

1&1 und das beste Netz

Oberlandesgericht Hamburg

Urteil vom 18.05.2017

Az.: 3 U 253/16

Tenor

I. Auf die Berufung der Antragstellerin wird das Urteil des Landgerichts Hamburg vom 27.9.2016, Kammer 16 für Handelssachen, Az. 416 HK0 23/16, abgeändert und die Antragsgegnerin wird im Wege der einstweiligen Verfügung über die bisherige Verurteilung hinaus verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft, zu vollstrecken an ihren Geschäftsführern, zu unterlassen,

geschäftlich handelnd

[...]

2. im Internet mit der Aussage „Bei „1&1“ gibt´s das beste Netz“ für die Dienstleistungen von „1&1“ zu werben und/oder werben zu lassen; wenn dies geschieht, wie in dem Werbebanner, das durch die als Anlage K 3 beigelegte Bildabfolge gekennzeichnet wird.

Die Anschlussberufung der Antragsgegnerin wird zurückgewiesen.

II. Die Antragsgegnerin trägt die Kosten des Rechtsstreits erster und zweiter Instanz.

III. Das Urteil und das angegriffene Urteil sind vorläufig vollstreckbar.

Gründe

A.

Die Parteien bieten Telekommunikationsleistungen an. Die Zeitschrift „connect“ führt jährlich einen Breitband- und Festnetztest durch (Anlage K 6). So auch im Jahr 2015. Dabei wurde der Antragsgegnerin, dem Anbieter 1&1, das nachstehende Siegel verliehen:

[Abbildung]

Die Antragsgegnerin bewarb darauf ihr Festnetzangebot in einem TV-Werbespot (Anlage K 2) und einem Werbebanner (Anlage K 3).

Der TV-Werbespot (Anlage K 2) enthält auszugsweise die folgende Bildabfolge:

[Abbildung]

[Abbildung]

Das Werbebanner (Anlage K 3) hat die folgende Bildabfolge

[Abbildung]

[Abbildung]

[Abbildung]

[Abbildung]

Die Antragstellerin hat vorgetragen, dass der Testsieg von 1&1 auf Umständen beruhe, die außerhalb des Festnetzes lägen. So seien die Messungen nicht etwa am Ende des Netzes vorgenommen worden, sondern am Router (Anlage K 7). Dabei habe der von der Antragstellerin standardmäßig gelieferte Router Speedport W 724V bei Volllast nicht ganz mit der stärkeren Fritzbox 7490 des Herstellers AVM mithalten können, die der Anbieter 1&1 in seiner eigenen Version in Form des 1 & 1 Homeservers einsetze (vgl. Anlagenkonvolut K 6). Allerdings biete die

Antragsgegnerin in ihrem Leistungspaket nicht nur den 1&1 Homeserver an, sondern als kostengünstigere Basisvarianten auch ein 1&1 Kabelmodem, sowie ein 1&1 WLAN-Modem (vgl. Anlage K 9). Es sei daher nicht so, dass der Betrachter der in Rede stehenden Werbung stets die getestete Netzqualität erhalte, wenn er einen Vertrag mit 1&1 abschlieÙe, geschweige denn die beste Netzqualität (Leistung). Vielmehr sei dies gerade nicht der Fall, wenn er anstelle des 1&1 Homeservers ein 1&1 Kabelmodem oder einen 1&1 WLAN-Modem bestelle. Dies gelte umso mehr, als dass das konkret beworbene DSL- und Internetprodukt der Antragsgegnerin für 9,99 €/Monat den 1&1 Homeserver gar nicht beinhalte. Dieser sei vielmehr nur optional und nur gegen Aufpreis zubuchbar. Die Leistungsstärke des Routers besage also nichts über das Festnetz als solches. Insbesondere berechtige ein leistungsstärkerer Router nicht zur Behauptung, man habe ein besseres oder gar das beste Festnetz. Es sei außerdem noch nicht einmal sicher, dass man bei einer Bestellung beim Anbieter 1&1 die getesteten Leistungen erhalte, weil man sich auch für andere Hardware entscheiden könne.

