

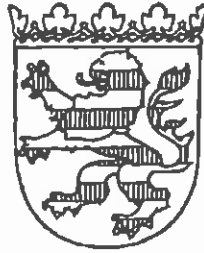
Landgericht Frankfurt am Main

Az. 2-03 O 556/09

lt. Protokoll

Verkündet am 17.06.2010

Heiber,
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



**IM NAMEN DES VOLKES
URTEIL**

**Verbraucherzentrale
Bundesverband**

07. Juli 2010

EINGEGANGEN

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentrale und Verbraucherverbände –
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertr. durch den Vorstand Herrn Gerd Bil-
len, Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin,

(Prozessbevollmächtigter:

– Kläger –
st und Kol-

.9 i)

g e g e n

- 1) IContent GmbH, vertr. durch den Geschäftsführer Tomas Franko, Bockenhei-
mer Landstraße 17-19, 60325 Frankfurt am Main,
- 2) Tomas Franko, c/o IContent GmbH, Bockenheimer Landstraße 17-19, 60325
Frankfurt am Main,

– Beklagte –

(Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt
München,

hat das Landgericht Frankfurt am Main – 3. Zivilkammer –

durch Vorsitzenden

Richterin am I

Richterin am I

aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 20.05.2010 für R e c h t erkannt:

- I. Die Beklagten werden verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen,
 1. im geschäftlichen Verkehr Verbrauchern im Internet die entgeltliche Nutzung einer Datenbank, die Adresdaten enthält, wie nachfolgend abgebildet anzubieten bzw. anbieten zu lassen, ohne den Preis für die Anmeldung deutlich erkennbar anzugeben:

2. gegenüber Verbrauchern gemäß § 13 BGB die nachfolgende oder eine inhaltsgleiche Klausel in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Zusammenhang mit Verträgen über die entgeltliche Nutzung einer Datenbank zu verwenden oder sich auf diese Klausel zu berufen:

„Die geschuldete Vergütung ist dem Nutzer für die Dauer von zwölf Monaten im Voraus zu berechnen.“

II. Die Beklagte zu 1) wird verurteilt, an den Kläger 200,00 € zu zahlen.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits haben die Beklagten je zur Hälfte zu tragen.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 38.000,00 € bezüglich des Unterlassungsanspruchs und im Übrigen von 110 % des zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Die Parteien streiten um die Zulässigkeit der Gestaltung einer Preisinformation für ein kostenpflichtiges Internet-Angebot sowie die Zulässigkeit einer Vorleistungs-Klausel.

Der Kläger vertritt Verbraucherinteressen. Er ist in der vom Bundesamt für Justiz geführten Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen.

Die Beklagte zu 1), deren Geschäftsführer der Beklagte zu 2) ist, betreibt die Internetseite www.outlets.de. Nach Angaben der Beklagten befindet sich auf dieser Seite eine Datenbank mit Adressen und Informationen zum Thema „Outlets- & Fabrikverkauf“ (Anlage K 2 = Bl. 23 d.A.).

Die Nutzung des Internetportals ist nur angemeldeten Internet-Nutzern möglich. In-
soweit findet sich auf der Startseite ein Button „Jetzt anmelden“.

Die nach Aktivierung des Buttons erscheinende Anmeldemaske, die ca. 2/3 des
Fensters ausmacht, ist mit den Worten überschrieben:

„Bis zu 80 % sparen – Gleich geht es weiter ...

Nach der Anmeldung erhalten Sie Zugang zur größten Outlets- & Fabrikver-
kauf Datenbank.

Finden Sie die besten Adressen in Ihrer Nähe und **sparen Sie bis zu 80%!**
Möbel, Handys, Laptops, Fernseher, Elektronik, Haushalt, Spielzeug, Mode &
Schuhe, Parfum, uvm.

