Stromtarif „Festpreis“ ist irreführend

Eigener Leitsatz:

Die Werbung eines Stromtarifes mit einem „Festpreis“ ist irreführend, wenn ein höherer Anteil als 40 % des Strompreises variabel ist.

Oberlandesgericht Hamm

Urteil vom 08.11.2011

Az.: I-4 U 58/11

Tenor:

Die Berufung der Beklagten gegen das am 16.02.2011 verkündete Urteil der VI. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Dortmund wird zu-rückgewiesen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Berufungsverfahrens.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Die Beklagte kann die Vollstreckung der Klägerin durch Sicherheitsleis-tung in Höhe von 140.000,- € abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Entscheidungsgründe:

A.

Die Parteien stehen als Energieversorgungsunternehmen miteinander im Wettbewerb in Bezug auf die Lieferung von Strom an Endkunden. Die Beklagte bietet einen Tarif S T an und

bewarb ihn im Oktober auf ihrer Internetseite mit der Überschrift:

"*Festpreis* bis zu 36 Monaten konservieren. Genießen Sie Preissicherheit* – bis 30.06.2013*".

Am Ende des Angebots wurde der Sternchenhinweis wie folgt aufgelöst:

"*Ausgenommen sind Änderungen durch Umsatz- und/oder Stromsteuer und eventuelle neue Steuern sowie durch Änderungen der erneuerbare-Energie-Gesetz-Umlage.*"

Wegen der Einzelheiten des Werbeangebots der Beklagten, das die Klägerin als irreführende Werbung beanstandet, wird auf die Anlage K 3 (GA 15, 16) Bezug genommen.

Die Klägerin hat im Vorspann der Klagebegründung die Zulässigkeit einer solchen Werbung verneint, weil mit dem Begriff "*Festpreis*" geworben und dabei ein Anteil von über 40 % des Gesamtpreises von der Preisgarantie ausgenommen werde. Sie hat deshalb mit ihrem Klageantrag die Unterlassung einer solchen Werbung begehrt,

"*wenn tatsächlich preisbildende Faktoren, insbesondere die Umsatzsteuer und/oder Stromsteuer und eventuelle neue Steuern oder Änderungen der EEG-Umlage variabel seien*".

Daneben hat sie Erstattung von außergerichtlichen Rechtsanwaltsgebühren in Höhe von 1.780,20 € nebst Zinsen begehrt.

In der näheren Begründung hat die Klägerin angeführt, dass die Verbraucher irregeführt würden, weil der Stromtarif von der Beklagten mit dem Begriff "*Festpreis*" beworben werde, obwohl diverse Preisbestandteile variabel bleiben sollten. Durch einen bloßen Sternchenhinweis könne die durch die Verwendung des Begriffes "*Festpreis*" begründete Verbrauchervorstellung einer Preisgarantie nicht relativiert und in ihr Gegenteil

verkehrt werden. Selbst wenn man hier aber einen Sternchenhinweis als ausreichende Aufklärung für möglich erachte, werde der Verbraucher jedenfalls deshalb irregeführt, weil im vorliegenden Fall ein so hoher Anteil von über 40 % des Preises variabel sei und der Verbraucher dies nicht wisse und darüber auch nicht aufgeklärt werde.

Die Klägerin hat beantragt,

1.
der Beklagten bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr gegenüber Verbrauchern einen Stromtarif, insbesondere den Stromtarif "*T*" mit der Formulierung "*Festpreis*" zu bewerben, wenn tatsächlich preisbildende Faktoren, insbesondere die Umsatzsteuer und/oder Stromsteuer und eventuelle neue Steuern oder Änderungen der EEG-Umlage variabel sind, soweit die Werbung wie im Internet-Auftritt vom 14.10.2010 (Anlage K 3) erfolgt ist;

