
Datum: 30.08.1996
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 74/96
ECLI: ECLI:DE:OLGK:1996:0830.6U74.96.00

Normen: UWG § 1; 0,11 DM FÜR EIN HANDY;

Leitsätze:

0,11 DM für ein Handy

UWG § 1 Die Werbung für den Erwerb eines Mobiltelefons (Handy) verbunden mit der Freischaltung einer D-2 Karte verstößt unter dem Gesichtspunkt des übermäßigen Anlockens gegen die guten Sitten im Wettbewerb, wenn der Preis für das allein nicht erhältliche Handy - prominent herausgestellt - mit lediglich 0,11 DM angegeben ist. Offen bleiben kann daher die Frage, ob die Abgabe des Telefons bei gleichzeitiger Vermittlung eines kostenpflichtigen Netzkartenvertrages - auch - einen Zugabeverstoß darstellt.

Rechtskraft: rechtskräftig

- Entscheidungsgründe 1
- Die Berufung ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg. 2
- Zu Recht hat das Landgericht der Antragsgegnerin untersagt, die Abgabe eines Handy für 0,11 DM in Verbindung mit der Freischaltung einer Debitel D2 Netzkarte in der Weise zu bewerben, wie dies durch die verfahrensgegenständliche Anzeige im Hamburger Abendblatt vom 14.9.1995 geschehen ist. Der Antrag auf Erlass einer dieses Verbot enthaltenden einstweiligen Verfügung ist - was auch die Antragsgegnerin nicht in Zweifel zieht - gem. §§ 13 Abs.2 Ziff.2, 25 UWG zulässig. Er ist aber auch in der Sache begründet. 3
- Die beanstandete Werbung stellt unter dem Gesichtspunkt des übertriebenen Anlockens einen Verstoß gegen § 1 UWG dar. 4

Eine Werbemaßnahme ist als übertriebenes Anlocken dann im Sinne des § 1 UWG sittenwidrig, wenn durch die Zuwendung besonderer Vorteile die Entschließungsfreiheit des Beworbenen unsachlich beeinflußt und dieser auf diese Weise veranlaßt wird, von einer sachgerechten Prüfung der Angebote der Mitbewerber abzusehen (vgl. Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 18.Aufl., § 1 UWG, RZ 90 ff m.w.N.). Diese Voraussetzung ist durch die beanstandete Werbung erfüllt.

Dem Kunden, der sich für den Erwerb eines Handys und die Möglichkeit interessiert, dieses auch zu benutzen, wird durch die Anzeige augenfällig ein komplettes Handy für den Preis von nur 0,11 DM angeboten. Hierin ist ein übertriebenes Anlocken deswegen zu sehen, weil selbst das 100-fache dieses Betrages noch um ein Vielfaches unter dem wirtschaftlichen Wert eines Handys liegt. Der Kunde wird angesichts dieses verlockenden Angebots in nicht unerheblicher Zahl davon absehen, Konkurrenzangebote noch näher zu beachten, und stattdessen sogleich auf das Gesamtangebot der Antragsgegnerin eingehen. Dabei wird ihm verborgen bleiben, daß bei der gebotenen Beachtung der Gesamtkosten, also derjenigen für das Handy und für die Freischaltung der debitel D-2 Karte, das Angebot sich nicht in einem solchen Umfang von denjenigen von Mitbewerbern unterscheidet wie der prominent herausgestellte verlockende Pfennigspreis von nur 0,11 DM für das Handy dies vermuten läßt.