Zudem können Sie einen **Einkaufsgutschein** im Wert von 2000 Euro
für ein Geschäft Ihrer Wahl **gewinnen!**“

Rechts neben der Anmeldemaske findet sich eine weitere Spalte, die ca. 1/3 des
Fensters ausmacht. Hier findet sich oben zunächst ein mit den Worten „Schnäpp-
chen-Forum“ überschriebener Kasten, in dem verschiedene Produkte nebst Preis
aufgeführt sind. Anschließend folgt ein weiterer Kasten, der mit „Informationen“ über-
schrieben ist und in dem es weiter heißt:

„Folgende Inhalte erhalten Sie im Memberbereich! Durch Drücken des But-
tons "Jetzt Anmelden" entstehen Ihnen Kosten von 96 Euro inkl. Mehr-
wertsteuer pro Jahr (12 Monate zu je 8 Euro). Vertragslaufzeit 2 Jahre.“

Am Ende der Anmeldemaske ist das Akzeptieren der AGB und der Datenschutzer-
klärung durch Setzen eines Häkchens zu erklären. Das Wort „AGB“ ist mit einem
Link versehen, über den der entsprechende Text abrufbar ist. Hier heißt es u.a.

„Vertragslaufzeit, Vergütung, Anpassung der Vergütung

Der Vertrag wird über einen Bezugszeitraum von 24 Monaten (Mindestver-
tragslaufzeit) geschlossen.

Der Nutzer verpflichtet sich, der Anbieterin monatlich einen Betrag in Höhe
von 8,00 Euro für die Verschaffung des Zugangs zum Kundenbereich zu zah-
len.

Die geschuldete Vergütung ist dem Nutzer für die Dauer von zwölf Monaten
im Voraus zu berechnen.“

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die Anmeldemaske (Bl. 3 d.A.) und die AGB der Beklagten (Anlage K 3 = Bl. 24 ff. d.A.) verwiesen.

Der Kläger, der die Preisinformation im Rahmen der Anmeldemaske für unzureichend hält und in der Verwendung der Klausel

„Die geschuldete Vergütung ist dem Nutzer für die Dauer von zwölf Monaten im Voraus zu berechnen.“

eine unangemessene Benachteiligung i.S.v. § 307 BGB sieht, hat die Beklagten mit Schreiben vom 26.10.2009 abgemahnt und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung und zur Erstattung von Abmahnkosten von 200,00 € aufgefordert (Anlage K 4 = Bl. 30 ff. d.A.), jedoch ohne Erfolg.

Der Kläger ist der Ansicht, die Preisangabe im Rahmen der Anmeldemaske verstoße gegen die §§ 3, 4 Nr. 11, 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG, 1 Abs. 6 PAngV, 312c Abs. 1 BGB, 1 Abs. 1 Nr. 7 BGB InfoV. Ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher rechne bei Betreten der Homepage der Beklagten nicht ohne weiteres damit, dass er für den dort angebotenen Zugang zu den beschriebenen Informationen etwas bezahlen müsse. Auch erwarte dieser nicht, dass bereits die Betätigung des Eingabe-Buttons bereits vor der Möglichkeit, das Dienstleistungsangebot näher kennenzulernen, zu einer vertraglichen Bindung, und zwar einer langfristigen, führe. Da die Aufforderung mit der Ankündigung eines Gewinnspiels verknüpft werde, bestehe auch ein plausibler Grund für die Datenabfrage. Deshalb sei die Beklagte verpflichtet, auf die Entgeltlichkeit ihres Angebots besonders hinzuweisen. Der Informationstext genüge nicht den Anforderungen an eine hinreichend deutliche Preisinformation. Der durchschnittlich aufmerksame Verbraucher erwarte, dass der zu zahlende Preis wie auch sonst üblich besonders abgesetzt und separat genannt werde. Dem genüge die Einkleidung in einen längeren Satz nicht. Unter der sehr allgemein gewählten Überschrift rechne der Verbraucher nicht damit, über eine – für ihn unerwartete – Entgeltlichkeit des Angebots informiert zu werden.

Die beanstandete AGB-Klausel verstoße gegen § 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 307 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 BGB i.V.m. § 614 BGB. Für die Vorleistungspflicht bestehe kein sachlich berechtigter Grund.