Dessen ungeachtet habe der Test auch keine Alleinstellung des Anbieters 1&1 aufgezeigt. Beim reinen Download, also dem normalen Aufrufen von Internetseiten, habe die „Telekom“ sogar die Maximalpunktzahl von 25 Punkten erreicht. 1 & 1 habe nur 24 Punkte erreicht. Gerade bei dieser klassischen Nutzung habe die Antragsgegnerin also einen entsprechenden Vorsprung. In weiteren Bereichen liege die Antragstellerin mit dem Anbieter 1&1 gleichauf. Das betreffe etwa die Ping-Zeiten zu den Gaming Servern. In wiederum anderen Bereichen habe der Vorsprung des Anbieters 1&1 gegenüber der Antragstellerin schon kurz vor Testende nicht mehr bestanden, da die Telekom eine fehlerbereinigte Firmware-Version erst kurz vor Testende habe liefern können.

Die Antragstellerin ist der Ansicht, dass die Werbeunterlagen aus mehreren Gründen irreführend seien.

Erstens handele es sich um eine unzulässige Testhinweiswerbung auf den Festnetz-Test der Zeitschrift „connect“. Das Prädikat „das beste Netz“ sei nicht verliehen worden. Das Netz des Anbieters 1&1 werde auch an keiner Stelle des Tests als „das beste Netz“ bezeichnet. Der Testsieg von 1&1 beruhe auch nicht, schon gar nicht allein, auf dem Netz. Vielmehr beruhe der Testsieg von 1&1 vor allem auf Umständen, die außerhalb des eigentlichen Netzes lägen, insbesondere auf den unterschiedlich eingesetzten Routern.

Zweitens handele es sich um eine unzulässige Alleinstellungswerbung in Bezug auf das Festnetz.

Drittens behaupte die Antragsgegnerin in unzulässiger Weise, dass sie über ein eigenes Festnetz verfüge.

Viertens entspreche das beworbene Angebot nicht dem getesteten Angebot. Das beworbene Angebot umfasse nicht den 1 & 1 Homeserver. Es erfolge keine ausreichende Aufklärung der Betrachter, dass es bei 1 & 1 mit dem danach eingeblendeten Leistungspaket für 9,99 € monatlich doch nicht das beste Netz gebe.

Die Antragstellerin hat – soweit in der Berufungsinstanz noch relevant – beantragt,

der Antragsgegnerin bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu untersagen, geschäftlich handelnd

1. in einem Werbespot

a) mit der Aussage „Bei „1&1“ gibt’s das beste Netz“ und/oder der Aussage „Bestes Netz“ für die Dienstleistungen von „1&1“ zu werben und/oder werben zu lassen; und/oder

b) [...]

jeweils wenn dies geschieht, wie in dem streitgegenständlichen Spot, der durch die als Anlage K 1 beigefügte Bildabfolge gekennzeichnet wird und in der als Anlage K 2 beigefügten CD-

ROM gespeichert ist;

und/oder

2. im Internet mit der Aussage „Bei „l&l“ gibt´s das beste Netz“ für die Dienstleistungen von „l&l“ zu werben und/oder werben zu lassen; wenn dies geschieht, wie in dem Werbebanner, das durch die als Anlage K 3 beigefügte Bildabfolge gekennzeichnet wird.

Das Landgericht, Kammer 16 für Handelssachen, hat die einstweilige Verfügung mit Beschluss vom 18.2.2016 antragsgemäß erlassen. Auf den Widerspruch der Antragsgegnerin hat das Landgericht die einstweilige Verfügung mit Urteil vom 27.9.2016 hinsichtlich Ziffer 2. des Verbots aufgehoben und den Antrag insoweit zurückgewiesen.

Gegen die Aufhebung der einstweiligen Verfügung zu Ziffer 2. wendet sich die Antragstellerin mit ihrer Berufung. Die Antragsgegnerin wendet sich mit ihrer Anschlussberufung gegen das Verbot zu Ziffer 1. a).

Die Antragstellerin beantragt,

das am 27.9.2016 verkündete und am 2.11.2016 zugestellte Urteil des Landgerichts Hamburg in der Sache 416 HKO 23/16 teilweise, nämlich soweit der Beschluss – einstweilige Verfügung – vom 18.2.2016 aufgehoben und der auf einen Erlass gerichtete Antrag abgewiesen wurde, also in Bezug auf I. 2.) des dortigen Unterlassungsanspruches abzuändern und der Antragsgegnerin im Wege der einstweiligen Verfügung bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes, ersatzweise einer Ordnungshaft für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, oder einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten (Ordnungsgeld im Einzelfall höchstens 250.000 €, Ordnungshaft – zu vollstrecken an den Geschäftsführern – insgesamt höchstens 2 Jahre) zu verbieten,

[...]

