

UA 16038-2

Beglaubigte Abschrift

8 O 8/22

Verkündet am 04.05.2022

gez.
JAI'in
als Urkundsbeamtin der
Geschäftsstelle



verbraucherzentrale

Bundesverband

09. Mai 2021

EINGEGANGEN

Landgericht Flensburg

Urteil

Im Namen des Volkes

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände
- Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.,
vertreten durch die Vorständin Frau
Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

ME Media GmbH,
vertreten durch ihren Geschäftsführer
Schafmarkt 3, 25917 Leck

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

wegen Unterlassung (UWG)

hat die 8. Zivilkammer des Landgerichts Flensburg durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht
als Einzelrichter auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 04.05.2022 für
Recht erkannt:

- I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 € €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken an dem Geschäftsführer,
zu unterlassen,
im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern im Internet unter www.michverlieben.de wie in Anlage K 1 abgebildet für die Nutzung eines Flirtportals, zu dem sich Nutzer zunächst kostenfrei anmelden und nach Registrierung mit dort abrufbaren Profilen kostenpflichtig in Kontakt treten können, zu werben bzw. werben zu lassen,
 1. wenn sich hinter den Profilen ausschließlich vom Unternehmen eingesetzte professionelle Chatpartner befinden, die die Profile inhaltlich bedienen
 - oder
 2. ohne bereits in der Werbung darauf hinzuweisen, dass sich hinter den Profilen, mit denen Nutzer nach der Registrierung in Kontakt treten können, ausschließlich vom Unternehmen eingesetzte professionelle Chatpartner befinden, die die Profile inhaltlich bedienen.
- II. Die Beklagte wird verurteilt, den Kläger 260,00 € € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 09.02.2022 zu zahlen.
- III. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
- IV. Der Unterlassungstenor zu I. ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 5.000 € vorläufig vollstreckbar. Im Übrigen ist das Urteil gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Der Kläger begehrt Unterlassung von Werbung für eine von der Beklagten betriebene Kommunikationsplattform im Internet.

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen und 28 weiterer verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland. Er ist in der vom Bundesamt für Justiz in Bonn geführten Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UklG eingetragen.

Die Beklagte betreibt auf ihrer Internetseite „www.michverlieben.de“ eine Kommunikationsplattform. Auf der Startseite von „michverlieben.de - Verliebe Dich jetzt“ wirbt sie mit dem Slogan „Michverlieben - Single sein war gestern!“ und folgenden Texten, denen Bilder beigefügt sind, die eine Mann und eine Frau inniger Umarmung zeigen:

„Einfach und schnell Leute kennen lernen

Bist du immer noch auf der Suche nach deinem Traumpartner? Oder hast Du das Verlangen, neue Bekanntschaften zu machen? Hier bist Du richtig. Michverlieben ermöglicht dir genau das! Chatten, kennenlernen und vieles mehr unmittelbar in deiner Nähe.“

...

„Selbst entscheiden

Hier findest Du nicht nur die Liebe deines Lebens, sondern auch etwas ganz Unverbindliches, direkt bei Dir in deiner Nähe oder weiter weg.“

Die Anmeldung zu dem Kommunikationsportal der Beklagten ist kostenfrei, möglich. Um die so- dann die - entgeltpflichtigen - Gespräche (Chats) führen zu können, muss der Verbraucher sich auf der Seite anmelden und vor der Anmeldung bestätigen, dass er die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten akzeptiert. Unter „II. Leistungen“ dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen erhält der Verbraucher folgende Informationen:

„3. Bei michverlieben handelt es sich um eine reine Unterhaltungsplattform. Hier soll jeder faszinierende und unterhaltsame Flirts erleben können. Unsere Leistung besteht in der Bereitstellung von prickelnden Gesprächen mit professionellen Chat-Partnern, die wir sorgfältig ausgesucht haben. Diese werden über unsere Plattform mit Ihnen chatten und flirten, wenn Sie das wollen. Die professionellen Chat-Partnerbetreiben rein fiktive, der bloßen Unterhaltung dienende Profile. Sie arbeiten für uns und stehen nicht für Treffen außerhalb der Plattform zur Verfügung. Sämtliche Äußerungen und alle persönlichen Daten der fiktiven Profile werden von den professionellen Chat-Partnern frei erfunden. Ein weibliches Profil kann auch von einem männlichen professionellen Chat-Partner und ein männliches Profil kann auch von einer weiblichen professionellen Chat-Partnerin sowie umgekehrt betrieben werden. Sie werden bei Chats nicht geson-

dert darauf hingewiesen, dass Sie nur mit einem professionellen Chat-Partner flirten und chatten. Durch diese Moderation von mich verlieben wird die Aktivität auf der Plattform gewährleistet und auch die Umsätze des Betreibers werden damit erzielt.

