

Landgericht München I

Az.: 37 O 10614/24



IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch die Vorständin _____, Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

Vodafone Deutschland GmbH, vertreten durch d. Geschäftsführer _____ und _____, Betastraße 6-8, 85774 Unterföhring
- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

wegen Unterlassung

erlässt das Landgericht München I - 37. Zivilkammer - durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht _____, die Richterin am Landgericht _____ und den Richter am Landgericht _____ aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 09.04.2025 folgendes

Endurteil

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft jeweils zu vollziehen an ihren Geschäftsführern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbraucher:innen

- a) E-Mails zu versenden bzw. versenden zu lassen, in denen gegenüber Kunden:innen ein neuer Internettarif mit einer höheren Geschwindigkeit und zu einem gleichbleibenden Preis von 39,99 € monatlich beworben wird, ohne in diesen E-Mails darauf hinzuweisen, dass dieser Tarif nur mit einer Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten abgeschlossen werden kann,

wenn dies geschieht wie in Anlage K1 abgebildet;

und/oder

- b) in einem Angebot für einen Internettarif die Informationen über die Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten, die Kündigungsfrist von einem Monat zum Ende der Mindestvertragslaufzeit und das jederzeitige Kündigungsrecht nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit mit einer Frist von einem Monat unterhalb des Bestellbuttons und/oder in kleiner Schrift vor einem schwarzen Hintergrund zur Verfügung zu stellen bzw. stellen zu lassen,

wenn dies geschieht wie in Anlage K2 abgebildet;

und/ oder

- c) im Internet den Abschluss eines Internettarifs anzubieten bzw. anbieten zu lassen, den die Verbraucher:innen über den Button „*Kostenpflichtig bestellen*“ bestellen können, und in diesem Zusammenhang vor der Bestellung der Verbraucher:innen keine Vertragszusammenfassung zur Verfügung zu stellen,

wenn dies geschieht wie in Anlage K2 abgebildet.

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 260,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit 31.03.2024 zu bezahlen.
3. Im Übrigen wird die Klage als unzulässig abgewiesen.
4. Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu 1/3, die Beklagte zu 2/3 zu tragen.
5. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, für die Klagepartei jedoch nur gegen Sicherheitsleistung, in Höhe von jeweils 11.000,00 € hinsichtlich jeder einzelnen Unterlassungspflicht, im Übrigen auf 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags. Die Klägerin kann die Vollstre-

ckung der Beklagten abwenden durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des zu vollstreckenden Betrags, wenn nicht die Beklagte vorher in gleicher Höhe Sicherheit leistet.

Tatbestand

Der Kläger beanstandet die Werbung und den Bestellprozess der Beklagten zu deren Tarif „Giga-Zuhause 500 Kabel“.

Der Kläger ist in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen. Dem Kläger entstehen für eine Abmahnung durchschnittlich Kosten in Höhe von nicht weniger als 260,00 € (brutto).

Die Beklagte bietet unter anderem den Abschluss von Verträgen über Internetdienstleistungen über TV-Kabel-Verbindungen (Kabel-Festnetz und Kabel-TV-Leistungen) an.

Eine Verbraucherin war Kundin der Beklagten und mit ihr über einen Vertrag über die Nutzung des Internettarifs „Red Internet & Phone 100 Cable“ zu 39,99 € monatlich und einer Datengeschwindigkeit von 100 Mbit/s verbunden.

Während der Dauer des Vertragsverhältnisses erhielt die Verbraucherin am 21.05.2024 von der Beklagten eine E-Mail (Anlage K1) mit dem Betreff: „Schnelleres Internet zum gleichen Preis“ und der Bewerbung des Tarifs „GigaZuhause 500 Kabel“ mit einer Geschwindigkeit von 500 Mbit/s zu ebenfalls 39,99 EUR. Die Preiswerbung „zahl keinen Cent extra“ und „zum gleichen Preis“ waren am Ende jeweils mit einem „2“ versehen.

Unterhalb des Links, der zum Angebot führt, heißt es unter anderem: „Das Beste: Du behältst dabei Deinen unschlagbaren Preis von 39,99 € pro Monat 2.“

Am Ende der Mail kann auf den Link „Fußnote“ geklickt werden. Bei einem Aufruf des Links erscheint eine neue Ansicht (Anlage K5), wo unter der Überschrift „Details“ unter „2“ Folgendes steht: „[...] Mindestlaufzeit 24 Monate. Die Kündigungsfrist zum Ende der Mindestvertragslaufzeit beträgt 1 Monat. Erfolgt keine fristgerechte Kündigung zum Ende der Mindestlaufzeit verlängert sich der Vertrag automatisch auf unbestimmte Zeit und ist jederzeit mit ei-

ner Frist von 1 Monat kündbar.“

Nachdem die vorgenannte Verbraucherin den Link „Zum Angebot“ angeklickt hatte, erschien eine weitere Ansicht (Anlage K2), wobei dort ganz unten nach dem Button „kostenpflichtig bestellen“, Infos zur Hotline, Links zu Widerrufsbelehrung, Impressum, usw. und Symbolen zu sozialen Medien unter „2“ erneut u.a. die obigen Ausführungen zur Mindestvertragslaufzeit und Kündigungsfrist erscheinen.

Kurz vor dem „kostenpflichtig bestellen“ Button weist die Beklagte zudem darauf hin, im Anschluss in Kürze eine Vertragszusammenfassung zu senden.

Hinsichtlich der jeweiligen Darstellungen im Konkreten wird auf die Anlagen K1, K2 und K5 verwiesen.

Mit Schreiben vom 12.06.2024 (Anlage K 3) mahnte der Kläger die Beklagte ab und forderte die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. Die Beklagte wies die Abmahnung mit Schreiben vom 10.07. 2024 (Anlage K4) zurück.

Der Kläger sieht in der E-Mail einen Verstoß gegen das Irreführungsverbot des UWG, was er mit seinem Antrag 1.a) beanstandet. Verbrauchern würden nach seiner Auffassung wesentliche Informationen zur Vertragslaufzeit vorenthalten und es würde ohnehin der unzutreffende Eindruck erweckt werden, dass Verbraucher lediglich zum bestehenden Tarif mehr Datenvolumen (wie ein Geschenk) erhalten würden, ohne dass hierbei eine (neue) Mindestvertragslaufzeit gälte. Verbraucher würden bereits das zweite „2“ in der E-Mail als Auflösung der Fußnoten ansehen, wo jedoch keinerlei Erläuterung enthalten sei. Hinzu komme, dass zwischen der Werbung beziehungsweise dem Fußnotenzeichen und der Information in Anlage K5 ein Medienbruch stattfindet, nämlich dergestalt, dass Verbraucher erst durch den Klick auf „Fußnoten“ auf eine Internetseite mit der Auflösung derselben gelangen würden. Verbrauchern würden nach dem klägerischen Vorbringen die Werbung für Vertragsabschlüsse im Telekommunikationsbereich auch mit der Angabe der Mindestvertragslaufzeit kennen. Fehle eine solche Information, gingen sie eben gerade nicht davon aus, dass es schon irgendeine, ohnehin nicht konkretisierte Mindestvertragslaufzeit geben werde, sondern davon, dass die Beklagte etwa im Rahmen der Kundenbindung (Belohnung für bisherige Treue) oder der Verbesserung der eigenen technischen Infrastruktur gewillt beziehungsweise in der Lage sei, eine verbesserte Leistung zu bieten, ohne dass Verbrauchern dadurch Nachteile in Bezug auf den Preis (der genannt ist) oder eben die neue Vertragsbindung (die

nicht genannt sei) entstünden.

