

Kostenlos muss auch kostenlos sein!

Eigener Leitsatz:

Ein „Sicherheitspaket“ darf nicht als kostenlos beworben werden, wenn es nach Ablauf von 6 Monaten kostenpflichtig wird, insoweit nicht von einer Kündigungsmöglichkeit Gebrauch gemacht wird.

Oberlandesgericht Koblenz

Urteil vom 22.12.2010

Az.: 9 U 610/10

Entscheidungsgründe:

Die zulässige Berufung der Beklagten hat in der Sache keinen Erfolg...

I. Entgegen der Ansicht der Beklagten ist der Klageantrag hinreichend bestimmt im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Der Tenor des angefochtenen Urteils lässt erkennen, mit welchem Inhalt und in welchem Umfang die Entscheidung in materielle Rechtskraft erwächst. Die vom Beklagten zu unterlassende geschäftliche Handlung ist unter Bezugnahme auf die der Entscheidung beigefügten Webseite klar beschrieben, so dass eindeutig erkennbar wird, worauf sich das Darstellungsverbot erstreckt. Soweit die Schrift des hier streitigen Hinweises zum Umfang der Kostenfreiheit mit einer Größe von 2/3 zur übrigen Schriftgröße auf der Webseite ins Verhältnis gesetzt wird, gibt die dem Tenor als Anlage beigefügte Kopie der Internetseite hinreichende Anhaltspunkte zum Schriftbild. Die „zusätzliche Leistung“ ist durch den Klammerzusatz „hier ... Sicherheitspaket“ hinreichend bestimmt. Aus der in farbiger

Ablichtung dem Urteil beigefügten Internetseite ist auch klar erkennbar, wo sich der Button „weiter“ befindet. Die Grundlagen der Beanstandungen des Klägers zur Kostenfreiheit werden aus der dem Tenor des Urteils beigefügten Internetseite der Beklagten erkennbar. Zur Verdeutlichung, worauf sich das Verbot erstreckt, bedarf es nicht der Anfügung weiterer Webseiten.

II. Die Klage ist – wie das LG in dem angefochtenen Urteil zutreffend ausgeführt hat – gemäß §§ 8 Abs. 1; 3 Abs. 1, 3 i.V. m. Nr. 21 des Anhangs; 5 Abs. 1 Nr. 2. UWG begründet. Die Beklagte hat es zu unterlassen, im Rahmen des Bestellvorgangs des von ihr unterhaltenen Telemediendienstes die Zusatzleistung „Unser Vorschlag für mehr Sicherheit“ in der vom Kläger beanstandeten, im Tenor näher bezeichneten Art und Weise, anzubieten. Der beanstandete Bestellvorgang verstößt gegen Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG und beinhaltet zugleich eine irreführende geschäftliche Handlung im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 2 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 hat die Beklagte ein Sicherheitspaket als kostenlos beworben, obwohl eine Kostenfreiheit nicht vorliegt. Eine Gratisabgabe ist nur bei völliger Kostenfreiheit gegeben (Köhler, § 5 Anm. 7.115). Vorliegend hat der Verbraucher aber bei Annahme des Angebots nach Ablauf einer Nutzungsdauer von 6 Monaten monatlich 4,99 € für die Inanspruchnahme der Leistung zu zahlen, sofern er von der Kündigungsmöglichkeit keinen Gebrauch macht. Dabei handelt es sich unstreitig nicht um Kosten, die „im Zusammenhang mit dem Eingehen auf das Waren- oder Dienstleistungsangebot oder für die Abholung oder Lieferung der Ware oder die Inanspruchnahme der Dienstleistung unvermeidbar sind“. Derartige Kosten, beispielsweise Portokosten, Transportkosten

pp., werden von dem Schutzzweck der Vorschrift, den Verbraucher vor einer Irreführung über Kosten zu schützen, die bei Inanspruchnahme des Angebots anfallen, nicht erfasst, da der Durchschnittsverbraucher mit solchen Kosten rechnet.

Die Beklagte kann sich vorliegend nicht mit Erfolg darauf berufen, auf die nach 6 Monaten anfallenden Kosten werde ausdrücklich hingewiesen, weshalb die Werbeaussage nicht gemäß Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG unzulässig sei. Nach ständiger Rechtsprechung des BGH darf eine blickfangmäßig herausgestellte Angabe – wie vorliegend der grün dargestellte Hinweis „kostenlos“ 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 teil hat und dadurch eine Zuordnung zu der herausgestellten Angabe gewahrt bleibt (BGH, [K&R 2003, 294 ff. _] 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, GRUR 2000, 619). Bei Bestimmung des Grades der Aufmerksamkeit sind die besonderen Umstände der Werbung und des Vertragsschlusses im Internet zu berücksichtigen.

Zutreffend hat das LG in dem angefochtenen Urteil festgestellt, dass die durch die blickfangmäßige Herausstellung des hier maßgeblichen Sicherheitspakets als „kostenlos“ in grüner Farbe dem Verbraucher vermittelte fehlerhafte Vorstellung einer Kostenfreiheit nicht dadurch ausgeräumt wird, dass im linken der drei Kästchen, unterhalb der vom Blickfang „kostenlos“ deutlich abgesetzten Beschreibung des Sicherheitspaketes, der Hinweis „6 Monate kostenlos nutzen (Kündigung während dieser Zeit jederzeit möglich) danach 4,99 €/Monat“ aufgeführt ist. Dieser Hinweis ist in blassblauer Farbe gedruckt und in einer kleineren

Schrift gehalten, als die oberhalb in kräftiger blauer Farbe gefasste Beschreibung des Sicherheitspakets. Der hier streitige Hinweis ist nicht leicht lesbar, er fällt nicht ins Auge und hat keinerlei Bezug zu der im rechten der 3 eigen Interessenten zur Kenntnis genommen werden, die sich infolge der – unrichtigen blickfangmäßigen Herausstellung des Angebots als kostenlos mit den Einzelheiten näher befassen und dann erst ganz am Ende der Produktinformation auf diese klein gedruckten Sätze stoßen. Unter diesen Umständen und bei Zugrundelegung des maßgeblichen Verbraucherleitbildes ist der vorliegende Hinweis auf die 6-monatige Kostenfreiheit mit anschließender Zahlungspflicht aber nicht geeignet, die durch die herausgehobene Darstellung „kostenlos“ geschaffene Irreführung auszuräumen. Der aufklärende Hinweis wird nach Ansicht des Senats von dem maßgeblichen Verbraucher nicht als geschlossene und zusammenhängende Darstellung mit dem Blickfang „kostenlos“ wahrgenommen und gehört damit nicht zum Gesamtbild des Angebots.

In gleicher Weise ist der rechts, seitlich des Hinweises zu den Kosten, in rot gefasste Hinweis „mehr Info“ nicht geeignet, den situationsadäquat aufmerksamen Durchschnittsverbraucher über anfallende Kosten ausreichend zu informieren. Wird für eine kostenlos angebotene Leistung geworben, hat der Verbraucher keine Veranlassung sich diesbezüglich weiter zu informieren, sondern kann auf die Kostenfreiheit vertrauen. Der Hinweis „mehr Info“ wird erst durch Anklicken aktiviert und hat am Blickfang der Werbung „kostenlos“ nicht teil, weshalb auch insoweit keine irrtumsausschließende Aufklärung erfolgt.

Nach den obigen Feststellungen verstößt der vorliegende Hinweis "kostenlos" auf der beanstandeten Internetseite der Beklagten gegen Nr. 21 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG und ist zugleich irreführend im Sinne des § 5 Abs. 1 Nr. 2 UWG, da der aufklärende Hinweis für den situationsadäquat aufmerksamen Adressaten nicht „auf den ersten Blick“ erkennbar ist. Die

Beklagte hat demzufolge gegen ihre aus dem Irreführungsverbot abzuleitende Pflicht, die nach Ablauf von 6 Monaten anfallenden Kosten klar zugeordnet und ähnlich deutlich hervorzuheben, wie den attraktiven Teil des blickfangmäßig herausgestellten Geschäfts, verstoßen. Die Bestellung durch Betätigen des „weiter“ Buttons bezieht sich einzig auf die kostenlos angebotene Zusatzleistung „Unser Vorschlag für mehr Sicherheit“ was, wie oben dargestellt, im Tenor klarzustellen war. Wird der Verbraucher pflichtgemäß auf die mit dieser Zusatzleistung verbundenen Kosten klar hingewiesen, kann er das Angebot in Kenntnis, der jeweiligen Rechtsfolge annehmen oder ablehnen und dementsprechend den Bestellvorgang fortsetzen. Der mit der Klage geltend gemachte Unterlassungsanspruch der Klägerin erweist sich danach als begründet, weshalb die Berufung der Beklagten zurückzuweisen war. ...

Streitwert für beide Instanzen: 20 000 €