

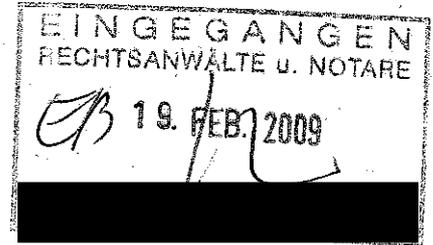
11 O 45/08

U7873-32



Verkündet am 17.02.2009

Justizobersekretärin
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



Landgericht Bonn

IM NAMEN DES VOLKES

Urteil

In dem Rechtsstreit

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

Klägerin,

- Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte [REDACTED]

g e g e n

die T-Mobile Deutschland GmbH, gesetzlich vertreten durch den Geschäftsführer
[REDACTED], Landgrabenstraße 151, 53227 Bonn,

Beklagte,

- Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte [REDACTED]

hat die 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bonn
auf die mündliche Verhandlung vom 27. Januar 2009
durch den Richter am Landgericht [REDACTED]
sowie die Handelsrichter [REDACTED] und [REDACTED]

für R e c h t erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr gegenüber Verbrauchern für kostenloses Telefonieren ab der 2. Gesprächsminute – hier: Xtra Nonstop – wie nachfolgend abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen, wenn die Einschränkungen des Angebotes gemäß Fußnote 2 der Werbung derart dargestellt sind, wie nachstehend wiedergegeben:

2. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin 200,00 Euro zu zahlen.
3. Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.
4. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand:

Der Kläger, ein rechtsfähiger Verband zur Förderung von Verbraucherschutzinteressen, nimmt die Beklagte, einen Anbieter von Telekommunikationsleistungen, mit der am 27.06.2008 zugestellten Klage auf Unterlassung von Wettbewerbsverstößen und Erstattung von Abmahnkosten in Anspruch.

Die Beklagte warb am 22.02.2008 in der „Berliner Zeitung“ in einer Anzeige mit den blickfangmäßig hervorgehobenen Angaben „Deutschland quatscht sich leer!“, „Jetzt im Telekom Shop: Flatrate-günstig telefonieren¹“ für ein „XtraPac, Nokia 1208 + Xtra Nonstop mit 5,- € Startguthaben zum Preis von 29,95¹“. Außerdem wurde in der Anzeige die Angabe „Für 0 Cent² ab der 2. Minute telefonieren – mit Xtra Nonstop!“.

In der Fußnoten 1 und 2 hieß es auszugsweise wie folgt:

„1) Dieses Handy funktioniert nur mit der XtraCard von T-Mobile Deutschland. Wenn sie dieses Handy mit einer anderen Telekarte nutzen wollen, müssen sie einmalig 99,50 € zahlen oder einfach 24 Monate warten und dann anrufen über ...“

2) XtraPac gilt nur in Verbindung mit Tarif Xtra Nonstop. Im Tarif Xtra Nonstop Option Xtra Nonstop automatisch voreingestellt und kostet monatlich 0,99 €. Mit der Option Xtra Nonstop wird für jedes Inlandsgespräch zu T-Mobile Deutschland und ins dt. Festnetz (ausgenommen Sonder- und Servicenummern) für die 1. Minute pauschal ein Betrag von 0,29 € vom Xtra Konto abgebucht. Ab der 2. Minute sind diese Verbindungen kostenlos. Jede Verbindung wird netzseitig nach 2 Std. getrennt. ... Die geschäftliche/gewerbliche Nutzung der Option wird ausgeschlossen.“

Wegen der weiteren Einzelheiten, namentlich der äußeren Gestaltung und des Druckbildes, wird auf die dem Antrag beigelegte Kopie der Anzeige Bezug genommen. Mit Anwaltsschreiben vom 17.03.2008 forderte der Kläger die Beklagte unter Fristsetzung zum 04.04.2008 ergebnislos zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf.

Der Kläger ist der Ansicht, bei der Angabe „Telefonieren für 0 Cent!“ handele es sich um eine Preisangabe im Sinne des § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV. Die Werbung für den neuen „Xtra Nonstop“-Tarif mit der Angabe „Telefonieren für 0 Cent!“ verstoße gegen die Vorschriften der Preisangabenverordnung, weil das monatliche Bereitstellungsentgelt und die Gebühr für die erste Gesprächsminute nicht klar und deutlich wiedergegeben seien. Die mit der Abmahnung verbundenen Aufwendungen seien mit 200,00 Euro angemessen beziffert. Für die durchschnittlich bearbeitete Anzahl von 450 Abmahnungen pro Jahr würden, wie der Kläger behauptet, zwei Volljuristen mit einer wöchentlichen Arbeitszeit von 30 Stunden beschäftigt.

