

Aktenzeichen:
6 O 17/21



Landgericht Heidelberg

U 15263-5

Verbraucherzentrale
Bundesverband
02. Feb. 2022
EINGEGANGEN

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. (vzbv), vertreten durch d. Vorstand, Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin
- Kläger -

Prozessbevollmächtigter:

gegen

Verivox GmbH, vertreten durch d. Geschäftsführer
Max-Jarecki-Straße 21, 69115 Heidelberg
- Beklagte -

und

Prozessbevollmächtigte:

wegen Unterlassung

hat das Landgericht Heidelberg - 6. Zivilkammer - durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht als Einzelrichterin aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 11.01.2022 für Recht erkannt:

1. Die Beklagte wird bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzen-

den Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten, untersagt, im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern im Internet für den Abschluss eines Kreditvertrags mit der farblich gestalteten Angabe „ab 0,0 % eff. Zins*“ zu werben bzw. werben zu lassen und dabei Angaben über den Nettokreditbetrag, den Sollzins, den Effektivzins, die Raten, die Laufzeit und das repräsentative Beispiel lediglich in einem Sternchenhinweis unter der farblich gestalteten Werbung in schwarzer und kleiner Schrift auszuführen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 3 abgebildet.

2. Die Beklagte wird weiter verurteilt, an den Kläger 260,00 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 17.08.2021 zu zahlen.
3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
4. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 20.000,00 € vorläufig vollstreckbar.

Beschluss

Der Streitwert wird auf 15.000,00 € festgesetzt.

Tatbestand

Der Kläger, der Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, nimmt die Beklagte auf Unterlassung einer Darstellung im Internet in Anspruch.

Die Beklagte betreibt unter der Adresse www.verivox.de ein Vergleichsportal, auf dem u. a. Kreditvergleiche erstellt werden. Inhaltlich verantwortlich für die Kreditvergleiche ist die Verivox Finanzvergleich GmbH.

Auf einer Landingpage des Internetportals der Beklagten, die durch einen Klick auf ein bezahltes Suchergebnis bei Google zu erreichen ist, – nach dem Vortrag des Klägers auch auf einer Unterseite der Website der Beklagten – wird auf einem türkisfarbenen Feld in wei-

ßer Schrift die Angabe „ab 0,0 € eff. Zins p. a.“ gemacht. Dieses Feld befindet sich schräg oberhalb von einem Bild, das ein lächelndes junges Paar zeigt und in anderen Farben gehalten ist. Die Worte „ab“ und „eff. Zins p. a.“ haben die Schriftgröße 12 pt. Die Effektivzinsangabe selbst hat die Schriftgröße 36 pt. Auf der anderen Seite des Bildes heißt es in großer weißer Schrift in Großbuchstaben: „In wenigen Schritten zu Ihrem Wunschkredit“. Daneben befindet sich in kleinerer Schrift ein orangefarbener Button mit der Aufschrift „Jetzt vergleichen“.

Mittels des Sternchens hinter der Effektivzinsangabe wird auf einen Text unterhalb des Bildes verwiesen, der Angaben nach § 6 a PAngV enthält. Dieser Text wird in der Schriftart „Segoe UI“ angezeigt, die keine Serifen enthält, und verfügt nach den WCAF-Richtlinien über einen guten Kontrastwert. Die Schriftgröße beträgt 12 pt und der Zeilenabstand 1,5. Zu den Darstellungen im Einzelnen wird auf Anlage K 3 verwiesen.

Der Kläger behauptet, der Text, auf den der Sternchenhinweis verweist, sei jedenfalls bei Nutzung von „Standardgeräten“ für Privatpersonen erst nach einem Herunterscrollen zu sehen und daher schwer auffindbar. Unabhängig davon sei er jedenfalls schwer lesbar. Der Kläger ist der Ansicht, die Darstellung auf der Website falle in den Anwendungsbereich des § 6 a PAngV mit den damit verbundenen Pflichtangaben. Den Anforderungen dieser Vorschrift genüge die Beklagte nicht, da die Angaben nicht auffallend gestaltet seien. Dafür reiche es nicht aus, die erforderlichen Informationen visuell ähnlich zu gestalten wie die übrigen Informationen. Es genüge auch nicht, die Informationen beim Durchlaufen des Abfrageprozesses zu erteilen. Die gesetzliche Regelung ziele gerade auf eine Vorverlagerung der Information in das Vorfeld der Vertragsanbahnung ab.