Der Kläger beantragt,

- I. – wie zu I. 1. und 2. erkannt –
- II. die Beklagten zu verurteilen, an ihn 200,00 € zu zahlen.

Die Beklagten beantragen,

die Klage abzuweisen.

Sie sind der Ansicht, die von ihnen verwendete Preisauszeichnung sei zulässig und rechtmäßig. Der Kostenhinweis sei optisch hervorgehoben, indem er sich in einem mit „Informationen“ überschriebenen Kasten befinde. Der Text selbst sei in Fettdruck gehalten und unmittelbar neben der Anmeldemaske, also an einem Ort, an dem der Verbraucher damit rechne, angeordnet. Der Hinweistext sei aus sich heraus verständlich.

Die Vorleistungsklausel sei wirksam. Die Beklagte zu 1) trage im Vergleich zum Verbraucher das höhere wirtschaftliche Risiko. Sie sei nicht nur mit den Kosten für die Erstellung und Pflege der Inhalte ihres Internet-Portals, sondern auch mit den regelmäßigen Kosten der technischen Bereithaltung dieses Internet-Angebots belastet. Das Forderungsausfallrisiko sei bei Dienstleistungen im Internet signifikant höher. Die Beklagte habe keine Möglichkeit ihre Leistung rückgängig zu machen. Dementsprechend sei der Kunde auch bei vergleichbaren Leistungen wie Tageszeitungen, Wochenmagazinen, Fitnessstudio-Verträgen und Datenbankzugängen regelmäßig vorleistungspflichtig.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist überwiegend begründet.

Der Kläger ist unstreitig als qualifizierte Einrichtung im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG als anspruchsberechtigte Stelle aktivlegitimiert.

Dem Kläger steht gegen die Beklagten gemäß den §§ 3, 4 Nr. 11, 5 Abs. 1 Nr. 1, Nr. 2, 8 UWG, 1 Abs. 1, Abs. 6 PAngV ein Anspruch auf Unterlassung der angegriffenen, im Tenor zu I. 1. näher wiedergegebenen Preisinformation zu.

Die Preisangabe auf der beanstandeten Webseite ist nicht leicht erkennbar. Gleichzeitig wird der angesprochene Verkehr über die Entgeltlichkeit der angebotenen Dienstleistung irregeführt.

Ein durchschnittlich informierter und verständiger Verbraucher, der auf eine Webseite wie die der Beklagten gelangt, rechnet nicht ohne weiteres damit, für das dort angebotene Downloaden von Dateien, Datenbanken und Computerprogrammen etwas bezahlen zu müssen. Vergleichbare Angebote werden im Internet in erheblichem Umfang kostenlos unterbreitet. Teilweise geschieht dies zur Erzielung von Werbeeinnahmen, teilweise, um Internet-Nutzer zu einem weiteren „besseren“, dann aber kostenpflichtigen, Angebot hinzuführen, teilweise aber auch aus anderen Gründen. Der Durchschnittsverbraucher ist es daher gewohnt, im Internet auch zahlreiche kostenlose, gleichwohl durchaus nützliche Dienstleistungs- und Downloadangebote anzutreffen, ohne den Grund für die Unentgeltlichkeit solcher Angebote jeweils zu kennen oder erkennen zu können (vgl. OLG Frankfurt am Main, GRUR-RR 2009, 265 juris Rn. 29).

