

# AUSFERTIGUNG

U 12031-3

Geschäftsnummer:

**4 U 1173/08**

4 HK.O 182/07 LG Koblenz

Verkündet  
am 18. März 2009

Justizbeschäftigte  
als Urkundsbeamtin der  
Geschäftsstelle

Verbraucherzentrale

Bundesverband

25. März 2009

EINGEGANGEN



## OBERLANDESGERICHT KOBLENZ



IM NAMEN DES VOLKES

## URTEIL

In dem Rechtsstreit

WEB.DE GmbH, vertreten durch die Geschäftsführer [REDACTED], [REDACTED]  
[REDACTED] Elgendorfer Straße 57, 56410 Montabaur

- Beklagte und Berufungsklägerin -

Prozessbevollmächtigte : [REDACTED]

gegen

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände –  
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. -, gesetzlich vertreten durch den Vor-  
stand, Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin

- Kläger und Berufungsbeklagter -

Prozessbevollmächtigter : [REDACTED]

Berlin

14.4.09 R  
20. [REDACTED]

wegen: Unterlassung und Zahlung

Der 4. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Koblenz hat durch den Präsidenten des Oberlandesgerichts ■■■ die Richterin am Oberlandesgericht ■■■ und den Richter am Oberlandesgericht ■■■ auf die mündliche Verhandlung vom 10. März 2009 für Recht erkannt:

- I. Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der 4. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Koblenz vom 19. August 2008 teilweise abgeändert und wie folgt neu gefasst:
  1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Rahmen von Mitteilungen an die Adresse der elektronischen Post von Kunden für die Mitgliedschaft in einem WEB.DE-Club wie aus den als Anlage Antrag 1 und Antrag 2 beigefügten Kopien von Bildschirmausdrucken ersichtlich zu werben und den Preis für eine zwölfmonatige Clubmitgliedschaft in einem Fußnotentext, wie aus Anlage Antrag 2 ersichtlich, darzustellen, wenn der Adressat der Werbemitteilung durch das Betätigen eines dort vorgehaltenen Textfeldes mit der Bezeichnung: „Dankeschön auspacken“ eine Mitgliedschaft in dem Web.de-Club bestätigt, wobei sich an eine dreimonatige kostenlose Mitgliedschaft automatisch eine zwölfmonatige Mitgliedschaft zum Preis von fünf Euro pro Monat anschließt, wenn der Verbraucher nicht innerhalb der ersten drei Monate den Vertrag kündigt.
  2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 200 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basissatz seit dem 11.

Januar 2008 zu zahlen.

- II. Die weitergehende Berufung wird zurückgewiesen.
- III. Die Kosten des Rechtsstreit tragen die Beklagte zu 75 %, der Kläger zu 25 %.
- IV. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Die Parteien können die Vollstreckung jeweils gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 120 % des zu vollstreckenden Betrages abwenden, sofern nicht die vollstreckende Partei vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.
- V. Der Streitwert wird für das Berufungsverfahren auf 15.200,-- € festgesetzt.

**Tatbestand :**

Die Parteien streiten über die wettbewerbsrechtliche Zulässigkeit einer Internetwerbung der Beklagten. Der Kläger ist der bundesweit tätige Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen. Die Beklagte bietet Endverbrauchern unterschiedliche Dienstleistungen für die Nutzung elektronischer Medien an. Sie hat Nutzern ihres Dienstes an deren E-Mail-Adresse Werbemitteilungen folgendem Aussehens übermittelt:

Anlage 1:

**WEB.DE Treuegeschenk** weiter zu FreeMail !?



## Dankeschön!

### Vielen Dank für Ihre Treue!

Sehr geehrter Herr

Sie sind heute genau 3 Jahre Nutzer von WEB.DE FreeMail. Als Dankeschön für Ihre Treue möchten wir Ihnen eine kleine Freude machen:

Genießen Sie 3 Monate lang alle Premium-Funktionen rund um WEB.DE FreeMail kostenlos!