Die Klägerin beantragt:

1. Die Beklagte wird bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,- Euro für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, einer Ersatzordnungshaft oder Ordnungshaft bis 6 Monate, zu vollziehen an den Geschäftsführern der Beklagten, untersagt, im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern im Internet für den Abschluss eines Kreditvertrages mit der farblich

gestalteten Angabe „ab 0,0 % eff. Zins p.a.“ zu werben bzw. werben zu lassen und dabei Angaben über den Nettokreditbetrag, den Sollzins, den Effektivzins, die Raten, die Laufzeit und das repräsentative Beispiel lediglich in einem Sternchenhinweis unter der farblich gestalteten Werbung in schwarzer und kleiner Schrift aufzuführen, wenn dies geschieht wie in der Anlage K3 abgebildet.

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 260,00 Euro nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hält die Klage bereits für unzulässig, weil der Klageantrag zu unbestimmt sei. Zum einen befänden sich die beanstandeten Angaben nicht im Sternchenhinweis, sondern unterhalb des farbigen Bildbereichs, auf den das Sternchen verweise. Zum anderen sei unklar, ob mit dem Antrag auch verboten werden solle, dass man zu den Angaben nach § 6 a PAngV herunterscrollen müsse.

Im Übrigen bestehe aus verschiedenen Gründen kein Unterlassungsanspruch, aus dem UKlaG schon deshalb nicht, weil § 6 a PAngV keine Verbraucherschützende Norm sei und kein Interesse des Verbraucherschutzes an der Unterlassung erkennbar sei. Es liege aber auch kein Wettbewerbsverstoß nach § 5 a UWG vor, weil § 6 a PAngV nicht anwendbar sei. Die Beklagte bewerbe keinen Darlehensvertrag, sondern einen Kreditvergleich. Dies sei u. a. daran erkennbar, dass man von der streitgegenständlichen Internetseite aus über den Button „Jetzt vergleichen“ zu dem Kreditvergleich weitergeleitet werde. Die Beklagte selbst sei auch nicht Kreditvermittlerin, das sei die Verivox Finanzvergleich GmbH. Die Beklagte sei daher nicht passivlegitimiert.

Es werde auch kein konkreter Darlehensvertrag beworben, sondern nur ganz allgemein ein

Zinssatz genannt. Bis zur Auswahl eines konkreten Darlehensvertrags müsse man mehrere Webseiten durchlaufen und schließe dann auch nicht direkt einen Kreditvertrag, sondern schicke eine *Invitatio ad offerendum* an das betreffende Kreditinstitut. Auf Handlungen so weit im Vorfeld eines Vertragsschlusses sei lediglich § 6 a Abs. 1 PAngV anzuwenden, eine Anwendung auch des § 6 a Abs. 2 PAngV würde die vom Gesetzgeber getroffene Unterscheidung aufheben.

Jedenfalls seien die Pflichtangaben klar, eindeutig und auffallend gestaltet. Die Angaben unter dem farbigen Bildbereich seien aufgrund einer Schriftart ohne Serifen, aufgrund der gewählten Schriftgröße und aufgrund des guten Kontrasts gut lesbar und gingen nicht in sonstigen Texten und Inhalten unter. Das Merkmal „auffallend“ werde zudem durch eine Verlinkung erreicht, was ausreichend sei, weil der Suchende automatisch auf die verlinkte Seite gelange, sowohl über ein Anklicken des Zinssatzes als auch über ein Anklicken des Buttons „Jetzt vergleichen“. Auf der verlinkten Seite seien die Pflichtangaben in einem schwarzen Kasten zu sehen, was als auffallend zu bewerten sei. Die formalen Anforderungen des § 6 a Abs. 2 PAngV gälten im Übrigen nicht für § 6 a Abs. 3 und 4 PAngV. Für § 6 a Abs. 3 PAngV gelte § 6 a Abs. 6 PAngV, der lediglich eine gute Lesbarkeit voraussetze, für § 6 a Abs. 4 PAngV gelte § 1 Abs. 7 PAngV mit ebenfalls erfüllten Anforderungen.

