darzulegen, aus welchen Gründen die von ihr

im Antrag genannten 57 Kriterien und die darin teilweise aufgeführten Unterkriterien auf ein Handeln des Anbieters im geschäftlichen Verkehr schließen lassen und warum dies für die Beklagte problemlos und zweifelsfrei erkennbar ist (s. o. II 5 c aa, Rn. 55).

Büscher

Kirchhoff

Koch

Löffler

Schwonke

Vorinstanzen:

LG Hamburg, Entscheidung vom 24.08.2006 - 315 O 980/05 -

OLG Hamburg, Entscheidung vom 29.11.2012 - 3 U 216/06 -