2.
die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin die außergerichtlichen Rechtsanwaltsgebühren der Prozessbevollmächtigten der Klägerin in Höhe von 1.780,20 € nebst 5 Prozentpunkten Zinsen über dem jeweiligen Basiszinssatz hieraus seit dem 24.07.2010 zu bezahlen.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hält es für entscheidend für die Vorstellung der Verbraucher, dass der Begriff "*Festpreis*" erkennbar nicht vorbehaltlos, sondern mit einem erläuternden Sternchenhinweis verwendet werde. Das sei zulässig und schließe eine Irreführung aus. Ein "*Festpreis*" suggeriere nämlich nicht per se für alle Preisfaktoren eine Preisgarantie. Durch den hiesigen ausreichend deutlichen Sternchenhinweis werde den Verbrauchern vielmehr eindeutig signalisiert, dass der Festpreis nicht grenzenlos gelte, sondern dass gesetzliche

Änderungen in Bezug auf Steuern und Abgaben von der Preisgarantie ausgenommen sein sollten. Dem durchschnittlich informierten und verständigen Stromkunden, wie er dem europäischen Verbraucherleitbild entspreche, sei bekannt, dass sich der Strompreis aus zwei Komponenten, nämlich der vom Unternehmen selbst beeinflussbaren Wirtschaftskomponente und der nicht zu beeinflussenden staatlichen Komponente, durch die mittels Steuern und Abgaben in nicht unerheblicher Höhe Einfluss auf den Preis genommen werde, zusammensetze. Aufgrund dieses Vorwissens erkenne der Verbraucher, dass die Beklagte zwar für den Bestand des in ihrem Verantwortungsbereich liegenden Nutzungsentgeltes garantieren, nicht aber für etwaige Zusatzkosten aus dem staatlichen Bereich, auf die sie keinen Einfluss habe, aufkommen wolle. Es könne dabei überhaupt nicht darauf ankommen, welchen Umfang die garantierten Preisbestandteile im Verhältnis zum Gesamtpreis einnähmen. Selbst wenn man das anders sähe, reiche es aus, wenn jedenfalls mehr als die Hälfte des Gesamtpreises von der Preisgarantie erfasst würden, wie es hier der Fall sei. Für die Beurteilung der geltend gemachten Irreführung sei es auch völlig unerheblich, ob sich die vom Festpreis erfassten Faktoren tatsächlich oder sehr wahrscheinlich erhöht hätten oder ob gerade im Hinblick auf die staatliche Preiskomponente mit einem Anstieg zu rechnen gewesen sei.

Das Landgericht hat die Beklagte antragsgemäß verurteilt.

Die Werbung der Beklagten für den Stromtarif "*T*" mit dem Begriff "*Festpreis*" sei irreführend, weil es sich bei dem Stromtarif nur um einen Teilfestpreis handele. Dem stehe der Sternchenhinweis nicht entgegen. Eine Festpreiswerbung vermittle dem Verkehr den Eindruck, dass der beworbene Preis ein Inklusivpreis sei und vom Anbieter nach oben nicht abgeändert werde. Diesen Eindruck verstärke die Beklagte durch die Verwendung der zusätzlichen Begriffe "*Preissicherheit*", "*Planungssicherheit*" und durch den Namen "*T*". Es könne dahinstehen, ob bereits die äußere Gestaltung der Werbung

irreführend sei, weil der Sternchenhinweis nicht hinreichend ins Auge falle. Die mit dem Sternchenhinweis verbundene Einschränkung des Festpreises sei jedoch allein wegen des Umfangs der damit vorgenommenen Einschränkungen des Festpreises irreführend. Es könne nicht unterstellt werden, dass ein Durchschnittsverbraucher die genaue Zusammensetzung des Strompreises kenne und damit rechne, dass die sogenannte staatliche Komponente des Strompreises 40 % ausmache.

Der Zahlungsanspruch folge aus § 12 Abs. 1 S. 2 UWG.

Gegen dieses Urteil richtet sich die Berufung der Beklagten, mit der sie weiterhin die Abweisung der Klage begehrt.