Bereits die Tatsache, dass nur unter dem Bestellbutton Ausführungen zur Mindestlaufzeit im Angebot der Beklagten zu finden seien, stelle laut Kläger einen Verstoß gegen § 312j Abs. 2 BGB dar, was er mit seinem Antrag 1.b) verfolgt. Denn die Informationen würden nach Meinung des Klägers nicht erteilt, „bevor“ Verbraucher:innen ihre Bestellung abgeben, sondern räumlich danach. Die Informationen seien überdies nach dem Dafürhalten des Klägers nicht in hervorgehobener Weise zur Verfügung gestellt. Sie seien in kleinerer Schrift als der Preis gehalten und würden vor einem schwarzen Hintergrund aufgeführt. Es spiele dabei keine Rolle, dass der Preis mit einer Fußnote gekennzeichnet sei und sich die wesentlichen Informationen des Art. 246a Abs. 1 Nr. 14 EGBGB in der Fußnote befänden. Denn die Fußnote erfülle laut Kläger nicht das Kriterium des Hervorhebens.

Der Kläger sieht zudem in dem Verhalten der Beklagten eine Verletzung des § 54 Abs. 3 S. 1 TKG, (Antrag 1.c)). Im vorliegenden Fall würde bei einer Auswahl des Tarifs „GigaZuhause 500 Kabel“ eine Änderung der Leistungspflicht der Beklagten eintreten, weshalb nicht nur eine Vertragsverlängerung insoweit vorliege, sondern ein neuer Vertragsabschluss. Wenn die Vertragszusammenfassung nach den Erwägungen der der streitigen Norm zugrundeliegenden europäischen Richtlinie zur Sachkenntnis der Verbraucher beitragen solle, damit Endnutzer *„ihre Entscheidungen in voller Sachkenntnis treffen können“*, würde es dem Kläger zufolge wenig Sinn machen, wenn es genügen würde, dass die Vertragszusammenfassung in Konstellationen, in denen die Endnutzer ihre Vertragserklärung vor der Vertragserklärung der Anbieter abgeben, vor dem Zustandekommen des Vertrages, d.h. hier nach der Vertragserklärung der Endnutzer und vor der Vertragserklärung der Anbieter zur Verfügung gestellt werde. Eine Anrufung des EuGH sei somit nicht erforderlich. Der Antrag sei nach der klägerischen Argumentation auch nicht zu weit gefasst: § 54 Abs. 3 Satz 3 TKG erfasse nur die Unmöglichkeit aus objektiv technischen Gründen. Eine solcher sei hier nicht gegeben. Es sei nicht erkennbar, warum die Beklagte die Vertragszusammenfassung nicht zur Verfügung stellen könne, selbst wenn Verbraucher durch das Angebot mit ihren Mobiltelefonen navigieren würden. Das Argument einer etwaig bestehenden stärkeren Kundenfreundlichkeit sei hier schon nicht zu prüfen.

Den Antrag 2. stützt der Kläger auf § 13 Abs. 3 UWG.

Der Kläger beantragt:

1.

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbraucher:innen

a)

E-Mails zu versenden bzw. versenden zu lassen, in denen gegenüber Kunden:innen ein neuer Internettarif mit einer höheren Geschwindigkeit und zu einem gleichbleibenden Preis von 39,99 € monatlich beworben wird, ohne in diesen E-Mails darauf hinzuweisen, dass dieser Tarif nur mit einer Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten abgeschlossen werden kann, wenn dies geschieht wie in Anlage K 1 abgebildet;

b)

In einem Angebot für einen Internettarif die Informationen über die Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten, die Kündigungsfrist von einem Monat zum Ende der Mindestvertragslaufzeit und das jederzeitige Kündigungsrecht nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit mit einer Frist von einem Monat zur Verfügung zu stellen beziehungsweise stellen zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 2 abgebildet;

hilfsweise in einem Angebot für einen Internettarif die Informationen über die Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten, die Kündigungsfrist von einem Monat zum Ende der Mindestvertragslaufzeit und das jederzeitige Kündigungsrecht nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit mit einer Frist von einem Monat unterhalb des Bestellbuttons und/oder in kleiner Schrift vor einem schwarzen Hintergrund zur Verfügung zu stellen bzw. stellen zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage K2 abgebildet;

c)

im Internet den Abschluss eines Internettarif anzubieten bzw. anbieten zu lassen, den die Verbraucher:innen über den Button „Kostenpflichtig bestellen“ bestellen können, und in diesem Zusammenhang vor der Bestellung der Verbraucher:innen keine Vertragszusammenfassung zur Verfügung zu stellen.

hilfsweise im Internet den Abschluss eines Internettarif anzubieten bzw. anbieten zu lassen, den die Verbraucher:innen über den Button „Kostenpflichtig bestellen“ bestellen können, und in diesem Zusammenhang vor der Bestellung der Verbraucher:innen keine Vertragszusammenfassung zur Verfügung zu stellen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 2 abgebildet.

2.

Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 260,00 EUR nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte hält den Antrag 1.a) jedenfalls für unbegründet: Die Auflösung des Fußnotenhinweises erfolge bereits genau dort, wo es üblich ist und Verbraucher es erwarten: Am Ende der Mail als Fußnote in Form eines entsprechenden Links. Durch die Anbringung des Fußnotenhinweises am Preis nehme der aufklärende Text in der Fußnote am Blickfang der Werbung teil. Da der Kunde zur Bestellung des Tarifs zunächst zur Angebotsseite auf dem Online-Auftritt der Beklagten voranschreiten müsse, werde er ohnehin im Weiteren dort ein weiteres Mal aufgeklärt. Im Übrigen kenne laut Beklagter jeder Verbraucher die im Telekommunikationsbereich absolut üblichen Mindestvertragslaufzeiten. Es sei auch aufgrund der Unüblichkeit des Fehlens von Mindestvertragslaufzeiten bei Internetverträgen schlicht abwegig anzunehmen, dass aus der maßgeblichen Verbrauchersicht das Angebot der Beklagten mit einer fünffach schnellere Leistung als ein „Geschenk“ ohne irgendwelche Bedingungen verstanden werden könnte. Die Sternchenhinweise und die Fußnote schlossen eine solche Betrachtungsweise spätestens aus. Selbst wenn ein Verstoß vorläge wäre dieser nach Auffassung der Beklagten daher jedenfalls nicht spürbar.