Schließlich habe die beanstandete Werbung auch keine geschäftliche Relevanz im Sinne des § 5 a Abs. 2 UWG, weil der Verbraucher nach den Informationen auf der beanstandeten Internetseite noch keine geschäftliche Entscheidung treffe, sondern bis zum Abschluss eines Darlehensvertrags noch zahlreiche Schritte auch außerhalb des Internetauftritts der Beklagten zurückzulegen seien.

Die Beklagte bestreitet weiterhin Grund und Höhe der geltend gemachten Abmahnkosten.

Wegen der Einzelheiten des Parteivorbringens wird auf den Inhalt der gewechselten Schriftsätze nebst Anlage Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

A. Die Klage ist zulässig.

1. Der Kläger ist gemäß § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 UKlaG klagebefugt. Er ist eine qualifizierte Einrichtung im Sinne des § 4 UKlaG.

2. Klageantrag Ziffer 1 genügt dem Bestimmtheitserfordernis des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Nach dieser Vorschrift darf ein Verbotsantrag nicht derart undeutlich gefasst sein, dass Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 Abs. 1 ZPO) nicht erkennbar abgegrenzt sind, sich der Beklagte deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und letztlich die Entscheidung darüber, was dem Beklagten verboten ist, dem Vollstreckungsgericht überlassen bliebe (BGH, Urteil vom 06.10.2011 – I ZR 54/10 – juris Tz. 9). Soweit die Beklagte rügt, dass die Angaben des Klägers zum Sternchenhinweis nicht eindeutig seien, trifft dies nicht zu. Der Kläger bezieht sich mit dem Verweis auf Anlage K 3 auf eine konkrete Verletzungsform, aus der sich klar ergibt, dass mit dem Sternchenhinweis der Text gemeint ist, auf den das Sternchen verweist. Das Herunterscrollen ist seinerseits im Klageantrag nicht enthalten. Der Unterlassungsantrag bezieht sich lediglich darauf, dass die Angaben nach § 6 a PAngV in einem Sternchenhinweis „unter der Werbung“ enthalten sind. Dass sie erst durch Herunterscrollen erreicht werden können, wird im Klageantrag nicht formuliert und lässt sich ohne eine derartige Formulierung auch nicht der in Bezug genommenen Anlage K 3 entnehmen, zumal der Kläger in der Replik vorträgt, es sei völlig unerheblich, ob zu dem Text gescrollt werden müsse oder nicht.

B. Die Klage ist auch begründet.

I. Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Anspruch auf die tenorierte Unterlassung aus §§ 2 Abs. 1 Satz 1, 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 UKlaG i. V. m. 6 a Abs. 2 – 4 PAngV.

1. Die Vorschriften des UKlaG und des UWG sind grundsätzlich nebeneinander nach den jeweils für sie geltenden Regeln anwendbar (Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 40. Auflage 2022, § 2 UKlaG Rn. 33; OLG Karlsruhe, Urteil vom 20.04.2018 – 4 U 120/17 – GRUR-RR 2018, 349).

2. § 6 a Abs. 2 bis 4 PAngV sind verbrauerschützende Vorschriften. Verbraucherschutzgesetze sind Gesetze, die dem Schutz der Verbraucher dienen. Eine Norm „dient“ dem Schutz der Verbraucher, wenn der Verbraucherschutz ihr eigentlicher Zweck ist. Die Norm kann auch anderen Zwecken dienen; es genügt aber nicht, wenn der Verbraucherschutz in der Norm nur untergeordnete Bedeutung hat oder nur eine zufällige Nebenwirkung ist (BT-Drucksache 14/2658, Seite 53 „zu Absatz 1“). Als verbrauerschützend in diesem Sinn erweisen sich daher neben den in § 2 Abs. 2 UKlaG genannten Normen alle Vorschriften, welche Verhaltenspflichten des Unternehmers gegenüber dem Verbraucher begründen und deren Verletzung Kollektivinteressen der Verbraucher beeinträchtigt (OLG Karlsruhe, aaO, Tz. 20 unter Verweis auf Köhler, aaO, § 2 UKlaG Rn. 30). Dazu gehören auch Preisangabevorschriften nach der PAngV (Köhler, aaO, Rn. 30 c). § 6 a Abs. 2 bis 4 PAngV soll falsche Vorstellungen des Verbrauchers über die Erlangung und die Kosten eines Verbraucherdarlehens verhindern. Weiterhin soll gewährleistet werden, dass der Verbraucher in der Lage ist, verschiedene Angebote anhand der vorhandenen Angaben zu vergleichen. Die Norm verfolgt also einen verbrauerschützenden Zweck (LG Stuttgart, Urteil vom 22.09.2011 – 17 O 165/11 – BKR 2012, 206).

