

Aktenzeichen:  
4 HK.O.182/07



Abschrift

Verkündet am: 19. August 1008

Justizangestellte  
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

H.

# Landgericht Koblenz

IM NAMEN DES VOLKES

## Urteil

In dem Rechtsstreit

e.V. ges-vertr.d.d. Vorstand,

- Kläger -

Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt

gegen

GmbH, v.d.d.GF

- Beklagter -

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

hat die 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Koblenz durch den Vizepräsidenten des Landgerichts sowie den Handelsrichtern und auf die mündliche Verhandlung vom 18.07.2008 für

**R E C H T**

**erkannt:**

Die Beklagte wird verurteilt,

1.

es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Rahmen von Mitteilungen an die Adresse der elektronischen Post von Kunden für die Mitgliedschaft in einem Club wie aus den als Anlage Antrag 1 und Antrag 2 beigefügten Kopien von Bildschirmausdrucken ersichtlich, zu werben und den Preis für eine 12-monatige Clubmitgliedschaft in einem Fußnotentext, wie aus Anlage Antrag 2 ersichtlich, darzustellen, wenn der Adressat der Werbemitteilung durch das Betätigen eines dort vorgehaltenen Textfeldes mit der Bezeichnung:

" Dankeschön auspacken "

eine Mitgliedschaft in dem Club bestätigt, wobei sich an eine 3-monatige kostenlose Mitgliedschaft automatisch eine 12-monatige Mitgliedschaft zum Preis von 5,00 € pro Monat anschließt, wenn der Verbraucher nicht innerhalb der ersten drei Monate den Vertrag kündigt; und/oder

den Preis für eine durch das Betätigen des Textfeldes "Dankeschön" zustande gekommene Mitgliedschaft wie folgt darzustellen:

" Sofern Sie ihre Club-Mitgliedschaft nicht innerhalb von 3 Monaten beenden, verlängert sich ihr Vertrag um weitere 12 Monate zum Preis von nur 5,- Euro/Monat."

2.

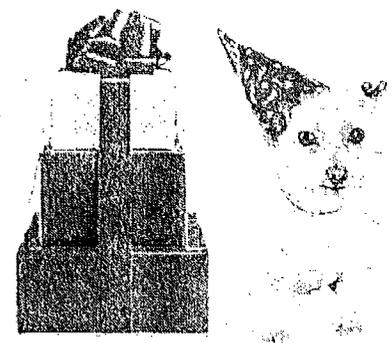
an den Kläger 200,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinsatz seit 11.01.2008 zu zahlen.

Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 6.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

Treuegeschenk

weiter zu FreeMail ?



# Dankeschön!

## Vielen Dank für Ihre Treue!

Sehr geehrter Herr

Sie sind heute genau 3 Jahre Nutzer von FreeMail. Als Dankeschön für Ihre Treue möchten wir Ihnen eine kleine Freude machen:

Genießen Sie 3 Monate lang alle Premium-Funktionen rund um FreeMail kostenlos\*!

## Unser Dankeschön exklusiv für Sie!

- Premium E-Mail: Exklusive Funktionen für Ihr Postfach
- Unbegrenzter Speicherplatz, SmartDrive (Festplatte im Internet)
- maxdome MOVIE-FLAT: Über 120 Filme komplett kostenlos!
- PC-Sicherheitssoftware von McAfee 1 Jahr gratis, tolle Rabatte & vieles mehr!

Ja, ich möchte den Club kostenlos testen. Ich akzeptiere die Nutzungsbedingungen und wurde über mein Widerrufsrecht informiert.

Dankeschön auspacken 

4

# Unser Dankeschön exklusiv für Sie!

Genießen Sie 3 Monate lang alle Premium-Funktionen  
rund um . FreeMail kostenlos\*!

- Premium E-Mail:  
Exklusive Funktionen für Ihr Postfach
- Unbegrenzter Speicherplatz,  
- SmartDrive (Festplatte im Internet)
- maxdomie MOVIE-FLAT  
Über 120 Filme komplett kostenlos!
- PC-Sicherheitssoftware von McAfee 1 Jahr  
gratis, tolle Rabatte & vieles mehr!

Ja, ich möchte den . Club kostenlos testen.  
Ich akzeptiere die Nutzungsbedingungen und  
wurde über mein Widerrufsrecht informiert.



### \*Hinweis zu Ihrem Treuegeschenk:

Wir schenken Ihnen die ersten 3 Monate im . Club. Sofern Sie Ihre Club-Mitgliedschaft nicht innerhalb der 3 Monate beenden, verlängert sich Ihr Vertrag um weitere 12 Monate zum Preis von nur 5,- Euro/Monat. Sie gehen kein Risiko ein: Wenn Sie der . Club nicht 100% überzeugt, können Sie Ihren Gratis-Test jederzeit schnell und einfach beenden!