Die Beklagte ist weiter der Meinung, dass der Antrag 1.b) bereits unzulässig, im Übrigen aber ohnehin unbegründet sei. Der dortige Hauptantrag wolle nach seinem Wortlaut in unzulässiger Weise ein Verhalten verbieten, zu dem die Beklagte gerade verpflichtet sei. Der Kläger könne außerdem schon keinen Anspruch darauf haben, die Informationsgabe der Beklagten zu unterbinden, sondern allenfalls einen dahingehenden Unterlassungsanspruch besitzen, entsprechende ge-

schäftliche Handlungen vorzunehmen, ohne die Pflichtinformationen in der gebotenen und im Antrag - wie es gerade nicht erfolgte - klar zu beschreibenden Weise zur Verfügung zu stellen. Auch der diesbezügliche Hilfsantrag sei unzulässig, da er nicht vollstreckbar sei, da die Formulierung „in kleiner Schrift“ nicht überprüfbar sei. Im Übrigen sei der geltend gemachte Anspruch auch unbegründet. Der Begriff „bevor“ sei nach dem Dafürhalten der Beklagten als temporale Konjunktion so zu verstehen, dass die genannten Informationen dem Verbraucher zur Verfügung gestellt werden sollten, (zeitlich) bevor er seine Bestellung abgebe – was hinsichtlich des angegriffenen Angebots unstreitig der Fall sei. Eine besonders auffällige Gestaltung sei gerade nicht erforderlich, weshalb es insbesondere auch keiner „zusätzlichen Hervorhebung durch Schriftgröße, -art oder -farbe bedürfe. Hervorgehoben seien die Informationen allein schon deshalb, weil sie in der Auflösung eines Fußnotenhinweises enthalten seien, der prominent am Preis angebracht ist. Damit würden die Informationen in der Auflösung der Fußnote nach der Argumentation der Beklagten am Blickfang teilnehmen.

Die Beklagte argumentiert außerdem, dass der Klageantrag 1.c) schon allein deshalb als unzulässig abzuweisen sei, weil (auch) dieser nicht von dem geltend gemachten Unterlassungsanspruch getragen würde, da der Antrag auch offenkundig zulässiges, weil gesetzlich nach § 54 Abs. 3 S. 3 TKG erlaubtes Verhalten umfasse. Auch der Hilfsantrag 1.c) sei vor diesem Hintergrund unzureichend. Denn auch aus der Inbezugnahme der konkreten Verletzungshandlung ergebe sich gerade nicht, dass das in zulässige Verhalten von dem Unterlassungstenor ausgenommen sei. Im Übrigen sei die Klage aber auch insoweit unbegründet: § 54 TKG sei nach Meinung der Beklagten nämlich schon nicht anwendbar, da es sich vorliegend nur um eine Tarifänderung verbunden mit einer Verlängerung der Vertragslaufzeit, nicht aber um den Abschluss eines neuen Vertrags handle. Die Geschwindigkeit des Internets könne ein Telekommunikationsanbieter ohnehin jederzeit ändern. Entsprechend gebe es laut Beklagter auch nichts, das der Verbraucher vergleichen müsste. Alle sonstigen Details und Angaben, einschließlich der Kundennummer blieben ohnehin gleich. Auch die Formulierungen in der Kundenmail könnten nach objektiven Empfängerhorizont nur so verstanden werden, dass im Falle der Bestellung des Angebots der bisherige Vertrag für die neue Laufzeit einfach fortbestehe und sich nur das Datenvolumen ändere. Der Verbraucher erhalte im Rahmen der Angebotsseite und des Bestellprozesses eine ordnungsgemäße Vertragszusammenfassung, und zwar zum gesetzlich maßgeblichen Zeitpunkt „vor Abschluss des Vertrags“. Soweit § 54 Abs. 3 Satz 1 TKG diesen Zeitpunkt nach vorne verlagere und fordere, dass die Vertragszusammenfassung bereits zur Verfügung zu stellen sei, „bevor ein Verbraucher seine Vertragserklärung abgibt“, stelle dies eine weniger strenge Bestimmung zur Gewährleistung eines anderen Verbraucherschutzniveaus und damit eine unionsrechtswidrige Umsetzung

gegen die vorhergesehene Vollharmonisierung dar. Daher müsse jedenfalls eine dahingehende richtlinienkonforme Auslegung erfolgen. Für den Fall, dass das erkennende Gericht trotz des Vorstehenden in Erwägung ziehen sollte, der Auslegung des Klägers zu folgen, regt die Beklagte an, diese Rechtsfrage dem Europäischen Gerichtshof im Rahmen eines Vorabentscheidungsverfahrens vorzulegen.

Das Gericht hat am 09.04.2025 zur Sache mündlich verhandelt. Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze und die zu den Akten gereichten Unterlagen sowie das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 09.04.2025 Bezug genommen.

Der Schriftsatz der beklagten Partei vom 22.04.2025 enthält ausschließlich Rechtsausführungen, diese wurden zur Kenntnis genommen. Ein Wiedereintritt in die mündliche Verhandlung war nicht veranlaßt.

Entscheidungsgründe

A. Die Klage ist teilweise zulässig. Soweit sie zulässig ist, ist sie begründet.

I. Die Hauptanträge 1.b) und 1c) sind unzulässig. Die Hauptanträge 1.a) und 2. sowie die Hilfsanträge 1.b) und 1.c) sind zulässig.

1. Die Zuständigkeit des angerufenen Gerichts folgt aus § 14 Abs. 1, Abs. 2 S. 1 UWG.

2. Die Klagebefugnis des Klägers folgt aus § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG.

3. Die Hauptanträge 1.b) und 1c) sind unzulässig, da unbestimmt. Die Hilfsanträge 1.b) und 1.c) sind (genau wie der Hauptantrag 1.a)) ausreichend bestimmt und damit zulässig.

Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Unterlassungsantrag nicht derart undeutlich gefasst sein, dass der Streitgegenstand und der Umfang der Prüfungs- und Entscheidungsbefugnis des Gerichts nicht mehr klar umrissen sind, der Beklagte sich deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und im Ergebnis dem Vollstreckungsgericht die Entscheidung darüber überlassen bleibt, was dem Beklagten verboten ist. Welche Anforderungen dabei an die Konkretisierung des Streit-

gegenstands in einem Unterlassungsantrag zu stellen sind, ist jedoch auch abhängig von den Besonderheiten des anzuwendenden materiellen Rechts und den Umständen des Einzelfalls. In die Beurteilung einzubeziehen sind nicht nur die Interessen der beklagten Partei, sich gegen die Klage erschöpfend verteidigen zu können, sondern auch die Belange des Klägers, dem ein wirksamer Rechtsschutz nicht verwehrt werden darf. Es lässt sich nicht stets vermeiden, dass das Vollstreckungsgericht bei der Beurteilung der Frage, ob ein Verstoß gegen ein ausgesprochenes Verbot vorliegt, in gewissem Umfang auch Wertungen vornehmen muss (u.a. BGH GRUR 2002, 1088 - Zugabenbündel m.w.N.).