3. Die vom Kläger beanstandete Darstellung in Anlage K 3 verstößt gegen § 6 a Abs. 2 – 4 PAngV.

a) Durch die Darstellung wird mit einem Zinssatz für einen Verbraucherdarlehensvertrag geworben.

aa) Der Begriff der Werbung ist weder in § 6 a Abs. 2 PAngV noch in der zugrunde liegenden Bestimmung in Art. 4 Abs. 1 VerbraucherkreditRL noch in Art. 2 lit. d UGP-RL definiert. Jedoch kann insoweit die Definition in Art. 2 lit. a der WerbeRL 2006/114/EG herangezogen werden. Danach ist unter Werbung jede Äußerung bei Ausübung eines Handels, Gewerbes usw. mit dem Ziel den Absatz von Waren oder Dienstleistungen (...) zu fördern, zu verstehen (Köhler, aaO, § 6 PAngV Rn. 7). Die Beklagte betreibt das Vergleichsportal nicht allein zu Informationszwecken, sondern um über die angebotenen Vergleiche zu Vertragsabschlüssen zu gelangen. Die Äußerungen „ab 0,0 % eff. Zins p. a.“ in Verbindung mit den in Großbuchstaben gedruckten Worten „In wenigen Klicks zu Ihrem Wunschkredit“ zeigt auch deutlich, dass das Ziel des Handelns der Beklagten der Abschluss eines Kreditvertrags durch den Nutzer des Vergleichsportals ist.

bb) Es handelt sich um eine Werbung für einen Verbraucherkreditvertrag.

(1) Bereits aus dem Ziel des Vergleichsportals, dass die Nutzer letztendlich Verträge abschließen, ergibt sich, dass sich die Werbung nicht allein auf den Kreditvergleich beziehen kann. Dazu wäre die Angabe eines konkreten Zinssatzes auch nicht erforderlich, sondern es würde genügen, z. B. auf die Vollständigkeit, Objektivität und Neutralität der Vergleiche zu verweisen. Aus dem Text „In wenigen Klicks zu Ihrem Wunschkredit“ in Verbindung mit der Nennung eines Zinssatzes ergibt sich, dass die später zur Auswahl gestellten Kredite an sich beworben werden.

(2) Dass die Werbung jedenfalls auch auf Verbraucherdarlehensverträge gerichtet ist, ergibt sich aus der Gestaltung der Website. Die Angabe des Effektivzinssatzes vor dem Bild eines lächelnden jungen Paares lässt auf die Verwendung der beworbenen Kredite für private Zwecke schließen.

(3) Die Werbung muss nicht für einen bestimmten Kreditvertrag erfolgen. Soweit der Wortlaut des § 6 a Abs. 2 PAngV davon spricht, dass für den Abschluss „eines“ Verbraucherdarlehensvertrags geworben wird, ist damit nicht ein bestimmter Vertrag gemeint, sondern es handelt sich um eine typisierende Bezeichnung. Das folgt schon daraus, dass eine Werbung für Verträge – anders als eine Warenwerbung – immer in gewisser Weise unkonkret bleiben muss, weil die Einzelheiten ja erst vertraglich vereinbart werden sollen. Dafür spricht zudem, dass § 6 a Abs. 2 PAngV nur die Werbung mit Zinssätzen oder sonstigen Zahlen verlangt, die sich naturgemäß auf verschiedene Kredite beziehen können. Es ergibt sich aber weiterhin aus einer richtlinienkonformen Auslegung. Art. 4 Abs. 1 der Verbraucherkredit-RL 2008/48/EG spricht lediglich von „Werbung für Kreditverträge“, ebenso Art. 1 Abs. 1 der Wohnimmobilienkredit-RL 2014/17/EU. Ein Bezug zu einem konkreten Vertrag wird hier nicht hergestellt. Zur Umsetzung dieser Vorschriften ist § 6 a PAngV erlassen worden, so dass er in deren Lichte auszulegen ist.