- **Premium E-Mail:** Exklusive Funktionen für Ihr Postfach
- **Unbegrenzter Speicherplatz,** WEB.DE SmartDrive (Festplatte im Internet)
- **maxdome MOVIE-FLAT** Über 120 Filme komplett kostenlos!
- **PC-Sicherheitssoftware** von McAfee 1 Jahr gratis, tolle Rabatte & vieles mehr!

### Unser Dankeschön exklusiv für Sie!

Ja, ich möchte den WEB.DE Club kostenlos testen. Ich akzeptiere die Nutzungsbedingungen und wurde über mein Widerrufsrecht informiert.

[Dankeschön auspacken](#) 

Internet 100%


Anlage 2:

Genießen Sie 3 Monate lang alle Premium-Funktionen rund um WEB.DE FreeMail kostenlos!

### Unser Dankeschön exklusiv für Sie!

- **Premium E-Mail:** Exklusive Funktionen für Ihr Postfach
- **Unbegrenzter Speicherplatz,** WEB.DE SmartDrive (Festplatte im Internet)
- **maxdome MOVIE-FLAT** Über 120 Filme komplett kostenlos!
- **PC-Sicherheitssoftware** von McAfee 1 Jahr gratis, tolle Rabatte & vieles mehr!

Ja, ich möchte den WEB.DE Club kostenlos testen. Ich akzeptiere die Nutzungsbedingungen und wurde über mein Widerrufsrecht informiert.

[Dankeschön auspacken](#) 

\*Hinweis zu Ihrem Treuegeschenk  
WEB.DE schenkt Ihnen die ersten 3 Monate im WEB.DE Club. Sofern Sie Ihre Club-Mitgliedschaft nicht innerhalb der 3 Monate beenden, verlängert sich Ihr Vertrag um weitere 12 Monate zum Preis von nur 5,- Euro/Monat. Sie gehen kein Risiko ein: Wenn Sie der WEB.DE Club nicht 100% überzeugt, können Sie Ihren Gratis-Test jederzeit schnell und einfach beenden!

[Diese Seite ausdrucken](#)

[Weiter zu FreeMail](#)  
(Achtung, das Treue-Dankeschön verfällt in diesem Fall!)

Impressum - WEB.DE GmbH - Presse - Werbung - Jobs

Internet 100%

Der Kläger hat die Beklagte erfolglos abgemahnt.

Nach Auffassung des Klägers verstößt die Beklagte gegen §§ 3, 4 Nr. 11 UWG in Verbindung mit § 1 Abs. 1 PAngV, 5 UWG. Die gesamte Gestaltung der Werbung erwecke den Eindruck einer Geschenkkaktion, obwohl letztlich eine kostenpflichtige Clubmitgliedschaft angeboten werde.

Zudem verstoße die Nennung nur des Monatspreises für die Clubmitgliedschaft gegen die Preisangabenverordnung, da der Endpreis, der für die Leistung insgesamt zu zahlen sei, nicht genannt werde.

Der Kläger hat beantragt,  
die Beklagte zu verurteilen,

1. es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Rahmen von Mitteilungen an die Adresse der elektronischen Post von Kunden für die Mitgliedschaft in einem WEB.DE-Club wie aus den als Anlage Antrag 1 und Antrag 2 beigefügten Kopien von Bildschirmausdrucken ersichtlich zu werben und den Preis für eine zwölfmonatige Clubmitgliedschaft in einem Fußnotentext, wie aus Anlage Antrag 2 ersichtlich, darzustellen, wenn der Adressat der Werbemitteilung durch das Betätigen eines dort vorgehaltenen Textfeldes mit der Bezeichnung: „Dankeschön auspacken“ eine Mitgliedschaft in dem WEB.DE-Club bestätigt, wobei sich an eine dreimonatige kostenlose Mitgliedschaft automatisch eine zwölfmonatige Mitgliedschaft zum Preis von fünf Euro pro Monat anschließt, wenn der Verbraucher nicht innerhalb der ersten drei Monate den Vertrag kündigt;

und/oder

den Preis für eine durch das Betätigen des Textfeldes „Dankeschön“ zustande gekommene Mitgliedschaft wie folgt darzustellen:

„Sofern Sie Ihre Club-Mitgliedschaft nicht innerhalb von 3 Monaten beenden, verlängert sich Ihr Vertrag um weitere 12 Monate zum Preis von nur 5,-- €/Monat“.