Auch wenn Sie entgeltliche Dienste nutzen, werden bei michverlieben gerade keine Kontakte zu wirklich existierenden Personen vermittelt. Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass Sie bei mich verlieben ausschließlich mit von den professionellen Chat-Partnern betriebenen fiktiven Profilen chatten und flirten werden.

Sie willigen in dieses Vorgehen ausdrücklich ein. Sie sind darüber informiert, dass es sich bei sämtlichen Ihrer Chat-Partner ausschließlich um der bloßen Unterhaltung dienende, rein fiktive Personen handeln wird."

Der Kläger beanstandete die Werbung mit der Abmahnung vom 15.11.2021 als wettbewerbswidrig und verlangte von der Beklagten Unterlassung. Die Beklagte kündigte mit Schreiben vom 06.12.2021 an, ihr werblichen Texte auf der Startseite neu zu fassen. Eine Unterlassungsverpflichtungserklärung gab sie nicht ab.

Der Kläger ist der Auffassung, die Werbung sei gem. § 5 Abs. 1 S. 1, 2 Nr. 1 UWG irreführend, weil sie bei Verbrauchern sprachlich sowie bildlich den Eindruck erwecke, dass die Beklagte einen Kontakt zu anderen Nutzern vermittele, die sich ebenfalls in dem Portal angemeldet hätten, um andere Menschen kennenzulernen und zu flirten. Die von der Werbung beim Verbraucher hervorgerufene Vorstellung entspreche aber nicht der tatsächlichen Leistung. Die Beklagte vermittele lediglich den Kontakt zu professionellen Chat-Partnern, die im Auftrag der Beklagten den Nutzerinnen und Nutzern die Gespräche als entgeltliche Dienstleistung anböten. Dazu bedienten sich die von der Beklagten ausgesuchten Chatpartner fiktiver Profile; diese könnten in den Gesprächen frei erfundene Angaben machen und stünden für ein privates Treffen mit den Nutzerinnen und Nutzern nicht zur Verfügung.

Der Kläger ist ferner der Auffassung, dass die Werbung den Verbrauchern wesentliche Informationen im Sinne von § 5a Abs. 2 UWG vorenthalte, weil nicht darüber aufgeklärt werde, dass Nutzerinnen und Nutzer der Plattform ausschließlich mit professionellen Chatpartnern sprechen könnten und darüber hinausgehende soziale Kontakte, die zu einer Bekanntschaft oder Partnerschaft führen könnten, nicht vermittelt würden.

Der Kläger verlangt ferner Erstattung seiner Aufwendungen für die Abmahnung, deren Höhe er nicht bestritten - mit 242,99 € zzgl. 7 % Mehrwertsteuer 17,01 €, mithin 260,00 € brutto, berechnet.

Der Kläger beantragt zuletzt,

- I. Die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 € €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken an dem Geschäftsführer,
zu unterlassen,
im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern im Internet unter www.michverlieben.de wie in Anlage K 1 abgebildet für die Nutzung eines Flirtportals, zu dem sich Nutzer zunächst kostenfrei anmelden und nach Registrierung mit dort abrufbaren Profilen kostenpflichtig in Kontakt treten können, zu werben bzw. werben zu lassen,
 1. wenn sich hinter den Profilen ausschließlich vom Unternehmen eingesetzte professionelle Chatpartner befinden, die die Profile inhaltlich bedienenoder
 2. ohne bereits in der Werbung darauf hinzuweisen, dass sich hinter den Profilen, mit denen Nutzer nach der Registrierung in Kontakt treten können, ausschließlich vom Unternehmen eingesetzte professionelle Chatpartner befinden, die die Profile inhaltlich bedienen.
- II. die Beklagte verurteilen, an den Kläger 260,00 € € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie meint, der Verbraucher werde in ihren allgemeinen Geschäftsbedingungen zutreffend über das Leistungsangebot informiert. Daher sei das Angebot sei weder irreführend noch werde dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthalten.

Entscheidungsgründe

A Die Klage hat Erfolg.

I. Der Unterlassungsantrag ist zulässig und begründet

1. Die Klagebefugnis des Klägers ergibt sich aus § 8 Abs. 3 Nr. 3, § 5 UWG sowie aus § 3 Abs. 1 Nr. 1, § 4, § 2 Abs. 1 und Abs. 2 Satz 1 Nr 1b UKlaG, § 312c BGB.

