

Titel:

Informationspflichten eines Fitnessstudios über den Gesamtpreis ihres Leistungsangebotes

Normenkette:

UWG § 5 Abs. 1, § 5a Abs. 1, § 5b Abs. 1 Nr. 3

Leitsatz:

Bei Dienstleistungsverträgen (hier: Fitnessstudioverträge mit unterschiedlichen Laufzeiten) sind die einzelnen Preisbestandteile zu in das Angebot zu integrieren, dass dem Verbraucher ein Gesamtpreis angeboten wird. Es ist nicht zulässig, die einzelnen Preisbestandteile (hier: Grundbetrag, einmalige Verwaltungskostenpauschale und halbjährliche Energie- und Hygienepauschale) lediglich separat aufzuführen. (Rn. 34) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagwort:

Irreführung

Vorinstanz:

LG Würzburg, Endurteil vom 21.12.2023 – 1 HK O 1143/23

Rechtsmittelinstanz:

OLG Bamberg, Beschluss vom 08.04.2024 – 3 U 4/24 e

Fundstellen:

MDR 2024, 1127

MD 2024, 494

GRUR-RS 2024, 15311

LSK 2024, 15311

Tenor

1. Der Senat beabsichtigt, die Berufung der Beklagten gegen das Endurteil des Landgerichts Würzburg vom 21.12.2023, Az. 1 HK O 1143/23, durch einstimmigen Beschluss gemäß § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen.
2. Hierzu besteht Gelegenheit zur Stellungnahme bis 04.04.2024.

Entscheidungsgründe

I.

1

1. Hinsichtlich des erstinstanzlichen Sach- und Streitstands wird gem. § 540 ZPO auf die Feststellungen im erstinstanzlichen Urteil Bezug genommen. Lediglich ergänzend bzw. erläuternd ist auszuführen:

2

Der Kläger ist ein gem. §§ 8 Abs. 3 Nr. 2, 8b Abs. 1, 2 UWG klagebefugter eingetragener Verein. Die Beklagte betreibt im gesamten Bundesgebiet Fitnessstudios.

3

Die Beklagte bewirbt jedenfalls seit dem 31.03.2023 eine Mitgliedschaft, welche zum Eintritt und zur Nutzung typischer Fitnessstudio-Dienstleistungen berechtigen, in der nachstehenden Form:

...

4

Hieraus ist also zu ersehen, dass die Beklagte mit den Tarifen B., S. und G. unterschiedliche Leistungen bewirbt, die durch die Dauer der Vertragslaufzeit preislich gestaffelt werden können. Die Preisspanne liegt zwischen 20 € für den Tarif B. bei einer 23-monatigen Laufzeit und 55 € für den Tarif G. bei einer einmonatigen Laufzeit. Für den vorliegenden Rechtsstreit von Relevanz ist die Preisbewerbung hinsichtlich

der Verträge über eine Laufzeit von 12 und 23 Monate. Diese werden mit monatlichen „Ab-Preisen“ angeboten, die durch eine grüne Unterlegung besonders hervorgehoben sind. Hinzu kommen noch eine einmalige Verwaltungspauschale in Höhe von 29 € sowie 2 × 15 € pro Jahr als „Energie- & Hygienepauschale“. Auf diese wird mit einem Sternchenhinweis am Ende der Seite verwiesen. Ein Gesamtpreis ist in der streitgegenständlichen Werbung nicht angegeben.

5

Schließt ein Kunde mit der Beklagten einen der beworbenen Verträge ab, ist in Ziffer 7 der von der Beklagten verwendeten AGB festgelegt, dass die Mitgliedschaft unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von einem Monat zum jeweiligen Beendigungszeitraum gekündigt werden kann, ansonsten verlängert sich das Vertragsverhältnis auf unbestimmte Zeit.