Die Beklagte ist der Ansicht, dass ihre Bewerbung des Stromproduktes "*T*" keine irreführende Werbeaussage darstellt. Hinsichtlich der Verbrauchs-gewohnheiten und –erwartungen sei davon auszugehen, dass den Verbrauchern bei staatlich regulierten Produkten wie Zigaretten, Benzin oder Strom bestens bekannt sei, dass sich die Preise hier aus zwei grundsätzlich verschiedenen Komponenten zusammensetzten, nämlich einerseits aus Steuern und Abgaben ("*staatliche Komponente*") und andererseits aus den der freien Wirtschaft unterliegenden Preiskomponenten ("*freie Wirtschaftskomponente*"). Auch sei allgemein bekannt, dass in diesem regulierten Marktsegmenten die staatliche Preiskomponente erheblich sei und zum Teil sogar (wie bei Benzin der Fall) den überwiegenden Teil des Verbraucherpreises ausmachen könne.

Das Landgericht habe nicht dargelegt, aus welchen Gründen die beanstandete Werbung zu einer Fehlvorstellung der Verbraucher führe. Festzustellen sei, dass die Beklagte keine vorbehaltlose Garantie eines "*Festpreises*" abgegeben habe. Unterstelle man, dass der Begriff "*Festpreis*" blickfangmäßig verwendet worden sei, wäre aber durch den Sternchenhinweis eindeutig signalisiert worden, dass der beworbene Festpreis selbstverständlich nicht grenzenlos gelte.

Es treffe auch nicht zu, dass die Aufklärung durch den Sternchenhinweis hier deshalb ihre Grenze finde, weil die aufzuklärende Angabe – "*Festpreis*" – gewissermaßen in ihr Gegenteil verkehrt würde und sich somit als "dreiste Lüge erweise. Die Auffassung, die Bezeichnung "*Festpreis*" sei per se als "*Gesamtfestpreis*" zu verstehen und betreffe alle Preisfaktoren und –komponenten, sei nicht richtig. Auch die Auffassung, dass zwar die Angabe "*Festpreis*" durch einen Sternchenhinweis in quantitativer Hinsicht eingeschränkt werden könne, jedoch bei der hier in Rede stehenden Werbung der zulässige Umfang einer solchen Einschränkung überschritten worden sei, treffe nicht zu. Denn hier sei mit der freien Wirtschaftskomponente ein Anteil von 60 % der Festpreiszusage unterworfen, also der überwiegende Teil des von den Verbrauchern zu zahlenden Strompreises.

Die Annahme, der Verbraucher würde die streitgegenständliche Werbung dahingehend verstehen, dass mehr als 60 % des Preises fest und damit weniger als 40 % variabel seien, werde vom Landgericht nicht begründet. Eine dahingehende Irreführung sei angesichts des dargestellten werblichen Umfeldes auch nicht plausibel.

Das Urteil des Landgerichts gerate auch in Konflikt mit dem "*Labelling Approuch*" des EuGH. Danach sei vor Einstufung einer Werbung als irreführend stets vorrangig zu prüfen, ob durch eine geeignete Etikettierung der Ware als milderes Mittel ein Verbot vermieden werden könne.

Unter Hinweis auf die Entscheidung des BGH vom 24.03.2011 (GRUR 2011, 521 – TÜV I) hat die Beklagte weiterhin gerügt, dass der Unterlassungsanspruch hier auf alternativ vorgetragene unterschiedliche Klagegründe gestützt werde, ohne dass klargestellt werde, ob die Gesichtspunkte alternativ oder kumulativ verfolgt würden.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Landgerichts Dortmund vom 16.02.2011 abzuändern und die Klage abzuweisen.

Die Klägerin beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Sie verteidigt das angefochtene Urteil. Sie hat im Senatstermin durch ihren Prozessbevollmächtigten erklärt, ihr Klagebegehren darauf zu stützen, dass mit dem Begriff "*Festpreis*" geworben werde, obwohl Faktoren des Gesamtpreises von der Preisgarantie ausgenommen würden, die zum Zeitpunkt der Werbung über 40 % ausgemacht hätten.