2. Der Kläger kann Unterlassung der beanstandeten Werbung nach § 8 Abs. 1 Satz 1, § 5 Abs. 1 UWG verlangen.

Nach § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte. Eine geschäftliche Handlung ist nach § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 UWG irreführend, wenn sie unwahre Angaben enthält oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über die wesentlichen Merkmale der Dienstleistung enthält.

a) Die Werbung der Beklagten für ihre Kommunikationsplattform „Michverlieben“ ist eine geschäftliche Handlung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG, weil sie darauf abzielt, zugunsten des Unternehmens der Beklagten den Absatz ihrer Dienstleistung, der Vermittlung von sog. Flirtgesprächen, zu fördern.

b) Die Werbung ist irreführend. Die Werbung enthält zur Täuschung geeignete Angaben über die wesentlichen Merkmale der angebotenen Dienstleistung, die geeignet sind, beim Verbraucher einen Irrtum über die vertragliche Leistung zu erwecken. Eine Irreführung liegt vor, wenn das Verständnis, das eine Angabe bei den Verkehrskreisen erweckt, an die sie sich richtet, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt (BGH, Urteil vom 07.04.2022, I ZR 5/21, Rn. 16, Beck-online). Der durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher, der der Werbung die der Situation angemessene Aufmerksamkeit entgegenbringt, wird sie so verstehen, dass die Beklagte Kontakte zwischen den Nutzern der Plattform vermittelt, die diese Kontakte in der wechselseitigen Hoffnung oder Erwartung knüpfen, dass sich daraus eine Bekanntschaft, Freundschaft oder Liebesbeziehung entwickeln könnte. Die mit dem Startseiten-Titel „Michverlieben - Single sein war gestern“, hervorgerufene Erwartung, die Plattform könne für alleinstehende Menschen, die ohne feste Bindung an einen Partner oder eine Partnerin leben, eine Möglichkeit zu einer Partnerschaft eröffnen, soll und kann das Leistungsangebot der Beklagten nicht erfüllen.

Die Werbeaussage suggeriert, dass Gespräche mit anderen Nutzerinnen oder Nutzern vermittelt werden, aus denen sich eine Bekanntschaft oder Partnerschaft entwickeln könnte.

"Bist Du immer noch auf der Suche nach Deinem Traumpartner? Oder hast Du das Verlangen, neue Bekanntschaften zu machen? Hier bist Du richtig. MichVerlieben.de ermöglicht Dir genau das!"

Tatsächlich wird der Nutzer / die Nutzerin nicht an Gesprächsteilnehmer / Gesprächsteilnehmerinnen vermittelt, die - so wie er / sie - auf der Suche nach einem Partner / einer Partnerin oder einer Bekanntschaft ist. Denn bei den Gesprächsteilnehmern / Gesprächsteilnehmerinnen handelt es sich ausnahmslos um professionelle Chatpartner. Die von der Beklagten bereitgestellten Dienste lassen es nicht zu, dass sich zu dem professionellen Chat-Partner ein weitergehender sozialer Kontakt entwickelt, der über die Bereitstellung von entgeltlichen Gesprächen hinausgeht. Denn alles was ein Kennenlernen voraussetzt, lässt ein Gespräch mit anonymen Chat-Partnern, die ihre wahre Identität hinter fiktiven Profilen und ausgedachten Gesprächsinhalten verbergen, nicht zu.

Die Werbung erweckt ferner die unzutreffende Vorstellung, der Nutzer könne die Gesprächsperson nach seinen Bedürfnissen auswählen und mit ihr sei eine körperliche Begegnung möglich.

„Bei uns sollst Du Dich selbst entscheiden, wonach Du auf der Suche bist. Hier findest Du nicht nur die Liebe Deines Lebens, sondern auch etwas ganz unverbindliches direkt bei Dir in Deiner Nähe oder weiter weg“

Tatsächlich kann der Nutzer eine an seinen Bedürfnissen orientierte Auswahl und Entscheidung nicht treffen. Er kann die Gesprächsperson allenfalls aus dem (kleinen) Kreis der von der Beklagten beauftragen Chat-Partner auswählen. Die Erwartung, potentielle Gesprächspersonen könnten eine beliebige Zahl von Nutzern / Nutzerinnen der Gesprächsplattform sein, wird nicht erfüllt. Eine Auswahl und Entscheidung unter den Chat-Partnern ist unmöglich, weil der Nutzer zur Person, mit der er spricht, soweit sich aus der Art und Weise ihrer Gesprächsführung keine Hinweise auf ihren Charakter ergeben, keine Informationen enthält.