6

2. Der Kläger hat erstinstanzlich die Auffassung vertreten, dass die Beklagte mit der angegriffenen Werbung gegen die Verpflichtung verstoße, einen Gesamtpreis anzugeben. Die Beklagte beziehe schon nicht die einmalige Verwaltungsgebühr und die zweimal im Jahr anfallende Energie- und Hygienepauschale ein. Die Höhe der Gebühren stelle auch einen nicht zu vernachlässigenden Anteil des beworbenen Preises dar. Die künstliche Aufspaltung führe dazu, dass der Monatspreis unter psychologisch wichtige Schwellenwerte von 20,00 €, 30,00 € und 40,00 € falle. Daneben verstoße die Beklagte gegen Art. 246a § 1 Abs. Nr. 8 EGBGB.

7

Die beanstandete Werbung verstoße auch gegen §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG. Bei der vorliegenden Blickfangwerbung würden ergänzende Aussagen unterhalb der Preiswerbung keine Berücksichtigung finden. Die gewählte Schriftgröße sei auch nicht so groß, dass der Text ohne Probleme wahrgenommen werden könne.

8

Der Kläger hat daher erstinstanzlich, soweit in der Berufungsinstanz noch relevant, beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung zu verhängenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollziehen an den Geschäftsführern zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr die vorstehend wiedergegebene Werbung zu unterlassen.

9

Die Beklagte hat erstinstanzlich beantragt,

die Klage abzuweisen.

10

Die Beklagte trägt vor, dass für die Kunden klar erkennbar sei, dass je länger ein Vertrag laufe, desto mehr Rabattierung eingeräumt werden könne. Die Interessenten und Mitglieder hätten zahlreiche Möglichkeiten, sich auf der Internetpräsenz der Beklagten jederzeit über die Konditionen der angebotenen Fitnessverträge zu informieren. Außerdem sei aus den AGB zu entnehmen, dass jeder Vertrag mit einer Frist von einem Monat gekündigt werden könne. Dem Verbraucher würden somit schon im vorvertraglichen Bereich alle notwendigen Informationen mit detaillierten Preisangaben mitgeteilt.

11

Die Angabe eines Gesamtpreises sei vorliegend nicht möglich. Aufgrund der Tatsache, dass die Verträge nach der vereinbarten Laufzeit mit dem gewählten Tarif weiterlaufen würden, könne ein Gesamtpreis nicht angegeben werden. Auch ein Verstoß gegen die Preiswürdigkeit liege nicht vor. Beinhaltete eine blickfangmäßige Preisangabe nicht alle nach § 1 PAngV erforderlichen Informationen, könnten die fehlenden Angaben durch klare und unmissverständliche Sternchenhinweise erfolgen.

12

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten des Vortrags der Parteien in erster Instanz wird auf die dort gewechselten Schriftsätze verwiesen.

13

3. Das Landgericht hat der Klage ohne Beweisaufnahme in vollem Umfang stattgegeben. Zur Begründung hat das Landgericht ausgeführt:

14

Der vom Kläger geltend gemachte Unterlassungsanspruch ergebe sich auf Grundlage der Bestimmungen gemäß §§ 3, 5a Abs. 1, 5b Abs. 4, 8 UWG in Verbindung mit § 1 Abs. 3 PAngV. Die Beklagte täusche den Verbraucher über die Preiswürdigkeit ihres Angebotes der angebotenen Leistungen und werbe damit zugleich irreführend gemäß §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG. Daneben werbe sie nicht unter Angabe des Gesamtpreises.

15

Die Beklagte sei gemäß § 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG/Art. 246 a § 1 Abs. 1 Nr. 8 EGBGB, § 2 Nr. 3 PAngV verpflichtet, bei ihren Angeboten den Gesamtpreis einschließlich sämtlicher Preisbestandteile, also das tatsächlich zu zahlende Gesamtentgelt anzugeben. Der Gesamtpreis sei genau zu beziffern, zu addierende Teilpreise würden nicht genügen.