2. an den Kläger 200 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basissatz seit Rechtshängigkeit (11. Januar 2008) zu zahlen.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Das Landgericht, auf dessen Entscheidung zur weiteren Darstellung Bezug genommen wird, hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt, da die beanstandete Werbung irreführend und geeignet sei, zu einer erheblichen Wettbewerbsbeeinträchtigung zu führen. Auch ein Verstoß gegen § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV liege vor, da in der Preisangabe der Beklagten im Sternchenhinweis die Endpreisangabe für den 12-Monatszeitraum fehle.

Gegen das ihr am 21. August 2008 zugestellte Urteil hat die Beklagte am 22. September 2008, einem Montag, Berufung eingelegt und diese mit Schriftsatz vom 21. Oktober 2008 (eingegangen bei Gericht am selben Tag) begründet.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Landgerichts Koblenz vom 19. August 2008 – 4 HK.O 182/07 aufzuheben und die Klage abzuweisen.

Der Kläger beantragt,

die Berufung der Beklagten kostenpflichtig zurückzuweisen.

Beide Parteien wiederholen und vertiefen ihr erstinstanzliches Vorbringen.

Wegen der Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die von den Parteien gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

### Entscheidungsgründe

Die form- und fristgerecht eingelegte Berufung ist zulässig, jedoch nur teilweise begründet.

1. Dem Kläger steht gegen die Beklagte ein Anspruch auf Unterlassung der beanstandeten Werbeaktion aus §§ 3, 5, 8 Abs. 1 UWG zu. Der geltend gemachte Zahlungsanspruch folgt aus § 12 Abs. 1 S. 2 UWG.

Der Kläger verlangt von der Beklagten, es zu unterlassen, bei Kunden in der Form zu werben, dass der Adressat der Bewerbermitteilung durch das Betätigen eines dort vorgehaltenen Textfeldes mit der Bezeichnung "Dankeschön auspacken" eine Mitgliedschaft in dem Web.de-Club bestätigt, wobei sich die dreimonatige kostenlose Mitgliedschaft automatisch um 12 Monate zum Preis von fünf € pro Monat verlängert, wenn der Verbraucher nicht innerhalb der ersten drei Monate den Vertrag kündigt.

Insoweit hat das Landgericht die Beklagte zu Recht und mit zutreffender Begründung, auf die zur weiteren Darstellung Bezug genommen wird, zur Unterlassung und Zahlung verurteilt. Im Hinblick auf die Berufungsbegründung und den Schriftsatz der Beklagten vom 10. Dezember 2008 ist dem lediglich das Folgende hinzuzufügen:

- a) Zutreffend hat das Landgericht die von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätze zur Blickfangwerbung angewendet.

Von Blickfangwerbung wird gesprochen, wenn im Rahmen einer



Gesamtankündigung einzelne Angaben im Vergleich zu sonstigen Angaben besonders herausgestellt sind, wodurch die Aufmerksamkeit des Publikums erweckt werden soll (Hefermehl/Köhler/Bornkamm, UWG, § 5 Rn. 2.93).

Entgegen der Auffassung der Beklagten ist somit nicht erforderlich, dass verschiedene Produkte beworben werden. Es genügt vielmehr, dass im Rahmen einer Werbeanzeige einzelne Aussagen besonders hervorgehoben werden. Dies ergibt sich bereits aus der vom Landgericht zitierten Entscheidung des Bundesgerichtshofs BGHZ 139, 368 = WRP 1999, 90 = MMR 1999, 156, in der die Werbung für ein einzelnes Handy unter dem Gesichtspunkt der Blickfangwerbung beurteilt wurde. Entscheidend ist, dass einzelne Angaben blickfangmäßig herausgestellt werden. Dies ist hier der Fall. Auch insoweit weist das Landgericht zutreffend darauf hin, dass der angebliche Geschenkcharakter blickfangmäßig herausgehoben wird, indem im oberen Teil der Webseite übereinander gestapelte Geschenkpäckchen und ein festtagsmäßig mit einem Hut geschmückter Hund dargestellt werden und in großen Buchstaben in Fettdruck die Absicht der Beklagten, den angesprochenen Verbrauchern "Dankeschön" zu sagen, mehrfach hervorgehoben wird.

