

Rozsudok Krajského súdu Berlín z 8. februára 2011 (15 O 268/10)

Poskytovatelia internetových služieb musia na svojich webových stránkach jasne a jednoznačne uvádzať ceny poskytovaných služieb. To platí predovšetkým v prípadoch, keď ide o služby, ktoré sú na internete bežne poskytované bezplatne.

Spoločnosť OPM prevádzkuje internetové stránky www.live2gether.de a www.drive2U.de, na ktorých sú prezentované ponuky pre potenciálnych spolucestujúcich a spolubývajúcich. Spotrebiteľia, ktorí sa prihlásili na stránkach zažili neprijemné prekvapenie – podľa prevádzkovateľa mali uzavrieť zmluvu, ktorej predmetom je ročné používanie databázy za cenu 96 euro. Upozornenie na cenu bolo síce uvedené na prihlasovacej stránke (vedľa prihlasovacieho formulára), avšak bolo ukryté v dlhšom súvislom texte, ktorý začínal upozornením na ochranu osobných údajov.

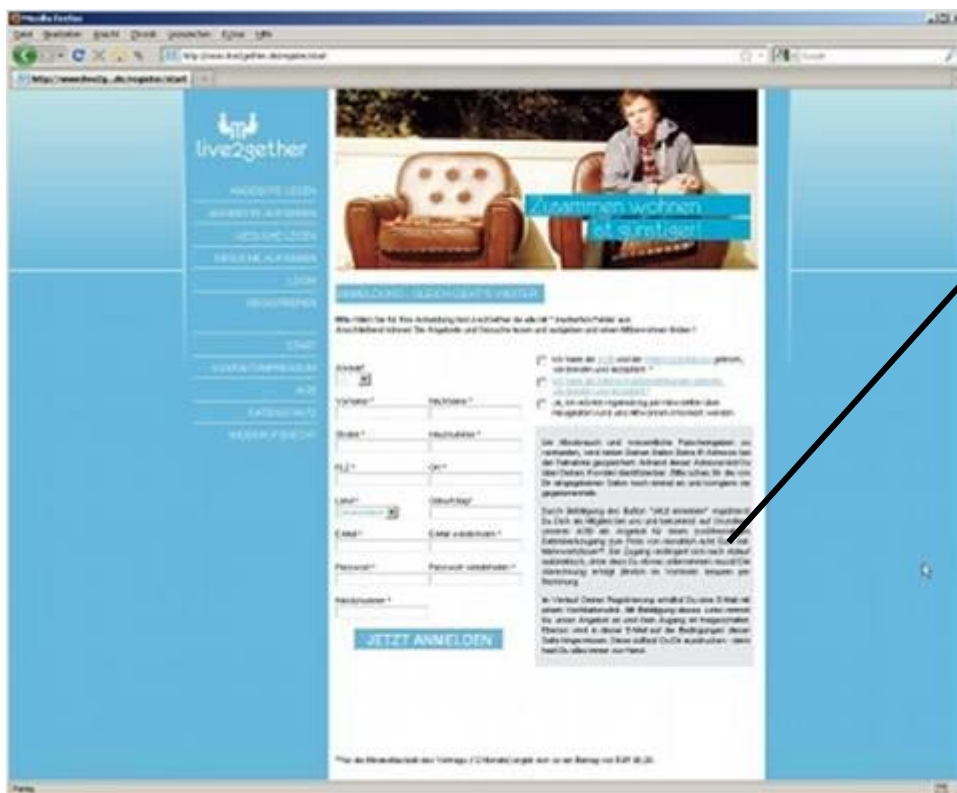
Súd konanie prevádzkovateľa stránky vyhodnotil ako porušenie predpisov o označovaní produktov cenami a súčasne ako **klamanie spotrebiteľa**. Na internete je veľa rovnocenných ponúk služieb, ktoré však nie sú spoplatnené. Priemerne informovaný spotrebiteľ, ktorý je oboznámený s takouto situáciou na internete, oprávnene očakáva, že ho používanie portálov, aké prevádzkuje spoločnosť OPM Media GmbH, nebude nič stáť. Súd osobitne zvyrazňuje, že skutočnosť, či sú ponúkané stránky pre potreby spotrebiteľa vôbec použiteľné, môže používateľ overiť, až po prihlásení sa na stránke. Práve preto je pre spotrebiteľa obzvlášť prekvapivé, že už len samotné prihlásenie na stránke vyvolá jeho povinnosť platiť za službu, a to dokonca cenu za ročné používanie stránky.

Podľa názoru súdu musí ponuka služieb na úvodnej a prihlasovacej internetovej stránke obsahovať zreteľné upozornenie, že ide o spoplatnené služby. Takéto upozornenie na stránkach chýbalo. **Z okolností prejednávanej veci súd dovodil, že sa prevádzkovateľ internetovej stránky snaží informáciu o spoplatnení služieb skryť úmyselne.**

Súd vyhlásil za neprijateľnú zmluvnú klauzulu, podľa ktorej by mal spotrebiteľ cenu za ročné poskytovanie služby platiť vopred.

