

Ausfertigung



verbraucherzentrale

Bundesverband

05. Juli 2011

EINGEGANGEN

A 14326-1

Kopie an: Inst.:	Stellung:	WV:
EINGEGANGEN		
- 1. JULI 2011		
Kopie an Inst.:	Kopie an Inst.:	Kopie an Inst.:
Kopie an Inst.:	Kopie an Inst.:	Kopie an Inst.:

# Landgericht Berlin

## Im Namen des Volkes

### Urteil

Geschäftsnummer: 16 O 249/10

verkündet am: 28.06.2011

In dem Rechtsstreit

des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen  
und Verbraucherverbände  
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.,  
vertreten durch den Vorstand  
Gerd Billen,  
Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin,

Klägers,

gegen

die adRom Holding AG,  
vertreten durch den Vorstand  
Norbert Rom und Walter Rutz,  
Landstraße 58, 9494 Schaan,  
Liechtenstein,

Beklagte,

hat die Zivilkammer 16 des Landgerichts Berlin in Berlin-Mitte, Littenstraße 12-17, 10179 Berlin,  
auf die mündliche Verhandlung vom 24.05.2011 durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht  
den Richter am Landgericht die Richterin am Landgericht

für Recht erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht 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 vollziehen am Vorstand, **zu unterlassen,**

nachfolgende oder mit diesen inhaltsgleiche Bestimmungen in Verträge über die Teilnahme an einem Gewinnspiel mit Verbrauchern mit Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland einzubeziehen, sowie sich auf diese Bestimmungen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zur werblichen Ansprache per Telefon oder E-Mail zu berufen:

- a)  Ja, ich will gewinnen und gebe dem Veranstalter und den Sponsoren mein E-Mail, ... und telefonisches Werbeeinverständnis. Dies kann ich jederzeit widerrufen.\*
- b) \* Meine Angaben dürfen vom Veranstalter, den Sponsoren und deren Partnerunternehmen verarbeitet und genutzt werden ... Die personengebundene Nutzung wird ausschließlich auf die Organisation und Unternehmen aus den verschiedensten Branchen beschränkt, die meinen erkennbaren Interessen und Wünschen entgegenkommen. Für diese Organisationen und Unternehmen dürfen mir Informationen, Angebote, Muster und Werbung ... übermittelt werden.
2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 200,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 11. September 2010 zu zahlen.
3. Die Kosten des Rechtsstreits hat die Beklagte zu tragen.
4. Das Urteil ist zu Ziff. 1 gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 10.000,00 € (je 5.000,00 zu lit. a) und b)) und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe des jeweils beizutreibenden Betrages vorläufig vollstreckbar.


### Tatbestand

Der Kläger ist der Dachverband der Verbraucherzentralen der Bundesländer. Ihm gehören darüber hinaus weitere Organisationen an, die dem Verbraucherschutz verpflichtet sind. Er ist in der Liste gemäß § 4 UklG eingetragen.

Die Beklagte ist ein Directmarketingunternehmen mit Sitz in Liechtenstein.

Auf ihrer unter [www.iphone.wgsrv.de](http://www.iphone.wgsrv.de) abrufbaren Internetseite lobte sie am 14. Oktober 2010 ein iPhone 3 G als Gewinn wie folgt aus:

## iPhone3G Gewinnspiel

Das neue  
iPhone 3G 



## Jetzt gewinnen!

## Features:

- NEU: Doppelt so schnell
- NEU: Video Recording
- NEU: 3 Megapixel Kamera mit Auto Fokus
- NEU: Sprachsteuerung
- NEU: MMS, Spotlight Search, Cut, Copy & Paste
- 3G Speed
- Push E-Mail, Kalender & Kontakte
- Karten mit GPS und Kompass
- App Store (tausende von Applikationen)

Glückwunsch, Sie wurden heute am 14. Januar um 10:31 als möglicher Gewinner vorausgewählt!  
Jetzt gratis Gewinnformular ausfüllen & Gewinnspielbestätigung sofort per E-Mail erhalten!