Sie ist der Ansicht, dass zum angesprochenen Verkehrskreis jeder Verbraucher gehöre, der Strom benötige. Adressat sei daher jedes volljährige Mitglied eines Privathaushaltes in Deutschland. Der größte Teil dieser Personengruppe habe keinerlei Kenntnis darüber, dass sich der Stromkreis aus verschiedenen Bestandteilen zusammensetze, insbesondere aus welchen Bestandteilen sich der Stromkreis zusammensetze und welche Bestandteile durch den Gesetzgeber bestimmt würden und welche Bestandteile vom Stromversorger selbst beeinflusst werden könnten, geschweige denn, wie groß die jeweiligen Anteile seien.

Die Angaben in der Werbung der Beklagten seien, was die Preisbildung betreffe, unzutreffend und führten daher zur Irreführung des Verbrauchers. Die Beklagte verwende den Begriff "*Festpreis*" und rufe so beim Durchschnittsverbraucher, der sich auf der Internetseite der Beklagten informiere oder die geschaltete Werbung wahrnehme, den Eindruck hervor, dass es sich bei dem dort genannten Preis um einen konstanten Preis handele, der nicht variabel sei. Maßgeblich sei die Einschätzung des Werbeadressaten in dem Moment, in dem er den Begriff Festpreis lese, da er in diesem Moment die Entscheidung treffe, sich mit diesem Angebot näher zu befassen. Unabhängig davon werde der Kunde aber auch in den

AGB nicht darüber aufgeklärt, dass 40 % seines "*Festpreises*" eben nicht "*fest*" seien.

Der Hinweis in der Fußnote verkehre den Eindruck des Verbrauchers aus der Blickfangwerbung in das Gegenteil, nämlich dass der Strompreis gerade nicht fest sei, sondern variabel. Selbst wenn die Verbraucher die Fußnote aufmerksam lesen würden, würde ihnen das Fachwissen fehlen, dass mit den Angaben etwa 40 % der Preisbestandteile der gesetzlichen Regelung unterliegen würden.

Der Labeling Approach habe nur Geltung bei der Problematik der Herkunftstäuschung bzw. im Markenrecht. Um diese Problematik gehe es hier aber nicht. Vielmehr stehe hier allein die Frage der Preisgestaltung bzw. der Preishöhe in Rede.

Wegen des weiteren Vortrags der Parteien wird auf den Inhalt der gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

B.

Die zulässige Berufung der Beklagten ist unbegründet.

Die Klägerin hat gegen die Beklagte einen Anspruch auf Unterlassung der Werbung für den Stromtarif "*T*" mit dem Begriff "*Festpreis*" gemäß §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1, 3, 5 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 UWG und dementsprechend auch einen Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten.

I.

Der Unterlassungsantrag ist bestimmt genug, insbesondere nachdem die Klägerin in der mündlichen Verhandlung vor dem Landgericht den konkreten Wettbewerbs-verstoß durch Bezugnahme auf die Anlage K3 in den Antrag aufgenommen hat.

II.

Aus dem Klageantrag allein kann vorliegend aber noch nicht auf den Streitgegenstand geschlossen werden. Grundsätzlich wird

der Streitgegenstand durch den Klageantrag und den zu seiner Begründung vorgetragenen Lebenssachverhalt (Klagegrund) bestimmt. Im Klageantrag konkretisiert sich die vom Kläger begehrte Rechtsfolge, wie sie aus dem dazu vorgetragenen Lebenssachverhalt hergeleitet wird. Beim Unterlassungsantrag besteht die begehrte Rechtsfolge im Verbot eines bestimmten Verhaltens, das der Kläger im Klageantrag und der zur Auslegung heranzuziehenden Klagebegründung festgelegt hat (Köhler / Bornkamm UWG, 29. Aufl., § 12 Rn 2.23 m.w.N.). Dementsprechend muss die Klägerin dazu darlegen, welche Vorstellung der angesprochenen Verbraucher sie der Werbung entnimmt und wieso diese falsch sein soll. Gibt es insoweit verschiedene Möglichkeiten, können darin auch verschiedene Streitgegenstände zu sehen sein. Im vorliegenden Fall hat die Klägerin spätestens im Senatstermin klargestellt, dass sie die Irreführung darin sieht, dass mit dem Begriff "Festpreis" geworben werde, obwohl Faktoren des Gesamtpreises von der Preisgarantie ausgenommen würden, die zum Zeitpunkt der Werbung über 40 % ausgemacht hätten. Für ein solches Begehren sprechen neben den Ausführungen im Vorspann zur Klagebegründung auch die Fassung des Antrages, der den Inhalt des Sternchenhinweises einbezieht.

