U 12384-25

Beglaubigte Abschrift

38 O 41/22

Verbraucherzentrale
Bundesverband
20. Okt. 2022
EINGEGANGEN

Landgericht Düsseldorf

IM NAMEN DES VOLKES

Urteil

In dem Rechtsstreit

des Bundesverbands der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch den Vorstand, , Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin,

Klägers,

– Prozessbevollmächtigte: –

g e g e n

die Vodafone GmbH, vertreten durch die Geschäftsführer,

, Ferdinand-Braun-Platz 1, 40549 Düsseldorf,

Beklagte,

– Prozessbevollmächtigte:

–

hat die 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht an Stelle der Kammer auf die am 12. August 2022 geschlossene mündliche Verhandlung

für R e c h t erkannt:

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr gegenüber Verbrauchern selbst oder durch Dritte in Print-Flyern für den Mobilfunktarif Red XS zu werben, ohne dabei den

Fußnotentext, der die Tarifbedingungen enthält, in klarer Weise bereitzustellen, wenn dies geschieht wie in der Anlage K1 abgebildet.

Für jeden Fall der Zuwiderhandlung wird der Beklagten ein Ordnungsgeld bis zur Höhe von € 250.000, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten angedroht, wobei die Ordnungshaft an ihren organschaftlichen Vertretern zu vollziehen ist.

Die Beklagte wird weiter verurteilt, an den Kläger € 260 nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 12. Januar 2022 zu zahlen.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

Das Urteil ist in der Hauptsache gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 15.000 und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 120% des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Die Beklagte erbringt bundesweit Telekommunikationsdienstleistungen. Im Jahr 2021 warb sie in einem mehrseitigen, an einen Verbraucher versandten Werbeflyer für ihren Mobilfunktarif „Red XS“. An verschiedenen Angaben zum monatlichen Preis und zum Leistungsumfang des Tarifs befindet sich die hochgestellte Zahl „1“, die gemeinsam mit weiteren Fußnoten auf einer Seite des Flyers aufgelöst wird. Zur Fußnote 1 finden sich unter anderem Hinweise zur Mindestlaufzeit des Vertrages, einem einmaligen Anschlusspreis und zum Leistungsumfang. Wegen der weiteren Einzelheiten des Werbeflyers wird auf die als Anlage K2 vorgelegte Ablichtung des vollständigen Flyers und wegen des Inhalts der Fußnotenhinweise auf die als Anlage K1 vorgelegte Ablichtung der Seite mit der Auflösung der Fußnotenhinweise verwiesen.

Der Kläger, zu dessen satzungsgemäßen Zielen die Wahrnehmung von Verbraucherinteressen insbesondere durch Unterbindung von Verstößen gegen verbraucherschützende Vorschriften zählt und der in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen ist, mahnte die Beklagte wegen seiner Ansicht nach fehlender Lesbarkeit der Auflösung der Fußnotenhinweise ab und

beanspruchte – beides vergeblich – die Erstattung einer ihm hierdurch entstandenen Kostenpauschale von € 260.

Der Kläger beantragt,

die Beklagte zu verurteilen,

1. es bei Meidung näher bezeichneter Ordnungsmittel zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern in Print-Flyern für den Mobilfunktarif Red XS zu werben oder werben zu lassen, ohne dabei den Fußnotentext, der die Tarifbedingungen enthält, in klarer Weise bereitzustellen, wenn dies geschieht, wie in der Anlage K1 abgebildet;

2. an ihn € 260 nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Entscheidungsgründe

I.

Die Klage ist zulässig.

1. Der Unterlassungsantrag ist hinreichend bestimmt.

   a) Ein Unterlassungs- oder Verbotsantrag muss gemäß § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO (ebenso wie eine darauf beruhende Verurteilung gemäß § 313 Abs. 1 Nr. 4 ZPO) so deutlich gefasst sein, dass Gegenstand und Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 Abs. 1 ZPO) und der materiellen Rechtskraft der begehrten Entscheidung (§ 322 ZPO) erkennbar abgegrenzt sind, so dass sich die in Anspruch genommene Partei erschöpfend verteidigen kann und die Entscheidung darüber, was ihr verboten ist, nicht letztlich dem Vollstreckungsverfahren überlassen bleibt (vgl. BGH, Urteil vom 19. Mai 2022 – I ZR 69/21 – Grundpreisangabe im Internet [unter C I 3 a]; Urteil vom 22. Juli 2021 – I ZR 194/20 – Rundfunkhaftung [unter B III 1]; Beschluss vom 4. Februar 2021 – I ZR 79/20 [unter III 2 a]; Beschluss vom 24. März 2011 – I ZR 108/09 – TÜV I [unter I 2 a]; Urteil vom 28. November 2002 – I ZR 168/00 – P-