(4) Schließlich muss der Werbende nicht selbst Kreditgeber oder Kreditvermittler sein. Dies könnte zwar aus § 6 Abs. 4 PAngV geschlossen werden, in dem auf Verträge abgestellt wird, von denen der Werbende annehmen darf, dass er sie abschließen wird. Die o. g. Richtlinien enthalten dieses Erfordernis jedoch nicht, sondern sprechen nur von einem „repräsentativen Beispiel“. Zudem ergibt sich auch aus § 6 a Abs. 2 Nr. 1 PAngV, dass der

Werbende nicht mit dem Kreditgeber oder Kreditvermittler identisch sein muss, sonst würde sich die Nr. 1 der Vorschrift auf die Identität und Anschrift des Werbenden beziehen. Die Verbraucherkreditrichtlinie unterscheidet ihrerseits in Art. 4 und Art. 5 deutlich zwischen Informationen, die ein Werbender zu geben hat, und Informationen, die später im vorvertraglichen Stadium der Kreditgeber oder Kreditvermittler zur Verfügung stellen muss.

(5) Die Werbung für Kreditverträge in einem Vergleichsportal, die dem eigentlichen Vergleich vorgelagert ist, fällt auch nicht nach dem Sinn und Zweck des § 6 a Abs. 2 bis 4 PAngV aus dessen Anwendungsbereich heraus. Zwar sollen die Verbraucher nach Erwägungsgrund 18 der Verbraucherkreditrichtlinie bestimmte Informationen erhalten, damit sie „insbesondere verschiedene Angebote miteinander vergleichen können“, was die Frage aufwirft, ob dieser Zweck durch die Information in diesem sehr frühen Stadium überhaupt erreicht werden kann oder ob die Angaben mangels Bezugs zu einem konkreten Kredit nicht ohnehin abstrakt und unverständlich bleiben und eine Information bei den später präsentierten konkreten Angeboten dem Schutzzweck genügen würde. Die Verbraucherkreditrichtlinie verlagert allerdings bewusst den Zeitpunkt, zu dem die Information gegeben werden soll, nach vorne auf den Zeitpunkt der Werbung, die im Bereich der Vertragswerbung oft noch unkonkret ist und die Verbraucher erst anlocken soll, um Details später festzulegen. Die Werbung mit einem vorteilhaften Zinssatz in diesem sehr frühen Stadium kann den Verbraucher jedenfalls veranlassen, die Angebote in dem Vergleichsportal weiter zu verfolgen und auf Seiten und Kreditangebote zu gelangen, auf die er bei einer sofortigen Information über die Gesamtkosten eines möglichen Kreditvertrags und einem Beispiel nicht gelangt wäre, weil sein Interesse nach dieser Information bereits erloschen wäre. Die Information an dieser sehr frühen Stelle versetzt den Verbraucher daher sowohl in die Lage, die genannten Zahlen und Beispiele verschiedener Vergleichsportale zu vergleichen und nur dort weiter zu suchen, wo die eigenen Vorstellungen am besten erfüllt werden. Die Richtlinie verfolgt aber auch nur „insbesondere“ den Zweck des Vergleichs verschiedener Angebote. Darüber hinaus versetzt sie den Verbraucher in die Lage, überhaupt die Kosten für die Erlangung eines Kredits abschätzen zu können, was insbesondere über das repräsentative Beispiel möglich ist, weil dieses sich auf den Großteil der zu erwartenden Kreditvertragsabschlüsse beziehen muss. So wirbt Anlage K 3 zwar mit einem effektiven Zins von (ab) 0,0 %, das repräsentative Beispiel nennt jedoch einen Effektivzinssatz von 6,49 %, was für den Verbraucher bereits an dieser Stelle eine wertvolle Information über die Kosten eines möglichen Kredits

liefert und Fehlvorstellungen darüber verhindert. § 6 a Abs. 2 bis 4 PAngV erfüllt daher seinen Zweck auch bei einer Werbung eines Vergleichsportals mit einem bestimmten Zinssatz, die vor der Präsentation der einzelnen Angebote liegt.