Diese Seite ausdrucken

Weiter zu FreeMail

(Achtung, das Treue-Dankeschön verfällt in diesem Fall)

Tatbestand:

Die Parteien streiten über die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit einer Internetwerbung der Beklagten. Der Kläger ist der bundesweit tätige Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen der Bundesländer und weiterer 25 verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland. Er bezweckt nach seiner Satzung, die Verbraucherinteressen wahrzunehmen und ist in die Liste gemäß § 4 Uklag eingetragen. Die Beklagte bietet, auch Letztverbrauchern, unterschiedliche Dienstleistungen für die Nutzung elektronischer Medien an. Sie betreibt die Internetseite [www...de](http://www...de). Sie hat an Nutzer Ihres Dienstes Werbemittellungen an die Adresse der elektronischen Post übermittelt, wobei diese in einer Art Kopfzeile als " [...de](http://...de). Treuegeschenk" bezeichnet werden. In der bildlichen Darstellung von Geschenkpaketen erfolgt der blickfangmäßige Hinweis:

**" Dankeschön!**

Vielen Dank für Ihre Treue!"

Im nachfolgenden Text findet sich der weitere Hinweis:

"Sie sind heute genau 3 Jahre Nutzer von [...de](http://...de) Freemail.  
Als Dankeschön für Ihre Treue möchten wir Ihnen eine kleine Freude machen.

Genießen Sie 3 Monate lang alle Premium-Funktionen rund um [...de](http://...de) Freemail kostenlos\*!"

Sodann werden bestimmte Leistungen, die mit der Mitgliedschaft verbunden sind, dargestellt. Links neben dem Leistungskatalog erfolgt ein gesonderter drucktechnisch hervorgehobener Hinweis:

**" Unser Dankeschön**

**exklusiv für sie! "**

Unter dem Leistungskatalog wird ein Textfeld mit der Bezeichnung "Dankeschön auspacken" vorgehalten, dem ein Link unterlegt ist. Damit kann der Verbraucher durch Betätigen des Textfeldes seine Erklärung gegenüber der Beklagten abgeben. Zuvor hat er noch ein gesondertes Bestätigungsfeld "anzuklicken" mit dem Text:

„Ja, ich möchte den .DE Club kostenlos testen. Ich akzeptiere die Nutzungsbedingungen und wurde über mein Widerrufsrecht informiert!"

Die dargestellten Erklärungen sind in einer Art Textrahmen zusammengefasst, unter dem sich in Form einer Fußnote folgender Hinweis befindet:

**„\*Hinweis zu ihrem Treuegeschenk:**

.DE schenkt ihnen die ersten 3 Monate im .DE Club. Sofern Sie ihre Club-Mitgliedschaft nicht innerhalb der 3 Monate beenden, verlängert sich ihr Vertrag um weitere 12 Monate zum Preis von nur 5,- Euro/Monat. Sie gehen kein Risiko ein: Wenn Sie der Club nicht 100% überzeugt, können Sie ihren Gratis-Test jederzeit schnell und einfach beenden!"

Wegen der näheren Einzelheiten der Darstellung wird auf die Anlage K 2 (GA Bl.17/18) Bezug genommen.

Der Kläger hat die Beklagte erfolglos abgemahnt (GA Bl.19-32).

Er trägt vor:

mit ihrer Werbung verstoße die Beklagte gegen §§ 3, 4 Nr.11 i.V.m. § 1 Abs.1 PangV, 5 UWG. Die gesamte Gestaltung der Werbung erwecke den Eindruck einer gesonderten Geschenkaktion. Tatsächlich bestehe das Geschenk jedoch darin, dass der Ver-

braucher auf eine weitere vertragliche Leistung der Beklagten aufmerksam gemacht werde, die mit einem Jahresentgelt von 60 € verbunden sei. Das Geschenk erweise sich als Angebot einer Vertragserweiterung mit einem gewissen Rabatt in Höhe einer dreimonatigen Testphase. Zudem liege ein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung vor, da der Endpreis, der für die Leistung insgesamt zu zahlen sei, nicht genannt werde. Ihm - dem Kläger - sei ein Aufwand für die Abmahnung in Höhe von 200,00 € entstanden.