Z rozsudku:

Info o cene



Spoločnosť OPM Media GmbH. je povinná sa pod hrozbou poriadkovej pokuty do výšky 250.000 eur, alternatívne poriadkovej väzby konateľ a spoločnosti v trvaní až 6 mesiacov zdržať

- **odplatného poskytovania databázy bez toho, aby pri objednávke zreteľne rozpoznateľne uvádzala cenu;**
- **zmluvnej klauzuly, podľa ktorej má spotrebiteľ cenu za ročné poskytovanie služby platiť vopred alebo klauzuly s rovnakým významom.**

A) K nekalej praktike klamanie spotrebiteľa v otázke ceny služieb

„Odkaz na Všeobecné obchodné podmienky je irelevantný, keďže nemožno počítať s tým, že spotrebiteľ v týchto bude hľadať povinnosť platiť za poskytovanú službu. Môže upozornenie na cenu – ako pri cenových informáciách bežne – očakávať mimo Všeobecných obchodných podmienok.

Nad položkou „Jetzt anmelden/ Prihlásiť sa (teraz)“ sa iba v sivom poli nachádza upozornenie, že využitie ponuky niečo stojí a spotrebiteľ uzatvára jednoročnú zmluvu. Toto upozornenie je skryté, pretože je včlenené do dlhšieho nenápadne zostaveného súvislého textu, ktorý začína upozorneniami na ochranu údajov a z tohto dôvodu vzbudzuje dojem, že sa jedná iba o obyčajné štandardne predformulované upozornenia ... Sivé pozadie čierneho textu nenapomáha jeho

čitateľnosti. K tomu pristupuje aj skutočnosť, že zo súvislého textu nie je rozpoznateľná nijaká číslica, keďže mesačná cena je vypísaná slovom „osem“ (eur), a preto pri súvislom texte rýchlo unikne pozornosti. Spotrebiteľ je zvyknutý na to, že ceny sú vypísané číslicami, a teda že údaj ako „8,00 €“ (alebo správne: „96,00 €“) si všimne podstatne skôr, ako v situácii, keď pri „prebehnutí“ textu nenájde žiaden číslicou vypísaný údaj, kedy nepočíta s údajom o cene. Či by postačovalo na tomto mieste uviesť cenu číslicou, nie je na mieste rozhodovať, pretože nie je úlohou súdu radiť žalovanej spôsoby ako predísť zakázanému konaniu.

To, že sa za slovom „DPH“ v súvislom texte nachádzajú dve hviezdičky a tieto na konci stránky prostredníctvom menšieho písma odkazujú na upozornenie o cene 96,00 €, tiež nepostačuje. Informácia o cene nie je dobre a bez ďalšieho rozpoznateľná, keď je uvedená až pod položkou (tlačidlom), ktorá má na prihlasovacej stránke jednoznačne ukončiť proces prihlasovania, v odkaze s hviezdičkou a k tomu ešte menším písmom. Za účelom sledovania hviezdičky by spotrebiteľ musel najprv presne preštudovať sivý súvislý text, hoci tam pri „prebehnutí“ (očami) nenájde nijakú číslicu ako údaj o cene. Nemusí počítať s tým, že pre neho taký podstatný údaj ... nájde priestorovo a opticky mimo vlastného prihlasovacieho „procesu“, ak stránku prejde za pomoci myši do konca. Aj keby toto urobil, pôsobí údaj o cene na prvý pohľad ako malá poznámka pod čiarou...

Skladba prihlasovacej stránky neumožňuje z týchto dôvodov povinnosť platiť za službu okamžite a bez ďalšieho študovania (pátrania) rozpoznať, ako je to nevyhnutné požadovať.

Okolnosť, že zmluva po právnej stránke vznikne až na základe potvrdenia prihlásenia nasledujúcim verifikačným mailom spotrebiteľa, nevedie k žiadnemu inému právnenému posúdeniu súdom.

Žalovaná nemôže spotrebiteľa odkázať na jeho právo na odstúpenie od zmluvy. Toto právo neslúži na to, aby nahrádzalo požiadavky na uvádzanie jasných a pre spotrebiteľa nezavádzajúcich informácií o povinnosti platiť za službu a o výške platieb.“

B) K nekalej zmluvnej klauzule

Je neprijateľné požadovať od spotrebiteľa platby za celé obdobie trvania zmluvy vopred. Spotrebiteľovi sa tým odníma účinné právo na reklamáciu poskytovanej služby spojené s tlakom spočívajúcim v pozastavení platieb a naopak na spotrebiteľa sa prenáša riziko úpadku dodávateľa a ďalších nákladov spojených s prípadným vymáhaním už zaplatenej ceny služieb.

Takúto zmluvnú podmienku nemôže dodávateľ obhájiť ani s poukazom na podnikateľské riziko, keďže podnikateľ v ekonomickom živote do ceny spravidla zarátava určitú predpokladanú kvótu výpadku príjmov od používateľov služby.