16

Da die Verträge „B.“, „S.“ und „G.“ jeweils mit Vertragslaufzeiten 12 bzw. 23 Monaten beworben würden, sei für die Anforderungen des § 2 Nr. 3 PAngV die jeweils beworbene Festlaufzeit zugrunde zu legen. Es sei nicht anzunehmen, dass eine universelle Branchenübung das Verkehrsverständnis dahin beeinflussen solle, dass im Markt ausschließlich Fitnessverträge beworben und angeboten würden, die sich automatisch verlängerten. Daher seien nach § 2 Nr. 3 PAngV alle unvermeidbaren und vorhersehbaren Bestandteile des Preises anzugeben, die obligatorisch vom Verbraucher zu tragen seien und die der Verkäufer in die Kalkulation des Gesamtpreises einbeziehe. Bei der zugrunde zu legenden Festlaufzeit von 12 bzw. 23 Monaten würden außer den beworbenen Mitgliedsbeiträgen die einmalige Verwaltungsgebühr und noch die zweimal im Jahr anfallenden „Energie- & Hygienepauschalen“ anfallen. Für den festen Vertragszeitraum sei also ein Gesamtpreis zu bilden, der sämtliche auf den Vertrag zu zahlenden Beiträge und Gebühren einschließe, da deren Anfall bereits sicher vorhersehbar sei. Die Pflicht zur Angabe entfalle nicht deshalb, weil der Bezugszeitraum nicht von vornherein feststehe. Die Angabe eines monatlichen Preises genügt nicht, da hierin nur ein zur Ermittlung des Gesamtpreises notwendiger Berechnungsfaktor läge, der bei der Möglichkeit zur Berechnung des Gesamtpreises nicht ausreiche.

17

Die Beklagte täusche zudem den Verbraucher über die Preiswürdigkeit ihres Angebotes der angebotenen Leistungen und werbe damit zugleich irreführend gemäß §§ 3, 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG. Die unterhalb der Preisbewerbung ergänzenden/korrigierenden Angaben würden bei einer Blickfangwerbung wie streitgegenständlich keine Berücksichtigung finden.

18

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf die Gründe des erstinstanzlichen Urteils Bezug genommen.

19

4. Hiergegen wendet sich die Berufung der Beklagten, mit der sie den erstinstanzlichen Antrag auf Klageabweisung weiterverfolgt. Sie begründet dies unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrags wie folgt:

„Die von der Beklagten gewählte Preisdarstellung stelle keine Täuschung über die Preiswürdigkeit des Angebots dar und sei auch nicht irreführend. Das Landgericht verkenne, dass die Angebote einen Hinweis auf die weiteren obligatorischen Preisbestandteile enthielten, so dass der Gesamtpreis nach § 1 Abs. 1 S. 1 PAngV ersichtlich sei. Bei den Preisangaben der Beklagten könne und müsse aufgrund der Tatsache, dass die Verträge nach der vereinbarten Mindestlaufzeit mit dem gewählten Tarif weiterlaufen würden, ein Gesamtpreis nicht im Voraus angegeben werden. Die weiteren Preisbestandteile seien deutlich erkennbar aufgeführt, so dass ein Verbraucher die weiteren Preisbestandteile ohne weiteres erfassen könne. Die Aufspaltung der Kosten könne zudem keinen nennenswerten Einfluss auf die Entscheidung des Verbrauchers haben. Es handele sich bei den anfallenden Gebühren nur um einen geringen Anteil des beworbenen Preises.“

20

Die Beklagte beantragt,

das am 21.12.2023 verkündete Urteil des Landgerichts Würzburg abzuändern und die Klage hinsichtlich des Antrags zu 1) abzuweisen.

21

Der Kläger beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

22

Der Kläger verteidigt das erstinstanzliche Urteil. Die Verpflichtung zur Angabe eines Gesamtpreises ent falle gem. Art. 7 Abs. 4 lit. c) UGP-Richtlinie nur dann, wenn sich der Preis aufgrund der Beschaffenheit des Produkts vernünftigerweise nicht im Voraus berechnen lasse. Dies sei vorliegend nicht der Fall, weil ein vernünftiger Kaufmann mit der Beendigung des Vertrags mit Ablauf der Mindestlaufzeit rechnen müsse und auf dieser Grundlage einen Preis im Voraus berechnen könne. Im Übrigen sei es nach der Intention des europäischen Gesetzgebers verboten, einzelne Kalkulationspositionen separat auszuweisen. Dies gelte jedenfalls für die Energie- und die Hygienepauschale. Der Verstoß sei auch erheblich.