Der Kläger beantragt,

die Beklagte zu verurteilen,

1.

es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Rahmen von Mitteilungen an die Adresse der elektronischen Post von Kunden für die Mitgliedschaft in einem Club wie aus den als Anlage Antrag 1 und Antrag 2 beigefügten Kopien von Bildschirmausdrucken ersichtlich, zu werben und den Preis für eine 12monatige Clubmitgliedschaft in einem Fußnotentext, wie aus Anlage Antrag 2 ersichtlich, darzustellen, wenn der Adressat der Werbemitteilung durch das Betätigen eines dort vorgehaltenen Textfeldes mit der Bezeichnung: " Dankeschön auspacken " eine Mitgliedschaft in dem -Club bestätigt, wobei sich an eine 3monatige kostenlose Mitgliedschaft automatisch eine 12monatige Mitgliedschaft zum Preis von 5,00 € pro Monat an-

schließt, wenn der Verbraucher nicht innerhalb der ersten drei Monate den Vertrag kündigt; und/oder

den Preis für eine durch das Betätigen des Textfeldes "Dankeschön" zustande gekommene Mitgliedschaft wie folgt darzustellen:

" Sofern Sie ihre Club-Mitgliedschaft nicht innerhalb von 3 Monaten beenden, verlängert sich ihr Vertrag um weitere 12 Monate zum Preis von nur 5,- Euro/Monat."

2.

an den Kläger 200,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinsatz seit Rechtshängigkeit (11.01.2008) zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,  
die Klage abzuweisen.

Sie trägt vor:

da außerhalb des Sternchentextes keinerlei Endpreisangabe gemacht werde, sei die Preisangabenverordnung nicht anwendbar. Die Werbung sei nicht irreführend. Dem situationsangemessen aufmerksamen, durchschnittlich verständigen und interessierten Verbraucher sei die Funktion eines Sternchens aufgrund jahrzehntelanger Praxis in der allgegenwärtigen Werbung ebenso bekannt, wie der Umstand, dass der Kaufmann nichts zu verschenken habe. Wenn ein Kaufmann einem Verbraucher irgendwelche Aufmerksamkeiten oder Vergünstigungen zukommen lasse, erwarte der normale Verbraucher regelmäßig ein damit verbundenes Interesse des Kaufmanns und stelle dies in seine Bewertung ein. Durch den Sternchentext werde der Verbraucher hinreichend über

die Möglichkeit einer zunächst kostenlosen Erprobung mit einer sich anschließenden kostenpflichtigen Vertragslaufzeit informiert.

Wegen der näheren Einzelheiten des Parteivortrags wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen sowie die Sitzungsniederschrift vom 18.07.2008 (GA Bl.70/71) Bezug genommen.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist begründet. Der Kläger kann von der Beklagten sowohl Unterlassung der beanstandeten Werbung (§ 8 Abs.1 UWG) als auch Zahlung der ihm entstandenen Auslagen (§ 12 Abs.1 S.2 UWG) verlangen.

Die beanstandete Werbung der Beklagten ist irreführend und geeignet, zu einer erheblichen Wettbewerbsbeeinträchtigung zu führen (§§ 3,5 UWG). Die im Streit stehende Blickfangwerbung ist für sich genommen irreführend, weil sie den Eindruck erweckt, die Beklagte biete den Verbrauchern für einen Zeitraum von 3 Monaten ohne weitere Vorbedingungen, vielmehr als Entgegenkommen für ein vorangegangenes Nutzungsverhältnis, eine kostenlose Leistung an. Tatsächlich kommt der Kunde aber nur dann in den Genuss der Probemitgliedschaft, wenn er einen kostenpflichtigen Vertrag über einen Zeitraum von 12 Monaten abschließt, unabhängig davon, dass er diesen wieder kündigen kann.

Dabei wird der Geschenkcharakter blickfangmäßig hervorgehoben. Neben der bildlichen Darstellung dreier, übereinander gestapelter Geschenkpackchen und der Darstellung eines Hundes, der sinnbildlich für die Treue steht, wird im Fettdruck die Absicht der Beklagten, dem angesprochenen Verbraucher "Danke-schön" zu sagen, mehrfach hervorgehoben. Daneben wird die Unentgeltlichkeit des Angebots durch das fettgedruckte Wort "kostenlos" betont.

Damit wird dem angesprochenen Verkehrskreis, dessen Sicht die erkennende Kammer zu beurteilen vermag, der Eindruck vermittelt, dass die Beklagte für einen bestimmten Zeitraum eine unentgeltliche Leistung ohne Vorbedingung verspricht. Er erkennt und beachtet zunächst nur die im Blickfang, aus dem er den wesentlichen Angebotsinhalt bereits zu entnehmen glaubt, herausgestellte Vergünstigung. Erscheint diese attraktiv, so befasst er sich näher damit. Darin liegt bereits der Irreführungserfolg.