III.

Der Anspruch auf Unterlassung der Werbung für den Stromtarif "*Strom 36max*" mit dem Begriff "*Festpreis*" ergibt sich aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1, 3, 5 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 UWG aus dem Gesichtspunkt der irreführenden geschäftlichen Handlung.

1.
Die Klägerin ist gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG aktivlegitimiert. Bei den Parteien handelt es sich um Wettbewerber, die auf dem Strommarkt deutschlandweit tätig sind.

2.
Die Beklagte hat mit der Verwendung der Bezeichnung "*Festpreis*" für einen Stromtarif eine solche irreführende

geschäftliche Handlung vorgenommen, die unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über die Art des Preises enthält (§ 5 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 UWG). Insoweit reicht schon die Gefahr der Irreführung.

Bei der beanstandeten Werbung des Tarifs "*T*" als "*Festpreis*" handelt es sich um eine unklare und deshalb aufklärungsbedürftige Werbeangabe.

a.
Eine solche Irreführung liegt vor, wenn die angesprochenen Verkehrskreise sich aufgrund der Werbeaussage eine bestimmte Vorstellung machen, die nicht der Wirklichkeit entspricht und deshalb täuschen kann. Es ist also zu fragen, wer die angesprochenen Verkehrskreise sind, welche Vorstellung sie sich von der Bezeichnung "*Festpreis*" im Zusammenhang mit der beanstandeten Internetwerbung für den Stromtarif der Beklagten machen und ob diese Vorstellung der Wirklichkeit entspricht. Ist das nicht der Fall, muss die Fehlvorstellung geeignet sein, auf eine Entscheidung der Verkehrskreise Einfluss zu nehmen, sich für den Stromtarif der Beklagten zu entscheiden.

b.
Angesprochen werden hier mit der Prospektwerbung alle Verbraucher, die Strom benötigen und Stromlieferungsverträge abschließen, als die allgemeinen Verkehrskreise. Zu diesen gehören auch die Senatsmitglieder, so dass der Senat die Verbrauchervorstellung aufgrund eigener Betroffenheit, der Sachkunde durch die Befassung mit vergleichbaren Fällen und der Lebenserfahrung selbst beurteilen kann.

c.
Ein nicht unerheblicher Teil der maßgeblichen allgemeinen Verkehrskreise bei dieser Art der Werbung der Beklagten nimmt an, dass der als solcher bezeichnete Festpreis für drei Jahre jedenfalls ganz überwiegend, also etwa zu mehr als 60 % aus nicht variablen Preisbestandteilen besteht.