## Ausfüllen, mitmachen &amp; gewinnen

Anrede  Herr  Frau  
 Vorname   
 Nachname   
 E-Mail   
 Geburtstag    Tag, Monat, Jahr

- Ja, ich will gewinnen und gebe dem Veranstalter und den Sponsoren mein E-Mail, Post und telefonisches Werbe-einverständnis. Dies kann ich jederzeit widerrufen.\*
- Ja, ich möchte an der Verlosung teilnehmen, bin mind. 18 Jahre alt und stimme den Teilnahmebedingungen zu.

**Mitmachen**

Mit  
freundlicher  
Unterstützung  
folgender  
Sponsoren:



twine

magazine

nechermars.de

Vistaprint

## Impressum

\* Meine Angaben dürfen vom Veranstalter, den Sponsoren und deren Partnerunternehmen verarbeitet und genutzt werden (auch von externen Datenverarbeitern wie zB Die personenbezogene Nutzung wird ausschließlich auf die Organisationen und Unternehmen aus den verschiedensten Branchen beschränkt, die meinen erkennbaren dürfen mir Informationen, Angebote, Muster und Werbung (per Post, per E-Mail und/oder per Telefon) übermittelt werden. Ich kann mein Einverständnis Teilnahmebedingungen in schriftlicher Form beim Gewinnspiel teilzunehmen.

<http://iphone.wgsrv.de/>

14.01.2010

Das in der Rubrik „Ja, ich will gewinnen ....“ angebrachte Sternchen wird durch den Hinweis am Ende der Seite aufgelöst, der zwar Links zu den Sponsoren und Branchen enthält, nicht aber zu den Partnerunternehmen.

Wegen des Inhalts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen, zu denen der Nutzer durch Anklicken des zweiten Kästchens seine Einwilligung erteilen soll, wird auf die Anlage K 5 verwiesen.

Der Kläger, der diese Aufmachung des Gewinnspiels für unzulässig hält, mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 11. Februar 2010 erfolglos ab. Die Einzelheiten sind der Anlage K 6 zu entnehmen.

Der Kläger nimmt die Beklagte aus §§ 1, 2 UklG in Verbindung mit 307 Abs. 1 BGB auf Unterlassung und Erstattung von Abmahnkosten in Höhe von 200,00 € in Anspruch.

Er behauptet, der Verbraucher könne sich ohne Anklicken der Einverständniserklärung nicht am Gewinnspiel beteiligen, weil er die alternativ angebotene Teilnahme in Schriftform mangels Angabe des erforderlichen Prozederes nicht wahrnehmen könne.

Der Kläger meint, die im Klageantrag zitierten Regelungen benachteiligten den Verbraucher unangemessen im Sinne des § 307 Abs. 1 BGB. Der mit dem Antrag zu I.1 angegriffene Text erfülle nicht die an eine qualifizierte Erklärung des Verbrauchers im Sinne der Rechtsprechung des BGH GRUR 2008, 1010 – payback – zu stellenden Anforderungen. Die Einwilligung sei in eine sonstige Mitteilung, nämlich dem Wunsch zu gewinnen, eingebettet. Der Verbraucher verstehe diese Kombination dahin, dass er zwingend die Einwilligung erteilen müsse, wenn er gewinnen wolle.

Die mit Antrag zu I.2 angegriffene Bestimmung vermittle dem Verbraucher keine hinreichende Erkenntnis darüber, wer seine Daten verarbeiten und ihm ggf. Werbung per E-Mail oder Telefon übermitteln dürfe, weil er zwar die Sponsorenliste, nicht aber diejenige ihrer Partnerunternehmen abrufen könne. Außerdem werde ihm die Einwilligung in die Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten alternativlos abverlangt. Der Verbraucher werde in die Irre geführt, weil er annehme, eine wirksame Einwilligung erteilt zu haben. Darin liege eine unangemessene Benachteiligung.