23

Hinsichtlich des weiteren Vorbringens in der Berufungsinstanz wird auf die dort gewechselten Schriftsätze verwiesen.

II.

24

Der Senat beabsichtigt, die Berufung der Beklagten einstimmig durch Beschluss zurückzuweisen, weil sie nach derzeitigem Sach- und Streitstand aussichtslos und offensichtlich unbegründet sind (§ 522 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 ZPO) und auch die sonstigen Voraussetzungen des § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO vorliegen. Das Urteil des Landgerichts ist im Ergebnis und in der Begründung richtig. Der Senat schließt sich den zutreffenden und überzeugenden Gründen der angefochtenen Entscheidung an und nimmt zur Vermeidung von Wiederholungen auf diese Bezug. Nur ergänzend ist in Hinblick auf das Berufungsvorbringen Folgendes auszuführen:

25

1. Der Kläger steht gegen die Beklagte ein Anspruch auf Unterlassung der streitgegenständlichen Werbung wegen der fehlenden Angabe der Gesamtpreise aus §§ 8 Abs. 1 Satz 1, 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG zu. Diese hat die Beklagte dem Verbraucher in unlauterer Weise vorenthalten.

26

a) Bei Verletzung einer Informationspflicht in Bezug auf kommerzielle Kommunikation, zu der auch die streitgegenständliche Werbung zählt, ist die Unlauterkeit nunmehr nach den genannten Vorschriften zu beurteilen (BGH GRUR-RS 2022, 10457 – Knuspermüsli; BGH GRUR-RS 2022, 15055 Rn. 60 – Grundpreisangabe im Internet; BeckOK UWG/Barth, 23. Ed. 1.1.2024, PAngV Einführung Rn. 48).

27

b) Nach §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG hat, wer Verbrauchern Waren oder Dienstleistungen so anbietet, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen kann, den Gesamtpreis anzugeben.

28

c) Der Begriff des Anbietens und des Werbens unter Angabe von Preisen ist im Hinblick auf Dienstleistungen richtlinienkonform am Maßstab des Art. 7 Abs. 4 lit. c UGP-RL (RL 2005/29/EG) und damit anhand des Begriffs der „Aufforderung zum Kauf“ anhand seiner Definition in Art. 2 lit. i UGP-RL auszulegen. Eine solche Aufforderung liegt dann vor, wenn der Verkehr über das beworbene Produkt und dessen Preis hinreichend informiert ist, um eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können (BGH GRUR 2020, 1226 Rn. 33 -LTE-Geschwindigkeit). Diese definiert sich nach Art. 2 lit. k) UGP-RL (RL 2005/29/EG) als jede Entscheidung eines Verbrauchers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er den Kauf tätigen will und alle damit in Zusammenhang stehenden Entscheidungen.

29

Nach dieser Maßgabe stellt die streitgegenständliche Werbung ein Angebot der Beklagten unter Angabe eines Preises dar, der sich aus dem monatlichen Grundpreis, der einmaligen Verwaltungspauschale in Höhe von 29,00 € sowie der halbjährlich zu zahlenden „Energie- & Hygienepauschale“ von 15,00 € zusammensetzt. Hierdurch wird der angesprochene Verkehr über das beworbene Produkt in Form eines Fitnessvertrags mit den im Einzelnen aufgezählten Leistungen und dessen Preis hinreichend informiert, um

eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Deshalb war die Beklagte grundsätzlich verpflichtet, einen Gesamtpreis anzugeben. Dies hat die Beklagte jedoch unstreitig unterlassen.

30

d) Die Ansicht der Beklagten, dass hierzu ausnahmsweise keine Verpflichtung bestand, ist unrichtig.