Mit dem Hinweis, es ließe sich eine Gesprächsperson „direkt bei dir in Deiner Nähe“ finden, wird angedeutet, dass auch eine körperliche Begegnung mit der Person möglich sei. Andernfalls hätte es des Hinweises nicht bedurft, weil für die Kommunikation im Internet die Entfernung zum Gesprächsteilnehmer / zur Gesprächsteilnehmerin ohne Bedeutung

ist. Tatsächlich stehen die professionellen Chat-Partner nicht für Treffen außerhalb der Plattform zur Verfügung. Damit ist es grundsätzlich ausgeschlossen, dass sich aus dem Chat jenseits der geschäftlichen Beziehung ein persönlicher oder intimer Kontakt entwickeln könnte, wie ihn die Werbung als möglich darstellt.

Die mit den Texten vermittelte - unwahre - Werbebotschaft, die Beklagte, sie biete mit der Bereitstellung und Nutzung der Plattform den Nutzern und Nutzerrinnen die Möglichkeit, „deinen Traumpartner“ oder „die Liebe deines Lebens“ kennenzulernen, wird durch die beigefügten Lichtbilder sinnhaft verstärkt. Sie zeigen jeweils eine Frau und einen Mann bei einer innigen Umarmung, bei einem Kuss oder bei einem intimen Kontakt im Bett.

c) Die irreführende Werbung ist auch relevant. Sie ist geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte, § 5 Abs. 1 Satz 1, 2. Halbsatz UWG. Eine geschäftliche Entscheidung ist nach der Definition des § 2 I Nr. 9 UWG jede Entscheidung eines Verbrauchers oder sonstigen Marktteilnehmers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er ein Geschäft abschließen, eine Zahlung leisten, eine Ware oder Dienstleistung behalten oder abgeben oder ein vertragliches Recht im Zusammenhang mit einer Ware oder Dienstleistung ausüben will, unabhängig davon, ob der Verbraucher oder sonstige Marktteilnehmer sich entschließt, tätig zu werden. Der Begriff „geschäftliche Entscheidung“ erfasst außer der Entscheidung über den Erwerb oder Nichterwerb auch damit unmittelbar zusammenhängende Entscheidungen wie insbesondere das Betreten eines Geschäfts der den Zugang zu einem im Internet angebotenen Produkt über eine Übersichtsseite, um sich mit dem Produkt im Detail zu beschäftigen (BGH, Urteil vom 07.3.2019, I ZR 184/17, GRUR 2019, 746 [749], Rn. 29, Beck-online). Es ist daher ausreichend, wenn die Fehlvorstellung des angesprochenen Verkehrs diesen veranlasst, sich durch Aufruf der Bestellwebsite oder durch Betreten des Geschäfts mit dem Angebot näher zu befassen, auch wenn es nicht zum Kauf kommt (Dreyer, in: Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig, UWG, 5. Aufl. 2021, UWG § 5 Rn. 338, Beck-online).

Letzteres kann auch hier angenommen werden. Die Werbung veranlasst Verbraucher, die die Möglichkeit in Erwägung ziehen, über derartige Kommunikationsplattformen Menschen zu finden, die ebenfalls nach einem Partner / einer Partnerin suchen oder einen sonstigen sozialen Kontakt, der über den eines Chats hinausgeht, herstellen möchten, sich mit dem Angebot der Beklagten zu befassen. Da die geschäftliche Entscheidung bereits darin besteht, dass Verbraucher veranlasst werden, sich mit dem Angebot der Beklagte näher zu befassen, kommt es nicht darauf an, dass der Verbraucher in den Allgemeinen Geschäfts-

bedingungen der Beklagten - sofern sie nach Maßgabe von §§ 306, § 305c Abs. 1 BGB Vertragsinhalt geworden sind - über den tatsächlichen Umfang der Leistungen aufgeklärt wird. Der Schutzbereich von § 5 UWG umfasst auch Sachverhalte, wenn der Irrtum des Verbrauchers, der zum Anlocken geführt hat, vor der Entscheidung zum Vertragsschluss ausgeräumt wird (BGH, Urteil vom 28.4.2016, I ZR 23/15, GRUR 2016, 1073 Rn. 35, Beck-online).

d) Die für den Unterlassungsanspruch notwendige Gefahr einer Wiederholung des wettbewerbswidrigen Verhaltens wird durch die Verletzung des Irreführungsverbots indiziert.

ii. Der Zahlungsanspruch des Klägers ist nach § 13 Abs. 3 UWG und § 288 Abs. 1, § 291 BGB iVm. § 5 UKlaG begründet.

B

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO.

C

Die vorläufigen Vollstreckbarkeit ist nach § 709 ZPO anzuordnen.

Gegenüber dem in der Verhandlung verkündeten Wortlaut, „Die Vollstreckung des Unterlassungsantrages zu I ist ...“ hat das Gericht die Anordnung sprachlich dahin korrigiert, als es heißt „Der Unterlassungsantrag zu I ist ...“

Vorsitzender Richter am Landgericht

Beglaubigt
Flensburg, 09.05.2022

Justizamtsinspektorin