2. im Internet mit der Aussage „Bei „l&l“ gibt´s das beste Netz“ für die Dienstleistungen von „l&l“ zu werben und/oder werben zu lassen; wenn dies geschieht, wie in dem Werbebanner, das durch die als Anlage K 3 beigefügte Bildabfolge gekennzeichnet wird.

Die Antragsgegnerin beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Die Antragsgegnerin beantragt mit ihrer Anschlussberufung,

unter teilweiser Abänderung des Urteils des Landgerichts Hamburg vom 27.9.2016, Az. 416 HKO 23/16, die am 18.2.2016 ergangene Beschlussverfügung des Landgerichts Hamburg gleichen Aktenzeichens auch in Bezug auf I. 1. a) des Unterlassungsausspruchs aufzuheben und den auf ihren Erlass gerichteten Antrag auch insoweit zurückzuweisen.

Die Antragstellerin beantragt,

die Anschlussberufung zurückzuweisen.

Die Antragsgegnerin trägt vor, dass die Zeitschrift „connect“ ihrer Ermittlung des besten Netzes seit jeher nicht einzelne Angebote der Provider zugrundelege, sondern dass die Zeitschrift „connect“ querschnittsartig die unterschiedlichen Angebote der Provider untersuche, zum Beispiel bei der Antragstellerin in 2015 nicht nur DSL-, sondern auch ISDN-Anschlüsse, und insgesamt höchst unterschiedliche Techniken völlig unterschiedlichen Leistungsvermögens. Die unterschiedlichen Produkte der jeweiligen Anbieter fließen in die Gesamtbetrachtung von „connect“ ein. Diese wolle nicht herausfinden, welcher Anbieter in einzelnen Aspekten Besonderes leiste, sondern welcher Anbieter insgesamt das beste Netz am Markt habe. Die Feststellung des besten Netzes durch „connect“ sei deswegen seit jeher keine produktbezogene,

sondern eine anbieterbezogene Bewertung. Die Antragstellerin verstehe dies nicht anders. Sie werbe seit Jahren unter dem Stichwort „bestes Netz“ unter Bezugnahme auf genau den Testsieg, den nun die Antragsgegnerin errungen habe. Sie habe damit das Verkehrsverständnis geprägt.

Die Antragstellerin berühme sich auch nicht, die Aussage „das beste Netz“ unabhängig von dem Hinweis auf den Testsieg in der „connect“ 8/2015 verwenden zu dürfen. Dass es sich bei einem Testsieg immer um eine Momentaufnahme für den Testzeitpunkt handele, sei dem Verkehr bekannt. Der Testsieg im „connect“-Festnetztest könne rechtlich zulässig als Synonym auch als die Feststellung „Das beste Netz“ bezeichnet werden, wie die folgende Grafik zeige:

[Abbildung]

Inzwischen sei der aktuelle „connect“-Festnetztest 2016 erschienen. Die Antragstellerin sei darin mit knappem Vorsprung bester überregionaler Anbieter geworden (Anlage CMB 9). Die Zeitschrift „connect“ erläutere erneut, dass es nicht um einzelne Anschlüsse oder Tarife gehe, sondern um die den Kunden zur Verfügung gestellten Netze insgesamt. Sie betone noch deutlicher als im Jahr 2015, dass die Antragsgegnerin über ein eigenes Netz verfüge. Es werde auch erläutert, dass auf der von AVM gelieferten Hardware jeweils anbieterspezifische Firmware laufe (vgl. Anlage CMB 9, Seite 70). Deswegen erhalte ein Kunde mit einer gewöhnlichen Fritz!Box eben nicht die Leistung, auf welche der Netzbetreiber 1&1 seinen 1 & 1 Homeserver optimiert habe.

Die Anschlussberufung sei deswegen ebenfalls begründet. Das Landgericht nehme zu Unrecht an, dass der Verkehr im unmittelbaren Zusammenhang mit dem rot blickfangmäßig hervorgehobenen TESTSIEGER nicht die Information „Festnetztest Heft 8/2015“ wahrnehme. Das Landgericht berücksichtige weiter nicht hinreichend, dass in der Werbung auf die für einen Festnetzanschluss gebräuchliche Bezeichnung DSL hingewiesen

werde. Schließlich sei das vom Landgericht zu Grunde gelegte Verkehrsverständnis von der Antragstellerin nicht in das Verfahren eingeführt worden.