31

aa) Die Angabe des Gesamtpreises war nicht deshalb überflüssig, weil die Beklagte die für den Gesamtpreis relevanten Einzelbeträge genannt hat. Diese stellen lediglich Berechnungsfaktoren dar, die grundsätzlich nicht die Nennung eines Gesamtpreises ersetzen können (BGH, Urteil vom 07.07.1983, Az.: I ZR 113/81 -qm-Preisangaben; BGH GRUR 2015, 1240 Rn. 44 -Der Zauber des Nordens; BGH, GRUR 2001, 1166 – Flugreisewerbung ohne Endpreisangabe). Dies genügt nicht den Anforderungen an einen Gesamtpreis (Harte-Bavendamm, 5. Aufl. 2021, PAngV § 1 Rn. 24), was die Beklagte auch nicht in Abrede stellt.

32

bb) Im Grundsatz zutreffend beruft sich die Beklagte weiter darauf, dass die Verpflichtung zur Angabe eines Gesamtpreises nach § 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG und richtlinienkonformer Auslegung des Art. 7 Abs. 4 lit. c RL 2005/29/EG dann entfällt, wenn dieser auf Grund der Beschaffenheit des Produkts vernünftigerweise nicht im Voraus berechnet werden kann; hier ist nur die Tatsache anzugeben, dass zusätzlichen Kosten anfallen können (BGH WRP 2016, 581 Rn. 34 – Wir helfen im Trauerfall; Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler, 42. Aufl. 2024, PAngV § 3 Rn. 25). Die Voraussetzungen hierfür liegen jedoch entgegen der Auffassung der Beklagten nicht vor.

33

(1) Vorliegend wirbt die Beklagte, soweit streiterheblich, mit Vertragslaufzeiten von 12 Monaten bzw. 23 Monaten mit den entsprechenden monatlichen Kosten und den beschriebenen Pauschalen. Hier werden also, wie bereits erläutert, die Merkmale des Produkts und den Preis in einer Weise angegeben, die den Verbraucher in die Lage versetzen, einen Kauf zu tätigen und damit eine geschäftliche Entscheidung im Sinne von Art. 2 lit. k) UGP-RL (RL 2005/29/EG) zu treffen (BGH GRUR 2020, 1226 Rn. 33 -LTE-Geschwindigkeit; BGH GRUR 2017, 1269 Rn. 19, 23 – MeinPaket.de II; Ohly/Sosnitza/Sosnitza, 8. Aufl. 2023, UWG § 5b Rn. 10). Hieraus folgt, dass ausschließlich die streitgegenständliche Werbung selbst der Maßstab für eine Vereinbarkeit mit der Vorschrift des § 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG sein kann. Soweit sich die Laufzeiten der abgeschlossenen Verträge nach den AGB der Beklagten zu denselben Konditionen automatisch verlängern, wenn keine Kündigung erfolgt, ist dies unerheblich, weil dies nicht aus der Werbung der Beklagten hervorgeht und damit auch nicht in die geschäftliche Entscheidung des Kunden einbezogen werden kann. Aus der streitgegenständlichen Werbung kann der durchschnittlich informierte Verkehr lediglich ein Angebot über einen fixen Zeitraum von 12 bzw. 23 Monaten entnehmen.

34

Da also der Zeitraum feststeht, auf den sich das Angebot der Beklagten bezieht, ist es möglich und damit auch erforderlich, für diesen einen Gesamtpreis zu bilden, der sämtliche auf den Vertrag zu zahlenden Beiträge und Gebühren einschließt, deren Anfall bereits sicher vorhersehbar ist. Dementsprechend ist das tatsächlich zu zahlende Gesamtentgelt, also die Summe aller Einzelpreise, die zu zahlen sind, genau zu beziffern (OLG München Urteil vom 14.10.2021, Az. 29 U 6100/20 Rn. 17). Diese Verpflichtung hat die Beklagte nicht eingehalten, so dass ihr Verhalten gegen §§ 3, 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG verstößt.

35

(2) Auch aus einem weiteren Aspekt ergibt sich vorliegend die Notwendigkeit der Angabe eines Gesamtpreises anhand der jeweiligen Laufzeit von 12 bzw. 23 Monaten.