aa.
Unter "*Festpreis*" versteht der angesprochene Verbraucher hier zwar keinen Pauschalpreis im Sinne des Baurechts, der das Entgelt auf einen einheitlichen Betrag endgültig festlegt und eine Abrechnung in Bezug auf alle wesentlichen Leistungen entbehrlich macht. Der Stromtarif hat auch aus seiner Sicht die Besonderheit, dass es neben dem festen Grundpreis verbraucherabhängige weitere Preisbestandteile geben soll. Insoweit soll nur der Einheitspreis für die angegebene Laufzeit fest sein. Das Risiko, dass im Bereich des allgemeinen wirtschaftlichen Umfeldes Umstände auftreten, die an sich eine Preiserhöhung erforderlich machen könnten, soll grundsätzlich der Stromlieferant übernehmen. Der Festpreis stellt sich insoweit für den Verbraucher als eine Garantie des unveränderten Grundpreises und der unveränderten Einheitspreise in der Höhe, wie sie zur Zeit verbrauchsabhängig berechnet werden, dar, und zwar für die Dauer von drei Jahren. Gerade weil es insoweit aber um eine Risikoübernahme durch ein Wirtschaftsunternehmen geht, hält es der Verbraucher auch bei einem solchen Festpreis für möglich, dass der Vertragspartner das Risiko nicht ausnahmslos ohne jeden Vorbehalt übernehmen will, insbesondere wenn er an eine Erhöhung des Mehrwertsteuersatzes denkt. Er wird sich der Werbung in einem für ihn so wichtigen Bereich wie der Stromversorgung auch mit normaler Aufmerksamkeit zuwenden und sich erst dann für einen Anbieter oder Tarif entscheiden, wenn er sich nicht nur oberflächlich anhand eines hervorgehobenen Begriffs informiert hat. Er geht deshalb selbst angesichts der hervorgehobenen Verwendung des Begriffs "*Festpreis*" in Zusammenhang mit dem beworbenen Tarif von einer Werbeaussage aus, die möglicherweise noch weiter erläutert werden wird, etwa dahin, in welchem Umfang der Werbende ein von ihm nicht beeinflussbares Risiko von Preiserhöhungen in dem erheblichen Zeitraum ausschließen will. Es stellt deshalb im vorliegenden Fall gerade keine "*dreiste Lüge*" dar, wenn der beworbene Festpreis tatsächlich nicht in Bezug auf alle möglichen Faktoren der Preisbildung fest ist. Es erzeugt noch keine

Fehlvorstellung, wenn die Preisgarantie nicht vorbehaltlos gelten soll, sondern davon bestimmte Ausnahmen gemacht werden sollen. Dem mit dem hervorgehobenen Hinweis auf einen "*Festpreis*" werbenden Stromerzeuger bleibt es also grundsätzlich unbenommen, bestimmte Ausnahmen durch einen Sternchenhinweis zu kennzeichnen. Der Sternchenhinweis muss dann allerdings einen erkennbaren Bezug zu der im Blickpunkt stehenden Werbeaussage haben und darf seinerseits nicht so unvollständig sein, dass er selbst wieder zu einer Fehlvorstellung der Verbraucher führen kann.

bb.
Legt man diese Voraussetzungen im vorliegenden Fall zugrunde, so wird der angesprochene Verbraucher auch hier noch nicht allein dadurch in die Irre geführt, dass bei dem Tarif S T überhaupt von einem "*Festpreis*" die Rede ist.

cc.
Bei einem Produkt wie dem Bezug des täglich benötigten Stroms nimmt der angemessen aufmerksame Verbraucher hier den doppelt vorhandenen Sternchenhinweis als Aufklärungsmöglichkeit und damit auch dessen am Ende derselben Werbeaussage erfolgte Auflösung wahr. Nach dem im Senatstermin endgültig geklärten Streitgegenstand kommt es deshalb darauf an, ob die erfolgte Aufklärung in dem Hinweis geeignet ist, eine durch die Verwendung des der Erläuterung bedürftigen Begriffs "Festpreis" möglich gewordene Fehlvorstellung zu vermeiden. Das ist hier nicht der Fall. Ein nicht unerheblicher Anteil der Verbraucher nimmt mangels geeigneten Vorwissens über die Preisstrukturen beim Strompreis nicht von sich aus an, dass ein so ungewöhnlich hoher Anteil von über 40 % des Gesamtpreises damit variabel wird. In der Stromrechnung tauchen die einzelnen Bestandteile, die den Strompreis bilden, nicht auf. Die Einzelheiten und die wirtschaftliche Bedeutung der EEG-Umlage sind einer großen Anzahl der Verbraucher nicht bekannt. Nach den Erfahrungen mit der bei Umsatzgeschäften regelmäßig anfallenden Mehrwertsteuer gehen sie von einer