Angesichts dieser Ausgangslage bedarf der Verbraucher eines deutlichen Hinweises auf die Entgeltlichkeit der von der Beklagten zu 1) unterbreiteten Angebote. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die situationsadäquate Aufmerksamkeit eines Durchschnitts Verbrauchers, der im Internet „surft“ und so auf die fraglichen Websites gelangt, eher gering ist. Das Internet hält eine Fülle an Informationen und Optionen bereit und bietet dem Nutzer zugleich die Möglichkeit, rasch von einer Information zur anderen zu wechseln, was wiederum zur Folge hat, dass zahlreiche Informationen - beim „Surfen“ – nur fragmentarisch wahrgenommen werden. Solange es dem Verbraucher nicht um eine konkrete Kaufentscheidung geht und er sich im Internet im Wesentlichen zum Zweck der eigenen Unterhaltung bewegt, solange er insbesondere nicht bemerkt, dass die Wahrnehmung von Informationsangeboten zur Begründung einer Kostenpflicht führen könnte, wird er im Regelfall keinen Anlass sehen, sich um eine gründliche und vollständige Wahrnehmung der auf dem Bildschirm erkennbaren Informationen zu bemühen (vgl. OLG Frankfurt am Main, a. a. O., juris Rn. 30; BGH, GRUR 2005, 438 „EPSON TINTE“, juris-Rn. 27). Menschen nehmen Informationen nur in dem – geringen – Maß wahr, wie sie sie verarbeiten und für ihre Erwerbsentscheidung nutzbar machen können (vgl. Blasek, GRUR 2010, 396 (398)).

Eines deutlichen Hinweises bedarf es gerade auch unter dem Aspekt, dass der Nutzer hier eine langfristige (zweijährige) Vertragsbindung eingehen soll, noch bevor er die Möglichkeit hatte, das Dienstleistungsangebot überhaupt näher kennenlernen zu können. Vor diesem Hintergrund zieht es der Durchschnittsverbraucher nicht in Betracht, durch die Betätigung des Buttons in eine zweijährige Vertragsbindung mit einer auf diesen Zeitraum ausgerichteten und dementsprechend nicht unerheblichen Zahlungspflicht (24 x 8,00 € = 192,00 €) zu geraten (vgl. OLG Frankfurt am Main, a. a. O., juris Rn. 32 bezüglich einer dreimonatigen Bindung).

Überdies ist zu berücksichtigen, dass die Beklagte zu 1) mit der Anmeldung die Möglichkeit bietet, zugleich an einem Gewinnspiel (Einkaufsgutschein über 2.000,00 €) teilzunehmen. Eine solche Gewinnspielteilnahme stellt aus der Sicht des Durchschnittsverbrauchers bereits eine hinreichende Erklärung für die Notwendigkeit der geforderten Angaben dar (vgl. OLG Frankfurt am Main, a. a. O., juris Rn. 31), wobei die Aussicht auf einen Gewinn zusätzlich einen besonderen Anreiz für die Übermittlung der persönlichen Daten bietet (vgl. Blasek, GRUR 2010, 396).

An einem hinreichend deutlichen Hinweis auf die Entgeltlichkeit der fraglichen Angebote fehlt es hier. Bevor der Nutzer zur Anmeldemaske gelangt, gibt es in beiden Internetauftritten keinen Anhaltspunkt für eine mögliche Kostenpflichtigkeit. Preise, Zahlungsmodalitäten und Angebotsvarianten werden nicht angesprochen. Der Umstand, dass sich der Nutzer überhaupt unter Angabe seines Namens und seiner Adressdaten anmelden muss, um Zugriff auf die Downloads zu erhalten, ist im Ansatz zwar geeignet, ein gewisses Misstrauen zu wecken. Hierdurch wird der Durchschnittsverbraucher aber noch nicht zu der Erkenntnis geführt, dass das Angebot kostenpflichtig ist, wenn auf diese Kostenpflichtigkeit nicht leicht erkennbar und gut wahrnehmbar hingewiesen wird.

Zwar befindet sich rechts neben der Anmeldemaske im zweiten Kasten der Hinweis

„Durch Drücken des Buttons "Jetzt Anmelden" entstehen Ihnen Kosten von 96 Euro inkl. Mehrwertsteuer pro Jahr (12 Monate zu je 8 Euro). Vertragslaufzeit 2 Jahre.“

Der Hinweis befindet sich jedoch unter der allgemein gehaltenen Überschrift „*Informationen*“ und wird in einen längeren Satz eingekleidet, der mit den Worten „*Folgende Inhalte erhalten Sie im Memberbereich:*“ beginnt, ohne dass etwa die Preise besonders hervorgehoben sind. Somit muss der Nutzer hier nicht notwendigerweise

einen Entgeltlichkeitshinweis vermuten, sondern kann vielmehr davon ausgehen, dass dort die Leistungen dezidiert beschrieben werden, was ihn ggf. vom Weiterlesen abhält.