Bei der Prüfung der Bestimmtheit ist die konkrete Verletzungshandlung bzw. Verletzungsform und die Klagebegründung sowie dazu gegebene Erläuterungen im Übrigen zur Auslegung heranzuziehen (BGH WRP 2001, 1182 (1183) – Jubiläumsschnäppchen). Der Antrag muss sich möglichst genau an die konkrete Verletzungsform anpassen und deren Inhalt und die Umstände, unter denen ein Verhalten untersagt werden soll, so deutlich umschreiben, dass sie in ihrer konkreten Gestaltung zweifelsfrei erkennbar sind (BGH GRUR 1977, 114 (115) – VUS). Die abstrakte Kennzeichnung hat dabei die Funktion, den Kreis der Varianten näher zu bestimmen, die als „kerngleiche“ Handlungen von dem Verbot erfasst sein sollen (BGH GRUR 2006, 164 Rn. 14 – Aktivierungskosten II; GRUR 2010, 749 Rn. 36 – Erinnerungswerbung im Internet). Die Wiederholung des Wortlauts eines gesetzlichen Verbotstatbestands genügt grundsätzlich nicht für die Bestimmtheit des Unterlassungsantrags (BGH GRUR 2010, 749 Rn. 21 – Erinnerungswerbung im Internet).

Nach dieser Maßgabe gilt Folgendes:

a) Mit dem Hauptantrag 1.b) wird die Prüfungs- und Entscheidungsbefugnis des Gerichts nicht klar umrissen. Daher ist die Klage insoweit unbestimmt und damit unzulässig.

Im allgemeinen Teil der Antragsfassung wird nach dem strikten Wortlaut ein an sich rechtlich zulässiges Verhalten beanstandet. Zwar kann die Klageschrift und die weiteren klägerischen Schriftsätze zur Auslegung des Hauptantrags 1.b) herangezogen werden. Auch ist zu beachten, dass der Kläger in diesem Hauptantrag auch auf die konkret beanstandete Verletzungsform Bezug nimmt („wenn dies geschieht wie in Anlage K2 abgebildet“). Doch wird auch unter Berücksichtigung dessen nicht eindeutig ersichtlich, ob der Kläger mit dem Hauptantrag 1.b) die Umstände, dass die Beklagte die Information zur Mindestvertragslaufzeit erst unterhalb des Bestellbuttons zur Verfügung stellt sowie dies nach klägerischer Ansicht nicht in hervorgehobener Weise vornimmt, alternativ oder kumulativ beanstandet. Auf die diesbezüglichen Hinweise des Gerichts in

der mündlichen Verhandlung nahm der Kläger keine Konkretisierung seines Antrags vor, sondern stellte insoweit einen Hilfsantrag.

b) Der Hilfsantrag 1.b) ist derweil ausreichend bestimmt und damit zulässig.

Aus diesem Antrag geht nunmehr hervor, dass der Kläger den Ort der Information und die Schriftgröße alternativ („und/oder“) beanstandet.

Der Umstand, dass der Antrag allgemein formuliert ist, steht der Bestimmtheit dieser Anträge nicht entgegen. Denn der abstrahiert formulierte Antrag wird gerade durch die Bezugnahme auf die konkret beanstandeten Verletzungsformen („wenn dies geschieht wie in Anlage K2 abgebildet“) näher bestimmt (BGH GRUR 2022, 1347 – 7 x mehr).

Vor diesem Hintergrund ist bereits die im Kontext der Schriftgröße erfolgte Verwendung des einer Wertung zugänglichen Adjektivs „kleinen“ nicht schädlich (Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 12 Rn. 1.36, beck-online). Im Übrigen handelt es sich insoweit um eine mutmaßliche Art von Verstoß, in welchem die Kammer als etwaiges späteres Vollstreckungsgericht zwangsläufig in gewissem Umfang auch eine Wertung insoweit vornehmen müsste.

c) Auch der Hauptantrag 1.c) erweist sich als nicht hinreichend bestimmt und unzulässig.

Der Antrag ist allgemein gehalten und nimmt auf keine konkrete Verletzungsform Bezug. Gerade weil dann im Hilfsantrag eine solche Bezugnahme erfolgt, erlaubt die Auslegung des klägerischen Begehrens gerade nicht, dass dies im Hauptantrag 1.c) auch schon erfolgen sollte. Im Übrigen wiederholt der Hauptantrag 1.c) an den wesentlichen Stellen lediglich den Gesetzeswortlaut, ohne gerade das Charakteristische der vorliegenden konkreten Verletzungsform (auf die eben auch nicht Bezug genommen wurde) zu beschreiben.

d) Der Hilfsantrag 1.c) ist derweil ausreichend bestimmt und damit zulässig.

Denn der abstrahiert formulierte Antrag wird dort gerade durch die Bezugnahme auf die konkret beanstandeten Verletzungsformen („wenn dies geschieht wie in Anlage K2 abgebildet“) näher bestimmt (BGH GRUR 2022, 1347 – 7 x mehr). Die Frage, ob er auch zulässiges Verhalten der Beklagten verbietet, ist eine Frage der Begründetheit (Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 12 Rn. 1.44a, beck-online).

II. Soweit die Klage zulässig ist, ist sie begründet.

1. Dem nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG aktivlegitimierten Kläger stehen die Unterlassungsanträge

Hauptantrag 1., Hilfsantrag 1.b) sowie Hilfsantrag 1.c) jeweils nach §§ 8 Abs. 1 S. 1, 3 Abs. 1 UWG zu. Die Werbe-Email der Beklagten und auch die anschließende Bestellmaske sind jeweils als geschäftliche Handlungen im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG zu qualifizieren. Die Wiederholungsgefahr wird jeweils aufgrund der im Weiteren dargelegten Erstbegehung vermutet.

a) Das mit dem Hauptantrag 1.a) vom Kläger beanstandete Verhalten der Beklagten ist als irreführend nach § 5a Abs. 1 UWG und damit unlauter einzustufen.

In der von der Beklagten versendeten E-Mail (Anlage K1) wird dem Verbraucher in geschäftlich relevanter Weise (cc)) die für ihn wesentliche Information der Mindestvertragslaufzeit (aa)) vorenthalten (bb)).

aa) Die Mindestlaufzeit ist als wesentliche Information nach § 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG einzustufen.

Wesentliche Informationen sind grundsätzlich solche Informationen, die der durchschnittliche Verbraucher je nach den Umständen benötigt, um eine informierte Entscheidung zu treffen und deren Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann und ihr für die vom Verbraucher zu treffende geschäftliche Entscheidung erhebliches Gewicht zukommt (EuGH WRP 2017, 405 Rn. 30, 35 – Carrefour Hypermarchés; BGH GRUR 2012, 1275 Rn. 36 – Zweigstellenbriefbogen; GRUR 2016, 1076 Rn. 31 – LGA tested; Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5a Rn. 2.8, beck-online). Für den Fall des konkreten Angebots i.S.d. § 5b Abs. 1 UWG („Aufforderung zum Kauf“ i.S.d. Art. 7 Abs. 4, 2 lit. i UGP-RL) gelten die dortigen Informationen (u.a. die wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung in dem der Ware oder Dienstleistung und dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang nach Abs. 1 Nr. 1) in grundsätzlich abschließender Weise als wesentlich, wie sich aus ErwGr. 14 UGP-RL ergibt (EuGH WRP 2017, 31 Rn. 68 – Canal Digital Danmark; a.A. zur entspr. alten Rechtslage: BGH GRUR 2011, 1076 (1081) Rn. 49 – LGA tested). Als „Aufforderung zum Kauf“ ist dabei nach Art. 2 lit. i) UGP-RL jede kommerzielle Kommunikation, die die Merkmale des Produkts und den Preis in einer Weise angibt, die den Mitteln der verwendeten kommerziellen Kommunikation angemessen ist und den Verbraucher dadurch in die Lage versetzt, einen Kauf zu tätigen. Es genügt, wenn der Verbraucher so viel über das Produkt und seinen Preis erfährt, dass er sich für den Kauf entscheiden kann (BGH GRUR 2020, 1226 Rn. 33 – LTE-Geschwindigkeit). Deshalb fällt praktisch jede Information über Merkmale des Produkts darunter, soweit auch ein Preis angegeben ist. Insbesondere muss die kommerzielle Kommunikation nicht eine tatsächliche Möglichkeit bieten, das Produkt zu kaufen (EuGH GRUR 2011, 930 Rn. 33 – Ving Sverige; BGH GRUR 2014, 584 Rn. 9 – Typenbezeichnung).