**Landgericht Berlin
In Namen des Volkes
Urteil**

In dem Rechtsstreit [...]

hat die Zivilkammer 15 des Landgerichts Berlin in Berlin-Mitte, Littenstraße 12-17, 10179 Berlin, auf die mündliche Verhandlung vom 8. Februar 2011 durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht [...], die Richterin am Landgericht [...] und den Richter am Landgericht [...]

für Recht erkannt:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken am jeweiligen Geschäftsführer der Beklagten, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen Verbrauchern im Internet die entgeltliche Nutzung einer Datenbank für Mitfahrgelegenheiten und/oder Mitbewohnersuche anzubieten bzw. anbieten zu lassen, ohne den Preis für die Anmeldung deutlich erkennbar anzugeben – insbesondere wie nachfolgend abgebildet geschehen:



Die Beklagte wird weiter verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken am jeweiligen Geschäftsführer der Beklagten, zu unterlassen,

bei Dienstleistungsverträgen, die mit Verbrauchern geschlossen werden, die nachfolgende oder eine inhaltsgleiche Klausel als Allgemeine Geschäftsbedingungen einzubeziehen, sowie sich auf die Bestimmungen bei der Abwicklung derartiger Verträge, geschlossen nach dem 1. April 1977, zu berufen:

„Die Abrechnung erfolgt jährlich im Vorhinein bequem per Rechnung.“

Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 200,00 Euro nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit 12. Mai 2010 zu zahlen. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

Das Urteil ist hinsichtlich der Unterlassung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 5.000,00 Euro, wegen der Kosten in Höhe des jeweils beizutreibenden Betrages zuzüglich 10 % hiervon vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen und 25 weiterer verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland. Zu seinen satzungsgemäßen Aufgaben zählt es, die Interessen der Verbraucher und des Verbraucherschutzes wahrzunehmen. Der Kläger wird in der Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG geführt.

Die Beklagte betreibt zwei Internetportale, unter der Domain www.live2gether.de eines für die Mitbewohnersuche und unter der Domain www.drive2u.de eines für Mitfahrgelegenheiten. Die Startseite der Portale bieten Eingabemasken für die Stadt, in der Wohnraum gesucht oder angeboten werden soll bzw. für die ersten Angaben eines Mitfahrangebotes bzw. -gesuches (Anlagen K 2 und K 3). Die folgende Seite („Anmeldeseite“) enthält mittig ein weiß hinterlegtes Feld, in dem links Felder zur Eingabe persönlicher Daten, das mit einer farbigen Schaltfläche „Jetzt anmelden!“ abgeschlossen wird und rechts Felder zum Anklicken (AGB und Widerrufsbelehrung, Datenschutzbestimmungen, Newsletterbestellung) und ein aus drei grau hinterlegten Absätzen bestehender Fließtext angezeigt werden. Der mittlere Absatz dieses Fließtextes lautet: „Durch Betätigung des Buttons „Jetzt anmelden“ registrierst Du Dich als

Mitglied bei uns und bekommst auf Grundlage unserer AGB ein Angebot für einen zwölfmonatigen Datenbankzugang zum Preis von monatlich acht Euro inkl. Mehrwertsteuer**. Der Zugang verlängert sich nach Ablauf automatisch, ohne dass Du etwas unternehmen musst! Die Abrechnung erfolgt jährlich im Vorhinein bequem per Rechnung.“ Am unteren Rand der Anmeldeseite wird in kleinerer Schrift angegeben: „**für die Mindestlaufzeit des Vertrags (12 Monate) ergibt sich so ein Betrag von EUR 96,00.“ Wegen der weiteren Einzelheiten des Inhalts der Anmeldeseiten wird auf die Wiedergabe derselben im Beschlusstenor zu 1. verwiesen.

Betätigt der Interessent nach dem Ausfüllen der Anmeldemaske die „Jetzt Anmelden“-Schaltfläche, erhält er eine E-Mail mit dem Betreff „Verifikationscode für drive2u“ mit dem Anschreiben „... vielen Dank für Deine Anmeldung bei drive2u! Melde Dich mit diesem Verifikationslink bei uns an um Deine Anmeldung abzuschließen.“ Es folgt eine URL als Link. Unterhalb dieses Links folgt ein Fließtext, in dem unter anderem auf die Mindestvertragslaufzeit von einem Jahr, die „monatlich hierfür anfallenden Kosten von acht Euro“ und den „Betrag von Euro 96,-“, hingewiesen wird. Darunter folgt in größerem Schriftbild die Wiedergabe der übermittelten Anmeldedaten. Dasselbe gilt entsprechend für die Anmeldung bei „live2gether“. Wegen der weiteren Einzelheiten dieser E-Mails wird auf die Anlagen B 2 und B 3 verwiesen.

Die Leistungen der Beklagten beschränken sich im Wesentlichen darauf, die erforderliche technische Umgebung für die Datenübermittlungen, im übertragenen Sinne also ein elektronisches „Schwarzes Brett“ für die Interessenten, vorzuhalten, während die Bereitstellung der eigentlichen Inhalte (Angebote und Gesuche) sowie das Zueinanderfinden den Nutzern überlassen bleibt (Ziffer 2. d. der AGB, wegen deren weiteren Inhalt auf die Anlage K 4 verwiesen wird).

Es gibt zahlreiche Angebote im Internet, mit denen kostenlos eine Mitfahrgelegenheit (zum Beispiel unter www.mifaz.de, www.verkehrsmittelvergleich.de, www.mfz.de, www.mitfahrgelegenheit.de) oder ein WG-Zimmer (zum Beispiel www.wg-gesucht.de, www.wg-welt.de, www.easywg.de, www.wohngemeinschaft.de) gesucht werden kann.

Der Kläger mahnte die Beklagte am 4. März 2010 erfolglos ab (Anlage K 6). Er macht dafür einen anteiligen Ersatz seiner Personal- und Sachkosten in Form einer Kostenpauschale geltend.