Eine andere Beurteilung ergibt sich entgegen der Auffassung der Beklagten auch nicht daraus, dass der Betrachter sich nach deren Auffassung konzentriert der eingeblendeten Werbung zuwendet. Insoweit kann bereits dahinstehen, ob der Kunde, der mit dem Loginvorgang beschäftigt ist, sich der für ihn unvermutet eingeblendeten Zwischenseite mit der üblichen Sorgfalt zuwenden wird. Denn auch dann ändert sich der blickfangmäßige Charakter der Darstellung nicht.

Zu Recht wertet das Landgericht die blickfangmäßig herausgestellte Darstellung des Geschenkcharakters als irreführend. Dem



Kunden wird keine Vergünstigung gewährt, vielmehr wird ihm eine Art Probeabonnement angedient, an das sich, falls nicht rechtzeitig die Kündigung erfolgt, nahtlos ein kostenpflichtiges Abonnement der von der Beklagten zur Verfügung gestellten Leistungen anschließt.

- b) Zutreffend erörtert das Landgericht weiter die Frage einer Irrtumsausschließenden Aufklärung. Nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes darf eine blickfangmäßig herausgestellte Angabe für sich genommen nicht unrichtig oder auch nur für den Verkehr missverständlich sein. Eine Irrtumsausschließende Aufklärung kann in solchen Fällen durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis erfolgen, wenn dieser am Blickfang teilhat und dadurch eine Zuordnung zu den herausgestellten Angaben gewahrt bleibt (vgl. BGHZ 139, 368, 376 - Handy für 0,00 DM; BGH, Ur. v. 17.2.2000 - I ZR 254/97, GRUR 2000, 911, 912 = WRP 2000, 1248 - Computerwerbung I; Ur. v. 24.10.2002 - I ZR 50/00 – Computerwerbung II, NJW 2003, 894). Das ist hier nicht der Fall.

Wie deutlich Stern und aufklärender Hinweis gestaltet sein müssen, hängt von den Umständen des Einzelfalls ab (Bornkamm in Hefermehl/Köhler/Bornkamm, UWG, 26. Auflage 2008, § 5 Rn. 2.98). Im vorliegenden Fall ist der Sternchenhinweis nicht hinreichend deutlich. Dies resultiert bereits daraus, dass der Hinweis an einem Wort festgemacht ist, das selbst nicht hinreichend am Blickfang teilnimmt. Blickfangmäßig herausgestellt ist die Überschrift "Dankeschön! Vielen Dank für Ihre Treue!" Es folgt in um ein vielfaches kleinerer Schrift kurz die Angabe der Gründe, warum ein Dankeschön für die Treue gewährt werden soll, danach der Satz "Genießen Sie drei Monate lang alle Premium-Funktionen rund um WEB.DE Freemail **kostenlos\***!". Darunter aufgeführt heißt es abermals in großen Buchstaben „Unser Dankeschön exklusiv für Sie!“, daneben finden sich sowohl durch ein auffälliges Aufzäh-