Ursprünglich hat der Kläger beantragt, der Beklagten zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr gegenüber Verbrauchern für kostenloses Telefonieren ab der 2. Gesprächsminute – hier: Xtra Nonstop – wie nachfolgend abgebildet, zu werben oder werben zu lassen, ohne klar und deutlich auf die weiteren vertraglichen Kostenelemente hinzuweisen. Nunmehr beantragt der Kläger,

1. die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr gegenüber Verbrauchern für kostenloses Telefonieren ab der 2. Gesprächsminute – hier: Xtra Nonstop – wie nachfolgend abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen, wenn die Einschränkungen des Angebotes gemäß Fußnote 2 der Werbung derart dargestellt sind, wie nachstehend wiedergegeben:

200 3

DEUTSCHLAND QUATSCHT SICH LEER!



Jetzt im Telekom Shop:
Flatrate-günstig telefonieren!

Xtra Pac
Nokia 1208

- Schnellzugriffstasten für SIM, Kalender
- Telefonbuch-Freisprechfunktion
- Farb-Display mit 65.536 Farben

+ Xtra Nonstop mit
5,- € Startguthaben

29,95 €¹

Nur solange die Vorräte reichen

Für 1 Cent²
ab der 2. Minute
telefonieren
mit Xtra Nonstop!

..... T-Mobile

2. die Beklagte zu verurteilen, an sie 189,00 Euro nebst Zinsen über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 15.05.2007 zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte meint, die Klage könne schon deshalb keinen Erfolg haben, weil mit ihr eine Verhaltensweise untersagt werden solle, die von dem vorgetragenen Sachverhalt nicht erfasst werde und für die auch keine Begehungsfahr bestehe. In der beanstandeten Werbemaßnahme sei von einem „kostenlosen Telefonieren ab der 2. Gesprächsminute“ nicht die Rede. Mit der Formulierung „Für 0 Cent² ab der 2. Minute telefonieren – mit Xtra Nonstop!“ könne der Begriff des „kostenlosen Telefonierens“ nicht gleichgesetzt werden. Die Fußnote mache nämlich deutlich, dass die Angabe „nicht gänzlich uneingeschränkt“ verstanden werden solle, sondern vielmehr der „Ergänzung“ bzw. „Erläuterung“ bedürfe.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist zulässig und begründet.

1. Nach Umstellung des Klageantrages zu 1.) sind Bedenken in Bezug auf dessen mangelnde Bestimmtheit (§ 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO) ausgeräumt. Nunmehr lässt der Antrag deutlich erkennen, dass dem Beklagten untersagt werden soll, die antragsgegenständlichen Angebote zu bewerben, wenn die diese Angebote präzisierenden Bedingungen derart unlesbar dargestellt sind, wie sich dies aus der beanstandeten Anzeige ergibt.

2. Dem Kläger steht der geltend gemachte Anspruch auf Unterlassung gegen die Beklagte aus § 8 Abs. 3 Nr. 3, §§ 3, 5 Abs. 1 und 2 Nr. 2, 4 Nr. 11 UWG mit §§ 2 Abs. 1 UklAG, 1 Abs. 1 Satz 1, Abs. 3 Abs. 6 Satz 1 PAngV zu.

a) Entgegen der Auffassung der Beklagten geht der Unterlassungsantrag nicht über die konkrete Verletzungsform hinaus. Er richtet sich - ungeachtet seines Wortlauts - nicht schlechthin gegen eine Werbung mit Aussagen wie „kostenloses Telefonieren ab der 2. Gesprächsminute – hier: Xtra Nonstop“. Aus der Fassung des Antrags und dem Klagevorbringen, das ergänzend zu dessen Auslegung heranzuziehen ist, ergibt sich, dass der Kläger ein Verbot einer konkreten Werbeanzeige (Werbung für den Tarif „Xtra Nonstop“ mit der Angabe „Für 0 Cent ab der 2. Minute telefonieren“ ohne gleichzeitige, leicht erkennbare, deutlich lesbare oder sonst gut wahrnehmbare Nennung der Preise für weitere Bestandteile dieses Tarifs) erstrebt. Dass mit der Formulierung „Für 0 Cent² ab der 2. Minute telefonieren“ nichts anderes als „kostenloses“ Telefonieren gemeint ist, folgt im Übrigen auch aus dem Text der in Bezug genommenen Fußnote selbst. Darin heißt es nämlich unter anderem: „Ab der 2. Minute sind diese Verbindungen kostenlos“.