b) Die Pflichtangaben nach § 6 a Abs. 3 PAngV und das repräsentative Beispiel nach § 6 a Abs. 4 PAngV sind nicht in auffällender Art und Weise angegeben.

aa) § 6 a Abs. 2 PAngV bestimmt zunächst, dass die dort vorgesehenen Informationen in klarer, eindeutiger und auffällender Weise zu geben sind. Dieses Erfordernis gilt in richtlinienkonformer Auslegung auch für die Angaben in Abs. 3 der Vorschrift, denn weder die Verbraucherkreditrichtlinie noch die Wohnimmobilienkreditrichtlinie kennen die vom deutschen Gesetzgeber vorgenommene Unterteilung der Informationen in zwei Absätze (Weidert in Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig, UWG, 5. Auflage 2021, § 6 a PAngV Rn. 19). Auch das Erfordernis des repräsentativen Beispiels ist in Art. 4 Abs. 2 der Verbraucherkreditrichtlinie zusammen mit den zu erteilenden Informationen genannt, so dass auch dieses Beispiel in klarer, eindeutiger und auffällender Weise darzustellen ist (Köhler, aaO, § 6 a PAngV Rn. 23).

bb) Die Informationen nach § 6 a Abs. 3 und das Beispiel nach § 6 a Abs. 4 PAngV sind jedoch nicht in auffällender Weise dargestellt. Der Vortrag des Klägers, dass die Angaben schwer lesbar sind, ist zwar unzutreffend. Die Schriftart, die Schriftgröße und der Kontrast sind so gewählt, dass die Darstellung jedenfalls durchschnittlichen Anforderungen genügt. Auffallend bedeutet jedoch in besonderer Weise gegenüber anderen Informationen optisch, akustisch oder sonst wahrnehmbar hervorgehoben (Köhler, aaO, § 6 a PAngV Rn. 14 unter Verweis auf BT-Drs. 16/11643, 143). Eine durchschnittliche Darstellung ist aber gerade nicht auffallend (LG, Düsseldorf, Urteil vom 28.03.2018 – 12 O 222/17 – GRUR-RS 2018, 50121). Auch Erwägungsgrund 18 der Verbraucherrichtlinie geht von einer Erteilung der Information in klarer, prägnant gefasster Form an optisch hervorgehobener Stelle aus. Im Vergleich zu dem Text auf Höhe des Bildes des lächelnden Paares sind die Angaben unterhalb des Bildbereichs, auf die das Sternchen verweist, nicht hervorgehoben. Die Angaben im Bildbereich sind vielmehr von ihrer farblichen Gestaltung – der Effektivzins ist in weißer Schrift auf farbigem Hintergrund angegeben – sowie ihrer Schriftgröße – der Effektivzins ist in Schriftgröße 36 pt., der Text „In wenigen Klicks zu Ihrem Wunschkredit“ in einer ähnlich großen Schriftgröße und in Großbuchstaben dargestellt – ihrerseits gegenüber den sonsti-

gen Informationen auf der Seite hervorgehoben.

c) Eine auffallende Darstellung wird auch nicht über eine Verlinkung erreicht. Es kann dahinstehen, ob die Darstellung auf einer verlinkten Seite, auf die man zwingend gelangen muss, dem Erfordernis der auffallenden Weise genügen kann. Denn auf der dazu von der Beklagten präsentierten Unterseite sind die Angaben nach § 6 a Abs. 2 bis 4 PAngV nicht in auffallender Weise dargestellt. Sie befinden sich zwar in weißer Schrift in einem grauen Kasten und sind damit hervorgehobener als die Angaben unter dem Bildbereich auf der vom Kläger beanstandeten Seite. Im Vergleich zu den sonstigen Angaben auf der Unterseite sind die Angabe in dem Kasten jedoch nicht hervorgehoben. Direkt über dem Kasten ist in um ein Vielfaches größeren weißen Schrift in Großbuchstaben zu lesen „Top-Kredite vergleichen – 40 % Zinsen sparen“. Diese Aussage ist ihrerseits gegenüber dem Kasten hervorgehoben, genau wie die ebenfalls in größerer Schrift gehaltene Effektivzinsangabe „0,0 %“ in weißer Schrift auf türkisfarbenem Grund.