Des Weiteren ist der Hinweis auf die Entgeltlichkeit insgesamt nicht hervorgehoben. Neben der den größten Teil der Webseite einnehmenden Anmeldemaske kommt der Hinweis nicht deutlich zur Geltung. Der Text ist zwar in Fettdruck gehalten, dies trifft aber etwa auch für die im Kasten darüber unter der Überschrift „*Schnäppchen-Forum*“ aufgeführten Produkte zu, wobei diese durch einen größeren Zeilenabstand und das Vorhandensein von Umrahmungen deutlicher ins Auge springen. Unter Berücksichtigung aller dieser konkreten Umstände muss davon ausgegangen werden, dass es sich um eine irreführende geschäftliche Handlung der Beklagten handelt, die den Verbraucher über den Preis irreführt.

Die Preisangaben, die die Beklagte zu 1) in ihren AGB vornimmt, ändern an der Irreführung und dem Verstoß gegen die PAngV nichts, weil sie dort für den Durchschnittsverbraucher ebenfalls nicht leicht auffindbar sind. Die Beklagte zu 1) verlangt zwar, bevor der Anmelde-Button betätigt werden kann, die Bestätigung des Nutzers, dass er die AGB gelesen und akzeptiert hat. Umfangreichere Klauselwerke wie Allgemeine Geschäftsbedingungen und Lizenzbedingungen werden jedoch bekanntermaßen von den meisten Verbrauchern im Regelfall akzeptiert, ohne sie vorher gelesen zu haben. Dies gilt auch für Verbraucher, die in geschäftlichen Dingen bewandert sind und die deshalb wissen, dass in Allgemeinen Geschäftsbedingungen ohnehin keine Regelungen wirksam vereinbart werden können, die unangemessen oder überraschend sind. Des Weiteren wird der Verbraucher, indem er auf die Existenz von Allgemeinen Geschäftsbedingungen hingewiesen wird, nicht zugleich darauf aufmerksam gemacht, dass er durch seine Anmeldung einen entgeltlichen Vertrag abschließt. Aus der Sicht eines Verbrauchers, der auf eine Vergütungspflicht nicht gefasst ist, lässt sich das Vorhandensein von Allgemeinen Geschäftsbedingungen zwanglos damit erklären, dass in solchen AGB urheberrechtliche Bestimmungen, Regelungen zur Unterbindung von Missbräuchen und Falscheingaben oder auch die Gewinnspielbedingungen enthalten sind (vgl. OLG Frankfurt am Main, a. a. O., juris Rn. 39 f.).

Dem Kläger steht auch gemäß den §§ 4 Nr. 11, 8 UWG i.V.m. § 307 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 BGB i.V.m. § 614 BGB ein Anspruch auf Unterlassung der angegriffenen, im Tenor zu I. 2. näher wiedergegebenen Vorleistungsklausel zu.

Die genannte AGB-Bestimmung ist unwirksam, da durch sie die Vertragspartner der Beklagten zu 1) entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligt werden (§ 307 BGB). Gemäß § 614 BGB ist die Vergütung erst nach Erbringung der Dienstleistung zu errichten. Von dieser gesetzlichen Regelung weicht die genannte Bestimmung ab. Ein Abweichen vom Grundgedanken des § 614 BGB ist jedoch nur möglich, wenn es einen sachlich berechtigten Grund gibt und keine überwiegenden Belange des Kunden entgegenstehen. Dabei kann sich die Unangemessenheit der Klausel auch aus der Dauer des Vorleistungszeitraums ergeben (vgl. OLG Frankfurt am Main, a. a. O., juris Rn. 42 f.). Die somit vorzunehmende Interessenabwägung führt hier zu dem Ergebnis, dass die Klausel gegen § 307 BGB verstößt.