6

Es ist zunächst schon zweifelhaft, ob wirklich - von zu vernachlässigenden Einzelfällen abgesehen - jeder flüchtige Leser der Anzeige erkennt, daß das Angebot nur dann gilt, wenn er gleichzeitig eine D-2 Karte zu den angebotenen Konditionen freischalten läßt. Soweit dies nicht zutrifft und der Kunde erst bei dem Erwerb des Handys auf die näheren Konditionen aufmerksam wird, liegt auf der Hand, daß er durch den völlig außer Verhältnis zu seinem Wert stehenden Preis für das Handy angelockt worden ist, gerade auf das Angebot der Antragsgegnerin einzugehen. Es kann dahinstehen, ob die Anzeige demgegenüber tatsächlich - wie die Antragsgegnerin behauptet - so gestaltet ist, daß dem flüchtigen Leser sogleich bewußt wird, daß dieser Preis für das Handy die entgeltliche Freischaltung einer D-2 Karte voraussetzt. Denn auch wenn das wirklich so sein sollte, wird der Leser der Anzeige auf diese Weise doch zunächst angelockt, sich mit dem Gesamtangebot, das aus der Abgabe des Handy und der Freischaltung der D-2 Karte besteht, näher zu befassen. Dieses Anlocken ist angesichts der Tatsache, daß das Handy als voll funktionsfähiges Funktelefon einen wirtschaftlichen Wert in der angedeuteten Größenordnung hat und daher mit dem Entgelt von nur 0,11 DM praktisch verschenkt erscheint, als in sittenwidriger Weise übertrieben anzusehen.

7

Dem interessierten Kunden geht es darum, ein Handy und die Möglichkeit, mit diesem Gerät auch zu telefonieren, zu erwerben. Durch das Angebot, das Handy für nur 0,11 DM kaufen zu können, wird er daher deswegen in besonderer Weise angelockt, weil der Kunde auf diese Weise einen zumindest nach seiner Vorstellung erheblichen Teil dieses Zieles, eben den Erwerb des Gerätes, auf eine besonders günstige Weise nahezu umsonst bereits erreichen kann. Dem kommt deswegen ein besonderes Gewicht zu, weil die Anschaffungskosten für ein Handy ohne gleichzeitige Freischaltung einer Karte in der Regel höher als die Anschlußkosten sind und die Anschaffung eines einsetzbaren Handys in der Vorstellung zumindest eines nicht unwesentlichen Teils der Verbraucher von der Anschaffung des Gerätes selber geprägt wird. Bei dem Interessenten wird daher der zumindest unterschwellige Eindruck erweckt, wenn er auf das Angebot eingehe, habe er für den Gegenwert von nur 0,11 DM einen wesentlichen Teil seines Wunsches bereits erfüllt. Diese Fragen vermag der Senat aus eigener Sachkunde zu beurteilen, weil seine Mitglieder als potentielle Erwerber eines Handy zu den angesprochenen Verkehrskreisen gehören.

8

Es kommt hinzu, daß die Höhe der Folgekosten nicht auf einen Blick erfaßbar ist und die angesprochenen Verbraucher auch dadurch veranlaßt werden, sich ausschließlich mit dem Angebot der Antragsgegnerin und nicht auch solchen von Wettbewerbern zu befassen. Der Text, auf den das Sternchen hinweist, läßt die Höhe der Folgekosten auch nicht ohne weiteres deutlich werden. So enthält der eigentliche Fließtext keine Preisangaben und ist der angegebene Tarif aus den von dem Landgericht dargelegten Gründen zumindest bezüglich des Mindestumsatzes unklar. Die Tatsache, daß das Erfassen der Höhe der Folgekosten erst ein näheres Befassen mit der Tarifstruktur erforderlich macht, läßt die beschriebene Anlockwirkung durch das Angebot von 0,11 DM für das Handy besonders wirksam erscheinen. Es besteht nämlich die Gefahr, daß der Verbraucher sich nicht näher mit der Struktur des Tarifs befaßt und sich allein von dem Lockangebot verleiten läßt, auf das Gesamtangebot einzugehen. Diese Gefahr liegt auch deswegen nahe, weil der Verbraucher in nicht unwesentlicher Zahl annehmen wird, daß sich die Tarife für ein Telefonieren in dem D-2 Netz in der Höhe der Gesamtkosten zumindest ähneln werden. Dem Verbraucher wird daher durch das Herausstellen des Pfennigspreises von 0,11 DM für das Handy verborgen bleiben, daß sich das Gesamtangebot keineswegs so gravierend von den Angeboten von Wettbewerbern unterscheidet, wie dies der Preis für das Handy vermuten läßt.

9

Keine wesentliche Bedeutung kommt dabei der Tatsache zu, daß der Kunde vor dem späteren Abschluß des Geschäftes durch das Angebot verschiedener Tarife und die Notwendigkeit der Angabe persönlicher Daten in der Regel noch Gelegenheit bekommen mag, sich über die finanziellen Auswirkungen des Gesamtangebotes klarzuwerden. Denn in diesem Stadium hat die Anzeige jedenfalls schon bewirkt, daß der Kunde sich zumindest vorrangig mit diesem Angebot des Antragsgegners befaßt, was für dessen Sittenwidrigkeit ausreicht.

10

Dem Anspruch steht auch nicht entgegen, daß auch andere Anbieter in ähnlicher Weise Koppelungsangebote machen und dabei mit einem besonders günstigen Preis für das Handy werben. Es geht im vorliegenden Fall nicht um den Vorwurf, daß die Antragsgegnerin den Erwerb eines Handys überhaupt von der Freischaltung einer Karte abhängig macht. Der Vorwurf geht vielmehr dahin, daß der blickfangmäßig hervorgehobene Preis für das Handy so niedrig ist, daß der Kunde aus den vorstehenden Gründen veranlaßt wird, sich mit den Angeboten der Mitbewerber gar nicht mehr ernsthaft zu befassen. Daß es inzwischen üblich wäre, mit einem Preis in der Größenordnung von nur 0,11 DM das Gerät praktisch zu verschenken, und daß die umworbenen Verbraucher dies auch wüßten, hat die Antragsgegnerin indes nicht glaubhaft gemacht. Der Senat verkennt nicht, daß von vielen Anbietern Handys in Verbindung mit der Freischaltung einer Netzkarte zu Preisen angeboten werden, die um ein Vielfaches unter deren Wert liegen. Dies vermag aber an der Unlauterkeit der angegriffenen Anzeige nichts zu ändern, weil nicht glaubhaft gemacht ist, daß - von zu vernachlässigenden Ausnahmen abgesehen - den angesprochenen Verbrauchern inzwischen klar wäre, daß ein Angebot zum Erwerb eines Handy für nur 0,11 DM im Rahmen des Üblichen liege. Es wird vielmehr eine nicht unerhebliche Anzahl von Verbrauchern geben, die bei dem ersten Interesse für ein Handy und dessen Inbetriebnahme auf die angegriffene Anzeige stoßen und in Verkennung der Bedeutung des angebotenen Tarifes für den wirtschaftlichen Wert des Gesamtangebotes in der beschriebenen Weise unlauter angelockt werden.

11

Verstößt die angegriffene Werbung daher bereits gegen § 1 UWG, so kann die Frage dahinstehen, ob darüberhinaus auch ein Verstoß gegen § 1 ZugabeVO vorliegt, wie dies in einem vergleichbaren Fall das OLG Düsseldorf angenommen hat (WRP 96,762 ff).

12

13

Schließlich ist der Verstoß auch geeignet, den Wettbewerb auf dem Markt der Telekommunikation im Sinne des § 13 Abs.2 Ziff.2 UWG wesentlich zu beeinträchtigen. Das ergibt sich schon aus der Größe der Antragsgegnerin und dem Umfang der durch das Angebot daher eintretenden Wettbewerbsverzerrung. Es handelt sich um einen Eingriff in den Kernbereich des lautereren Wettbewerbs, ohne daß Anhaltspunkte dafür ersichtlich wären, daß dieser ausnahmsweise als unwesentlich angesehen werden könnte.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs.1 ZPO. 14

Das Urteil ist gemäß § 545 Abs.2 ZPO mit seiner Verkündung rechtskräftig. 15

Streitwert für das Berufungsverfahren: 75.000 DM 16

5 - - 17