Darüber hinaus enthalte die Antragstellerin dem Gericht auch den Inhalt des Fussnotentextes vor, so dass es dem Antrag schon an der erforderlichen Bestimmtheit mangle beziehungsweise der Antrag nach eigener Bestimmung des Streitgegenstandes durch die Antragstellerin nicht auf den von der Antragsgegnerin tatsächlich verwendeten Spot mit bei üblicher Größe und Auflösung eines Bildschirms sehr wohl lesbaren Sternchentext bezogen sei.

B.

Die zulässige Berufung der Antragstellerin ist begründet. Die Abschlussberufung der Antragsgegnerin ist zulässig, aber unbegründet.

I. Die zulässige Berufung der Antragstellerin ist begründet. Die Antragstellerin hat einen Anspruch auf Unterlassung der unter Ziffer 2. des Antrags in ihrer konkreten Verletzungsform (Anlage K 3) angegriffenen Internetwerbung.

1. Die Antragstellerin hat gegen die Antragsgegnerin einen Unterlassungsanspruch aus §§ 3 I, 5 I 2 Nr. 1, 8 I 1, III Nr. 1 UWG.

a) Die Parteien sind Wettbewerber auf dem Markt der Telekommunikationsleistungen (§ 2 I Nr. 3 UWG).

b) Bei der Veröffentlichung des angegriffenen Werbebanners im Internet (Anlage K 3) handelt es sich um eine geschäftliche Handlung der Antragsgegnerin (§ 2 I Nr. 1 UWG).

c) Die beanstandete Bannerwerbung (Anlage K 3) ist irreführend. Eine geschäftliche Handlung ist gemäß § 5 I 1, 2 Nr. 1 UWG irreführend, wenn sie zur Täuschung geeignete Angaben über wesentliche Merkmale der Ware enthält. Dazu

gehören auch die Ergebnisse von Warentests. Für die Beurteilung, ob eine geschäftliche Handlung irreführend ist, kommt es darauf an, welchen Gesamteindruck sie bei den maßgeblichen Verkehrskreisen hervorruft. Sie ist irreführend, wenn das Verständnis, das sie bei den angesprochenen Verkehrskreisen erweckt, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimmt (vgl. BGH GRUR 2015, 906, Rn. 18 – TIP der Woche).

Die Frage, ob eine Angabe irreführend ist, richtet sich nach dem Verständnis des situationsadäquat aufmerksamen, durchschnittlich informierten und verständigen Mitglied des angesprochenen Verkehrskreises (vgl. BGH GRUR 2016, 1073, Rn. 27 – Geo-Targeting; GRUR 2004, 244, Rn. 14 – Marktführerschaft). Erforderlich ist, dass die Werbung geeignet ist, bei einem erheblichen Teil der umworbenen Verkehrskreise irriige Vorstellungen über marktrelevante Umstände hervorzurufen und die zu treffende Marktentschließung in wettbewerblich relevanter Weise zu beeinflussen (vgl. BGH GRUR 2016, 1073, Rn. 27 – Geo-Targeting). Da sich die Werbung der Antragsgegnerin an das allgemeine Publikum richtet, zu dem auch die Mitglieder des Senats zählen, kann der Senat die Verkehrsauffassung selbst beurteilen (vgl. BGH GRUR 2012, 1053, Rn. 22 – Marktführer Sport; BGH GRUR 2002, 182, Rn. 33 – Das Beste jeden Morgen).

Die Voraussetzungen einer Irreführung liegen vor. Die Antragstellerin hat die Internetwerbung (Anlage K 3) auch unter dem Aspekt angegriffen, dass der Verkehr erwarte, dass das konkret von 1 & 1 beworbene Angebot eines Festnetzanschlusses zu 9,99 € im Monat auch mit der Leistung verbunden ist, die Gegenstand des benannten „connect“-Testes ist, also einen 1 & 1 Homeserver einschließt. Die Antragstellerin verweist zur Begründung ihres Antrags auf Seite 35 der Antragsschrift unter VI. 1. auf ihre Ausführungen zum Antrag Ziffer 1 a). Diesbezüglich hat die Antragstellerin auf Seite 27 der Antragsschrift unter Ziffer IV. ausgeführt:

„Hinzukommt hier außerdem, dass die Antragsgegnerin nicht nur den „1&1 Homeserver“ anbietet, sondern auch ein „1&1 Kabelmodem“ sowie ein „1&1 WLAN-Modem“. Mit den letztgenannten Geräten wurde „das Netz“, auf welches der Anbieter „1&1“ zurückgreift, aber gar nicht getestet. Das ergibt sich aus dem Kyago Whitepaper (nämlich auf Seite 16). Dort ist für den „Anbieter „1&1“ nämlich lediglich die Fritzbox 7490 genannt. Es ist daher noch nicht einmal so, dass der Betrachter der in Rede stehenden Werbung stets die getestete „Netzqualität“ erhält, wenn er einen Vertrag mit 1&1 abschließt – geschweige denn die „beste Netzqualität“ (Leistung)“.

Weiter führt die Antragstellerin auf Seite 35 der Antragsschrift unter Ziffer VI. 2. aus:

„Eine Aufklärung der Betrachter, dass es bei „1&1“ mit dem danach eingeblendeten Leistungspaket für 9,99 Euro mtl. doch nicht das beste Netz gibt, wird in dem Banner selbst nicht geleistet.“

Die Antragstellerin trägt damit zum Verkehrsverständnis vor, dass der Verkehr den Werbebanner (Anlage K 3) dahingehend versteht, dass das konkret von 1 & 1 beworbene Angebot eines Festnetzanschlusses zu 9,99 € im Monat auch mit der Leistung verbunden ist, die Gegenstand des benannten „connect“-Testes ist, also mit einem 1 & 1 Homeserver.

Der Senat teilt dieses vorgetragene Verkehrsverständnis. In der Bildabfolge wird im ersten Bild zunächst der Fokus darauf gelenkt, dass es bei 1 & 1 das beste Netz gibt. In der weiteren Abfolge der Bilder wird auf den Testsieg von „connect“ hingewiesen und in den nächsten beiden eingeblendeten Bildern wird auf ein konkretes Angebot für Internet und Telefon zu einem (anfänglichen) monatlichen Preis von 9,99 € verwiesen. Der angesprochene Verbraucher erwartet deswegen, dass im Umfang des konkreten Angebotes für monatlich 9,99 € der Router enthalten ist, mit dem der Testsieg im „connect“-Festnetztest Heft 8/2015 erzielt wurde. Demgegenüber

erwartet der Verbraucher nicht, dass er besondere Hardwarekomponenten hinzubuchen muss, um die getestete Qualität zu erlangen. Er geht vielmehr davon aus, dass er die getestete und mit dem Prädikat Testsieger ausgelobte Leistung und damit den 1 & 1 Homeserver zum Preis von (anfänglich) 9,99 € monatlich erhält. Dieses Verständnis des Verkehrs entspricht jedoch nicht den tatsächlichen Verhältnissen. Der angesprochene Verkehr erhält vielmehr zum Preis von 9,99 € nicht den 1 & 1 Homeserver, sondern muss diesen kostenpflichtig hinzubuchen. Dass die Sternchenhinweise zu einer ausreichenden Aufklärung des Verkehrs führen würden, trägt die Antragsgegnerin bezogen auf den Werbebanner (Anlage K 3) nicht vor.

Damit ist die angegriffene Internetwerbung irreführend und die einstweilige Verfügung insoweit antragsgemäß zu erlassen. Ob die streitgegenständliche Werbemaßnahme auch unter den anderen Gesichtspunkten, die die Antragstellerin angeführt hat, eine Irreführung der angesprochenen Verkehrskreise hervorruft, kann dahinstehen.

II. Die zulässige Anschlussberufung der Antragsgegnerin ist unbegründet. Die Antragstellerin hat einen Anspruch auf Unterlassung der unter Ziffer 1. a) des Antrags in ihrer konkreten Verletzungsform angegriffenen TV-Werbespots (Anlage K 2). Dies hat das Landgericht im Ergebnis zu Recht angenommen.

Die einstweilige Verfügung ist aber nicht, wie das Landgericht ausführt, deswegen begründet, weil der TV-Werbespot nicht ausreichend deutlich macht, dass es sich bei dem „connect“-Festnetztest um einen Festnetz- und keinen Mobilfunktest handelt. Unter diesem Gesichtspunkt hat die Antragstellerin, worauf die Antragsgegnerin zu Recht hinweist, den TV-Werbespot nicht angegriffen. Der TV-Werbespot erweist sich jedoch aus anderen von der Antragstellerin beanstandeten Gründen als irreführend. Der Verkehr fasst den TV-Werbespot, wie bereits oben ausgeführt, dahingehend auf, dass das konkret von 1 & 1

beworbene Angebot eines Festnetzanschlusses zu 9,99 € im Monat auch mit der Leistung verbunden ist, die Gegenstand des benannten „connect“-Testes ist. Der angesprochene Verbraucher erwartet, dass im Umfang des konkreten Angebotes der getestete Router, und zwar der 1 & 1 Homeserver, enthalten ist, mit dem der Testsieg im „connect“-Festnetztest erzielt wurde.