Die Parteien streiten in tatsächlicher und vor allem rechtlicher Hinsicht umfänglich darüber, ob die Beklagte die Verbraucher hinreichend deutlich über die Entgeltspflicht und Entgelthöhe ihres Angebots hinweist und ob die Vorfälligkeitskausal mit § 307 Abs. 1 BGB vereinbar ist.

Der Kläger beantragt,

wie tenoriert.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Parteivorbringens wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Die Klage ist der Beklagten am 11. Mai 2010 zugestellt worden.

Entscheidungsgründe:

Die Klage ist zulässig und begründet.

1. Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Anspruch auf Unterlassung der Preisangaben in der beanstandeten Form. Dieser Anspruch folgt aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1 und 2, 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2, 4 Nr. 11 UWG i. V. m. § 1 Abs. 1 und 6 PAngV. Der Kläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG berechtigt, diesen Anspruch geltend zu machen, weil er in der Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen ist.

Die Start- und Anmeldeseite beider Internetauftritte der Beklagten lassen nicht hinreichend klar erkennen, dass die Angebote entgeltlich sind. Dadurch verstößt die Beklagte gegen § 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG. Nach dieser Vorschrift handelt unlauter, wer eine irreführende geschäftliche Handlung vornimmt, die unwahre oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über den Preis oder die Art und Weise, in der er berechnet wird oder über die Bedingungen, unter denen die Dienstleistung erbracht wird, enthält. Der Maßstab für die Beurteilung dieser Frage ist die Sicht eines durchschnittlich informierten und verständigen, situationsbedingt aufmerksamen Verbrauchers, der als ein Nutzer des Internets mit dessen Besonderheiten vertraut ist (Sosnitza in Piper/Ohly/Sosnitza, UWG, 5. Auflage, § 1 PAngV, Rdnr. 46).

Die Beklagte kann sich nicht darauf zurückziehen, dass alles, was nicht ausdrücklich als kostenlos angepriesen wird, ohne Weiteres als entgeltliches Angebot aufzufassen ist. Bei Dienstleistungsangeboten im Internet, die so oder ähnlich häufig auch kostenlos verfügbar sind, ist ein hinreichend deutlicher Hinweis erforderlich, wenn entgegen der Umstände oder Präsentation Kostenpflichtigkeit besteht (OLG Frankfurt – 6 U 166/07 -, Urteil vom 4. Dezember 2006; Sosnitza, a.a.O.). So liegt der Fall hier.

Bei den maßgeblichen Besonderheiten des Einzelfalles, hier also den Erwartungen eines Verbrauchers, der eine Mitwohn- oder Mitfahrgelegenheit sucht oder anzubieten hat, gilt schon für Vermittlungszentralen außerhalb des Internets, dass man typischerweise nicht bereits für die bloße Möglichkeit, solche Angebote zu unterbreiten oder zu sichten, ein Entgelt, sondern allenfalls für den Fall einer erfolgreichen Suche eine Provision zu zahlen hat. Würde sich beispielsweise ein Wohnungssuchender an einen Makler wenden und sich von diesem Objekte präsentieren lassen, wäre dessen Inanspruchnahme (z. B. für eine persönliche Beratung, ein Exposé, eine Besichtigung usw.) für den Interessenten entgeltfrei, falls kein Mietvertrag zustande kommt. Die Beklagte bietet dem Wohnungssuchenden viel weniger, nämlich nur die Technik und den Rahmen für ein virtuelles schwarzes Brett zur Selbstbedienung beider Seiten. Auch im Internet ist der durchschnittlich informierte Verbraucher damit vertraut, dass es, wie der Kläger unwidersprochen dargetan hat, zahlreiche Plattformen zum Mitwohnen oder Mitfahren gibt, bei denen das Einstellen und Abrufen von Angeboten und Gesuchen kein Entgelt kostet. Der Grundsatz, dass es im Wirtschaftsleben nichts geschenkt gibt, ist auf die Besonderheiten des Internets nur bedingt anzuwenden. Dort kann durchaus ein Interesse des Seitenbetreibers bestehen, den Verbraucher ohne Entgelt zu bedienen, sei es, um ausreichend Publikum für bezahlte Werbeeinblendungen zu finden oder um den Verbraucher auf sich aufmerksam zu machen und durch ein gutes Basisangebot davon zu überzeugen, für weitere Leistungen ein Entgelt zu bezahlen. Hinzu kommt als Besonderheit des Mitwohnens und Mitfahrens, dass Anbieter und Nachfrager ihre privaten Interessen wahren wollen und sich im Zweifel genau überlegen, bei wem sie mitfahren oder wen sie in ihre Wohnung aufnehmen wollen. Um ein möglichst breites Spektrum an Angeboten und Gesuchen kennen zu lernen, sind mehrere schwarze Bretter zu konsultieren, wobei das Internet den großen Vorteil bietet, sich besonders schnell und einfach einen Überblick zu verschaffen, indem man sich durch verschiedene Portale klickt. Auch diese Besonderheit des Internets im Falle der Suche nach Angeboten oder Nachfragen zum Mitwohnen oder Mitfahren führt zu der Erwartung des durchschnittlich informierten Verbrauchers, der mit dem Sichten von Angeboten und Nachfragen im Internet vertraut ist, solche Angebote auf Internetplattformen kostenlos einstellen oder abrufen zu können. Gerade hier ist die situationsbedingte Aufmerksamkeit des Durchschnittsverbrauchers gering. Es ist auch, wie die Anforderungen der PAngV zeigen, kein hoher Maßstab an die angemessene pflichtgemäße Aufmerksamkeit zu setzen (vgl. LG Hamburg – 327 0 634/09 -, Urteil vom 8. Juli 2010). Dieser Maßstab gilt nicht nur für Fälle, in denen der Nutzer nur zu seiner eigenen Unterhaltung ohne eine Kaufabsicht durchs Internet surft. Auch wenn der Nutzer, wie hier, aus gutem Grund erwartet, allenfalls bei Inanspruchnahme einer konkreten Vermittlung etwas bezahlen zu müssen, die Angebote und Gesuche der verschiedenen einschlägigen „schwarzen Bretter“ aber ohne Weiteres sichten zu dürfen, darf sich der