d) Unerheblich ist, ob sich die vom Kläger beanstandete Darstellung auf einer Unterseite der Website der Beklagten befindet oder auf einer Landingpage. Auch die Landingpage ist eine Seite, die die Beklagte dem interessierten Publikum zur Verfügung stellt und über die sie Informationen verbreitet. Der Klageantrag bezieht sich auch nicht auf eine Unterseite der Website der Beklagten, sondern auf eine bestimmte Darstellung im Internet. Von diesem Antrag werden sowohl Darstellungen auf der Landingpage als auch auf einer Unterseite der Website erfasst.

4. Die erhobene Klage liegt im Interesse des Verbraucherschutzes. Sie dient der Durchsetzung kollektiver Verbraucherinteressen. Diese sind berührt, wenn das beanstandete Verhalten in seinem Gewicht und seiner Bedeutung über den Einzelfall hinausreicht, so dass eine generelle Klärung geboten ist (BGH, Urteil vom 6.2.2020 – I ZR 93/18 – GRUR 2020, 654). Das ist hier der Fall, weil die beanstandete Werbung auch nach dem Vortrag der Beklagten für alle Verbraucher jedenfalls als bezahltes Suchergebnis über Google zu erreichen ist und damit jeder beliebige Verbraucher damit in Berührung kommen und in seinen geschützten Interessen betroffen sein kann.

5. Die Beklagte ist für die beanstandete Werbung auch verbraucherschutzrechtlich verantwortlich.

a) Die Beklagte haftet bereits für eigenes Handeln. Sie ist die Betreiberin des Vergleichsportals und ist nach der Aufmachung der in Anlage K 3 abgebildeten Internetseite selbst als Werbende (Mitwerbende) anzusehen. Dass die Verivox Finanzvergleich GmbH für die Inhalte des Kreditvergleichs verantwortlich und Kreditvermittlerin ist, schließt nicht aus, dass auch die Beklagte Werbung für die von dieser später präsentierten Kredite macht. Auf Internetseiten in der hier streitgegenständlichen Aufmachung wirbt jedenfalls auch die Beklagte. Die Seite enthält ein vorteilhaftes Zinsangebot mit der im Vergleich zum übrigen Text sehr groß und in Großbuchstaben gedruckten Aussage „In wenigen Klicks zu Ihrem Wunschkredit“. Direkt unterhalb dieser Aussage sind zwei Testsiegel für das Vergleichsportal der Beklagten angebracht. Damit geriert sich die Beklagte nach außen hin als Verantwortliche für diese Seite und ist selbst als Werbende anzusehen. Die Justiziarin der Beklagten hat in der mündlichen Verhandlung ausgeführt, dass die Seite von der zentralen Marketing-Abteilung bei der Beklagten erstellt wird, die Inhalte aber von der Verivox Finanzvergleich GmbH vorgegeben werden. Durch den Verweis auf sich selbst mittels der Testsiegel hat die Beklagte sich die von der Verivox Finanzvergleich GmbH verantworteten Inhalte dieser Seite jedenfalls zu eigen gemacht und wirbt selbst damit.