Nach diesen Maßstäben ist die versendete E-Mail (Anlage K1) bereits als Aufforderung zum Kauf zu verstehen, auch wenn erst im weiteren die Bestellmaske geöffnet werden muss. Insbesondere der Preis und der Leistungsgegenstand sind bereits benannt. Die Beklagte bezeichnet die E-Mail dort selbst als Angebot. Dass es sich wohl nur nach dem Vertragsrecht um eine sogenannte *invitatio ad offerendum* handelt, ist unerheblich (BGH GRUR 2020, 1226 Rn. 41 – LTE-Geschwindigkeit; BGH GRUR 2017, 1269 Rn. 17 – MeinPaket II).

Die Mindestvertragslaufzeit ist bei einem Dauerschuldverhältnis über einen Internetvertrag ein wesentliches Merkmal der Dienstleistung, dies auch im Hinblick auf den dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Umfang (§ 5b Abs. 1 Nr. 1 UWG).

Wesentliche Merkmale der Ware oder Dienstleistung sind solche Eigenschaften eines Produkts oder einer Dienstleistung, hinsichtlich derer ein Durchschnittsverbraucher eine Information billigerweise erwarten darf, um eine informierte Entscheidung treffen zu können (BGH GRUR 2017, 295 Rn. 17 – Entertain). Dies gilt auch für etwaige der Kaufentscheidung vorgelagerten Entscheidungen (z.B. der Entscheidung, das Geschäft aufzusuchen/ die Internetseite des Unternehmers aufzusuchen oder auf andere Weise nähere Informationen über das beworbene Produkt einzuholen, vgl. u.a. OLG Hamm GRUR 2023, 82 Rn. 23 – Einbauküche; zum Gleichstehen der beiden Situationen: BGH WRP 2018, 65 Rn. 29, 30 – Mein.Paket.de II)).

Die Mindestvertragslaufzeit ist für den Verbraucher maßgeblich, um in Anlehnung an § 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG den Mindestgesamtpreis berechnen zu können. Zwar sind Verbraucher nach der Beurteilung der Kammer, deren Mitglieder selbst zu dem angesprochenen Verkehrskreis gehören und die daher selbst die maßgeblichen Feststellungen treffen kann, gewohnt, dass Internetverträge häufig über Mindestlaufzeiten verfügen, doch ist dies zum einen nicht immer der Fall und zum anderen ist die genaue Dauer bei Anbietern im Falle des Vorhandenseins einer Mindestvertragslaufzeit unterschiedlich, sodass ein Bedarf des Verbrauchers an dem Wissen über die konkrete Laufzeit jeweils besteht.

Auch unter Berücksichtigung der Art des Kommunikationsmittels (vorliegend: Internet bei Mobilversionsansicht) ist eine Darstellung auch unter Berücksichtigung eines kleinen Displays möglich und auch in Anbetracht der Verbraucherinteressen und der Gewöhnlichkeit einer solchen Kommunikation tunlich. Insoweit kann die Beklagte auch mit einem (ausreichenden) Sternchenhinweis und einer gestreckten Ansicht aufgrund der Üblichkeit des Scrollens operieren.

bb) Die Beklagte enthielt der Verbraucherin die Information über die Mindestvertragslaufzeit in ihrer E-Mail (Anlage K1) vor.

Das Vorenthalten einer Information liegt vor, wenn diese zum Geschäfts- und Verantwortungsbe- reich des Unternehmers gehört oder dieser sie sich mit zumutbarem Aufwand beschaffen kann und der Verbraucher sie nicht oder nicht so erhält, dass er sie bei seiner geschäftlichen Ent- scheidung berücksichtigen kann (BGH WRP 2016, 1221 Rn. 27 – LGA tested). Nach § 5a Abs. 2 UWG gilt als Vorenthalten auch das Verheimlichen wesentlicher Informationen, die Bereitstellung wesentlicher Informationen in unklarer, unverständlicher oder zweideutiger Weise sowie die nicht rechtzeitige Bereitstellung wesentlicher Informationen. Bei der Beurteilung, ob wesentliche Infor- mationen vorenthalten wurden, sind nach § 5a Abs. 3 UWG räumliche oder zeitliche Beschrän- kungen durch das für die geschäftliche Handlung gewählte Kommunikationsmittel sowie alle Maß- nahmen des Unternehmers, um dem Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer die Informatio- nen auf andere Weise als durch das für die geschäftliche Handlung gewählte Kommunikations- mittel zur Verfügung zu stellen. Unklarheit kann unter anderem auch im Hinblick auf die Wahr- nehmbarkeit der Information gegeben sein. Das ist dann anzunehmen, wenn die Gefahr besteht, dass der Durchschnittsverbraucher die Information nicht (vollständig) liest (Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 5a Rn. 2.32, beck-online). Bei Anga- ben, die nicht am Blickfang teilhaben („Kleingedrucktes“ oder ähnliches) muss zumindest durch einen unmissverständlichen Hinweis („Sternchen“) beim Angebot die entsprechende Verbindung hergestellt werden. Es gelten die für „Blickfangwerbung“ geltenden Grundsätze (OLG Stuttgart GRUR-RR 2008, 429; OLG Stuttgart GRUR-RR 2007, 361 f. – Abholpreise; Fezer/Büscher/Obergfell/Steinbeck Anh. 2 § 4a Rn. 553; MüKoUWG/Alexander, 3. Aufl. 2020, UWG § 5a, beck-online).

Zwar ist der Beklagten zuzugestehen, dass die Wahl eines Fußnotenhinweises bei dem vorlie- genden Kommunikationsmittel für einen Hinweis über die Mindestvertragslaufzeit angemessen ist, doch ist die konkrete Ausgestaltung des Fußnote im vorliegenden Fall nicht ausreichend.