Nutzer mehr auf den eigentlichen Inhalt der besuchten Seite als auf die Suche nach einem Entgelt hinweisen konzentrieren. Bei der Beklagten kommt noch hinzu, dass der Verbraucher erst prüfen kann, ob der Seiteninhalt für ihn qualitativ und quantitativ überhaupt brauchbar ist, nachdem er sich dort angemeldet hat. In dieser Situation ist es besonders überraschend, dass bereits die bloße Anmeldung eine Entgeltspflicht auslöst und darüber hinaus sogar mit der Verpflichtung zur Zahlung eines Jahresentgelts einhergeht.

Die Präsentation der Angebote auf der Start- und Anmeldeseite erfordert ebenfalls einen deutlichen Hinweis auf die Entgeltspflichtigkeit. Die Beklagte weist dort nicht auf besondere Leistungen oder Vorteile hin, durch die sich ihr Angebot so positiv von den kostenfreien Alternativen unterscheidet, dass der Verbraucher aus diesem Grunde damit rechnen kann, bei der Beklagten etwas für die Anmeldung bezahlen zu müssen. Die Präsentation lässt den Verbraucher nicht erkennen, ob das Angebot der Beklagten mit Werbeeinblendungen einhergeht, welche konkreten Möglichkeiten zur Suche es bietet und in welchem Umfang er dort überhaupt seinen persönlichen Bedarf treffende Inhalte erwarten darf. Die Start- und die Anmeldeseiten der Beklagten enthalten keinen Hinweis darauf, dass der Nutzer besonders viele, spezielle, gute oder aus anderen Gründen attraktive Gesuche und Angebote erwarten darf. Wer das in einem Umfeld kostenloser Konkurrenten erst durch ein Ausprobieren nach einer Anmeldung herausfinden muss, erwartet ohne deutlichen Hinweis keine Entgeltspflicht. Für den Verbraucher kommt es nicht darauf an, ob sich die Beklagte von Werbepartnern abhängig macht, da sich die Leistungen der Beklagten ohnehin nur auf die Bereitstellung eines technischen Rahmen beschränken und deshalb keine Neutralität oder wirtschaftliche Unabhängigkeit von Werbepartnern voraussetzt. Der Verbraucher erwartet als sein aber die Beklagte zu findendes „Gegenüber“ auch kein Wirtschaftsunternehmen (wie etwa einen Reiseveranstalter bei einem Reiseportal oder ein Versicherungsunternehmen bei einem Versicherungsberatungsportal), sondern einen privaten Mitbewohner oder Mitfahrer, so dass eine mögliche Beeinflussung des Inhalts durch Werbepartner hier erkennbar fern liegt. Ebenso wenig erlangt der Verbraucher mit seinem „Mitgliedsbeitrag“ bei der Beklagten einen geldwerten Vorteil, denn dieses Entgelt hat keinen Einfluss darauf, dass das Mitwohnen oder Mitfahren bei dem Wohnungsinhaber oder Fahrer gesondert zu zahlen ist. Jedenfalls reklamiert die Beklagte keinen besonderen Vorteil für ihr Geschäftsmodell. Die Präsentation der Seiten führt daher nicht zu der Annahme, es handele sich um ein kostenpflichtiges Angebot.

Die Angaben der Beklagten zu ihrem Jahresentgelt sind weder für sich noch insgesamt betrachtet ausreichend, auf die Kostenpflichtigkeit ihres Angebots hinzuweisen. Hier gelten dieselben Anforderungen und Maßstäbe wie bei dem sich aus § 1 Abs. 6 PAngV ergebenden Gebot der Preisklarheit. Wer die Höhe seines Preises klar anzugeben hat, muss erst recht klar angeben, dass überhaupt ein Preis zu zahlen ist.

§ 1 Abs. 6 S. 2 PAngV fordert, dass Preisangaben der Werbung eindeutig zuzuordnen, leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar sind. Preisklarheit verlangt nach Eindeutigkeit der Preisangabe; gemeint ist sofortige Erkennbarkeit des Sinns und der Bedeutung der Preisangabe in ihrer äußeren Gestaltung nach Form und Wortwahl: Der Verbraucher muss den Preis ohne Weiteres feststellen können, d. h. er muss vor Einleitung des Bestellvorgangs klar und unmissverständlich darauf hingewiesen werden (Sosnitza, a.a.O., Rdnr. 49 ff.). Diesen Anforderungen genügt die Beklagte nicht. Dazu im Einzelnen:

Die Startseite enthält keinen Hinweis auf eine Kostenpflicht. Das verhindert, dass sich der Verbraucher, erst einmal angelockt, bereits vor dem Weiterklicken auf die folgende Seite auf eine mögliche Entgeltspflicht einstellt und seine Aufmerksamkeit auf diesen Aspekt konzentriert.