b) Die beanstandete Werbeanzeige der Beklagten vom 22.02.2008 in der „Berliner Zeitung“ verstößt gegen § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV. Nach dieser Vorschrift hat derjenige, der Letztverbrauchern gegenüber Waren oder Dienstleistungen gewerbsmäßig anbietet oder unter Angabe von Preisen bewirbt, die dafür zu zahlenden Endpreise anzugeben. Bei Leistungen können, soweit dies üblich ist, gemäß § 1 Abs. 3 Satz 1 PAngV stattdessen Verrechnungssätze angegeben werden. Die Angaben müssen nach § 1 Abs. 6 Satz 1 und 2 PAngV der allgemeinen Verkehrsauffassung und den Grundsätzen von Preisklarheit und Preiswahrheit entsprechen sowie leicht erkennbar, deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar wiedergegeben werden. Bezieht sich die Werbung auf kombinierte Leistungen, die aus Sicht der angesprochenen Verbraucher als einheitliches Leistungsangebot und Gegenstand eines einheitlichen Vertragsschlusses erscheinen, so ist ein sich auf das einheitliche Leistungsangebot insgesamt beziehender Endpreis anzugeben. Insbesondere darf in der Werbung nicht allein das Versprechen unentgeltlicher Teilleistungen herausgestellt werden, ohne gleichzeitig in klarer Zuordnung auf das Entgelt hinzuweisen, das für den anderen Teil des Kopplungsangebots verlangt wird. Wenn ein Endpreis nicht gebildet werden kann, weil der Preis der angebotenen Leistungen von Umständen abhängt, die variabel sind, müssen im Hinblick auf § 1 Abs. 2 und 6 PAngV die einzelnen Preisbestandteile angegeben werden (vgl. BGH, Urteil vom 17.07.2008 – I ZR 139/05 – „Telefonieren für

0 Cent!“ GRUR 2009, 73, 74). Diesen Anforderungen wird die beanstandete Werbemaßnahme der Beklagten nicht gerecht.

Die Beklagte wirbt in der Anzeige vom 22.02.2008 mit einer Preisangabe, die in dem Slogan „Für 0 Cent ab der 2. Minute telefonieren!“ liegt. Durch diese Angabe wird bei dem Werbeadressaten der Eindruck erweckt, er könne eine Leistung der Beklagten kostenfrei in Anspruch nehmen, was jedoch tatsächlich nicht zutrifft. Denn die Nutzung des beworbenen „Xtra Nonstop“-Tarifs ist mit einer monatlichen Grundgebühr von 0,99 € verbunden und wegen der automatischen Verbindungstrennung auf die Dauer von zwei Stunden je Gespräch begrenzt. Außerdem sind Anrufe in andere Mobilfunknetze kostenpflichtig. Wird nur ein Teil einer Leistung unentgeltlich angeboten, besteht die Gefahr, dass der Verbraucher über den tatsächlichen Wert des Angebots unzureichend informiert wird. Dies soll nach dem Zweck der Preisangabenverordnung gerade vermieden werden. Der Werbende muss daher deutlich machen, mit welcher wirtschaftlichen Belastung der Kunde tatsächlich rechnen muss. Dieser Anforderung wird die Werbung mit den im Fußnotentext wiedergegebenen Tarifbedingungen nicht gerecht. Denn diese sind entgegen dem Gebot des § 1 Abs. 6 Satz 2 PAngV praktisch kaum lesbar, mit der Folge, dass die durch den blickfangartigen Slogan „Für 0 Cent ab der 2. Minute telefonieren!“ begründete Irreführungsgefahr nicht beseitigt wird (so schon OLG Köln, Urteil vom 28.11.2008 – 6 U 132/08).

4. Dem Kläger steht gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG schließlich auch ein Anspruch auf Zahlung von 200,00 Euro gegen die Beklagte zu.

Für einen Verband, dem es zuzumuten ist, typische und durchschnittlich schwer zu verfolgende Wettbewerbsverstöße zu erkennen und abzumahnern, besteht ein Anspruch auf anteiligen Ersatz der Personal- und Sachkosten in Form einer Kostenpauschale. Der Anspruch ist auch der Höhe nach begründet. In welcher Höhe Verbände eine Kostenpauschale für Personal- und Sachkosten verlangen können, richtet sich nach Lage des Einzelfalls (Hefermehl / Köhler / Bornkamm, Wettbewerbsrecht, 26. Aufl., § 12 UWG Rn. 1.98). In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird ein Betrag von 200,00 Euro für angemessen gehalten (vgl. OLG Hamburg, Urteil vom 25.06.2008 – 5 U 13/07, MMR 2008, 743, 745). Dieser Auffassung schließt sich die Kammer an.

5. Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91 Abs. 1, 709 Satz 1 ZPO.

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

Ausgefertigt

[REDACTED]

Justizobersekretärin
als Urkundsbeamter der Geschäftsstelle
des Landgerichts