Die Beklagte zu 1) kann sich beispielsweise durch die Vereinbarung monatlicher Teilzahlungen vor zahlungsunwilligen Kunden angemessen schützen. Der Einwand der Beklagten, mit der erstmaligen Zugangsgewährung werde die Hauptleistungspflicht der Beklagten zu 1) praktisch schon erfüllt, überzeugt demgegenüber nicht. Nicht das Freischalten des Zugangs, das als solches keine erhebliche Arbeitsleistung beinhaltet, stellt die maßgebliche Dienstleistung dar, sondern das Vorhalten, das Aktualisieren und die weitere Pflege der Datenbank für den gesamten vereinbarten Zeitraum (vgl. OLG Frankfurt am Main, a. a. O., juris Rn. 44). Somit erhält der Kunde mit der Anmeldung nicht bereits sämtliche Leistungen.

Es kommt hinzu, dass die sofortige Zahlungspflicht des Kunden in der hier vorliegenden Ausgestaltung kaum geeignet erscheint, den von der Beklagten zu 1) angeführten Risiken wirkungsvoll entgegenzuwirken. Die Beklagte zu 1) befürchtet, dass der Zugriff auf ihre Daten auch solchen Kunden, wenn auch nur für kurze Zeit, ermöglicht würde, die zur Zahlung nicht willens oder fähig sind. Tatsächlich hängt der erstmalige Zugang zur Datenbank jedoch nicht von der Zahlung des Kunden ab. Denn bevor der Kunde Gelegenheit hat, die ihm übermittelte Rechnung zu bezahlen, wird ihm der Zugriff auf die Datenbank bereits eingeräumt. Somit dient die Vereinbarung der sofortigen Zahlungspflicht weniger einem berechtigten Sicherheitsinteresse der Beklagten zu 1) als der Beschleunigung des angestrebten Geldzuflusses (vgl. OLG Frankfurt

am Main, a. a. O., juris Rn. 45). Auch die Neufassung des § 312d Abs. 3 Nr. 2 BGB ändert an der Unzulässigkeit nicht, weil der Anbieter sein Ziel bei Einräumung des Zugangs zur Datenbank vor Rechnungslegung nach wie vor nicht erreichen kann (vgl. Blasek, GRUR 2010, 396 f.)

Die für einen Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr folgt daraus, dass die Beklagte zu 1) die mit Abmahnung vom 26.10.2009 geforderte Unterlassungsklärung nicht abgegeben hat.

Der Beklagte zu 2) haftet für Verstöße der Beklagten zu 1) als ihr Geschäftsführer (vgl. OLG Frankfurt am Main, GRUR-RR 2001, 198, Rn. 22).

Die Entscheidung über die Androhung eines Ordnungsmittels beruht auf § 890 ZPO.

Dem Kläger steht auch gemäß § 12 Abs. 1 S. 2 UWG ein Anspruch auf Erstattung der Abmahnkostenpauschale gemäß **Tenor zu Ziffer II. zu**, allerdings nur gegen die Beklagte zu 1). Die Abmahnung erfolgte berechtigt, nachdem die dort geltend gemachten Unterlassungsansprüche, wie oben dargestellt, bestanden. Hinsichtlich der Höhe der geltend gemachten Abmahnkosten bestehen keine Bedenken (vgl. Köhler/Bornkamm, a.a.O., § 12 Rn. 1.98). Allerdings richtete sich die Abmahnung allein an die Beklagte zu 1), so dass diese auch allein für die entsprechenden Kosten einzustehen hat. Insoweit war die Klage gegen den Beklagten zu 2) abzuweisen.

Die Kostenentscheidung beruht auf den §§ 92 Abs. 2, 100 Abs. 1 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit auf § 709 ZPO.

Vorsitzender Richter am Landgericht

Richterin am Landgericht

Richtern am Landgericht



Ausgefertigt
Frankfurt/Main,

24 JUN 2010

Urkundsbeamter der Geschäftsstelle