Die vorliegende Fußnote lässt die entsprechenden Angaben über die Mindestvertragslaufzeit nicht ohne weiteres auffinden. Es besteht vorliegend die Gefahr, dass der Verbraucher den Button „Fußnoten“ übersieht. Verbraucher sind es - dem Namen entsprechend - gewohnt, Fußnoten di- rekt am Ende der jeweiligen Seite, auf der der Verweis gesetzt wurde, zu finden. In der E-Mail ist die Fußnote indes nicht unmittelbar aufgelöst, sondern es muss vorliegend zunächst auf den But- ton „Fußnoten“ geklickt werden. Dieser befindet sich zwar fast am Schluss der E-Mail, jedoch ist er neben Linkbuttons zu Informationen zum Datenschutz und dem Impressum eingereiht. Diese liest ein Verbraucher aufgrund der Unüblichkeit der Verlinkung von Fußnoten und dem Umstand, dass nach der Erwartung des Verbrauchers bei solchen Aneinanderreihungen von Verlinkungen am Ende einer Darstellung im Internet für gewöhnlich nur allgemeine Hinweise vorhanden sind

(wie hier unter anderem auch: Datenschutz, Impressum sowie eine Zeile weiter oben: Kontakt), jedoch bei seiner Suche nach der Auflösung der Fußnote auch nicht zwingend quer. Somit besteht hier die zu Lasten der Beklagten gehende Gefahr des Übersehens der Verlinkung durch den Verbraucher.

cc) Das Vorenthalten der Mindestvertragslaufzeit ist auch dazu geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte, § 5a Abs. 1 Nr. 2 UWG.

Die maßgebliche geschäftliche Entscheidung kann bereits im Aufsuchen der Website des Unternehmers bestehen, welche im virtuellen Raum einem Geschäftsbesuch gleichsteht (BGH WRP 2018, 65 – Mein.Paket.de II). Denn dabei handelt es sich um eine mit der Kaufentscheidung unmittelbar zusammenhängende Entscheidung, vergleichbar dem Aufsuchen eines stationären Geschäfts (EuGH WRP 2014, 161 Rn. 38 – Trento Sviluppo). Der Verbraucher würde bei vollständiger Information in der Werbeanzeige möglicherweise vom Aufsuchen der Website Abstand nehmen, etwa wenn ihm die Mindestvertragslaufzeit zu lang ist (BGH WRP 2018, 65 Rn. 29, 30 – Mein.Paket.de II). Aus demselben Grund ist die beklagtenseits vorgetragene Möglichkeit eines telefonischen Kundensupports hier nicht maßgeblich.

b) Das mit dem Hilfsantrag 1.b) vom Kläger beanstandete Verhalten der Beklagten ist als unlauter nach §§ 3a UWG, 312j Abs. 2 BGB, Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 14 EGBGB einzustufen.

Die Beklagte verstößt (bb)) bei der Darstellung ihrer Bestellmaske (Anlage K2) in spürbarer Weise (cc)) gegen eine Informationspflicht nach § 312j Abs. 2 BGB, welche eine Marktverhaltensregelung darstellt (aa)).

aa) Die vorvertraglichen und vertraglichen Informationspflichten des Unternehmers gegenüber dem Verbraucher nach §§ 312a ff. BGB sind Marktverhaltensregelungen i.S.d. § 3a UWG (Köhler/Fedderson/Köhler/Odörfer, 43. Aufl. 2025, UWG § 3a Rn. 1.24, beck-online).

bb) Die Informationspflicht betreffend die Mindestvertragslaufzeit (Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 Nr. 14 EGBGB) wurde weder abgegeben, bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt ((1)), noch erfolgte dies in hervorgehobener Weise ((2)).

(1) Damit Angaben nach § 312j Abs. 2 BGB erfolgen, bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, muss nach ganz herrschender Meinung (zu dieser Einordnung kommend: BeckOK BGB/Maume, 73. Ed. 1.11.2024, BGB § 312j Rn. 14, beck-online, welcher der Mindermeinung folgt) neben der zeitlichen Komponente ein direkter räumlich-funktionaler Zusammenhang be-

stehen (BeckOGK/Busch Rn. 24; MüKoBGB/Wendehorst Rn. 18; Spindler/Schuster/Schirmbacher Rn. 24). Diese Auslegung erfolgt aus der unzweideutigen Gesetzesbegründung (BT-Drs. 17/7745, S. 10);, in der Folgendes ausgeführt ist:

„Die Informationen müssen im räumlich-funktionalen Zusammenhang mit der Abgabe der Bestellung stehen. Wenn – wie meist – die Bestellung über eine Schaltfläche erfolgt, müssen die Informationen in räumlicher Nähe zu der Schaltfläche für die Bestellung angezeigt werden, damit das Merkmal der Unmittelbarkeit erfüllt ist.“

Der Informationspflicht nach § 312j BGB Abs. 2 BGB kann nur in Ausnahmefällen noch genügt werden, wenn der Unternehmer die Informationen räumlich unterhalb eines Bestellbuttons und als Fließtext zur Verfügung stellt. In diesem Falle bestehen aber erhöhte Anforderungen an die „Hervorgehobenheit“ der Informationen: Ein Text, der in kleiner Schriftgröße gehalten ist und im Vergleich zur übrigen Gestaltung der Seite eher an eine Fußnote erinnert, ist unzureichend (OLG Köln Ur. v. 7.10.2016 – 6 U 48/16, BeckRS 2016, 111701, beck-online).

Dieser räumlich-funktionale Zusammenhang ist vorliegend nicht gewahrt, wenn - wie hier - die Auflösung einer Fußnote erst nach dem Bestellbutton erscheint. Denn dieser vermittelt dem Verbraucher grundsätzlich den Eindruck des räumlichen Endes des vertraglichen Inhalts. Daneben besteht hierdurch gerade die Gefahr, dass auch zeitlich der Verbraucher diese Auflösung gerade nicht mehr wahrnimmt. Ein Ausnahmefall - wie vom OLG Köln beschrieben - besteht vorliegend gerade nicht.

(2) Daneben wurden die Angaben auch nicht in klarer und hervorgehobener Weise zur Verfügung gestellt.

Nach der Gesetzesbegründung (BT-Drs. 17/7745, S. 11) sind folgende Voraussetzungen an diese Voraussetzungen zu stellen:

„Die wesentlichen Vertragsinformationen müssen „klar und verständlich“ sein, sich in unübersehbarer Weise vom übrigen Text und den sonstigen Gestaltungselementen abheben und sie dürfen nicht im Gesamlayout des Internetauftritts oder dem sonstigen Online-Angebot untergehen. Schriftgröße, Schriftart und Schriftfarbe müssen so gewählt sein, dass die Informationen nicht versteckt, sondern klar und einfach erkennbar sind. Die Darstellung muss im Wesentlichen auf die in Satz 1 bezeichneten Informationen beschränkt bleiben; diese sollen von sonstigen Informationen deutlich abgesetzt und gut erfassbar sein. Die Angaben müssen „verständlich“ sein, d. h. in ihrem Aussagegehalt unmissverständlich sowie sprachlich klar und eindeutig formuliert, sie dürfen keine verwirrenden oder ablenkenden Zusätze enthalten.“

Es kann an dieser Stelle dahinstehen, ob erforderlich ist, dass die Informationen einer besonderen Schriftgröße, -art oder -farbe, also z.B. mit Fettdruck, bunten Rahmen oder blinkenden Hinweisen („Blickfang“) zu versehen sind (Mit der Beklagten dagegen: Alexander NJW 2012, 1985 (1988); BeckOK BGB/Maume, 73. Ed. 1.11.2024, BGB § 312j Rn. 18, beck-online).