Diesem, vom Senat geteilten, Verständnis steht auch nicht der unter dem Siegel erfolgte Hinweis „Bestes Leistungspaket mit dem 1&1 Homeserver“ entgegen. Schließlich weiß der angesprochene Verkehr gar nicht, mit welchem Router die Zeitschrift „connect“ getestet hat, so dass er den Hinweis auf den 1 & 1 Homeserver gar nicht einordnen kann. Im Gegenteil bestärkt dieser Hinweis den Verbraucher darin, dass er im konkreten Angebot für 9,99 € den 1 & 1 Homeserver auch erhält. Da der TV-Werbespot jedoch hinsichtlich dieser Werbung mit dem Antrag zu Ziffer 1. b) gesondert durch die Antragstellerin angegriffen und verboten worden ist, ist diese Aussage zwar nicht zu Lasten der Antragsgegnerin zu berücksichtigen. Die Aussage führt jedoch auch nicht, wie die Antragsgegnerin meint, zu einer ausreichenden Aufklärung des angesprochenen Verkehrs.

Dem Verständnis des angesprochenen Verkehrs steht auch nicht entgegen, dass an den monatlichen Preis von 9,99 € ein Sternchen angefügt ist, das wie folgt aufgelöst ist: „Volle 12 Monate, danach 24,95 €/Monat, Bestes Leistungspaket mit dem 1&1 Homeserver für 4,95 €/Monat mehr“. Die Antragstellerin hat beanstandet, dass der Verkehr den Fußnotentext deshalb nicht lesen könne, weil er zu kurz eingeblendet werde. Die Antragsgegnerin wendet ein, dass die mangelnde Lesbarkeit auf der unzureichenden Qualität des eingereichten TV-Werbespots beruhe und dass dies den Antrag zu unbestimmt mache. Auf die letzteren Einwände der Antragsgegnerin kommt es bereits deshalb nicht an, weil der Senat den Fußnotentext trotz der schlechten Qualität in dem TV-Werbespot, der der einstweiligen Verfügung vom 18.2.2016 auf einer CD-Rom als Anlage K 2

beigefügt ist, zu lesen vermag, wenn der TV-Werbespot beim Betrachten angehalten wird. Der Senat vermag den Fußnotentext jedoch nicht, worauf die Antragstellerin ausdrücklich abstellt, in der Zeit zu lesen, in der er ausgestrahlt wird. Der Zuschauer ist in dieser Zeit damit befasst, die weiteren groß herausgestellten Informationen „1 & 1 DSL Internet & Telefon 9,99 €/Monat“ zu lesen und gedanklich zu verarbeiten. Für die Wahrnehmung des kleingedruckten Fußnotentextes verbleibt dabei keine Zeit.

Der Fußnotentext leistet darüber hinaus auch keine ausreichende Aufklärung darüber, dass es das mit dem 1 & 1 Homeserver getestete Leistungspaket doch nicht für 9,99 € monatlich gibt, sondern dass der 1 & 1 Homeserver nur für zusätzliche 4,95 € monatlich zu erhalten ist. Es wird mit dem Hinweis nicht ausreichend herausgearbeitet, dass sich das beste Leistungspaket mit dem 1 & 1 Homeserver auch auf das getestete Leistungspaket bezieht. Wie oben bereits ausgeführt, weiß der Verkehr nicht, mit welchem Router das Leistungspaket getestet wurde. Vor diesem Hintergrund kann dahinstehen, ob vorliegend mit Hilfe eines Fußnotentextes der eindeutige Aussagegehalt des TV-Werbespots durch einschränkende Erläuterungen noch geändert werden kann, ohne das durch den TV-Werbespot erzeugte Verkehrsverständnis unzulässig in sein Gegenteil zu verkehren.

Die Entscheidung über die Kosten beruht auf §§ 91 I, 97 I ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 10, 711, 713 ZPO.