Eine irrtumsausschließende Aufklärung ist in solchen Fällen zwar grundsätzlich möglich. Erforderlich ist allerdings ein leicht erkennbarer, deutlich lesbarer, klarer und unmissverständlicher Hinweis, der am Blickfang teilhat und dadurch den herausgestellten Angaben eindeutig zugeordnet ist, (vgl. BGH, WRP 1999, 90, 93 - Handy für 0,00 DM; WRP 2003, 379, 380 - Preis ohne Monitor; WRP 2006, 84, 87, Rdnr. 21 - Aktivierungskosten II). Für die Frage, wie deutlich der „Störer“ und der aufklärende Hinweis platziert und gestaltet sein müssen, kommt es auf die Umstände des Einzelfalles an. In geeigneten Fällen kann eine klar zugeordnete Fußnote ausreichen, in anderen Fällen ist ein deutlicheres Warnsignal erforderlich (vgl. Hefermehl/Köhler/Bornkamm Wettbewerbsrecht, 24. Auflage, § 5 UWG, Rdnr 2.98). Von maßgeblicher Bedeutung ist hierbei, ob der Hinweistext eine für das Angebot wichtige Information enthält, die für den durch die Blickfangaussage eingestimmten Werbeadressaten überraschend kommt. Gewinnt der Werbeadressat schon aufgrund des Blickfangs einen bestimmten unzutreffenden Eindruck vom Inhalt des Angebots, dann kann die Irreführung nicht ohne weiteres durch einen - insofern dann berichtigenden und nicht nur erläuternden - Sternchenhinweis behoben werden, wenn der Adressat in diesem Hinweis nur übliche oder unbedeutende Zusatzinformationen erwartet und dessen Lektüre deshalb für entbehrlich halten mag (vgl. OLG Frankfurt OLGR 2007, 830 f. =

GRUR-RR 2007, 165 f.; OLGR 2002, 227 f.). In solchen Fällen muss ein besonders deutlicher Hinweis gegeben werden. Dieser muss derart am Blickfang teilhaben, dass der Werbeadressat ihn sofort zur Kenntnis nimmt, ohne sich nach Erfassung der Blickfangaussage erst in einem eigenständigen Wahrnehmungsschritt der Aufklärungsfrage zuwenden zu müssen.

Diesen Anforderungen wird der von der Beklagten angebrachte Sternchenhinweis nicht gerecht. In Anbetracht des „auf den ersten Blick“ vermittelten Eindrucks eines Treuegeschenks ist für den angesprochenen Verbraucher dessen Koppelung mit einer zwingend erforderlichen, kostenpflichtigen vertraglichen Bindung überraschend. Zwar gibt es, insbesondere im Zeitungs- und Zeitschriftenbereich, in verbreitetem Umfang Angebote für kostenfreie Probeabonnements. Bei diesen ist für den Verbraucher aber klar, dass der Anbieter die Qualität seiner Leistung zum Test stellt, mit dem Ziel einer zukünftigen vertraglichen Bindung. Demgegenüber bezieht die Beklagte ihr Geschenkangebot auf eine in der Vergangenheit durch den Verbraucher erwiesene 3-jährige Treue, weshalb dieser zunächst keinesfalls auf den Gedanken kommt, für die Zukunft Etwas leisten zu müssen, um in den Genuss der versprochenen Vergünstigung einer 3-monatigen Mitgliedschaft im Club zu kommen.

Dem kann die Beklagte nicht mit dem Einwand begegnen, der mündige Verbraucher wisse, dass ein Kaufmann Nichts zu verschenken habe. Es ist, insbesondere in den letzten Jahren nach der Aufhebung der Zugabeverordnung und des Rabattgesetzes, durchaus weit verbreitet, dass Unternehmen Kundentreue mit Vergünstigungen, etwa Rabattgutscheinen oder sonstigen Geschenken, honorieren.

Neben dem Verstoß gegen §§ 3, 5 UWG liegt auch ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV vor, der einen nicht nur unerheblichen Wettbewerbsverstoß (§§ 3, 4 Nr. 11 UWG) begründet. In

der Preisangabe der Beklagten im Sternchenhinweis fehlt die Endpreisangabe für den 12-Monatszeitraum.

Der Kläger hat einen Anspruch auf Ersatz der ihm entstandenen Abmahnkosten (§ 12 Abs.1 S.2 UWG). In Anbetracht des Umfangs der zwischen den Parteien ausgetauschten vorgerichtlichen Korrespondenz und der Schwierigkeit der Rechtslage erscheint der Kammer die Höhe des geltend gemachten Aufwandes mit 200,00 € angemessen (§ 287 Abs.1 und 2 ZPO).

Zinsen: §§ 291, 288 BGB

Kosten: § 91 Abs.1 ZPO

Vorläufige Vollstreckbarkeit: § 709 ZPO

Streitwert: 15.200,00 €