Der Kläger beantragt,

#### I. Unterlassungsanspruch

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht 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 unterlassen,**

nachfolgende oder mit diesen inhaltsgleiche Bestimmungen in Verträge über die Teilnahme an einem Gewinnspiel mit Verbrauchern mit Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland einzubeziehen, sowie sich auf diese Bestimmungen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zur werblichen Ansprache per Telefon oder E-Mail zu berufen:

1.  Ja, ich will gewinnen und gebe dem Veranstalter und den Sponsoren mein E-Mail, ... und telefonisches Werbeeinverständnis.  
Dies kann ich jederzeit widerrufen.\*
2. \* Meine Angaben dürfen vom Veranstalter, den Sponsoren und deren Partnerunternehmen verarbeitet und genutzt werden (auch von externen Datenverarbeitern wie z.B. Datenerfassern, Internetdienst-Anbietern, Lotteriegesellschaften sowie Energieberatern). Die personengebundene Nutzung wird ausschließlich auf die Organisation und Unternehmen aus den verschiedensten Branchen beschränkt, die meinen erkennbaren Interessen und Wünschen entgegenkommen. Für diese Organisationen und Unternehmen dürfen mir Informationen, Angebote, Muster und Werbung (... per E-Mail und/oder per Telefon) übermittelt werden.  
(Ich kann mein Einverständnis jederzeit widerrufen. Zudem habe ich die Möglichkeit auch ohne Zustimmung der Teilnahmebedingungen in schriftlicher Form beim Gewinnspiel teilzunehmen.)

#### II. Zahlungsanspruch

Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 200,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen,

wobei er ausdrücklich klarstellt, dass die in Klammern wiedergegebenen Textpassagen nicht Gegenstand seines Begehrens sind, sondern er sie ausschließlich zum besseren Verständnis des Regelungsinhalts wiedergibt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie behauptet, es stehe den Teilnehmern frei, in welcher Form sie am Gewinnspiel teilnehmen wollten und ob sie ihr Einverständnis mit der Übersendung von Werbung per E-Mail oder Telefon erteilten.

Sie meint zum Antrag zu I.1, die einleitenden Wort „Ja, ich will gewinnen und ...“ begründeten für denjenigen, der am Gewinnspiel teilnehmen wolle, keinen Zwang, das Kästchen anzukreuzen. Die Wortwahl sei zwar griffig, aber harmlos; denn markiere der Verbraucher das Feld nicht und nehme trotzdem teil, gebe er dadurch keine gegenteilige Erklärung ab. Zum Antrag zu I.2 kenne der Verbraucher den Umfang seiner Einwilligung, weil er die Sponsorenliste unstreitig abrufen könne. Darüber hinaus bestehe für Ansprüche, die wie hier auch auf nach § 4 Nr. 11 UWG gestützt werden könnten, ein Vorrang des UWG gegenüber dem UklaG. Das folge aus § 8 Abs. 5 S. 2 UWG in Verbindung mit der Bundesdrucksache des Deutschen Bundestages vom 22. August 2003 (BT-Drucks 15/1487, S. 23), in der eindeutig formuliert sei, dass ein Wettbewerbsverstoß nicht über das Unterlassungsklagengesetz geltend gemacht werden könne. Sie ergebe sich ferner daraus, dass lauterkeitsrechtliche Verstöße, die ihre Ursache auch in AGB – Klauseln haben könnten, unter § 3 UWG fielen. Aus dieser Norm abgeleitete Ansprüche könnten nur im Wege des § 8 UWG geltend gemacht werden. Die Beklagte erhebt vorsorglich die Einrede der Verjährung.

Wegen des übrigen Parteivorbringens wird auf den vorgetragenen Inhalt der gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

### **Entscheidungsgründe**

Dem Kläger stehen die geltend gemachten Ansprüche gegen die Beklagte aus § 1 UklaG (Unterlassung) und aus § 5 UklaG in Verbindung mit § 12 Abs. 1 S. 2 UWG (Zahlungsanspruch) in vollem Umfang zu.

Das Landgericht Berlin ist für die Entscheidung nach § 32 ZPO international zuständig. Die Klage einer qualifizierten Einrichtung im Sinne des § 3 Abs. 1 Nr. 1 UKlaG auf Unterlassung der Verwendung angeblich missbräuchlicher Klauseln in AGB durch einen Gewerbetreibenden in Verträgen mit Privatpersonen hat eine unerlaubte Handlung oder eine Handlung, die einer unerlaubten Handlung gleichgestellt ist, zum Gegenstand. Der Begriff des „schädigenden Ereignisses“ im Sinne dieser Bestimmung erfasst unter anderem Angriffe auf die Rechtsordnung durch die Verwendung missbräuchlicher Klauseln in AGB, deren Verhinderung die Aufgabe von Organisationen wie derjenigen des Klägers ist (BGH NJW 2009, 3371 Tz. 12).

Für den vom Kläger geltend gemachten Anspruch auf Unterlassung der Verwendung einer missbräuchlichen Bestimmung in AGB ist an das deutsche Sachrecht und damit an die §§ 1, 2, 4a UKlaG anzuknüpfen. Dies ergibt sich – da Liechtenstein nicht Mitglied der Union ist – unmittelbar aus Art. 40 Abs. 1 S. 2 EGBGB. Der Erfolgsort liegt in Deutschland, weil sich die Beklagte, wie nicht zuletzt die Verwendung einer auf die Top-Level-Domain „.de“ endenden Adresse belegt, an deutsche Verbraucher richtet. Die Benachteiligung als Erfolg der unerlaubten Handlung geschieht damit in Deutschland. Indem der Kläger seinen Anspruch nach deutschem Recht begründete, wählte er innerhalb der Frist des Art. 40 Abs. 1 S. 3 EGBGB inzident das Recht des Erfolgsortes (BGH aaO Tz. 20, 22).

Der Anwendungsbereich des § 1 UKlaG ist eröffnet. Die Vorschriften des UWG erweisen sich nicht als vorrangig.

Auszugehen ist vom Gesetzestext. Dieser nimmt in § 8 Abs. 5 S. 1 UWG ausdrücklich (nur) auf § 13 UKlaG Bezug, der einen bestimmten Auskunftsanspruch, nämlich denjenigen gegenüber Telekommunikationsunternehmen auf Bekanntgabe von Namen und Anschrift ihrer Kunden, regelt. Ein vergleichbarer Auskunftsanspruch findet sich im UWG nicht, so dass dem Gesetzgeber eine Verweisung angezeigt schien. § 8 Abs. 5 S. 2 UWG „Im Übrigen findet das Unterlassungsklagengesetz keine Anwendung ...“ verdeutlicht daher nicht mehr als die Selbstverständlichkeit, dass sich der Verweis auf den Regelungsbereich des § 13 UKlaG beschränkt und im Anwendungsbereich

des UWG nicht den Weg zu weiteren Rückgriffen auf das UklG eröffnet. Dementsprechend heißt es in der Kommentierung von Köhler/Bornkamm, UWG, Rdnr. 5.1 zu § 8 UWG auch:

Dementsprechend gilt für Klagen, die sich nur auf UWG-Verstöße stützen, nicht die Zuständigkeitsregelung des § 6 UklG, sondern die des § 14.

Der Kläger bewegt sich indes nicht im Anwendungsbereich des UWG, denn er stützt sein Begehren gerade nicht auf §§ 3 ff UWG, sondern auf § 307 BGB. Das verdeutlicht nicht zuletzt auch die Formulierung des Antrages, nach der der Kläger ein uneingeschränktes Verbot und nicht ein auf das Handeln im Wettbewerb beschränktes Verbot erstrebt. Erst recht handelt es sich nicht um eine Klage, die sich „nur“, d.h. ausschließlich auf Bestimmungen des UWG stützt. Dass die Prüfung einer unangemessenen Benachteiligung des Verbrauchers gemäß § 307 BGB einen Vergleich mit der Rechtslage erfordert, wie sie ohne die beanstandete Klausel bestünde und dass dabei § 7 UWG in die Betrachtung einbezogen werden muss, macht das Klagebegehren nicht zum einem solchen, das seine Anspruchsgrundlage in Vorschriften des UWG findet. Folgte man der Ansicht der Beklagten, bliebe für § 1 UklG kein eigener Anwendungsbereich mehr, weil jede Inhaltskontrolle von AGB über § 4 Nr. 11 UWG auch zum Gegenstand eines lauterkeitsrechtlichen Anspruchs erhoben werden könnte. Für einen solchen „Verdrängungswillen“ des Gesetzgebers fehlt jeder Anhaltspunkt.

Die Voraussetzungen des geltend gemachten Unterlassungsanspruchs aus § 1 UklG liegen vor. Beide Texte unterliegen der Inhaltskontrolle nach § 307 BGB, weil sie im Zusammenhang mit einem Vertragsverhältnis stehen und deshalb den Charakter Allgemeiner Geschäftsbedingungen tragen. Die Verbraucher müssen, um an dem Gewinnspiel teilnehmen zu können, Teilnahmebedingungen akzeptieren. Dadurch geben sie eine rechtsgeschäftliche Erklärung ab, die auf den Abschluss eines entsprechenden Teilnahmevertrages gerichtet ist (KG NJW 2011, 466; vgl. auch BGH, Entscheidung vom 14. April 2011 – I ZR 50/09 – Tz. 25, abrufbar über juris). Für den nicht angegriffenen, dem zweiten „Kästchen“ zugeordneten Text ergibt sich das schon aus seinem



Wortlaut. Für die hier in Rede stehenden Passagen ergibt sich nichts anderes, weil der Vorspann „Ja, ich will gewinnen..“ unmittelbar auf das Gewinnspiel und die dafür geltenden Teilnahmeregeln verweist und die Aufforderung, an dieser Stelle ein Häkchen zu setzen, als (weitere) Teilnahmevoraussetzung missverstanden werden kann (dazu sogleich). Die mit dem Antrag zu I.2 angegriffene Formulierung löst den in der vorstehenden Klausel enthaltenen Sternchenverweis auf und stellt sich damit als „verlängerte“ Klausel dar.

Die Bestimmung „Ja, ich will gewinnen und gebe dem Veranstalter und den Sponsoren mein E-Mail, ... und telefonisches Werbeeinverständnis. Dies kann ich jederzeit widerrufen.“ benachteiligt den Verbraucher unangemessen. Sie weicht zu seinem Nachteil von der gesetzlichen Regelung ab und erweist sich zudem als irreführend.

Die Voraussetzungen, unter denen der Unternehmer zum Zwecke der Werbung per Telefon oder E-Mail an Verbraucher herantreten darf, hat der Gesetzgeber in § 7 UWG geregelt. Die Vorschrift enthält über den Anwendungsbereich des Gesetzes hinaus eine Richtschnur für die Beurteilung derartiger Sachverhalte. Danach ist eine vorherige ausdrückliche Genehmigung des Verbrauchers erforderlich, § 7 Abs. 2 Nr. 2 und 3 UWG. Für die Frage, wie diese Einwilligung beschaffen sein muss, um Wirksamkeit zu entfalten, ist auf das Unionsrecht, insbesondere die RL 2002/58/EG zurückzugreifen. Zwar gilt das Unionsrecht nicht im Verhältnis zu Liechtenstein, wo die Beklagte ihren Sitz hat, denn Liechtenstein gehört der Union nicht an. Gleichwohl kann es zur Auslegung nationaler deutscher Vorschriften herangezogen werden, denen auch die Beklagte unterliegt, wenn sie sich auf dem nationalen Hoheitsgebiet geschäftlich betätigt, wie es hier der Fall ist. Danach bedarf es einer „spezifischen“ Angabe, definiert als eine gesonderte, nur auf die Einwilligung in die Zusendung von Werbung mittels elektronischer Post bezogene Zustimmungserklärung des Betroffenen (BGH GRUR 2008, 1010 Tz. 28 – Payback -). Mit der beanstandeten Klausel und ihrem einleitenden Satzteil „Ja, ich will gewinnen“ fordert die Beklagte den Verbraucher zur Abgabe einer weitergehenden Erklärung auf. Stellt der Wunsch zu gewinnen bei objektiver Betrachtung für die Teilnahme an einer Verlosung letztlich nur eine Selbstverständlichkeit dar – wer nicht gewinnen will, nimmt von vornherein nicht teil -, so kommt der Erklärung hier durchaus ein

eigenständiger Wert zu; denn der Verbraucher kann die Formulierung dahin missverstehen, dass er diese Erklärung abgeben muss, wenn er das ausgelobte Smartphone gewinnen möchte, er also mit dem Setzen des Häkchens an dieser Stelle seine Teilnahme erklärt. Dieses Verständnis liegt nicht nur bei der zum Gegenstand des Antrages I.1 erhobenen isolierten Betrachtung des Textes nahe, sondern auch bei Einbeziehung der Gesamtaufmachung der Seite. Insbesondere vermag der Text des nachfolgenden Kästchens „Ja, ich möchte an der Verlosung teilnehmen ...“ den Irrtum nicht aufzuklären, denn aus der Sicht eines durchschnittlichen Konsumenten erscheint es weder ungewöhnlich, noch lebensfremd, dass der Veranstalter des Gewinnspiels ihm zwei Erklärungen abverlangt. Dies gilt umso mehr, als beide Erklärungen refrainartig beginnen mit „Ja, ich möchte gewinnen ...“ und „Ja, ich möchte an der Verlosung teilnehmen ..“ und aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise daher als Einheit erscheinen können.

Der Verbraucher wird durch die Abgabe einer unspezifischen Einwilligung in die Übermittlung von Werbung per Telefon oder E-Mail schlechter gestellt, als es das Gesetz erlaubt.

Er wird zugleich getäuscht, weil er aus den gesamten Umständen nicht ersehen kann, dass er auch ohne Aktivierung des ersten Kästchens und damit ohne Einwilligung in den Erhalt von Werbung per E-Mail oder Telefon am Gewinnspiel teilnehmen könnte, wie die Beklagte behauptet.

Der Antrag zu I.2 ist ebenfalls aus § 307 BGB begründet.

Der Antrag gibt zwar nur den das Sternchen auflösenden Hinweis wieder, ist aber bei der Beurteilung gleichwohl im Gesamtzusammenhang mit der Klausel „Ja, ich will gewinnen ..“ zu sehen. Da der Text der Einverständniserklärung nicht zu beanstanden wäre, wenn sie den Gegenstand einer spezifischen Einwilligungserklärung bildete und der Angriff sich ausschließlich gegen den Inhalt des „Sternchen-Hinweises“ richtet, durfte sich der Kläger zu Recht auf die Wiedergabe seines Inhalts als konkrete Verletzungsform beschränken.

Die Klausel benachteiligt den Verbraucher unangemessen im Sinne des § 307 Abs. 1 BGB, weil die persönlichen Daten des Teilnehmers danach auch Partnerunternehmen des Veranstalters und der Sponsoren übermittelt werden dürfen, während sich die Einwilligung weiter oben ausdrücklich nur auf Werbung des Veranstalters und der Sponsoren beschränkt. Von einer Berechtigung zur

Weitergabe der Angaben an Dritte ist darin nicht die Rede. Die Sponsoren können zudem über eine Liste abgerufen werden, während dies bei Partnerunternehmen nicht der Fall ist. Die Einbeziehung von Partnerunternehmen eröffnet der Beklagten die Möglichkeit, die Daten der Gewinnspielteilnehmer beliebigen Dritten zum Zwecke der Werbung zur Verfügung zu stellen.

Die Klausel erweist sich danach als intransparent, weil sie Inhalt und Reichweite der weiter oben erteilten Einwilligung des Verbrauchers zu seinen Lasten erheblich ausdehnt.

Der Anspruch ist nicht verjährt, denn für Unterlassungsansprüche nach dem UklG gilt die regelmäßige Verjährungsfrist von drei Jahren, § 195 BGB. Tatsachen, die deren Ablauf nahe legen, teilt die Beklagte nicht mit.

Der der Höhe nach unstrittige Zahlungsanspruch ist aus § 5 UklG in Verbindung mit § 12 Abs. 1 S. 2 UWG begründet, weil die Abmahnung aus den oben genannten Gründen berechtigt war. Der Zinsanspruch folgt aus §§ 288, 291 BGB.

Nachdem der Kläger bereits zu Beginn der Klageschrift ausdrücklich klargestellt hat, dass die im Antrag zu I.2 im Klammern wiedergegebenen Textpassagen nur der Klarstellung dienen, aber nicht selbst am Unterlassungsgebot teilnehmen sollen, hat das Gericht im Wege der redaktionellen Berichtigung auch nur die nicht in Klammern gesetzten Textteile in den Tenor aufgenommen. Die näheren Einzelheiten können sodann zwanglos den Entscheidungsgründen entnommen werden.

Die Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91, 709 ZPO.

Ausgefertigt