lungszeichen als auch Fettdruck blickfangmäßig herausgestellt vier Vorteile, die dem Kunden gewährt werden sollen. Darunter befindet sich ein ebenfalls farblich und durch ein Logo deutlich betonter Button mit der in Fettdruck gehaltenen Aufschrift "Danke schön auspacken". Diese Anordnung der Schriftzeichen birgt auch für den situationsangemessen aufmerksamen Kunden, der auch nach der von der Beklagten in der mündlichen Verhandlung geäußerten Auffassung als Maßstab heranzuziehen ist, die Gefahr, lediglich die Titelleiste, die abgesetzte und hervorgehobene Aufzählung der Vorteile und den Dankeschön-Button zu registrieren, während die in kleiner Schrift gehaltene Aussage zu den Premium-Funktionen nebst dem in sie integrierten Sternchenhinweis leicht überlesen werden. Dass der Hinweis „kostenlos\*“ in Fettdruck gehalten ist, reicht im Hinblick auf die geringe Größe der Schrift dieses Wortes und die allein aufgrund ihres Umfangs den Blick auf sich ziehende Aufzählung darunter nicht hin, ein Überlesen zu verhindern. Darauf, ob die Einteilung des Bildschirms auch noch so gehalten war, dass den Kunde scrollen musste, um den Sternchenhinweis zu finden, d.h. dieser nur bei sorgfältigerer Untersuchung der Seite auffindbar war, kommt es daher nicht mehr an.

Anderes ist auch nicht der von der Beklagten zitierten Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BGHZ 139, 368 = MMR 1999,156) zu entnehmen. Hier hat der Bundesgerichtshof vielmehr festgestellt, dass das in der Werbung herausgestellte Angebot für den Erwerb eines Mobiltelefons, das bei gleichzeitigem Abschluss eines Netzkartenvertrags nichts oder fast nichts kosten solle, irreführend sei und gegen die Preisangabenverordnung verstoße, wenn die für den Verbraucher mit Abschluss des Netzkartenvertrags verbundenen Kosten nicht deutlich kenntlich gemacht werden, d.h. nicht räumlich eindeutig dem blickfangmäßig herausgestellten Preis für das Mobiltelefon zugeordnet sowie gut lesbar und grundsätzlich vollständig sind. An einer solchen räumlich ein-

deutigen Zuordnung sowie der guten Lesbarkeit fehlt es im vorliegenden Fall.

- c) Soweit die Beklagte sich auf mangelnde Schlüssigkeit der Klage beruft, da nach ihrer Auffassung auch die zu der beanstandeten Seite gehörenden weiteren Internetseiten vorgelegt werden müssten, bleibt sie ohne Erfolg. Der Dankeschön-Button konnte betätigt und das Probeabonnement abgeschlossen werden, ohne dass der Kunde über die Seite mit den Nutzungsbedingungen und dem Widerrufsrecht geleitet wurde. Es reichte hin, die Kenntnisnahme durch Anhaken einer auf der beanstandeten Seite befindlichen Checkbox zu bestätigen. Dem Senat ist aus eigener Anschauung bekannt, dass Nutzungsbedingungen und das Widerrufsrecht häufig auch von aufmerksamen Internetnutzern nicht zu Kenntnis genommen werden. Diese Seiten waren bereits von daher nicht geeignet, die Irreführung durch die beanstandete Werbung zu beseitigen, ihre Vorlage zur Schlüssigkeit der Klage somit auch nicht erforderlich.

2. Die Berufung der Beklagten hat jedoch insoweit Aussicht auf Erfolg, als sie sich gegen die Verurteilung zur Unterlassung der Darstellung des Preises für eine Club-Mitgliedschaft in folgender Form wendet: „Sofern Sie Ihre Club-Mitgliedschaft nicht innerhalb von drei Monaten beenden, verlängert sich Ihr Vertrag um weitere 12 Monate zum Preis von nur 5,- Euro/Monat“. Der Kläger beanstandet insoweit, dass die Beklagte nicht den Jahresbeitrag nennt.

Anders als das Landgericht sieht der Senat in der Nennung eines monatlichen Preises jedoch keinen Verstoß gegen die Preisangabenverordnung. Die Beklagte gewährt bei einer Club-Mitgliedschaft Vorteile wie besondere Funktionen bei der Nutzung von E-Mail, unbegrenzten Speicherplatz im Internet, die so genannte Maxdome MOVIE-FLAT sowie die kostenlose Nutzung einer Sicherheits-Software für ein Jahr. Die Mitgliedschaft verschafft dem Kunden

somit vor allen Dingen Dienstleistungen aus dem Bereich der Telekommunikation. Entgegen der Auffassung des Klägers handelt es sich sowohl bei der MOVIE-FLAT als auch bei dem Sicherheitspaket um derartige Dienste. Bei der MOVIE-FLAT ergibt sich dies schon daraus, dass die Filme im über das Internet auf den jeweiligen PC geleitet werden. Auch die Sicherheitssoftware ist in der vorliegenden Konstellation den Telekommunikationsdiensten zuzurechnen, da sie die Nutzung der von der Klägerin in der Hauptsache angebotenen Dienste (E-Mail, Speicherplatz etc.) absichern soll. Für den Bereich der Telekommunikationsdienste ist es jedoch auch bei so genannten Flatrates, bei denen anders als in dem vom BGH entschiedenen Fall - Urteil vom 8. Oktober 1998, I ZR 7/97 - keine gesonderten Nutzungskosten anfallen, üblich, die Kosten pro Monat anzugeben. Die Angabe jährlicher Preise beziehungsweise der über die (Mindest-)Vertragslaufzeit hinweg anfallenden Preise würde die Vergleichbarkeit der Leistungen für den Kunden somit nicht erleichtern, sondern erschweren. Hinzu kommt, dass ein Endpreis auch deswegen nicht zuverlässig genannt werden kann, weil es sich bei der Mitgliedschaft um ein Dauerschuldverhältnis handelt, dessen Ende bei Vertragsschluss nicht abzusehen ist. Denn die Mitgliedschaft endet nicht automatisch nach einem Jahr, sondern verlängert sich über diesen Zeitraum hinaus, wenn der Kunde nicht kündigt. Insoweit unterscheidet sich der hier zu entscheidende Fall auch wesentlich von den vom Klägervertreter in der mündlichen Verhandlung in Bezug genommenen Kreditverträgen etwa für Möbel, bei denen eben nicht laufend neue Leistungen des Verkäufers bzw. Dienstleisters erbracht werden, so dass der Gesamtumfang der Leistung von der Dauer des Rechtsverhältnisses abhängt.

Anderes ergibt sich auch nicht daraus, dass die Beklagte in den „wichtigen Informationen zur Mitgliedschaft“ ausführt: „Der Club-Beitrag für den 12-Monatsvertrag beträgt 60,00 € inklusive MwSt“.

3. Ohne Erfolg bleibt die Berufung hinsichtlich der Verurteilung zur Zahlung vorgerichtlicher Mahnkosten in Höhe von 200 €. Die Ab-

mahnung war hinsichtlich des wesentlich gewichtigeren Teils des Antrags berechtigt. Die vom Landgericht vorgenommene Schätzung ist nicht zu beanstanden. Unstreitig hat der Kläger den Betrag nach dem durchschnittlichen Aufwand für eine Abmahnung unter Einbeziehung von Personal- und Sachmitteln berechnet, ein Aufwand von nur 200 € pro Abmahnung entspricht auch den für die Abmahnung durch einen Verbraucherschutzverband üblicherweise angesetzten Abmahnkosten.

4. Die Revision war nicht zuzulassen, da die Entscheidung keine Frage von grundsätzlicher Bedeutung betrifft. Insbesondere ist die Frage, ob der (Jahres-)Endpreis für die Clubmitgliedschaft zu nennen ist, abhängig davon, inwieweit die hier im Einzelfall zu beurteilende Clubmitgliedschaft Telekommunikationsdienste umfasst. Eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung liegt daher auch insoweit nicht vor.
5. Die Kostenentscheidung folgt aus §§ 92 Abs.1, 97 Abs. 1 ZPO.
6. Der Streitwert war entsprechend den Angaben der Klägerin und der landgerichtlichen Festsetzung auf 15.200, - € zu bemessen.

■■■■■  
Präsident des  
Oberlandesgerichts

■■■■■  
Richterin am  
Oberlandesgericht

■■■■■  
Richter am  
Oberlandesgericht

Ausgefertigt:  
■■■■■  
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle  
des Oberlandesgerichts