Die maßgebliche Auflösung der Fußnote ist aber gerade im Vergleich zur sonstigen Darstellung in kleiner Schriftart gefasst und im Fließtext gehalten. Der Fußnotentext genügt daher nicht den Anforderungen an eine klare und hervorgehobene Darstellung.

cc) Der Verstoß ist dazu geeignet, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen. Es besteht die Gefahr, dass die Auflösung des Fußnotenhinweises vom Verbraucher vor Abgabe seiner Bestellung gerade nicht mehr zur Kenntnis genommen wird und dieser in Unkenntnis einer Mindestvertragslaufzeit oder zumindest deren konkreter Dauer einen Vertrag abschließt, den er so nicht gewollt hätte.

c) Das mit dem Hilfsantrag 1.c) vom Kläger beanstandete Verhalten der Beklagten ist als unlauter nach §§ 3a UWG, § 54 Abs. 3 S. 1 TKG einzustufen.

Bei der Darstellung ihrer Bestellmaske (Anlage K2) verstößt (bb)) die Beklagte in spürbarer Weise (cc)) gegen eine Informationspflicht nach § 54 Abs. 3 S. 1 TKG, welche eine Marktverhaltensregelung darstellt (aa)). Der Antrag des Klägers ist nicht zu weit gefasst (d)).

aa) Die vorvertraglichen und vertraglichen Informationspflichten des Unternehmers gegenüber dem Verbraucher nach § 54 Abs. 3 S. 1 TKG sind Marktverhaltensregelungen i.S.d. § 3a UWG.

Die Vertragszusammenfassung dient ausweislich der Gesetzesbegründung zum Telekommunikationsmodernisierungsgesetz (BT-Drs. 19/26108, S. 287) sowie der einschlägigen Richtlinie (RL (EU) 2018, 1972, ABl. L 321 vom 17.12.2018, dort Erwägungsgrund 261, S. 85) zum einen dem Zweck, dass Verbraucher ihre Entscheidung, eine Vertragserklärung abzugeben, in voller Sachkenntnis treffen können. Zum anderen soll den Verbrauchern die Möglichkeit gegeben werden, das in der Vertragszusammenfassung aufgeführte Angebot mit individuellen Angeboten anderer Anbieter zu vergleichen. Die damit geschützten Interessen der Verbraucher an Richtigkeit und Vollständigkeit der Information werden gerade beim Abschluss von Verträgen über Internet-Dienstleistungen wie im Streitfall berührt, weil die fehlende Transparenz bzw. Angabe von Vertragsbestandteilen bzw. mit dem Tarif eng verknüpften Verträgen ihnen die Vergleichbarkeit der Angebote der Beklagten mit denen anderer Anbieter anhand der Vertragszusammenfassung erschwert, so dass die oben dargestellten Anforderungen an eine Marktverhaltensregelung erfüllt

sind. Nicht zuletzt steht die Vorschrift in Teil 3 des TKG, der mit der amtlichen Überschrift „Kundenschutz“ versehen ist (OLG Köln Urt. v. 10.1.2025 – 6 U 68/24, GRUR-RS 2025, 216 Rn. 14, beck-online). Die §§ 69, 70 TKG stellen lediglich eine abschließende Regelung der Abwehr- und Schadensersatzansprüche der von einem Verstoß betroffenen Endnutzer oder Wettbewerber gegen den Anbieter von öffentlich zugänglichen Telekommunikationsdiensten dar (Köhler/Feddersen/Köhler/Odörfer, 43. Aufl. 2025, UWG § 3a Rn. 1.40, beck-online). Dies kann jedoch nicht für Verbraucherverbände, wie den Kläger gelten, der von dieser Norm nicht erfasst ist.

bb) Die Beklagte hat gegen die europarechtskonforme ((2)) Norm des § 54 Abs. 1 S. 1 TKG verstoßen ((1)). Auf die Europarechtswidrigkeit kommt es ohnehin nicht zwingend an ((3)).

(1) Es liegt ein Verstoß gegen den Wortlaut der Norm vor.

Unstreitig hat die Beklagte im Internet dem Verbraucher die Möglichkeit gewährt, die Bestellung verbindlich durch Klicken des entsprechenden Buttons zu tätigen und in diesem Zusammenhang bis dahin keine Vertragszusammenfassung zur Verfügung zu stellen.

Entgegen der Ansicht der Beklagten liegt auch der Abschluss eines neuen Vertrags vor. Die Leistungspflicht der Beklagten wird inhaltlich durch den Vertrag neu und eigenständig gestaltet (Ob die Beklagte faktisch zu einer jederzeitigen Erhöhung/ Drosselung der Internetleistung fähig ist, ist insoweit ohne Belang). Es entsteht weiterhin auch eine eigene Mindestvertragslaufzeit, ohne dass die vorherige Vertragslaufzeit des Kunden, gegenüber dem geworben wurde, berücksichtigt werden würde. Der Umstand, dass die Kundennummer gleich bleibt, ist an dieser Stelle nicht zu berücksichtigen, da es sich schon nicht um die Vertragsnummer handelt (was wohl aber auch nicht ausreichen würde). Auch die Formulierungen in der Kundenmail („Treue“; „Du behältst“) sind bereits nach objektiven Empfängerhorizont nur als werbende Aussagen beziehungsweise Vergleiche zum Altvertrag zu sehen.

(2) § 54 Abs. 1 S. 1 TKG ist im Hinblick darauf, dass es dort *„Bevor ein Verbraucher seine Vertragserklärung abgibt“* statt *„vor Abschluss des Vertrags“*, wie es in der durch die Bundesrepublik als Mitgliedsstaat zugrundeliegenden nach Art. 101 Abs. 1 RL (EU) 2018/1972 voll zu harmonisierenden Richtlinie Art. 102 Abs. 3 UAbs. 4 RL (EU) 2018/1972 heißt, auch europarechtskonform (auch wenn dies nicht entscheidungserheblich ist, s. hierzu unter (3)).

Es bestehen auch keine Zweifel an der europarechtlichen Konformität der Norm. Der Begriff *„vor Abschluss des Vertrags“* in Art. 102 Abs. 3 UAbs. 4 RL (EU) 2018/1972 muss im Gesamtzu-