b) Die Beklagte ist zumindest nach § 2 Abs. 1 Satz 2 UKlaG für die beanstandete Werbung verantwortlich. Danach ist ein Unterlassungsanspruch gegen den Unternehmensinhaber auch begründet, wenn die Zuwiderhandlung von einem Beauftragten begangen ist. Ein Beauftragter ist wie in § 8 Abs. 2 UWG jeder, der, ohne Mitarbeiter zu sein, für das Unternehmen eines anderen auf Grund eines vertraglichen oder anderen Rechtsverhältnisses tätig ist. Er muss in die betriebliche Organisation dergestalt eingegliedert sein, dass einerseits der Erfolg der Handlung zumindest auch dem Unternehmensinhaber zugutekommt, andererseits dem Unternehmensinhaber ein bestimmender und durchsetzbarer Einfluss jedenfalls auf die beanstandete Tätigkeit eingeräumt ist. Es kann sich um eine natürliche oder juristische Person handeln (Köhler/Feddersen, aaO § 8 UWG Rn. 2.41, 2.43). Die Verivox Finanzvergleich GmbH ist hier als Beauftragte der Beklagten anzusehen. Die Justiziarin der Beklagten hat in der mündlichen Verhandlung erklärt, zwischen der Beklagten und der Verivox Finanzvergleich GmbH bestehe ein Dienstleistungsverhältnis, also ein vertragliches Rechtsverhältnis. Die Verivox Finanzvergleich GmbH ist in die Betriebsorganisation der Beklagten als Vergleichsportal dergestalt eingegliedert, dass sie für einen bestimmten Bereich, nämlich Finanzvergleiche, inhaltlich zuständig ist. Ihre Tätigkeit kommt der Beklagten

durch die Ausweitung ihres Angebotsfelds zugute. Als Betreiberin des Vergleichsportals hat sie ihrerseits Einfluss auf die beanstandete Tätigkeit, weil die beanstandete Internetseite von ihrer eigenen zentralen Marketingabteilung erstellt wird.

II. Der Kläger hat weiterhin gegen die Beklagte einen Anspruch auf Zahlung von 260,00 € aus §§ 5 UKlaG, 12 Abs. 1 Satz 2 UWG. Die vorgerichtlich ausgesprochene Abmahnung war berechtigt, die dafür geltend gemachten Kosten von 260,00 € sind angemessen. Der Zinsanspruch folgt aus §§ 286, 288, 291 BGB.

C. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit auf § 709 Satz 1 ZPO.

Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen die Entscheidung, mit der der Streitwert festgesetzt worden ist, kann Beschwerde eingelegt werden, wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 200 Euro übersteigt oder das Gericht die Beschwerde zugelassen hat.

Die Beschwerde ist binnen **sechs Monaten** bei dem

Landgericht Heidelberg
Kurfürsten-Anlage 15
69115 Heidelberg

einzulegen.

Die Frist beginnt mit Eintreten der Rechtskraft der Entscheidung in der Hauptsache oder der anderweitigen Erledigung des Verfahrens. Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf der sechsmonatigen Frist festgesetzt worden, kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden. Im Fall der formlosen Mitteilung gilt der Beschluss mit dem dritten Tage nach Aufgabe zur Post als bekannt gemacht.

Die Beschwerde ist schriftlich einzulegen oder durch Erklärung zu Protokoll der Geschäftsstelle des genannten Gerichts. Sie kann auch vor der Geschäftsstelle jedes Amtsgerichts zu Protokoll erklärt werden; die Frist ist jedoch nur gewahrt, wenn das Protokoll rechtzeitig bei dem oben genannten Gericht eingeht. Eine anwaltliche Mitwirkung ist nicht vorgeschrieben.

Rechtsbehelfe können auch als elektronisches Dokument eingelegt werden. Eine Einlegung per E-Mail ist nicht zulässig. Wie Sie bei Gericht elektronisch einreichen können, wird auf www.ejustice-bw.de beschrieben.

Schriftlich einzureichende Anträge und Erklärungen, die durch einen Rechtsanwalt, durch eine Behörde oder durch eine juristische Person des öffentlichen Rechts einschließlich der von ihr zu Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben gebildeten Zusammenschlüsse eingereicht werden, sind als elektronisches Dokument zu übermitteln. Ist dies aus technischen Gründen vorübergehend nicht möglich, bleibt die Übermittlung nach den allgemeinen Vorschriften zulässig. Die vorübergehende Unmöglichkeit ist bei der Ersatzeinreichung oder unverzüglich danach glaubhaft zu machen; auf Anforderung ist ein elektronisches Dokument nachzureichen.

Vorsitzende Richterin am Landgericht