

Irreführende Preisangabe in Werbebrochure

Oberlandesgericht Köln

Beschluss vom 04.02.2014

Az.: 6 W 11/14

Tenor

Auf die sofortige Beschwerde der Antragstellerin und unter Abänderung des Beschlusses der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Bonn vom 30. Dezember 2013 – 11 0 48/13 – wird durch

einstweilige Verfügung

angeordnet:

Der Antragsgegnerin wird es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung fälligen Ordnungsgeldes in Höhe von bis zu 250.000 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, zu vollstrecken an den Geschäftsführern, untersagt,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs unzutreffende Angaben zu den monatlichen zu zahlenden Grundgebühren zu machen, wenn dies geschieht wie nachstehend wiedergegeben:

Die Kosten des Verfahrens einschließlich des Beschwerdeverfahrens trägt die Antragsgegnerin.

Gründe

Die zulässige, insbesondere fristgerecht eingelegte sofortige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Der Antragstellerin steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 3, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2, 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1 UWG zu.

Die Preisangabe in der Werbebroschüre (Anlage ASt 1) ist irreführend, da sie zumindest von einem erheblichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise – zu denen auch die Mitglieder des Senats gehören – dahingehend verstanden werden wird, dass nach Ablauf des Aktionszeitraumes der dann genannte Preis 39,95 EUR/Monat gelten soll, und zwar bis zum Ende des Vertrages oder einer ausdrücklichen Vertragsänderung. Er wird nicht damit rechnen, dass automatisch nach dem Ende der Mindestvertragslaufzeit eine weitere Erhöhung des Preises um 5 EUR/Monat eintritt.

Zutreffend ist, dass den angesprochenen Verkehrskreisen Verträge mit einer Mindestlaufzeit vertraut sind, und dass ihnen auch vertraut ist, dass Aktionspreise nur für einen bestimmten Zeitraum gelten, um anschließend durch einen „regulären“ Preis abgelöst zu werden. Dementsprechend werden sie auch das Angebot der Antragsgegnerin verstehen und gerade nicht damit rechnen, dass nach 24 Monaten – lange nach Ende des Aktionszeitraumes – eine weitere Preiserhöhung automatisch eintritt. Entgegen der Ansicht des Landgerichts setzt die Fortsetzung des Vertrages nach dem Ende der Mindestlaufzeit keine bewusste Entscheidung des Kunden voraus. Vielmehr muss der Kunde, wenn er den Eintritt der Preiserhöhung vermeiden will, selber aktiv werden und den Vertrag kündigen. Tut er nichts – etwa weil ihm die Vertragskonditionen nicht mehr präsent sind -, läuft der Vertrag mit dem höheren Preis weiter.

Aus diesem Grund trifft auch der inhaltlich richtige Hinweis der Antragsgegnerin, der Kunde müsse über die Preise fakultativer Zusatzleistungen nicht informiert werden (vgl. etwa BGH, GRUR 2009, 690 Tz. 11 f. – XtraPac), auf die vorliegende Fallgestaltung nicht zu. Es handelt sich bei dem ab dem 25. Monat anfallenden Entgelt nicht um eine (Zusatz-) Leistung, die der Kunde nur aufgrund einer gesonderten Entscheidung in Anspruch nehmen kann, sondern um das Entgelt für die seitens der Antragsgegnerin versprochene

Hauptleistung. Auch das erhöhte Entgelt hat seine rechtliche Grundlage bereits in dem Abschluss des Grundvertrages. Der Umstand, dass der Kunde diese Folge durch eine Kündigung des Vertrages vermeiden kann, steht dem nicht entgegen (vgl. Senat, Urteil vom 11. Oktober 2013 – 6 U 42/13, S. 5 UA). Auch aus dem Beschluss des Senats vom 21. Oktober 2013 – 6 W 179/13 -, auf den sich die Antragsgegnerin beruft, folgt nichts anderes. Dort hat der Senat ausgesprochen, dass es bei der Bewerbung eines Vertrages mit einer Mindestlaufzeit keines Hinweises auf die Möglichkeit der Kündigung zum Ende der Laufzeit und die andernfalls automatisch eintretende Verlängerung der Laufzeit bedarf. Für eine Fallgestaltung wie die vorliegende, bei der nach Ablauf der Mindestlaufzeit zusätzliche Verpflichtungen des Kunden entstehen, lässt sich dieser Entscheidung nichts entnehmen.

Vor diesem Hintergrund ist die Aussage „Nur 34,95 €/Monat für die ersten 6 Monate, danach 39,95 €/Monat“ objektiv falsch. Sie kann aus der Sicht des die Broschüre situationsadäquat wahrnehmenden, durchschnittlich informierten und verständigen Verbrauchers nur so verstanden werden, dass der Preis von 39,95 EUR solange gelten soll, bis der Vertrag entweder beendet wird oder die Antragsgegnerin die Preise erhöht (und damit u. U. ein Sonderkündigungsrecht des Kunden auslöst, vgl. BGH, NJW 1989, 1796, 1797; NJW 2008, 360 Tz. 13). Es ist auch kein legitimer Grund erkennbar, warum die Antragsgegnerin die Information, dass ab dem 25. Monat das Entgelt 44,95 EUR/Monat beträgt, dem Kunden an dieser Stelle vorenthält. Eine objektiv falsche Angabe kann aber auch nicht durch eine Fußnote richtig gestellt werden (Bornkamm, in: Köhler/Bornkamm, UWG, 32. Aufl. 2014, § 5 Rn. 2.97; vgl. OLG Hamburg, GRUR-RR 2007, 244, 246 – Neuwahlen).

Die Frage, ob die Werbung daneben auch gegen § 1 Abs. 6 PAngV verstößt, bedarf daher keiner Entscheidung.

Der Verfügungsgrund wird entsprechend § 12 Abs. 2 UWG vermutet. Dem steht nicht entgegen, dass es sich um eine

Broschüre „Stand: 10/2013“ handelt. Die Antragstellerin hat glaubhaft gemacht, dass sie von der Broschüre erstmals Anfang Dezember 2013 Kenntnis erlangt hat, so dass der am 23. Dezember 2013 bei Gericht eingegangene Antrag noch vor Ablauf des dringlichkeitsschädlichen Zeitraums gestellt worden ist.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.

Wert für das Beschwerdeverfahren: 50.000 EUR.