Es folgt auch auf der Anmeldeseite kein hinreichend klarer Hinweis auf die Entgeltspflicht:

Dass dort persönliche Daten einzugeben sind, lässt eine Kostenpflichtigkeit nicht erkennen. Es liegt erkennbar in der Natur der Sache, dass Mitwohn- und Mitfahrkontakte aus Sicherheitsgründen nicht anonym bleiben können. Auf der Seite „drive2you“ weist die Beklagte unter Berufung auf Vertrauen und

Fairness ausdrücklich darauf hin, dass die persönlichen Daten im Sicherheitsinteresse der Fahrer und Mitfahrer erhoben werden.

Der Verweis auf die AGB ist irrelevant, da nicht damit zu rechnen ist, dass der Verbraucher in diesen nach einer Angabe zur Entgeltspflicht sucht. Er darf diesen Hinweis – wie bei Preisangaben üblich – außerhalb der AGB erwarten. Dies gilt auch für geschäftlich erfahrene Nutzer, denn diese wissen, dass ohnehin nur AGB-Klauseln wirksam einbezogen werden können, die §§ 305 ff. BGB standhalten, so dass etwaige unangemessene oder überraschende Klauseln folgenlos bleiben (vgl. LG Hamburg, a.a.O.).

Oberhalb der „Jetzt anmelden“-Schaltfläche findet sich nur in einem grau unterlegten Kasten ein Hinweis darauf, dass die Nutzung des Angebots etwas kostet und ein Jahresvertrag abzuschließen ist. Dieser Hinweis ist versteckt, weil er in einem längeren, unauffällig gestalteten Fließtext eingebunden ist, der mit Datenschutzhinweisen beginnt und dadurch den Eindruck erweckt, es handele sich nur um die üblichen vorgeschriebenen Hinweise, zumal eine Bestätigung durch ein Opt In-Kästchen, wie darüber für drei andere Elemente mit Entscheidungsrelevanz vorgesehen, hier fehlt. Es fördert nicht die Lesbarkeit, einen schwarzen Text grau zu hinterlegen. Hinzu kommt, dass der Fließtext keine Zahl erkennen lässt, weil der Monatspreis als Wort „acht“ ausgeschrieben ist und deshalb beim flüchtigen Lesen des Textes schnell untergeht. Der Verbraucher ist daran gewohnt, Preise in Ziffern angegeben zu finden, so dass er eine Angabe wie „8,00 €“ (oder richtig: „96,00 €“) wesentlich eher bemerken würde, aber dort, wo er beim Überfliegen eines Textes keine als Ziffer geschriebene Zahl sieht, nicht mit einer Preisangabe rechnet. Ob es ausreichen würde, den Preis dort als Ziffer anzugeben, ist hier nicht zu entscheiden, weil es nicht die Aufgabe des Gerichts ist, die Beklagte über mögliche Wege aus dem Verbotsbereich zu beraten.

Dass hinter dem Wort „Mehrwertsteuer“ in dem Fließtext zwei Sternchen stehen und diese am Ende der Seite durch einen in verkleinerter Schrift mit einem Hinweis auf den Betrag von 96,00 € aufgelöst werden, reicht ebenfalls nicht aus. Eine Preisangabe ist nicht gut wahrnehmbar und ohne Weiteres erkennbar, wenn sie erst unter der Schaltfläche, die den Vorgang auf der Anmeldeseite erkennbar abschließen soll, in einem Sternchenhinweis und dazu noch in kleinerer Schrift gemacht wird. Um den Sternchen zu folgen, müsste der Verbraucher zunächst den grau hinterlegten Fließtext genau studieren, obwohl er dort bei der Durchsicht keine Ziffer als Preisangabe erkennen kann. Er muss nicht damit rechnen, eine für ihn so wesentliche Angabe, dass bereits die erste Nutzung des Angebots eine Kostenlast von 96,00 € auslöst, obwohl vergleichbare Leistungen anderswo kostenlos angeboten werden, erst räumlich und optisch außerhalb des eigentlichen Vorgangs zu finden, wenn er die Seite bis zu Ihrem Ende scrollt. Selbst wenn er dies täte, wirkt die Preisangabe auf den ersten Blick wie eine kleine Fußnote; eine für den Verbraucher maßgebliche Preisangabe nach den Maßstäben der PAngV ist dort bei der situationsadäquaten Aufmerksamkeit nicht zu erwarten.

Die Gestaltung der Anmeldeseite lässt eine Zahlungspflicht daher nicht sofort und ohne weiteres Nachlesen erkennen, wie es zu verlangen ist.

Der Umstand, dass der Vertrag rechtlich erst durch die Bestätigung der der Anmeldung nachfolgenden Verifikations-E-Mail (Anlage B 2) abgeschlossen werden soll, führt zu keiner anderen Beurteilung. Der interneterfahrene Verbraucher ist daran gewohnt, dass eine Verifikations-E-Mail versendet und bestätigt wird, um sicherzustellen, dass die Anfrage tatsächlich von dem Genannten stammt und nicht ein Dritter unter Angabe fremder Kontaktdaten tätig geworden ist. Auf diese Funktion weist auch schon die von der Beklagten verwendete Bezeichnung der E-Mail hin. Die Beklagte beschränkt ihre Hinweise vor der zur Bestätigung anzuklickenden URL darauf, dass der „Verifikationslink“ betätigt werden soll, um die „Anmeldung“, also die Eingabe der persönlichen Daten, „abzuschließen“. Dem Verbraucher wird auch dadurch, dass die Datenwiedergabe zu Prüfzwecken in besonders großer Schrift wiederholt wird, suggeriert, es handele sich nur um die übliche Datenverifikation. Er muss in dieser Situation nicht damit rechnen, unterhalb der anzuklickenden URL weiter lesen zu müssen, um einen Hinweis zur Entgeltspflicht und Preisangabe zu finden. Dort sind die – wiederum in einen unauffällig gestalteten Fließtext eingebundenen – Angaben gerade nicht leicht erkennbar und ohne Weiteres wahrnehmbar, wie es § 1 Abs. 6 PAngV verlangt.

Schließlich wäre es der Beklagten ein Einfaches gewesen, die Entgeltspflicht und die Preisangabe hinreichend klar zu gestalten, ohne dass es dazu erforderlich wäre, den Preis plakativ ins Auge springen zu lassen. Allerdings stellt sich die Frage, ob die Beklagte dann, wenn sie die Entgeltspflicht und -höhe hinreichend leicht erkennbar und gut wahrnehmbar anzeigt, noch eine für ihr Geschäftsmodell ausreichende Anzahl von Interessenten davon überzeugen könnte, einen Vertrag zu 96,00 € ab der ersten Nutzung einzugehen, wenn es mehrere vergleichbare kostenfreie Angebote gibt und man sich bei der Beklagten verpflichten muss, ohne sich zuvor ein eigenes Bild von der Quantität und Qualität der Inhalte machen zu können. Es spricht daher vieles dafür, dass die Beklagte ganz bewusst versucht, die Entgeltspflicht weitestgehend zu verstecken, anstatt sich mit klaren Preisangaben dem Wettbewerb zu stellen.

Die Beklagte kann den Verbraucher nicht auf sein gesetzliches Widerrufsrecht verweisen. Dieses dient nicht dazu, die Anforderungen an irreführungsfreie und klare Angaben zur Entgeltspflicht und Entgelthöhe zu ersetzen.

Die Anfangs- und der Anmeldeseiten beider Internetseiten der Beklagten wie auch der weitere Vorgang bis zum Abschluss des Vertrages enthalten keinen ausreichenden Hinweis auf die Entgeltpflichtigkeit des Angebots. Die Beklagte führt den Verbraucher daher in unlauterer Weise in die Irre.

Die Beklagte verstößt aus den genannten Gründen zwangsläufig auch gegen das Gebot der Preisklarheit nach § 1 Abs. 1 und Abs. 6 PAngV und damit gegen eine gesetzliche Vorschrift im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG.

Die Klage zum Antrag zu 1. ist daher begründet.

2. Der Kläger hat ferner zu Recht die Abrechnungsklausel beanstandet (Antrag zu 2.). Ihm steht ein Unterlassungsanspruch aus § 307 BGB i. V. m. § 1 UKlaG zu. Die Klausel über die jährliche Vorauszahlungspflicht ist unwirksam, weil sie den Vertragspartner der Beklagten entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligt. Die Beklagte handelt bei Abschluss der Mitgliedschaftsverträge in Ausübung ihrer gewerblichen Tätigkeit und ist daher Unternehmerin i. S. d. § 14 BGB. Ihr Vertragspartner ist in der Regel ein Verbraucher, da die Suche nach einem WG-Zimmer oder einer Mitfahrgelegenheit typischerweise nicht einer gewerblichen oder selbständigen beruflichen Tätigkeit, sondern dem privaten Lebensumfeld zuzurechnen ist und dasselbe auch für den Abschluss einer Mitgliedschaft, die ausschließlich dem eigenen Zugang zu solchen Angeboten und Gesuchen dient, gelten muss, § 13 BGB. Die für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierte Vertragsbedingung der Beklagten ist eine Allgemeine Geschäftsbedingung (AGB) und unterliegt als solcher der Inhaltskontrolle gemäß §§ 305 ff. BGB. Nach § 307 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 1 BGB ist eine AGB-Klausel unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligt, wobei eine unangemessene Benachteiligung im Zweifel anzunehmen ist, wenn eine Bestimmung mit wesentlichen Grundgedanken der gesetzlichen Regelung, von der abgewichen wird, nicht zu vereinbaren ist. Das ist hier der Fall. Die Fälligkeit einer Vergütung für eine Dienst- oder eine Werkleistung tritt nach § 614 BGB bzw. § 641 Abs. 1 BGB erst nach der Leistungserbringung ein. Von diesem wesentlichen Grundgedanken der gesetzlichen Regelung wird bei einer Pflicht, für die Leistungen eines Jahres vollständig voranzuzahlen, abgewichen. Eine solche Abweichung kann zulässig sein, wenn ein sachlich berechtigter Grund dafür besteht und das Gleichgewicht von Rechten und Pflichten der Vertragspartner nicht auf Kosten des Verbrauchers gestört wird, was durch eine umfassende Interessenabwägung zu prüfen ist. Diese Abwägung geht zu Lasten der Beklagten aus. Die beanstandete Klausel verlagert das Beitreibungsrisiko auch für solche Umstände, die im Verantwortungsbereich der Beklagten liegen, einseitig auf den Verbraucher. Sollte der Verbraucher den Vertrag kündigen können oder die Beklagte die Internetseite einstellen, hätte er das Risiko, sein Geld nicht mehr von der Beklagten zurück zu erhalten. Den Verbraucher trifft damit das Insolvenzrisiko der Beklagten. Sollte diese solvent, aber zahlungsunwillig sein, träge den Verbraucher die Last, die Rückforderung geltend zu machen, dafür weiteres Geld aufzuwenden und nach einer Titulierung eine fruchtbare Zwangsvollstreckung zu betreiben. Kalkulierte man damit, dass dem Verbraucher dieser Aufwand im Hinblick auf die relativ

geringe Höhe der Rückforderung zu groß erscheint, träge den Verbraucher jedenfalls das faktische Verlustrisiko seiner Mitgliedsbeiträge. Davon unabhängig ist dem Verbraucher das Druckmittel genommen, Zahlungen bei Schlechtleistungen der Beklagten zu verweigern oder zu kürzen. Der Verbraucher muss durch eine jährliche Vorauszahlung deshalb erhebliche Nachteile durch die Abweichung vom gesetzlichen Grundsatz der Zahlung nach Leistungserbringung in Kauf nehmen. Dies gilt umso mehr, als der Verbraucher sich blind auf das Angebot der Beklagten einlassen und Qualität sowie Quantität ihrer Mitwohn- und Mitfahrzentrale nicht vor der Verpflichtung zu einer Jahresvorauszahlung kennen lernen kann. Die dem gegenüberstehenden Risiken der Beklagten rechtfertigen die Abweichung nicht. Dass die Beklagte die Seiten entwickelt hat und im Netz betreibt, ist ein Aufwand, den sie unabhängig von dem einzelnen Kunden betreiben muss, um überhaupt ihr Geschäft führen zu können. Im Verhältnis zum einzelnen Kunden erbringt die Beklagte auch keine individuelle Leistung, die über das Bereitstellen des technischen Rahmens für ihr „schwarzes Breit“ hinausgeht. Zu den Leistungspflichten der Beklagten gehört es insbesondere nicht, eine bestimmte Qualität oder Quantität von Angeboten oder Gesuchen zu präsentieren, sondern sie überlässt es ihren Mitgliedern, die Seiten mit dem eigentlichen Inhalt zu füllen. Soweit sich die Beklagte darauf beruft, ihre Gesamtkalkulation erfordere Zahlungssicherheit, steht es ihr frei, wie auch sonst im Wirtschaftsleben von vornherein eine gewisse Ausfallquote in die Preise einzurechnen. Es ist auch nicht festzustellen, dass sich im E-Commerce eine Verkehrssitte zu einer jährlichen Vorauszahlungspflicht des Verbrauchers herausgebildet hat. Es ist vielmehr gerichtsbekannt, dass dem Verbraucher kürzere Zahlungszeiträume angeboten werden. Dabei mag der Anbieter den Preis und die Leistungen staffeln, so dass der Verbraucher beispielsweise die Wahl hat zwischen einem relativ teuren und / oder einfachen Leistungsangebot bei monatlicher Zahlungsweise und einem verhältnismäßig günstigeren und / oder besseren Leistungsangebot bei längerfristiger Zahlungsweise. Welche dieser Gestaltungen § 307 BGB genügt, braucht hier nicht entschieden zu werden, weil die AGB der Beklagten gar keine Alternative zur jährlichen Vorauszahlung vorsehen. Allgemeine Gründe der Praktikabilität genügen nicht, das Abweichen zu rechtfertigen. Das Risiko, eine Forderung nachträglich nicht Beitreiben oder einen Nutzer später nicht mehr auffinden zu können, stellt sich bereits nach dem Ablauf der Widerrufsfrist. Es mag eine Vorauszahlung für einen überschaubaren Zeitraum rechtfertigen, erfordert aber nicht die Vorauszahlung für ein ganzes Jahr, denn auch bei dem Ausbleiben einer monatlichen Vorauszahlung könnte sich die Beklagte eben so gut schützen, indem sie den Zugang für das säumige Mitglied sperrt.

Antragsgemäß ist auch das Berufen auf die Vorleistungsklausel zu untersagen. Macht die Beklagte einen Zahlungsanspruch gegen einen Nutzer ihres Portals geltend, könnte sie sich sonst auf die Klausel berufen und Verzugszinsen ab Rechnungsstellung verlangen, § 288 Abs. 1 BGB.

3. Es besteht kein Grund, der Beklagten eine Aufbrauchfrist einzuräumen. Unbeschadet der übrigen rechtlichen Bedenken ist eine Notwendigkeit weder dargetan noch sonst erkennbar. Die Beklagte hatte während dieses Streits ausreichend Gelegenheit, sich auf eine Umstellung für den Fall des Obsiegens des Klägers einzustellen. Es besteht kein Grund, dem Urteil nicht unverzüglich Folge zu leisten. Daher ist weder eine faktisch aufschiebende Wirkung noch eine daran anschließende Monatsfrist zu gewähren.

4. Die Beklagte hat dem Kläger die – in nicht zu beanstandender Weise pauschalieren – Kosten der berechtigten Abmahnung zu erstatten, § 12 Abs. 1 S. 2 UWG.

Der Zinsanspruch folgt aus §§ 291, 288 Abs. 1 BGB.

5. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 ZPO.