Vermerk [unter II 2 b (1)]; s.a. Urteil vom 28. Mai 2020 – I ZR 7/16 – Cookie-Einwilligung II [unter B I 1 c]). Die genauen Anforderungen an die Konkretisierung des Streitgegenstands hängen von den Besonderheiten des anzuwendenden materiellen Rechts und den Umständen des Einzelfalls ab und sind in Abwägung des zu schützenden Interesses des Anspruchsgegners, sich gegen die erhobene Forderung erschöpfend verteidigen zu können, sowie seines Interesses an Rechtsklarheit und Rechtssicherheit hinsichtlich der Entscheidungswirkungen mit dem ebenfalls schutzwürdigen Interesse des Anspruchsstellers an einem wirksamen Rechtsschutz festzulegen (vgl. BGH, Beschluss vom 4. Februar 2021 – I ZR 79/20 [unter III 2 a]; Urteil vom 13. März 2018 – VI ZR 143/17 [unter II 1 b aa]; Urteil vom 19. Januar 2018 – V ZR 273/16 [unter II A I 1 a]; Urteil vom 9. September 2004 – I ZR 93/02 – Ansprechen in der Öffentlichkeit II [unter II 4 a]; Urteil vom 28. November 2002 – I ZR 168/00 – P-Vermerk [unter II 2 b (1)]).

b) Maßgeblich mitbestimmt werden die Bestimmtheitserfordernisse von der Art des beantragten Verbots.

aa) Erstrebt der Anspruchssteller ein abstrakt gefasstes, verallgemeinerndes Verbot, sind auslegungsbedürftige Formulierungen, die sich nicht nur auf mehr oder weniger theoretische Randfragen beziehen, grundsätzlich (vgl. zu Ausnahmen etwa BGH, Urteil vom 11. Februar 2021 – I ZR 227/19 – Rechtsberatung durch Architektin [unter B I 2 b cc (2)]; Urteil vom 8. November 2018 – I ZR 108/17 – Deutschland-Kombi [unter II 1]; Urteil vom 9. November 2017 – I ZR 134/16 – Resistograph [unter B II 4 b]; Urteil vom 26. Januar 2017 – I ZR 207/14 – ARD-Buffet [unter B I 2]; Urteil vom 4. Juli 2002 – I ZR 38/00 – Zugabenbündel [unter I 1 b (2)]) nach Möglichkeit zu vermeiden (vgl. BGH, Urteil vom 11. Februar 2021 – I ZR 227/19 – Rechtsberatung durch Architektin [unter B I 2 b bb und unter B I 2 b cc (3)]; Urteil vom 9. November 2017 – I ZR 134/16 – Resistograph [unter B II 4 a und c]; Urteil vom 21. September 2017 – ZR 53/16 – Festzins Plus [unter III 1 a]; Urteil vom 4. November 2010 – I ZR 118/09 – Rechtsberatung durch Lebensmittelchemiker [unter II 1 b aa]; Urteil vom 4. September 2003 – I ZR 23/01 – Farbmarkenverletzung I [unter A II 2]), indem die Merkmale des zu verbietenden Handelns möglichst konkret umschrieben und gegebenenfalls mit Beispielen verdeutlicht werden (vgl. BGH, Urteil vom 30. April 2008 – I ZR 73/05 – Internet-Versteigerung III [unter B I 1 c bb (2)]). Ferner müssen mögliche Ausnahmetatbestände und

Einschränkungen des Verbots in Antrag und Tenor aufgenommen werden (vgl. BGH, Urteil vom 4. November 2010 – I ZR 118/09 – Rechtsberatung durch Lebensmittelchemiker [unter II 1 b bb (1)]; Urteil vom 29. April 2010 – I ZR 202/07 – Erinnerungswerbung im Internet [unter II 1 a dd (1) und (2)]; Urteil vom 11. April 2002 – I ZR 317/99 – vossius.de [unter II 1 b cc (3)]). Letzteres gilt nicht nur bei aufgrund von gesetzlichen Ausnahmetatbeständen beschränkten Verboten, sondern auch dann, wenn der Schuldner dem verallgemeinernd gefassten Verbot dadurch entgehen kann, dass er etwa in seinen beanstandeten Marktauftritt einen aufklärenden Hinweis aufnimmt, der zur Folge hat, dass der Verbotstatbestand nicht mehr erfüllt ist (vgl. BGH, Urteil vom 3. November 2016 – I ZR 227/14 – Optiker-Qualität [unter II 3 b bb]).

bb) Macht der Anspruchsteller hingegen die konkrete Verletzungsform zum Gegenstand seines Begehrens und erstrebt lediglich das Verbot der Handlung so, wie sie begangen worden ist, ist ein Unterlassungsantrag in der Regel hinreichend bestimmt, weil sich durch die Bezugnahme auf die beanstandete Handlung und unter Heranziehung des zur Begründung des Anspruchs gehaltenen Sachvortrags für gewöhnlich eindeutig ergeben wird, welche Verhaltensweisen dem Anspruchsgegner verboten werden sollen (vgl. BGH, Urteil vom 11. Februar 2021 – I ZR 126/19 – Dr. Z [unter II 3 a aa]; Beschluss vom 4. Februar 2021 – I ZR 79/20 [unter III 2 a]; Urteil vom 20. Dezember 2018 – I ZR 112/17 – Crailsheimer Stadtblatt II [unter B I 1]; Urteil vom 8. November 2018 – I ZR 108/17 – Deutschland-Kombi [unter II 1]; Urteil vom 28. November 2013 – I ZR 7/13 – Online-Versicherungsvermittlung [unter II 2 a]).

Um dem Bestimmtheitserfordernis bei einem solchen auf die konkrete Verletzungshandlung bezogenen Verbot zu entsprechen ist es nicht unbedingt notwendig, die konkrete Verletzungsform in Antrag oder Tenor näher zu beschreiben; es genügt, wenn sich die tatsächliche Gestaltung des beanstandeten Verhaltens mit allen verbotsbegründenden Merkmalen zumindest aus dem von dem Anspruchssteller zur Begründung seines Antrags gehaltenen Sachvortrag bzw. den Feststellungen des Gerichts – ggf. jeweils einschließlich in Bezug genommener Anlagen – ergibt und klar ist, dass sich Antrag bzw. Tenor auf diese Darstellung der Verletzungsform beziehen (vgl. BGH, Urteil vom 29. April 2010 – I ZR 99/08 – Preiswerbung ohne Umsatzsteuer [unter II 5]; Urteil vom 8. November 2018 – I ZR 108/17

– Deutschland-Kombi [unter II 2 b bb, dd und ff]; Urteil vom 9. November 2017 – I ZR 134/16 – Resistograph [unter B II 4 f und g]; Beschluss vom 16. Dezember 2016 – I ZR 96/16 [unter II 1 b bb]; Urteil vom 4. Oktober 2007 – I ZR 143/04 – Versandkosten [unter II 2 a und c]; s.a. Urteil vom 22. Juli 2021 – I ZR 194/20 – Rundfunkhaftung [unter B III 2 c aa und B III 2 d]; Urteil vom 18. September 2014 – I ZR 34/12 [unter II 1 b]). Mit anderen Worten richtet sich der Inhalt eines auf die konkrete Verletzungshandlung beschränkten Verbots – das den gesamten Bereich der durch eine Verletzungshandlung begründeten Wiederholungsgefahr abdeckt und dem deshalb über Fortsetzungen oder identische Wiederholungen der festgestellten konkreten Verletzungshandlung hinaus im Kern gleichartige Abwandlungen unterfallen, in denen das Charakteristische der Verletzungshandlung noch zum Ausdruck kommt (vgl. BGH, Beschluss vom 29. September 2016 – I ZB 34/15 [unter III 4 a]; Beschluss vom 3. April 2014 – I ZB 42/11 – Reichweite des Unterlassungsgebots [unter II 2 a und b]; Urteil vom 5. Oktober 2010 – I ZR 46/09 – Verbotsantrag bei Telefonwerbung [unter III 3 a]; Urteil vom 19. Mai 2010 – I ZR 177/07 – Folienrollos [unter II 1 b]; Urteil vom 29. April 2010 – I ZR 202/07 – Erinnerungswerbung im Internet [unter II 1 b dd und II 3 b dd]; Urteil vom 16. November 2006 – I ZR 191/03 – Telefonwerbung für „Individualverträge" [unter II 1 b]; Urteil vom 4. September 2003 – I ZR 32/01 [unter II 2]; Urteil vom 7. Juni 2001 – I ZR 115/99 – Jubiläumsschnäppchen [unter II 1 a (1)]) – im Zweifel (sofern sich nicht im Einzelfall aus der Begründung des Anspruchsstellers ein anderes Ziel ergibt, was hier nicht der Fall ist) nicht nach abstrakten Umschreibungen in Antrag oder Tenor, sondern nach der konkreten Verletzungshandlung so, wie sie von dem Anspruchssteller vorgetragen bzw. dem Gericht festgestellt worden ist (vgl. BGH, Urteil vom 29. April 2010 – I ZR 99/08 – Preiswerbung ohne Umsatzsteuer [unter II 5]; Urteil vom 2. Juni 2005 – I ZR 252/02 – Aktivierungskosten II [unter II 1 a]; s.a. Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19 – LTE-Geschwindigkeit [unter II 3 c bb (4)]; Urteil vom 1. Februar 2018 – I ZR 82/17 – Gefäßgerüst [unter B II 1]; Urteil vom 7. April 2011 – I ZR 34/09 – Leistungspakete im Preisvergleich [unter II 1 b aa] sowie Urteil vom 23. Februar 2006 – I ZR 272/02 – Markenparfümverkäufe [unter A II 2 a und c] sowie Urteil vom 10. Januar 2019 – I ZR 267/15 – Cordoba II [unter B I 1 b bb (1)]).

Von daher braucht ein auf die konkrete Verletzungshandlung beschränkter Antrag keinerlei abstrakt formulierte Merkmale oder erläuternde Hinweise zu enthalten. Solche Zusätze mögen die Funktion haben, den Kreis der Varianten näher zu bestimmen, die von dem Verbot als kerngleiche Verletzungsformen erfasst sein sollen (vgl. BGH, Urteil vom 2. Juni 2005 – I ZR 252/02 – Aktivierungskosten II [unter II 1 a]; Urteil vom 19. Mai 2010 – I ZR 177/07 – Folienrollos [unter II 1 b]; Beschluss vom 3. April 2014 – I ZB 42/11 – Reichweite des Unterlassungsgebots [unter II 2 a]). Gleichwohl stellen sie sich, was die Beschreibung der konkreten Verletzungsform und des durch sie bestimmten Verbotsumfangs angeht, als ebenso unschädliche wie verzichtbare Überbestimmung dar (vgl. BGH, Urteil vom 24. Februar 2022 – I ZR 2/21 – Tina Turner [unter B IV 2 a]; Urteil vom 25. November 2021 – I ZR 148/20 – Kopplungsangebot III [unter II 1]; Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19 – LTE-Geschwindigkeit [unter II 3 c bb (4)]; Urteil vom 12. Dezember 2019 – I ZR 173/16 – ÖKO-TEST I [unter B I 2]; Urteil vom 15. Dezember 2016 – I ZR 213/15 – Energieverbrauchskennzeichnung [unter II 1 c]; Urteil vom 30. Juli 2015 – I ZR 250/12 – Piadina-Rückruf [unter B I 3 b cc]; Urteil vom 25. Juni 2015 – I ZR 145/14 – Mobiler Buchhaltungsservice [unter II 2]; Urteil vom 10. Februar 2011 – I ZR 183/09 – Irische Butter [unter II 1 c]; Urteil vom 17. März 2011 – I ZR 81/09 – Original Kanchipur [unter II 1 a]), nämlich als – an sich überflüssige – Aufnahme von Begründungselementen in den Antrag bzw. Tenor (vgl. BGH, Urteil vom 4. Juli 2002 – I ZR 38/00 – Zugabenbündel [unter I 1 b (2)]).

Diese vom Bundesgerichtshof in ständiger Rechtsprechung an die Beurteilung von auf die konkrete Verletzungshandlung bezogenen Anträgen angelegten Maßstäbe gelten uneingeschränkt fort. Es ist nicht davon auszugehen, dass diese Grundsätze durch den letzten Satz unter C I 3 a der Entscheidungsgründe des Urteils in Sachen „Grundpreisangabe im Internet“ aufgegeben oder geändert werden sollten. Der Satz enthält lediglich eine für sich betrachtet missverständliche Formulierung, die nichts daran ändert, dass eine Umschreibung von Unlauterkeitsaspekten bei in einem auf die konkrete Verletzungshandlung bezogenen Verbotsantrag nur erforderlich ist, wenn mehrere Beanstandungen zu getrennten Rechtsschutzzielen verselbständigt werden sollen (vgl. die im Urteil vom 19. Mai 2022 – I ZR 69/21 – Grundpreisangabe im Internet unter C I 3 a in

Bezug genommenen Belegstellen im Urteil vom 13. September 2012 – I ZR 230/11 – Biomineralwasser [unter II 1 f {Rn. 25}] und im Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19 – LTE-Geschwindigkeit [unter II 3 c aa]).

c) Die danach an den Antrag des Klägers anzulegenden Anforderungen sind erfüllt.

aa) Der Kläger begehrt kein verallgemeinerndes, von konkret beanstandeten Geschäftsvorfällen losgelöstes Verbot, sondern das Verbot einer konkreten Verletzungshandlung. Auf diese Verletzungshandlung hat er in seinem Unterlassungsantrag mit der Wendung „wenn dies geschieht wie in der Anlage K1 abgebildet" – einer der üblichen Formulierungen um deutlich zu machen, dass allein das konkret beanstandete Verhalten Gegenstand des Verbots sein soll (vgl. BGH, Urteil vom 21. Dezember 2011 – I ZR 190/10 – Neue Personenkraftwagen [unter II 1 c]; Urteil vom 7. April 2011 – I ZR 34/09 – Leistungspakete im Preisvergleich [unter II 1 b aa]; Urteil vom 29. April 2010 – I ZR 99/08 – Preiswerbung ohne Umsatzsteuer [unter II 5]; Urteil vom 2. Juni 2005 – I ZR 252/02 – Aktivierungskosten II [unter II 1 a]) – Bezug genommen und seinen Antrag damit auf ein Verbot dieser Handlung beschränkt.

Dabei besteht die beanstandete Handlung nicht lediglich in der isolierten Verwendung der Fußnotenhinweise, die in Anlage K1 (vergrößert) dargestellt sind, sondern auf in dem Versand des Werbeflyers, der in Abbildung als Anlage K2 vollständig vorgelegt worden ist und dessen Bestandteil die Seite mit den Fußnotenhinweisen ist. Zwar wird in dem Antrag nur die Anlage K1 erwähnt. Aus der Klagebegründung ergibt sich aber zweifelsfrei, dass der Kläger den Gesamtvorgang – also den Versand des Werbeflyers mit den in ihm enthaltenen Hinweisen – angreift.

bb) Die Verletzungshandlung ist von dem Kläger hinreichend genau beschrieben worden und in ihrer tatsächlichen Gestaltung zwischen den Parteien unstreitig. Angesichts dessen besteht für die Beklagte für den Fall, dass dem Unterlassungsantrag stattgegeben wird, kein Zweifel darüber, welches tatsächliche Verhalten ihr verboten ist.

cc) Den von der Beklagten erhobenen Beanstandungen der in dem Antrag enthaltenen verallgemeinernden Umschreibung nicht beigetreten werden.

Aus der Klagebegründung und den von ihr in Bezug genommenen Anlagen K1 und K2 sowie den in die Klagebegründung aufgenommenen Auszügen

aus dem Werbeflyer ergibt sich, worin der Kläger die charakteristischen Merkmale sieht, aus denen er die von ihm angenommene Unlauterkeit des Handelns der Beklagten ableitet. Dabei handelt es sich um die unter II 2 a bis c der Klageschrift zitierten oder in Bezug genommenen Werbeaussagen auf verschiedenen Seiten des Flyers, die jeweils mit einem Fußnotenhinweis versehen waren, und in deren Umfeld diejenigen Informationen, die der Kläger unter III 1 a bb der Klageschrift zusammengestellt hat und von denen er meint, dass sie dem Verbraucher zugänglich zu machen sind, nicht mitgeteilt wurden. Enthalten sind diese Informationen nur in den Fußnotenhinweisen, die der Kläger aus den unter III 1 b bb der Klageschrift dargestellten Gründen für unzutreffend hält.

Ob diese Merkmale durch den abstrakten Antragsteil („ohne dabei den Fußnotentext, der die Tarifbedingungen enthält, in klarer Weise bereitzustellen") zutreffend und eng genug zusammengefasst werden, ist für den Inhalt des Verbots bedeutungslos, weil für die Bestimmung des Verbotsumfangs nach den eben unter I 1 b bb aufgezeigten Grundsätzen letztlich (allein) die für den Antrag gegebene Begründung und nicht die im abstrakten Antragsteil formulierte Umschreibung maßgeblich ist.

2. Die Berechtigung des Klägers zur Geltendmachung wettbewerbsrechtlich begründeter Unterlassungsansprüche nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG und damit – neben seiner sachlich-rechtlichen Anspruchsberechtigung – seine prozessuale Klagebefugnis (vgl. BGH, Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19 – Knuspermüsli II [unter B I 1]) steht weder zwischen den Parteien im Streit noch ergeben sich sonst Anhaltspunkte, an dieser zu zweifeln.

II.

Die Klage ist begründet.

1. Mit „UWG" ist im Folgenden stets das UWG in seiner derzeitigen, seit dem 28. Mai 2022 geltenden Fassung gemeint. Eine parallele Nennung der Vorschriften in ihrer Altfassung erscheint verzichtbar, zumal sich Rechtsänderungen durch die (sich weitgehend auf eine Neuordnung beschränkende) Neufassung der hier betroffenen Vorschriften im Vergleich zu ihrer bis zum 27. Mai 2022 (und damit im Zeitpunkt der beanstandeten Verletzungshandlungen) geltenden Fassung nicht ergeben haben.

2. Der Kläger kann von der Beklagten gemäß §§ 8 Abs. 1 S. 1 und Abs. 3 Nr. 3, 3 Abs. 1 UWG in Verbindung mit § 5a Abs. 1 und Abs. 2 UWG die Unterlassung des im Tenor beschriebenen Verhaltens beanspruchen.

   a) Der Versand des Werbeflyers an den Verbraucher ist gemäß § 5a Abs. 1 und Abs. 2 UWG unlauter.

      aa) Nach § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, die dieser nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (Nr. 1), und deren Vorenthalten geeignet ist, ihn zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (Nr. 2). Ob die angegriffene geschäftliche Handlung dem Wortsinn nach „irreführend" ist, also bei dem Verkehr eine Fehlvorstellung hervorruft oder hervorrufen kann, ist für die Frage, ob die Handlung nach § 5a Abs. 1 UWG unlauter ist, ohne Bedeutung (vgl. BGH, Urteil vom 25. Juni 2020 – I ZR 96/19 – LTE-Geschwindigkeit [unter II 3 d cc]; Urteil vom 9. Februar 2012 – I ZR 178/10 – Call-by-Call [unter II 1 a und b]). Daran hat die Änderung des Wortlautes bei der zum 28. Mai 2022 in Kraft getretenen Überführung von § 5a Abs. 2 S. 1 UWG a.F. („Unlauter handelt, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält […]") in § 5a Abs. 1 UWG n.F. („Unlauter handelt auch, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält […]") nichts geändert. Nach Art. 7 Abs. 1 UGP-Richtlinie – und damit bei Anwendung der diese Regelung in nationales Recht umsetzenden Vorschrift des § 5a Abs. 1 UWG – ist eine bestimmte Fehlvorstellung des Verbrauchers kein Tatbestandsmerkmal („Eine Geschäftspraxis gilt als irreführend, wenn sie […] wesentliche Informationen vorenthält […]").

      Als Vorenthalten gilt nach § 5a Abs. 2 UWG auch das Verheimlichen wesentlicher Informationen (Nr. 1), ihre Bereitstellung in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise (Nr. 2) und ihre nicht rechtzeitige Bereitstellung (Nr. 3).

      Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das

Geschäft abschließen kann, gelten nach § 5b Abs. 1 Nrn. 1 bis 3 UWG als wesentliche Informationen, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben, unter anderem die wesentlichem Merkmale der Dienstleistung in dem ihr und dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang, Identität und Anschrift des Unternehmers, und der Gesamtpreis oder in Fällen, in denen ein solcher Preis auf Grund der Beschaffenheit der Dienstleistung nicht im Voraus berechnet werden kann, die Art der Preisberechnung. Als wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG gelten ferner gemäß § 5b Abs. 4 UWG solche Informationen, die dem Verbraucher aufgrund unionsrechtlicher Verordnungen oder nach Rechtsvorschriften zur Umsetzung unionsrechtlicher Richtlinien für kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen.

bb) Werden, wie in dem versandten Werbeflyer der Beklagten geschehen, konkrete Produkte unter Angabe eines Preises beworben, zählen die von dem Kläger unter III 1 a bb der Klageschrift aufgeführten Angaben zu wesentlichen Eigenschaften der Dienstleistungen, der Identität und Anschrift des Unternehmers, der Art der Preisberechnung und sonstigen Kosten, den Zahlungs- und Leistungsbedingungen sowie der Laufzeit des Vertrags und den Bedingungen seiner Kündigung zu den wesentlichen Informationen. Das ergibt sich überwiegend aus § 5b Abs. 1 Nrn. 1 bis 3 UWG (und zusätzlich aus § 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit Art. 246 Abs. 1 Nrn. 1 bis 3 EGBGB) und im Übrigen aus § 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit Art. 246 Abs. 1 Nrn. 4 und 6 EGBGB. In der Sache stimmen beide Parteien mit dieser Beurteilung überein, weshalb sich weitere Ausführungen hierzu erübrigen.

cc) Diese wesentlichen Informationen hat die Beklagte dem Verbraucher in ihrem Werbeflyer vorenthalten.

(1) Vorenthalten wird dem Verbraucher eine Information, wenn sie zum Geschäfts- und Verantwortungsbereich des Unternehmers gehört oder dieser sie sich mit zumutbarem Aufwand beschaffen kann und der Verbraucher sie nicht oder nicht so erhält, dass er sie bei seiner geschäftlichen Entscheidung berücksichtigen kann (vgl. BGH, Urteil vom 21. Juli 2016 – I ZR 26/15 – LGA tested [unter B III 1 d bb]).

(2) Eine solche nach § 5a Abs. 1 und Abs. 2 UWG gebotene Bereitstellung der wesentlichen Informationen in leicht zugänglicher Form ist in dem Werbeflyer unterblieben. In ihm werden zwar alle diese Informationen genannt. Dies geschieht aber lediglich im dem die Fußnotenhinweise auflösenden Text. Dieser Text ist aufgrund seiner Gestaltung nicht zur Bereitstellung der Informationen geeignet, weil er nicht lesbar ist.

(a) Für die Beurteilung der Lesbarkeit eines (Hinweis-)Textes ist maßgeblich, ob ein durchschnittlich normalsichtiger Leser ihn nach den Gesamtumständen bei normalen Sichtverhältnissen ohne besondere Konzentration und Anstrengung wahrnehmen kann (vgl. BGH, Urteil vom 10. Dezember 1986 – I ZR 213/84 – 6-Punkt-Schrift, GRUR 1987, 301 [unter III a bis c]; s.a. Urteil vom 7. März 2013 – I ZR 30/12 – Grundpreisangabe im Supermarkt [unter II 3 a] und Urteil vom 23. Juli 2015 – I ZR 143/14 – Preisangabe für Telekommunikationsdienstleistung [unter II 2 e aa (2) und (3)]). Dafür wird im Regelfall eine 6 Punkt große Schrift ausreichen, doch kommt es letztlich auf die Gesamtumstände an, zu denen neben der Buchstabengröße etwa Schriftart, Farbe, Untergrund, Kontrast sowie der Aufbau der Darstellung insgesamt einschließlich der Anordnung und Größe der fraglichen Passage im Verhältnis zu anderen Angaben zählen (vgl. BGH, Urteile vom 19. Dezember 1986, 7. März 2013 und 23. Juli 2015, jeweils a.a.O.). Diese zum Preisangabenrecht entwickelten Grundsätze gelten entsprechend für die Anwendung von § 5a Abs. 2 Nr. 2 UWG und die Beantwortung der Frage, ob Informationen dadurch vorenthalten wurden, dass sie (nur) in unklarer oder unverständlicher Weise bereitgestellt wurden (vgl. Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler, § 5a UWG Rn. 3.28 f.).

(b) Dies beachtend ist der für die Annahme einer leichten und damit klaren und verständlichen Zugänglichkeit der Informationen zu fordernde Grad an Lesbarkeit der Hinweistexte nicht gegeben.

Das Layout der Hinweistexte zeichnet sich durch die Wahl einer sehr kleinen Schriftgröße von 3 Punkt, einer sehr großen Zeilenlänge (über die gesamte Zeile hinweg) und einer fehlenden äußeren Untergliederung aus. Die insgesamt 1.530 Wörter (oder 9.270 Zeichen ohne Leerzeichen) umfassenden Hinweistexte bestehen aus nur einem

Absatz. Er tritt dem Leser als ein „Block" entgegen, innerhalb dessen anhand einzelner durch Fettdruck hervorgehobener Angaben räumlich nur eine grobe Orientierung möglich ist. Das erschwert zum einen die Auffindbarkeit einzelner Informationen, und zum anderen die Lektüre des Textes selbst. Beeinträchtigt wird die Lesbarkeit außer durch die sehr kleine Schriftgröße und die übergroße Zeilenlänge außerdem durch die farbliche Gestaltung, nämlich den kontrastarmen Druck des in einem Grauton gehaltenen Textes auf einem leicht glänzenden Untergrund.

Alle diese Umstände erschweren bereits für sich genommen und erst Recht in ihrem Zusammenwirken in ungewöhnlich starkem Maße die Lesbarkeit des Textes und damit die Zugänglichkeit der durch ihn zu vermittelnden Informationen. Zwar ist auf der anderen Seite zu vermerken, dass den Hinweistexten eine eigene Seite des Werbeflyers gewidmet ist, so dass sie in den insgesamt sechs Seiten nicht untergehen werden, sondern (in ihrer Gesamtheit) gut aufgefunden werden können. Das ändert aber nichts daran, dass sich ihr Inhalt sodann nicht auf zumutbare Weise erschließen lässt, was auf die geschilderte Gestaltung zurückzuführen ist.

dd) Die weiteren Tatbestandsmerkmale des § 5a Abs. 1 UWG sind erfüllt.

Den Unternehmer trifft eine sekundäre Darlegungslast wenn er geltend machen will, dass – abweichend vom Regelfall – der Verbraucher eine ihm vorenthaltene wesentliche Information für eine geschäftliche Entscheidung nicht benötigt und das Vorenthalten dieser Information den Verbraucher nicht zu einer anderen Entscheidung veranlassen kann (vgl. BGH, Urteil vom 19. Mai 2022 – I ZR 69/21 – Grundpreisangabe im Internet [unter D IV]; Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19 – Knuspermüsli II [unter B II 3 a]; Urteil vom 15. April 2021 – I ZR 134/20 – Testsiegel auf Produktabbildung [unter II 2 e]; Urteil vom 2. März 2017 – I ZR 41/16 – Komplettküchen [unter II 4 e cc]; s.a. Urteil vom 21. Januar 2021 – I ZR 17/18 – Berechtigte Gegenabmahnung [unter II 7 e bb]; Urteil vom 28. März 2019 – I ZR 85/18 – Kaffeekapseln [unter II 4 b]; Urteil vom 7. März 2019 – I ZR 184/17 – Energieeffizienzklasse III [unter II 3 c bb (2)]; Urteil vom 31. Oktober 2018 – I ZR 73/17 – Jogginghosen [unter II 3 c cc (3)]). Dabei umfasst der weit zu verstehende Begriff der geschäftlichen Entscheidung (§ 2 Abs. 1 Nr. 1

UWG) außer der abschließenden Entscheidung etwa über den Erwerb oder Nichterwerb eines Produkts auch damit unmittelbar zusammenhängende (vorgelagerte) Entscheidungen über vorbereitende Handlungen wie beispielsweise das Betreten eines Geschäfts oder den Aufruf der Internetseite eines Unternehmens, um sich näher mit dessen Angebot und Produkten zu befassen (vgl. BGH, Urteil vom 13. Januar 2022 – I ZR 35/21 – Influencer III [unter B II 2 b cc (1)]; Urteil vom 7. März 2019 – I ZR 184/17 – Energieeffizienzklasse III [unter II 3 c bb (4)]; Urteil vom 14. September 2017 – I ZR 231/14 – MeinPaket.de II [unter II 2 c bb]; EuGH, Urteil vom 19. Dezember 2013 – C-281/12, Trento Sviluppo srl u.a. / Autorità Garante delle Concorrenza e del Marcato [Rn. 35 ff.]). Wegen der Anknüpfung schon an die Entscheidung, sich überhaupt näher mit dem Angebot eines Unternehmers zu befassen, ist es unerheblich, ob eine Irreführung später, wenn auch noch rechtzeitig vor dem abschließenden Kaufentschluss, durch dem Verbraucher im Ladengeschäft oder im weiteren Verlauf eines Bestellvorgangs erteilte Hinweise wieder ausgeräumt wird (vgl. BGH, Urteil vom 21. Juli 2016 – I ZR 26/15 – LGA tested [unter B III 1 d dd]; Urteil vom 28. April 2016 – I ZR 23/15 – Geo-Targeting [unter II 2 d bb (4)]; s.a. Urteil vom 7. Jul 2011 – I ZR 173/09 – 10% Geburtstags-Rabatt [unter B I 2 c bb]). Bei Prüfung der Frage, ob abweichend vom Regelfall besondere Umstände eine Information entbehrlich machen, ist auf den Informationserfolg abzustellen; ist dieser auf anderem Wege als durch die vorgeschriebene Information bereits erreicht worden, ist das Vorenthalten der Information nicht geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (vgl. BGH, Urteil vom 7. März 2019 – I ZR 184/17 – Energieeffizienzklasse III [unter II 3 c bb (5)]).

Umstände, aus denen sich eine solche Entbehrlichkeit ergeben könnte, hat die Beklagte nicht aufgezeigt.

b) Die sonstigen Voraussetzungen des auf Wiederholungsgefahr gestützten Unterlassungsanspruchs liegen vor. Der Kläger ist – wie oben unter I 2 bereits angesprochen – gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG anspruchsberechtigt. Der Versand des Werbeflyers stellt eine geschäftliche Handlung im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG dar, die von der Beklagten entweder selbst vorgenommen wurde (§ 8 Abs. 1 S. 1 UWG) oder die sie von jemandem hat vornehmen lassen, dessen Verhalten gemäß § 8 Abs. 2 UWG einen

Unterlassungsanspruch auch gegen sie begründet. Da die Handlung wie aufgezeigt einen Unlauterkeitstatbestand verwirklich, ist sie gemäß § 3 Abs. 1 UWG unzulässig. Ein unzulässiges Verhalten begründet die tatsächliche Vermutung für das Vorliegen einer Gefahr der Wiederholung entsprechender Verstöße (vgl. BGH, Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18 – WarnWetter-App [unter B III 5 a])

3. Gemäß § 13 Abs. 3 UWG kann der Kläger von der Beklagten die Zahlung der beanspruchten Abmahnkostenpauschale beanspruchen. Entsprechend der vorstehenden Ausführungen war die von ihm ausgesprochene Abmahnung berechtigt. Inhaltlich entsprach sie den Anforderungen des § 13 S. 2 UWG. Die Höhe der Pauschale ist nicht zu beanstanden, § 287 Abs. 1 ZPO.

4. Die Zinsforderung des Klägers ist aus §§ 291, 288 Abs. 1 S. 2 BGB gerechtfertigt.

III.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 S. 1 ZPO. Der Ausspruch zur vorläufigen Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 S. 1 und S. 2 ZPO.

Streitwert € 15.000

Beglaubigt
Urkundsbeamter/in der Geschäftsstelle
Landgericht Düsseldorf

LANDGERICHT NORDRHEIN-WESTFALEN

Verkündet am 26.08.2022

, Justizbeschäftigte
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle