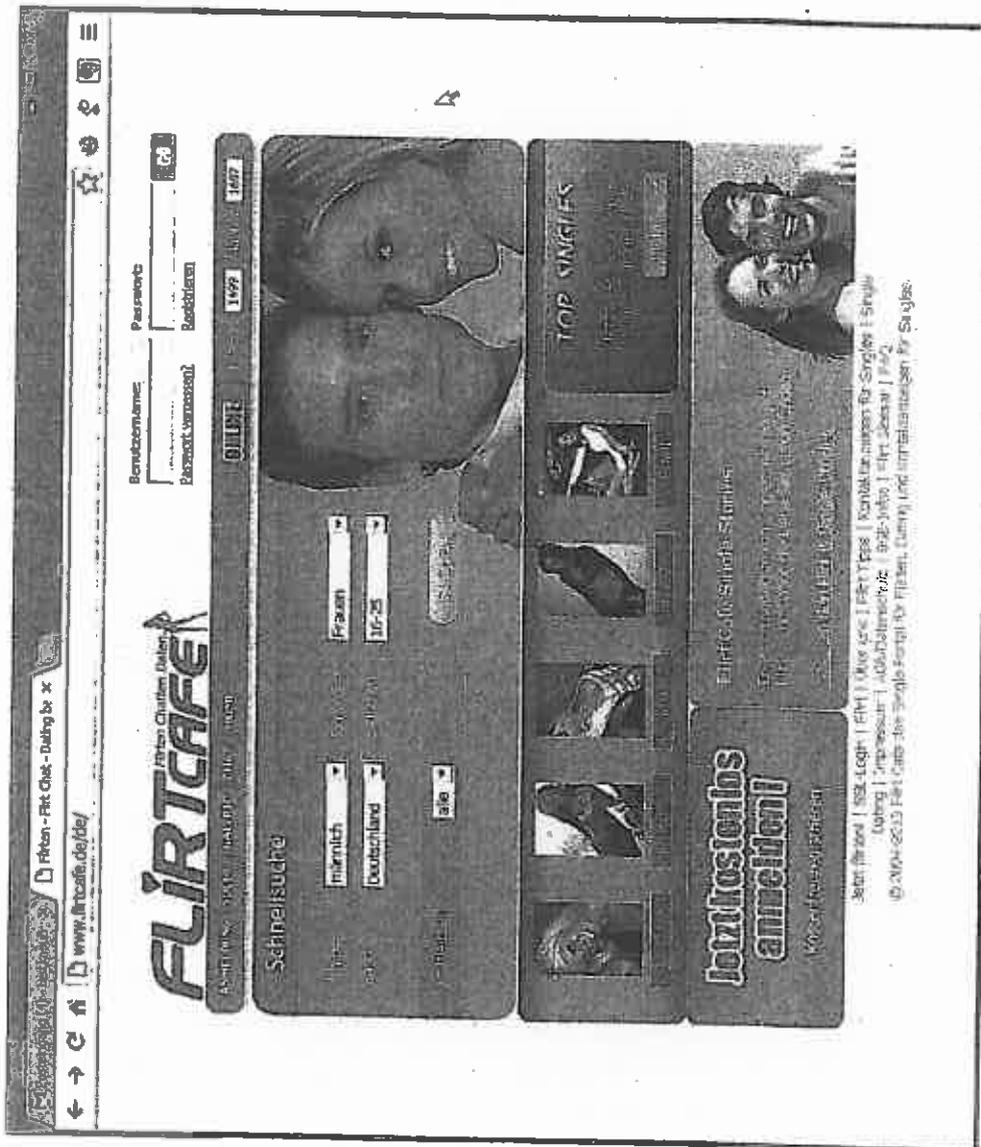




Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu vollstrecken an der Geschäftsführerin, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern auf der Internetseite unter der Adresse [www.flirtcafe.de](http://www.flirtcafe.de)

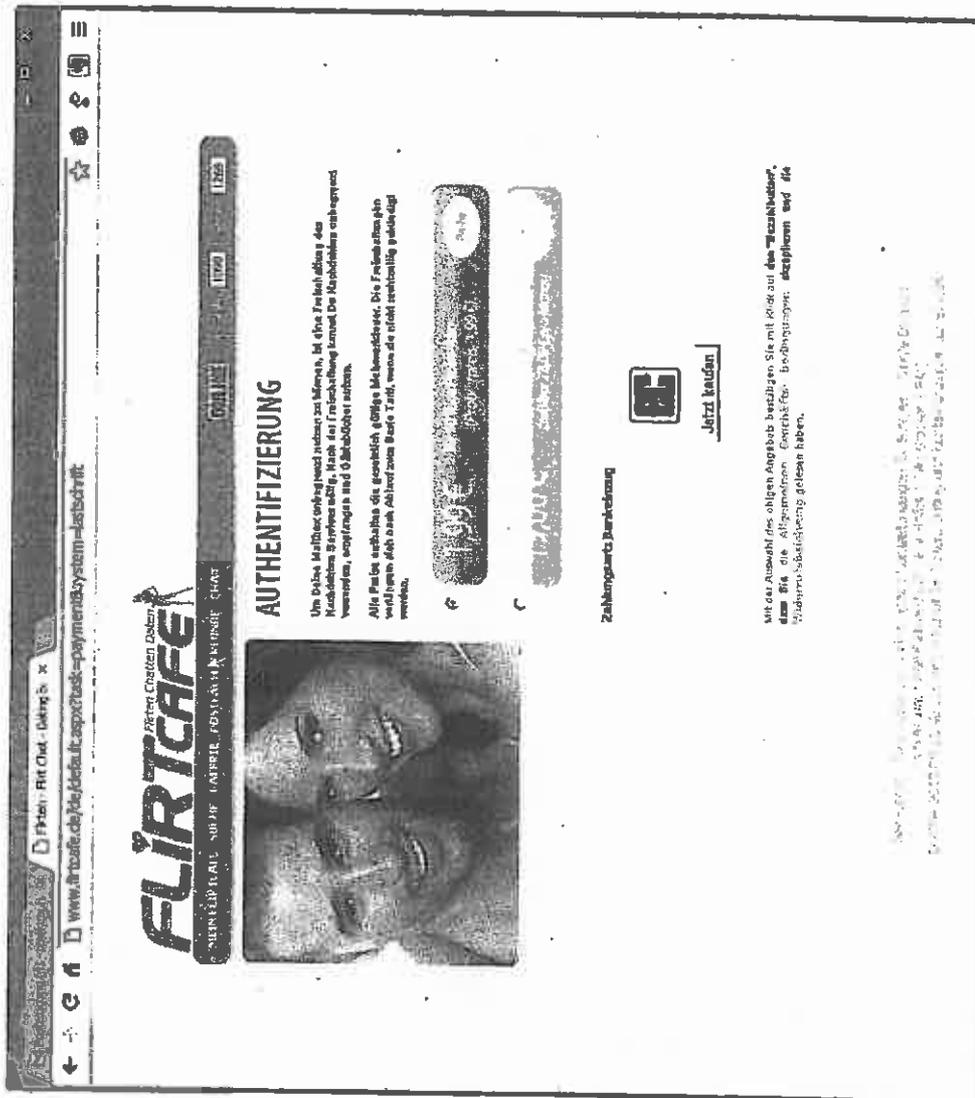
1. wie nachfolgend wiedergegeben, mit der Aussage „Jetzt kostenlos anmelden“ zu werben bzw. werben zu lassen, wenn das Versenden und Empfangen von Nachrichten an andere Nutzer der Seite nur bei Abschluss eines kostenpflichtigen Vertrages möglich ist,



und/oder

2. die Bestellung eines kostenpflichtigen Vertrages, bei der sich ein Vertrag über eine 10-tägige Laufzeit und zu einem Preis von 1,99 € in einen Vertrag mit

einer Bindung von 6 Monaten zu einem monatlichen Entgelt von 78 € verlängert, so zu gestalten, dass die Information über die Vertragsverlängerung und die für die Vertragsverlängerung geltende Mindestvertragslaufzeit von 6 Monaten und der Preis für diese Laufzeit nicht in hervorgehobener Weise erteilt werden – wenn dies geschieht wie nachfolgend wiedergegeben,



und/oder

3. bei der Bestellung eines kostenpflichtigen Vertrages den Verbraucher vor Abgabe von deren Vertragserklärung lediglich in der Weise über das

Widerrufsrecht zu informieren, dass der link auf die Widerrufsbelehrung unterhalb des Buttons angebracht ist, mit dem der Verbraucher seine Vertragserklärung abgibt – wenn dies wie unter 2. wiedergegeben geschieht.

II. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 214,- € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 20.11.2013 zu zahlen.

III. Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

IV. Das Urteil ist hinsichtlich des Unterlassungstenors zu Ziff. I gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 40.000 € (1. 20.000 €, 2. 10.000 €, 3. 10.000 €) und hinsichtlich des Tenors zu Ziff. II und der Kosten des Rechtsstreits gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

#### **Tatbestand:**

Die Beklagte betreibt ein Internetflirtcafe, in welchem es nach der eigenen Aussage der Beklagten um flirten, chatten und daten geht. Nach der Anmeldung, für die man einige persönliche Daten angeben muss, gelangt man auf eine Übersichtsseite. Ohne weitere kostenpflichtige Registrierung für mindestens 1,99 € (Probeabonnement) kann man nicht über die Seite der Beklagten mit anderen Mitgliedern in Kontakt treten, d.h. weder Nachrichten von anderen empfangen noch senden. Man kann lediglich ein eigenes Profil erstellen und sich andere Profile ansehen.

In einem Profil kann man zwar auch E-Mail Adressen, ICQ-Adressen oder Telefonnummern angeben, wie es einige Mitglieder ausweislich der von der Beklagten vorgelegten Beispielsprofile auch getan haben. Es gibt jedoch dafür keine Rubrik, sondern die Mitglieder geben von sich aus ihre Kontaktdaten irgendwo auf ihrem Profil an.

Wenn das 10-tägige Probeabonnement nicht binnen einer Kündigungsfrist von 1 Woche gekündigt wird, setzt es sich als Basistarif für 78 €/Monat mit einer Laufzeit von 6 Monaten fort (Anlage K4, Bl. 16 d.A.).

Auf der Seite, auf der man zum Bezahlvorgang gelangt, sind die AGB und die Widerrufsbelehrung in einem Kästchen angegeben, das man anklicken kann, um die Informationen anzusehen. Dieses Kästchen befindet sich unterhalb des Buttons, mit dem man seine Vertragserklärung abgibt.

Mit Schreiben vom 17.9.2013 wurde die Beklagte erfolglos abgemahnt. Die geltend gemachten 200 € plus MwSt. entsprechen den durch eine Abmahnung bei dem Kläger entstehenden durchschnittlichen Kosten.

Der Kläger ist der Ansicht, dass der Auftritt der Beklagten gegen Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG verstoße, weil die eigentliche Dienstleistung, die die Beklagte anbiete, nämlich das Flirten, Chatten und Daten, ohne Kontaktaufnahme mit den anderen Mitgliedern und die Kontaktaufnahme wiederum nicht ohne weitere kostenpflichtige Anmeldung möglich sei. Dass einige Funktionen auch ohne weitere Anmeldung nutzbar seien, sei irrelevant, weil es sich nur um Nebensächliches handele. Die eigentlichen Funktionen seien kostenpflichtig.

Des weiteren sei die Information über die Vertragsverlängerung unzureichend und nicht wie vom Gesetz gefordert klar und verständlich angegeben.

Auch dass erst nach dem Button zum Bezahlen die Widerrufsbelehrung einsehbar ist, verstoße gegen das UWG.

Der Kläger beantragt,

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte behauptet, dass auf ihrer Seite zwei verschiedene Leistungen zu unterscheiden seien. Einmal die kostenlose Basisanmeldung. Nach dieser Anmeldung könne der Nutzer ein Profil anlegen mit Angabe von Eigenschaften und Einstellen von Fotos. Er könne in seinem Profil Kontaktdaten hinterlegen. Davon machten die Nutzer auch vielfach Gebrauch (Bl. 65). Damit habe die bloße Anmeldung bereits einen eigenen Wert: ein eigenes Profil anlegen und andere Profile ansehen, die Gästebuchfunktion nutzen. Der Kunde könne also erst einmal analysieren, zu wem er Kontakt aufnehmen möchte. Er müsse also nicht die „Katze im Sack“ kaufen, sondern könne das „Angebot“ sondieren, bevor er sich kostenpflichtig anmelde. Er könne Einträge ins Gästebuch vornehmen, die von anderen gelesen werden könnten. Auch über diese Funktion nähmen viele Kontakt auf.

Auf die zwei verschiedenen Leistungen werde etwa auch in den AGB Ziff. 3 hingewiesen. Ebenso in den FAQ.

Die Beklagte meint, dass man diese beiden Ebenen unterscheiden müsse, so dass es nicht auf Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG ankommen könne, sondern allenfalls auf § 5 UWG.

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

### **Entscheidungsgründe:**

Die Klage ist begründet.

1. Dem Kläger steht ein Unterlassungsanspruch zu gemäß den §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 3 iVm Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3, 5 Abs. 1 Nr. 2 UWG, § 4 UKlaG. Die Beklagte hat ihre Dienstleistung als kostenlos beworben, obwohl die vom Verbraucher erwartete Dienstleistung nur gegen Entgelt in Anspruch genommen werden kann.

a. Der beanstandete Internetauftritt verstößt gegen Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG.

Das Angebot einer Ware oder Dienstleistung als "kostenfrei" ist gem. Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG eine stets unzulässige geschäftliche Handlung, wenn hierfür gleichwohl Kosten zu tragen sind. So ist es vorliegend.

Auf der beanstandeten Internetseite bewirbt die Beklagte ihr Angebot einer Flirt-, Chat- und Datingplattform als "kostenlos" indem sie auf dem Button, der zur Anmeldung in ihr "Flirtcafe" führt, hervorgehoben und gut sichtbar aufführt "Jetzt kostenlos anmelden! Kostenfrei registrieren". Unstreitig erhält der Verbraucher jedoch nach der Anmeldung keinen Zugang zu allen Dienstleistungen der Beklagten. Innerhalb der eingeschränkten Zugriffsmöglichkeiten kann er lediglich ein eigenes Profil erstellen, welches ins Register aufgenommen wird sowie andere Profile ansehen. Er kann - was unstreitig ist - nicht im Rahmen des Portals Kontakt zu anderen Mitgliedern aufnehmen. Die Dienstleistung, die die Beklagte jedoch ausdrücklich bewirbt und ihren Mitgliedern zur Verfügung stellt, ist die eines "Flirtcafes", in welchem geschattet, geflirtet und gedatet werden können soll. Dafür ist jedoch die Kontaktaufnahme zu anderen Personen Grundvoraussetzung. Ein Hinweis darauf, dass eine über die Beklagte vermittelte Kontaktaufnahme bei bloß kostenloser Anmeldung nicht möglich ist, erhält der Verbraucher vor seiner Anmeldung jedoch nicht.

Dass einige Mitglieder von sich aus, von der Beklagten unabhängige Kontaktaufnahmemöglichkeiten wie etwa E-Mail- Adressen in ihr Profil stellen, ist

weder von der Beklagten vorgegeben noch gehört diese Art der Kontaktaufnahme zum von den Verbrauchern erwarteten Geschäftskonzept der Beklagten. Gleiches gilt für die seitens der Beklagten behaupteten Gästebuchfunktion, wobei nach den eigenen AGB der Beklagten das Gästebuch erst nach kostenpflichtiger Anmeldung zur Verfügung steht.

Nach ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs darf eine blickfangmäßig herausgestellte Angabe - wie vorliegend der orange dargestellte Hinweis auf die kostenlose Anmeldung - nicht unrichtig oder auch nur missverständlich sein. Eine irrtumsausschließende Aufklärung kann in solchen Fällen nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis erfolgen, wenn dieser am Blickfang teilhat und dadurch eine Zuordnung zu den herausgestellten Angaben gewahrt bleibt (vgl. BGH GRUR 2003, 163). Dabei ist für die Frage, in welchem Sinne eine Werbeaussage zu verstehen ist, auf den durchschnittlich informierten, verständigen und in der Situation, in der er mit der Aussage konfrontiert wird, entsprechend aufmerksamen Durchschnittsverbraucher abzustellen (BGH a.a.O.). Vorliegend erfolgt kein Hinweis auf die eingeschränkte Zugriffsmöglichkeit. Der Verbraucher, der mit der angegriffenen Internetseite der Beklagten konfrontiert wird, kann zunächst nicht erkennen, dass die Beklagte zwischen zwei Nutzungsarten differenziert und mit der kostenlosen Anmeldung lediglich eine eingeschränkte Nutzungsmöglichkeit anbietet.

Allein, dass andere Partnervermittlungen und Datingportale ebenfalls eine kostenlose eingeschränkte Nutzungsmöglichkeit anbieten, führt nicht dazu, dass der durchschnittliche Verbraucher den Hinweis auf die kostenlose Anmeldung auch ohne weiteren Hinweis als bloße Möglichkeit der Erstellung eines eigenen Profils und der bloßen Betrachtung anderer Profile versteht. Eine ausdrückliche Unterscheidung zwischen kostenloser und kostenpflichtiger Dienstleistung wird von der Beklagten erst in den AGB und FAQ vorgenommen. Auf der Seite, auf der der Verbraucher vor der Entscheidung steht, sich anzumelden, ist eine solche Unterscheidung nicht ersichtlich. Solange dem Verbraucher eine solche Unterscheidung aber unbekannt ist, kann er die hervorgehobene Aussage "Jetzt kostenlos anmelden!" nicht als nur auf den eingeschränkten Dienstleistungsbereich bezogen verstehen. Er wird ihn dann als Anmeldung zu der ihm allein erkennbaren und seitens der Beklagten auf der Seite ausdrücklich beworbenen Dienstleistung eines Flirtcafés verstehen.

Etwas anderes mag zwar bei denjenigen Internetnutzern gelten, die sich ständig bei Partnervermittlungs- und Datingportalseiten anmelden, wenn - wie die Beklagte unter Verweis auf Beispielseiten anderer Anbieter behauptet - viele, wenn nicht alle Anbieter so verfahren wie die Beklagte. Da das bloße Aufsuchen der Seiten nicht ausreicht, um den Verbraucher mit der Handhabung der kostenlosen Anmeldung nur zu eingeschränkten Zugriffsmöglichkeiten vertraut zu machen, müssten die Verbraucher sich bei einer Vielzahl von Anbietern "kostenlos" angemeldet haben, um die Erfahrung der eingeschränkten Nutzung gemacht zu haben. Auf eine eine solch eingeschränkte Gruppe allein darf jedoch nicht abgestellt werden. Es ist vielmehr

auch auf diejenigen Verbraucher abzustellen, die selten solche Seiten aufsuchen oder gar beim ersten Mal auf die Seite der Beklagten stoßen. Diese können ohne einen aufklärenden Hinweis eine Einschränkung des Angebots der kostenlosen Anmeldung nicht erkennen und werden davon ausgehen, dass sie mit ihrer Anmeldung die ausgelobte Dienstleistung der Beklagten kostenlos in Anspruch nehmen können. Damit wird aus Sicht des Verbrauchers die Dienstleistung der Beklagten als kostenlos beworben, obwohl die eigentliche, für den Verbraucher allein erkennbare Dienstleistung der Beklagten, die Ermöglichung einer Kontaktaufnahme und die damit einhergehende Vermittlung von Flirt-, Chat- und Dating-Möglichkeiten, nur kostenpflichtig erlangt werden kann. Damit verstößt die angegriffene Internetseite gegen Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG.

Überdies dürfte ohnehin zwischen Partnervermittlungsseiten und Datingsseiten zu unterscheiden sein. Denn es mag zutreffen, dass der Verbraucher bei einer Partnervermittlung, bei der der Anbieter aktiv Partner aussucht und anbietet, nicht stets eine kostenlose Dienstleistung erwartet. Dass eine solche Erwartung auch bei bloßen Dating- oder sonstigen Kontaktaufnahmeseiten besteht, lässt sich nicht feststellen, da dem Verbraucher jedenfalls auch Seiten wie etwa Soziale Netzwerke, auf denen es (auch) um Kontaktaufnahme geht, bekannt sind, die nicht kostenpflichtig sind, sondern sich über Werbeeinnahmen finanzieren.

b. Die Antragsfassung geht entgegen der Ansicht der Beklagten auch nicht zu weit. Anhand der Angaben auf der Internetseite der Beklagten erwartet der Verbraucher, dass er nach der kostenlosen Anmeldung die Möglichkeit hat, mit anderen Nutzern Kontakt aufzunehmen zum Zwecke des Flirtens, Chattens und Datens. Er erwartet einen Zugang zu einem virtuellen Cafe, in dem er andere Nutzer kennenlernen kann, so dass es nicht entscheidend auf den von der Beklagten verwendeten Slogan ankommt und dieser nicht in den Antrag mit aufzunehmen war. Auch ohne diesen Slogan erwartet der Verbraucher eine über die Beklagte vermittelte Kontaktmöglichkeit.

Dass die Beklagte auch eine Echtzeit-Chatfunktion anbietet, welche in technischer Hinsicht vom Versand und Erhalt von Nachrichten zu unterscheiden ist, bedeutet nicht, dass der Tenor damit zu weit ginge, weil er auch Fälle erfassen würde, bei denen nach einer kostenlosen Anmeldung zwar keine Nachrichten empfangen/gesendet werden könnten, aber die Echtzeit-Chatfunktion genutzt werden dürfte. Die im Tenor erwähnte Bedingung ist weit zu verstehen. Wie eine Kontaktaufnahme, die im Internet nur mittels Empfangs und Sendens von Nachrichten stattfinden kann, konkret ermöglicht wird und welche technischen Abläufe dem zugrunde liegen, ist unerheblich. Entscheidend ist, dass eine Kontaktaufnahmemöglichkeit - sei es eine Echtzeit-Chatfunktion, das Senden/Empfangen von E-Mails, Nachrichten, der Zugang zu einem Chatroom - erwartet wird, die - unabhängig von den technischen Voraussetzungen - aus Sicht eines Laien stets das Senden/Empfangen von Nachrichten beinhaltet.

2. Hinsichtlich der automatischen Vertragsverlängerung ergibt sich ein Unterlassungsanspruch aus Art. 246 § 1 Abs. 1 Nr. 4 erster Halbsatz, Nr. 5, 7, 8 EGBGB iVm § 312g Abs. 2 BGB; 3, 4, Nr. 11, 8 UWG!

Nach § 312g Abs. 2 BGB muss ein Unternehmer bei einem Vertrag im elektronischen Geschäftsverkehr mit einem Verbraucher, der eine entgeltliche Leistung des Unternehmers zum Gegenstand hat, dem Verbraucher die Informationen gemäß Art. 246 § 1 Abs. 1 Nr. 4 erster Halbsatz, 5, 7 und 8 EGBGB klar und verständlich in hervorgehobener Weise unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, zur Verfügung stellen. Nach Art. 246 § 1 Nr. 5 EGBGB muss insbesondere die Mindestlaufzeit eines Vertrages, wenn dieser eine dauernde oder regelmäßig wiederkehrende Leistung zum Inhalt hat, klar und verständlich angegeben werden.

Diesen Anforderungen wird der Internetauftritt der Beklagten wie auf Anlage K4 (Bl. 16 d.A.) wiedergegeben, nicht gerecht. Denn zur Information über die Mindestlaufzeit eines Vertrages gehört, wenn zur Beendigung des Vertrages eine Kündigung erforderlich ist, auch die Dauer der Kündigungsfrist (vgl. Palandt-Grüneberg, BGB, EGBGB 246 § 1 Rn. 7). Vorliegend gibt es bei der Beklagten die Testversion, die ohne "rechtzeitige" Kündigung automatisch in einen kostenpflichtigen Tarif übergeht. Da eine dauerhafte Leistung vorliegt und zur Beendigung eine Kündigung erforderlich ist, hätte es der Angabe der Kündigungsfrist bedurft. Wann eine Kündigung "rechtzeitig" ist, kann der Verbraucher ohne Blick in die AGB nicht erkennen. Vor Abgabe der Bestellung bleibt der Verbraucher danach im Unklaren, wann er kündigen muss, um nicht die automatische Vertragsverlängerung auszulösen.

Überdies sind die Konditionen, zu denen der Vertrag ohne rechtzeitige Kündigung weiterlaufen, ebenfalls nicht klar und verständlich angegeben. Die Bedingungen sind auf dem unteren Balken in weißer Schrift bzw. der Tarif "Basic" in oranger Schrift auf weißem Hintergrund angegeben. Es ist unstrittig, dass die Angaben auf dem unteren Balken blass gehalten sind, solange - wie voreingestellt - der obere Balken mit dem Testabonnement angeklickt ist. Die Angaben zum Basic-Tarif sowie die Bezeichnung im weißen Oval auf der rechten Seite sind bei dem unteren Balken auf dem zur Akte gereichten Ausdruck (Anlage K4, Bl. 16 d.A.) so blass gehalten, dass sie nur schwer zu lesen sind. Auch stellt es keine klare und verständliche Angabe dar, wenn mit 19,90 € die wöchentliche Preisangabe hervorgehoben dargestellt wird, obwohl eine wöchentliche Zahlung gar nicht möglich ist, sondern ausdrücklich eine monatliche Zahlung verlangt wird.

3. Der Unterlassungsanspruch ergibt sich aus den 3, 4, Nr. 11, 8 UWG, §§ 312c Abs. 1 BGB iVm Art. 246 § 1 Abs. 1 Nr. 10 EGBGB. Danach muss der Unternehmer

rechtzeitig vor Abgabe von Vertragserklärungen klar und verständlich über das Widerrufsrecht belehren.

Der Button mit der Aufklärung über das Widerrufsrecht, auf den man klicken muss, um die Belehrung ansehen zu können, befindet sich unterhalb des Buttons "Jetzt kaufen". Dies entspricht nicht den gesetzlichen Vorgaben, da sichergestellt werden muss, dass der Verbraucher vor Abgabe von Vertragserklärungen das Widerrufsrecht zur Kenntnis nehmen kann. Da die Widerrufsbelehrung der Vertragserklärung nachfolgt, ist eine rechtzeitige Kenntnisnahme vor der Vertragserklärung nicht sichergestellt. Denn auch ein im Internet erfahrener Verbraucher wird nach der Vertragserklärung keine für den Vertragsschluss relevanten Informationen mehr erwarten, so dass auch die farbliche Hervorhebung nicht ausreicht.

Es ist auch nicht technisch sichergestellt, dass der Verbraucher vor Abgabe seiner Erklärung die Widerrufsbelehrung zur Kenntnis genommen hat. Aus dem vorliegenden Text ergibt sich, dass bei Ausübung der Kaufoption unterstellt wird, dass der Verbraucher die AGB und die Widerrufsbelehrung gelesen und akzeptiert hat. Würde bei Ausübung des "Jetzt kaufen"-Buttons ein Hinweis auf die Widerrufsbelehrung aufleuchten und die Abgabe der Vertragserklärung ohne Lesebestätigung nicht möglich sein, wäre eine Belehrung nach dem "Jetzt-Kaufen"-Button unschädlich. Vorliegend hat die Beklagte solche technischen Vorkehrungen nicht getroffen, so dass die erst nach dem "Jetzt-Kaufen"-Button platzierte Widerrufsbelehrung trotz der farblichen Hervorhebung nicht den gesetzlichen Anforderungen entspricht.

4. Der Erstattungsanspruch ergibt sich aus § 5 UKlaG iVm § 12 Abs. 1 S. 2 UWG, weil die Abmahnung berechtigt war. Der Zinsanspruch folgt aus §§ 286, 288 BGB.

Der Streitwert wird auf bis 30.000,00 EUR festgesetzt.

Ausgefertigt  
  
Justizbeschäftigte



The seal of the Landgericht Köln is circular with the text "LANDGERICHT" at the top and "KÖLN" at the bottom. In the center, there is a coat of arms featuring a lion rampant on a shield, with a smaller shield below it. The number "31" is visible above the coat of arms.