36

Nach § 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG definiert sich der Gesamtpreis als der Preis, der einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile für eine Ware oder eine Leistung zu zahlen ist. In den Gesamtpreis sind alle unvermeidbaren und vorhersehbaren Bestandteile des Preises einzubeziehen, die obligatorisch vom Verbraucher zu tragen sind und die Gegenleistung in Geld für den Erwerb des betreffenden Erzeugnisses bilden (EuGH GRUR 2016, 945 Rn. 37 – Citroën; Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler, 38. Aufl. 2020, PAngV § 1 Rn. 17). Entscheidend hierbei ist, ob die Kosten auf jeden Fall und ohne Wahlmöglichkeit des Kunden anfallen. Lediglich solche Leistungen, die als

vom Käufer beliebig zu wählende Zusatzleistungen zu betrachten sind, müssen nicht in den Endpreis mit einbezogen werden (OLG Frankfurt GRUR-RS 2015, 15369 Rn. 17; OLG Köln GRUR-RR 2014, 298, 299; OLG Koblenz, Urteil vom 04.06.2014, Az.: 6 U 1324/13 Rn. 37; OLG Frankfurt, NJW-RR 1988, 1509). Der Gesamtpreis ist, „verkürzt gesagt, ... somit das tatsächlich und zwingend zu zahlende Gesamtentgelt“ (Harte-Bavendamm, 4. Aufl. 2016, PAngV § 1 Rn. 24).

37

Entsprechend ihrem beworbenen Angebot schließt die Beklagte mit ihren Kunden Fitnessverträge ab, die sich gemäß der getroffenen Vereinbarung zeitlich auf die angegebene Laufzeit beschränken. Hieran misst sich also einerseits die von der Beklagten zu erbringende Leistung, andererseits das vom Kunden zwingend zu zahlende Entgelt. Ob der Kunde darüber hinaus den Vertrag verlängert, ist bei Vertragsschluss nicht absehbar und kann deshalb für die Höhe des zu zahlenden Gesamtentgelts keine Rolle spielen. Dies ergibt sich auch aus der Erwägung, dass die Verlängerung allein in der Entscheidungsgewalt des Kunden liegt und daher als beliebig zu wählende, optionale Zusatzleistung anzusehen ist; sie ist deshalb nicht in den Endpreis mit einzubeziehen. Hieran ändert auch nichts, dass eine Vertragsverlängerung automatisch eintritt, wenn der Kunde keine Kündigung ausspricht. Dies stellt lediglich eine Vereinfachung für den Kunden dar, um die Leistungen der Beklagten so wie bisher in Anspruch zu nehmen. Auf das ursprüngliche Vertragsverhältnis und die hieraus folgende Verpflichtung zur Angabe eines Gesamtpreises hierfür hat dies keinen Einfluss.

38

e) Dieses Verhalten der Beklagten ist auch geeignet, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

39

Nach den Vorschriften der §§ 3 Abs. 2, 2 Abs. 1 Nr. 11 UWG fehlt es an einer Unlauterkeit des wettbewerbswidrigen Verhaltens, wenn es sich auf das Marktgeschehen praktisch nicht auswirkt (Ohly/Sosnitza/Sosnitza, 8. Aufl. 2023, UWG § 3 Rn. 83). Eine spürbare Beeinträchtigung ist umgekehrt dann anzunehmen, wenn die geschäftliche Handlung den Durchschnittsverbraucher davon abhalten kann, die Vor- und Nachteile einer geschäftlichen Entscheidung abzuwägen und auf dieser Grundlage eine für ihn nützliche Entscheidung zu treffen (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler, 42. Aufl. 2024, UWG § 2 Rn. 11.6).

40

Vorliegend wird dem Kunden durch die unterlassene Angabe des Gesamtpreises ein Vergleich mit anderen Anbietern erschwert. Preisangaben sollen jedoch gerade gewährleisten, dass der Verbraucher seine Preisvorstellungen nicht anhand untereinander nicht vergleichbarer Preise gewinnen muss, also den Preisvergleich erleichtern (BGH WRP 2019, 724 Rn. 13 – Kaffee kapseln; BGH GRUR 2022, 1163 Rn. 46 – Grundpreisangabe im Internet). Schon deshalb ist eine spürbare Beeinträchtigung gegeben. Daneben sind die neben dem Grundbetrag zu zahlenden Gebühren von mindestens 59,00 € keineswegs so niedrig, dass sie auf die Entscheidung des Verbrauchers keinen Einfluss haben könnten.

41

f) Aus dem Verstoß gegen §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 1 Nr. 3 UWG folgt der Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1 UWG.

42

2. Zutreffend hat das Landgericht auch einen Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG bejaht.

43

a) Aus dem Zusammenhang der Urteilsgründe ist ersichtlich, dass das Landgericht davon ausgegangen ist, dass die Beklagte den Grundpreis für die einzelnen Leistungspakete in ihrer Werbung blickfangmäßig herausgestellt hat. Dies ist richtig, weil die Beklagte diese grün unterlegt und damit besonders hervorgehoben hat.

44

b) Der Senat schließt sich auch der Auffassung des Landgerichts an, dass die Angabe der Verwaltungsgebühren und der Energie- und Hygienepauschale in den Fußnoten im untersten Bereich des werbenden Auftritts die durch die Werbung mit dem Grundpreis bewirkte Irreführung über den Preis der angebotenen Leistung nicht ausgeräumt hat.

45

Eine blickfangmäßig herausgestellte Angabe in einer Werbung, die bei isolierter Betrachtung eine fehlerhafte Vorstellung vermittelt, kann den dadurch veranlassten Irrtum regelmäßig nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis beseitigen, wenn davon auszugehen ist, dass der angemessen gut unterrichtete und angemessen aufmerksame und kritische Durchschnittsverbraucher diese Aufklärung zur Kenntnis nimmt. Dies kann auch durch einen Sternchenhinweis geschehen, der klar und unmissverständlich, gut lesbar und grundsätzlich vollständig sein muss. Zudem muss er der klarzustellenden Aussage räumlich zugeordnet werden und dadurch am Blickfang teilhaben (BGH GRUR 2007, 981 Rn. 23 – 150% Zinsbonus).

46

Diesen Anforderungen werden die genannten Hinweise nicht gerecht. Sie sind so klein, dass sie von dem durchschnittlich aufmerksamen Betrachter kaum wahrgenommen werden, jedenfalls aber nicht gut lesbar sind. Die Werbung verstößt damit gegen die Preiswahrheit aus § 5 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG und begründet daher ebenfalls einen Unterlassungsanspruch des Klägers aus § 8 Abs. 1 UWG.

47

Die Berufung der Beklagten erscheint daher als aussichtslos und wird nach vorläufiger Würdigung ohne Erfolg bleiben müssen.

III.

48

1. Auch die weiteren Voraussetzungen des § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO liegen vor. Der Senat weicht nicht von der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs oder anderer Obergerichte ab. Die Sache hat keine grundsätzliche Bedeutung. Sie ist geprägt durch die ihr innewohnenden Besonderheiten eines Einzelfalles. Alle Rechtsfragen von grundsätzlicher Bedeutung sind bereits höchststrichterlich geklärt. Eine Zulassung der Revision wäre im Falle einer Entscheidung durch Urteil nicht geboten.

49

Auch eine mündliche Verhandlung ist in der vorliegenden Sache nicht veranlasst (§ 522 Abs. 2 Satz 1 Nr. 4 ZPO). Es ist auszuschließen, dass in einer mündlichen Verhandlung neue, im Berufungsverfahren zuzulassende Erkenntnisse gewonnen werden können, die zu einer anderen Beurteilung führen.

50

2. Abschließend und pflichtgemäß weist der Senat auf die im Falle einer Berufungsrücknahme in Betracht kommende Gerichtsgebührenermäßigung (KV GKG Nr. 1220, 1222) hin.

51

3. Der Senat beabsichtigt, den Streitwert des Berufungsverfahrens auf 25.000,00 EUR festzusetzen.