Größenordnung von 20 % bis 25 % des Gesamtpreises aus, der der Preisgarantie nicht unterliegen könnte, wenn keine genaueren Angaben gemacht werden. Selbst wenn der Verbraucher weiß, dass etwa beim Benzin die staatlichen Abgaben einen Großteil des Preises ausmachen, der weit mehr als 50 % beträgt, überträgt er dieses Wissen mangels einer geeigneten Vergleichsgrundlage nicht auf die Strompreise. In jedem Fall nimmt er nicht nur an, dass mehr als 50 % des Strompreises gesichert sind, sondern geht von einem erheblich größerem Anteil aus, ohne dass dieser genau beziffert werden müsste.

d.
Diese Vorstellung eines maßgeblichen Teils der Verbraucher ist aber falsch. Unstreitig ist ein höherer Anteil des Strompreises als 40 % nach dem Vorbehalt der Beklagten variabel und damit weniger als 60 % fest. Jedenfalls damit rechnet der angesprochene Verbraucher nicht.

Hinzu kommt noch folgender weiterer Aspekt. Der Verbraucher kennt jedenfalls den genauen Anteil der variablen Preisbestandteile nicht. Deshalb hätte es hier der Beklagten, die mit der Verwendung des erläuterungsbedürftigen Begriffs "*Festpreis*" geworben und damit eine bestimmte Vorstellung erweckt hat, oblegen, die Ausnahmen oder Einschränkungen der von ihr übernommenen Preisgarantie so zu beschreiben, dass der Verbraucher eine Entscheidung über einen Vertragsabschluss unter Berücksichtigung aller für diese wesentlichen Umstände treffen konnte. Insoweit kommen auch die sich aus § 5a UWG ergebenden Aufklärungspflichten zum Zuge, die auch einen mit erläuterungsbedürftigen Begriffen Werbenden treffen können. Die Beklagte hat aber insoweit keine ausreichende Aufklärung vorgenommen. Sie hat in dem entscheidenden Sternchenhinweis nur auf Steuern, Stromsteuer, neue Steuern und die EEG-Abgabe verwiesen, ohne deutlich zu machen, welch hohen Anteil diese Preisfaktoren im Hinblick auf den Gesamtpreis darstellen. Es reicht auch nicht aus, dass an anderer Stelle im Internetauftritt der Beklagten darauf hingewiesen worden ist,

dass sich die EEG-Abgabe um einen ganz erheblichen Anteil erhöht hatte und dass letztlich deshalb der Gesamtstrompreis erhöht werden musste. Abgesehen davon, dass es insoweit an der Mitteilung einer klaren Bezugsgröße fehlt, die der Verbraucher einordnen könnte, muss er diese weiteren Informationen nicht lesen, wenn er sich mit der eigentlichen Werbung beschäftigt, die Grundlage des Unterlassungsantrags ist. Schon diese fehlende Aufklärung kann somit die Irreführung begründen. Ob auch andere Anbieter in dieser Branche in gleicher Weise darüber nicht deutlich genug aufklären, ist dabei nicht von Belang.

e.
Die vermeidbare Fehlvorstellung des maßgeblichen Teils der Verbraucher ist auch wettbewerbsrechtlich relevant. Dafür braucht es nicht dazu zu kommen, dass der irregeführte Verbraucher wegen der Fehlvorstellung unter dem Wechsel des Tarifs bei der Beklagten bleibt oder von einem anderen Anbieter sofort zu der Beklagten wechselt. Es reicht völlig aus, wenn er sich aufgrund der Internetwerbung näher mit dem Angebot der Beklagten befasst. Der damit bewirkte Anlockeffekt führt bereits zu einem Wettbewerbsvorteil, der generell geeignet ist, die Kaufentscheidung des Verbrauchers in irgendeiner Weise zu Gunsten der Beklagten zu beeinflussen.

4.
Die Wiederholungsgefahr ist durch den festgestellten Wettbewerbsverstoß indiziert.

IV.
Der Kläger hat gemäß § 12 Abs. 1 S. 2 UWG einen Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten in Höhe von 1.780,20 €, weil die Abmahnung der Klägerin berechtigt gewesen ist (s.o.).

V.
Der Zinsanspruch resultiert aus §§ 286, 288 Abs. 1 BGB.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.