sammenhang gesehen und selbst ausgelegt werden. Der Verbraucher soll vor einer eigenen verbindlichen Zustimmungserklärung zum Abschluss des Vertrags geschützt werden, wenn ihm die Vertragszusammenfassung nicht zuvor zur Verfügung gestellt wurde. Dies ergibt sich daraus, dass nach Art. 102 Abs. 3 UAbs. 4 S. 2 RL (EU) 2018/1972 die Vertragszusammenfassung nur nachgereicht werden kann, wenn sie aus objektiven technischen Gründen nicht vorher zur Verfügung gestellt werden kann. In diesem Falle bedarf es zur Wirksamkeit seiner Erklärung auf Vertragsschluss seiner Genehmigung, die wiederum die vorherige Kenntnis der Vertragszusammenfassung voraussetzt. Ist die vorherige Kenntnis der Vertragszusammenfassung für den Ausnahmefall des Nachreichens erforderlich, so gilt dies erst recht für den grundsätzlichen Fall, dass die Vertragszusammenfassung objektiv-technisch vor der auf Vertragsschluss gerichteten Erklärung des Verbrauchers zur Verfügung gestellt werden kann. Nur so kann auch der im Erwägungsgrund Nr. 261 RL (EU) 2018/1972 genannte Zweck der Vertragszusammenfassung erfüllt werden, dem Endnutzer die Entscheidung zu erleichtern und ihnen die Möglichkeit zu geben, „ihre Entscheidungen in voller Sachkenntnis treffen [zu] können“. Nur durch eine der eigenen Entscheidung vorhergehende Information kann dies gewährleistet werden und nicht durch das Zurverfügungstellen einer Vertragszusammenfassung, wenn eine verbindliche Willenserklärung zum Vertragsschluss durch den Verbraucher bereits abgegeben wurde (Geppert/Schütz/Boms, 5. Aufl. 2023, TKG § 54 Rn. 27, beck-online). Die andere Ansicht in der Literatur (BeckOK InfoMedienR/Kiparski, 47. Ed. 1.2.2024, TKG2021 § 54 Rn. 7, beck-online) überzeugt vor diesem Hintergrund inhaltlich nicht (ohnehin kann an der Neutralität des Autors gezweifelt werden: Dr. G. Kiparski ist General Counsel bei 1&1).

(3) Selbst wenn man mit der Beklagten eine Europarechtswidrigkeit von § 54 Abs. 1 S. 1 TKG annehmen würde, so würde dies nichts daran ändern, dass die Normen im Streitfall anzuwenden wären. Eine so genannte horizontale Drittwirkung von Richtlinienrecht im Verhältnis zwischen Privaten scheidet nach herrschender und zustimmungswürdiger Ansicht gem. Art. 288 UAbs. 3 AEUV aus (s. insbesondere die ständige Rechtsprechung des EuGH, vgl. EuGH, NJW 1986, 2178 – Marshall; EuGH, NJW 1994, 2473 = NVwZ 1994, 1094 Ls. – Faccini Dori; EuGH, NZA 2012, 139 = NJW 2012, 511 Rn. 37, 42 – Dominguez; dazu, dass sich auch aus der vielfach missverstandenen Mangold-Entscheidung, vgl. EuGH, NJW 2005, 3695 = NZA 2005, 1345 – Mangold, nichts anderes ergibt, eingehend Forschner, ZJS 2011, 456 mwN).

cc) Der Verstoß ist dazu geeignet, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen. Der Verstoß führt dazu, dass der genaue Vertragsinhalt vom Verbraucher vor Abgabe seiner Bestellung gerade nicht mehr zur Kenntnis genommen werden kann, weshalb die Gefahr besteht, dass er diesen in Unkenntnis über Vertragsdetails (allen voran die Mindestvertragslaufzeit) ab-

schließt, obwohl die begründete Möglichkeit besteht, dass er dies bei Kenntnis so nicht gewollt hätte.

dd) Der Unterlassungsantrag des Klägers ist auch im Hinblick auf § 54 Abs. 3 S. 3 TKG nicht zu weit gefasst.

Ein Unterlassungsantrag ist zu weit gefasst und damit unbegründet, wenn er auch Handlungen einbezieht, die nicht wettbewerbswidrig sind (BGH GRUR 2010, 749 Rn. 26 – Erinnerungswerbung im Internet; GRUR 2012, 945 Rn. 25 – Tribenuronmethyl; GRUR 2012, 1062 Rn. 38 – Elektronischer Programmführer; GRUR 2013, 1161 Rn. 53 ff. – Hard Rock Café; WRP 2014, 424 Rn. 47 – wetteronline.de; GRUR 2021, 746 Rn. 50 – Dr. Z; GRUR 2021, 1395 Rn. 13 – Hohenloher Landschwein; GRUR 2022, 399 Rn. 11–14 – Werbung für Fernbehandlung; GRUR 2022, 1812 Rn. 16 – DNS-Sperre). Eine Beschränkung auf die wettbewerbswidrigen Verhaltensweisen ist nicht möglich, wenn sie vom Verletzer nicht als charakteristisch für die Verletzungshandlung angesehen werden (Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 12 Rn. 1.44a, beck-online).

Diese Voraussetzungen sind hier nicht gegeben. In seinem Hilfsantrag 1.c) nimmt der Kläger gerade Bezug auf die konkrete Verletzungsform. Eine objektiv-technische Unmöglichkeit im Sinne der Norm wurde gerade nicht vorgetragen. Die Auffassung der Beklagten, das Zurverfügungstellen eine Vertragszusammenfassung erst nach Bestellung sei verbraucherfreundlicher, da ein (verständiger) Verbraucher den Download-Ordner auf seinem Mobiltelefon nicht finden könne, ist in diesem Zusammenhang ohne Belang. Dies ist bereits kein technisches, sondern ein gesetzepolitisches Argument. Der Beklagten gelingt es ohnehin nicht, ein praktisches Beispiel für eine tatsächliche Unmöglichkeit der Erfüllung ihrer gesetzlichen Pflicht vorzutragen, wobei in diesen Fällen per se automatisch (ohne dass dies im Tenor erfasst sein muss) eine tenorierte Unterlassungspflicht nicht ordnungsmittelbewehrt ist, auch wenn die Ausnahme im Tenor gerade nicht genannt ist.

2. Der Zahlungsantrag hat seine Grundlage in § 13 Abs. 3 UWG und besteht, da der Kläger zur Abmahnung berechtigt war (s.o.). Für einen nach § 4 UKlaG qualifizierten Verband ist in der Rechtsprechung anerkannt, dass ein Anspruch auf anteiligen Ersatz der Personal- und Sachkosten in Form einer Kostenpauschale besteht (Köhler/Bornkamm/Feddersen, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, 42. Aufl. 2024, § 13 UWG, Rn. 132 m.w.N.).

III. Unter Berücksichtigung des eindeutigen klägerischen Begehrens, welches in seinem Vortrag erkennbar ist, wurde im Tenor zwischen den verschiedenen Unterlassungspflichten zur Klarstel-

lung jeweils das Alternativverhältnis durch Einfügen von „und/ oder“ ausdrücklich festgestellt. Zudem wurde im Tenor im Hilfsantrag ein offensichtlicher Schreibfehler berichtigt („*eines Internettarifs*“ statt „*eines Internettarif*“)

B. Die Kostenentscheidung folgt aus § 92 Abs. 1 ZPO.

C. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr.11, 711; 709 S. 1, S. 2 ZPO.

D. Eine Vorlage an den EuGH im Wege der Vorabentscheidung nach Art. 267 Abs. 2 AEUV, wie von der Beklagten angeregt, hat im vorliegenden Fall nicht zu erfolgen.

Die Kammer hat keine Zweifel an der Übereinstimmung der Norm des § 54 Abs. 1 S. 1 mit Europarecht (insb. Im Hinblick auf die der Norm zugrundeliegende Richtlinie). Im Übrigen ist die Frage ohnehin nicht entscheidungserheblich (s.o.).

gez.

Vorsitzende Richterin
am Landgericht

Richterin
am Landgericht

Richter
am Landgericht

Verkündet am 23.05.2025

gez.
, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



Für die Richtigkeit der Abschrift
München, 26.05.2025

, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle