

Volltext zu MIR Dok.: 206-2006
Veröffentlicht in: MIR 10/2006
Gericht: Hanseatisches Oberlandesgericht
Aktenzeichen: 5 U 56/055
Entscheidungsdatum: 26.04.2006
Vorinstanz(en): LG Hamburg, Az. 416 O 257/04

Permanenter Link zum Dokument: http://www.medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=424

www.medien-internet-und-recht.de

ISSN: 1861-9754

Die Inhalte, Beiträge und Veröffentlichungen in "Medien Internet und Recht" sind kostenfrei abrufbar.
Mit Namen (Autor/Gericht/Quelle) gekennzeichnete Beiträge stellen ausdrücklich nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar.
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Programme wird keine Haftung übernommen.
Mit der Annahme zur Veröffentlichung (erklärt per Email, Fax oder auf dem Postweg) erwirbt der Verlag/Herausgeber vom Verfasser alle Rechte einschließlich der weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken.
Die Onlinepublikation/Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge, Abbildungen und Inhalte sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung (gewerblich wie privat) außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages/Herausgebers unzulässig und strafbar.
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in elektronische Systeme oder Datenbanken.
Die Verlags- und Urheberrechte erstrecken sich insbesondere auch auf die veröffentlichten Gerichtsentscheidungen und deren Leitsätze, die urheberrechtlichen Schutz genießen, soweit Sie vom (gekennzeichneten) Einsender oder der Redaktion redigiert oder erarbeitet wurden.

Inhaltliche oder redaktionelle Fehler vorbehalten.

HANSEATISCHES OBERLANDESGERICHT URTEIL IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

hat das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg, 5. Zivilsenat, durch die Richter nach der am 05. April 2006 geschlossenen mündlichen Verhandlung für Recht erkannt:

Auf die Berufung der Klägerin wird das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 15, vom 22.02.05 abgeändert.

Die Beklagte wird weiter verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000.-, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollziehen an dem Geschäftsführer, zu unterlassen,

(3.) Webhostingdienstleistungen mit der Aussage

„Top-Qualität zum Dauer-Tiefpreis“

in Verbindung mit der Aussage

„jetzt ganz neu: die SXXXXX Windows-Server...“

und einer Preisangabe, z.B.

„ab 49 €“

zu bewerben, wenn der angegebene Preis tatsächlich nicht auf Dauer dem beworbenen Betrag entspricht, sondern bereits nach einem feststehenden Zeitraum, z.B. einem Monat, um z.B. 10 € steigt, insbesondere, wenn dies wie folgt geschieht:

- vom Abdruck der Anzeige wurde redaktionell abgesehen -

Die weitergehende Berufung der Klägerin wird zurückgewiesen.

Die Berufung der Beklagten gegen das Urteil des Landgerichts Hamburg, Zivilkammer 15, vom 22.02.05 wird mit der Maßgabe zurückgewiesen, dass der Tenor zu Ziffer 2 klarstellend wie folgt gefasst wird:

"Leistungen mit Ab - Preisangaben zu bewerben, solange die in unmittelbaren Zusammenhang mit der Ab-Preisangabe genannten und auf diese bezogenen Leistungsmerkmale nicht zu dem Mindestpreis erhältlich sind, insbesondere...."

Von den Kosten des Rechtsstreits in erster und zweiter Instanz tragen die Beklagten 57%, die Klägerin trägt 43%

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar

Die Beklagte kann die Vollstreckung der Klägerin durch Sicherheitsleistung in Höhe von € 55.000.-, sofern nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in gleicher Höhe leistet.

Die Klägerin kann die Vollstreckung der Beklagten durch Sicherheitsleistung in Höhe 110% des auf Grund dieses Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, sofern nicht die Klägerin vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Die Revision wird nicht zugelassen.

Gründe

I.

Die Parteien sind Wettbewerber als Internet-Service-Provider. Sie bieten unter anderem Webhosting-Dienstleistungen, die Bereitstellung von Server-Paketen, E-Commerce-Lösungen für Online-Shops und DSL-Hochgeschwindigkeits-Netzzugänge an.

Die Beklagte bewarb in zwei mehrseitigen Prospekten (Anlagen K3 und K5), die als Zeitschriftenbeilagen im Mai 2004 bzw. im November 2004 vertrieben worden sind, ein umfangreiches Leistungsangebot.

Hieraus beanstandet die Klägerin diejenigen Aussagen als wettbewerbswidrig, die sie zum Gegenstand ihres Klageantrags vom 16.12.04 gemacht hat.

Die Klägerin hat in erster Instanz beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000.-, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollziehen an dem Geschäftsführer, **zu unterlassen**,

zu Zwecken des Wettbewerbs

1. mit der Aussage

Hardware Gratis für T-DSL

zu werben, wenn tatsächlich Kosten z.B. Kosten für einen Internetzugangstarif, z.B. für den Tarif „SXXXXX DSL FairFlat“ in Höhe von € 6,95 monatlich anfallen;

2. Leistungen mit Ab-Preisangaben zu bewerben, so lange nicht alle in unmittelbarem Zusammenhang mit der Ab-Preisangabe genannten Leistungen zu dem Mindestpreis erhältlich sind, insbesondere wie folgt:

a.

„SXXXXX/Server

....

Jetzt neu: Windows-Server und die große SXXXXX Wechsel-Aktion!

Schon ab

*39.- € **!*

b.

„SXXXXX/Shops

...

SXXXXX bietet Ihnen preiswerte Komplettlösungen für Ihren Shop-Auftritt inklusive Internet-Präsenz

Schon ab

*6,39 € ****

Im Zusammenhang mit der Abbildung der Logos Ebay und/oder Kelkoo, insbesondere wie folgt:

- vom Abdruck wurde redaktionell abgesehen –

c.

„Kompakt-Shop

*Schon ab 639 €***

...

SXXXXX Webhosting-Paket inklusive

bis zu 5 Domains, 500 MB Speicher, 300 E-Mail Postfächer u.v.m.

3. Webhostingdienstleistungen mit der Aussage

„Top-Qualität zum Dauer-Tiefpreis“

in Verbindung mit der Aussage

„jetzt ganz neu: die SXXXXX Windows-Server...“

und einer Preisangabe, z.B.

„ab 49 €“

zu bewerben, wenn der angegebene Preis tatsächlich nicht auf Dauer dem beworbenen Betrag entspricht, sondern bereits nach einem feststehenden Zeitraum, z.B. einem Monat, um z.B. 10 € steigt, insbesondere, wenn dies wie folgt geschieht:

- vom Abdruck wurde redaktionell abgesehen –

Die Beklagte hat in erster Instanz beantragt,

die Klage abzuweisen.

Das Landgericht hat die Beklagte mit Urteil vom 22.05.05 nach den Anträgen zu Ziff. 2.b. und 2.c. antragsgemäß verurteilt. Im Übrigen hat das Landgericht die Klage zurückgewiesen.

Hiergegen richten sich die form- und fristgerecht eingelegten Berufungen beider Parteien. Die Beklagte verfolgt in zweiter Instanz unter Vertiefung ihres erstinstanzlichen Sachvortrags ihr Abweisungsbegehren weiter. Die Klägerin verteidigt auf der Grundlage der bereits erstinstanzlich gestellten Anträge das landgerichtliche Urteil, soweit es dem Klageantrag entsprochen hat. Soweit der Klageantrag zurückgewiesen worden ist, begehrt die Klägerin auch insoweit die Verurteilung der Beklagten.

Die Klägerin beantragt zweitinstanzlich zu Ziffer 2.b. und 2.c. des Klageantrages hilfsweise, die Beklagte nach der aus der Anlage K5 (S. 5 und S. 18) ersichtlichen konkreten Verletzungsform zu verurteilen.

Die Beklagte tritt auch diesem Begehren entgegen.

Wegen der tatsächlichen Feststellungen im Übrigen wird auf den Tatbestand des landgerichtlichen Urteils sowie auf die von den Parteien zur Akte gereichten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

II.

Die zulässige Berufung der Beklagten ist unbegründet. Das Landgericht hat zu Recht und mit nicht zu beanstandender Begründung der Klage zu den Anträgen zu 2.b. und 2.c. stattgegeben. Allerdings hat die Klägerin insoweit für ihren Antrag sprachlich eine zu weite Verallgemeinerung gewählt. Da die tatsächlich gewollte Antragsfassung dem gestellten Antrag durch Auslegung zu entnehmen ist, konnte eine Antragsanpassung durch den Senat erfolgen. Demgegenüber ist die zulässige Berufung der Klägerin zum Teil – nämlich hinsichtlich des Klageantrags zu 3. - begründet, im Übrigen – hinsichtlich der Klageanträge zu 1. und 2.a. – hingegen zurückzuweisen.

Zur Vermeidung unnötiger Wiederholungen nimmt der Senat auf die angefochtene Entscheidung Bezug – soweit er ihr folgt - und beschränkt sich insoweit auf ergänzenden Ausführungen. Die in diesem Zusammenhang getroffenen Feststellungen vermag der Senat ohne Einschränkung auf Grund eigener Sachkunde zu treffen. Die Mitglieder des Senats gehören zu den angesprochenen Verkehrskreisen der potentiellen Abnehmer von Angeboten im Zusammenhang mit Internetzugängen, DSL-Leistungen und Webhosting. Der Umstand, dass die Senatsmitglieder diese Leistungen noch nicht vollständig konkret in Anspruch nehmen, ändert hieran nichts, das sich die Werbung erkennbar auch an solche Personen aus dem nicht-professionellen Bereich richtet, die für die Nutzung derartiger Angebote gewonnen werden sollen. Hierzu zählen auch die Senatsmitglieder.

1. Der Klagantrag zu 1. ist unbegründet. Der Senat schließt sich insoweit den überzeugenden Ausführungen des Landgerichts in der angegriffenen Entscheidung sowie den Erwägungen des Landgerichts Berlins und des Kammergerichts (Anlagen B1 und B2) an. Die gegenteilige Auffassung der Klägerin teilt der Senat nicht.

a. Die angesprochenen Verkehrskreise werden trotz der Seiten-Überschrift „Hardware gratis für T-DSL Einsteiger!“ in dem Prospekt in Anlage K3 (Seite 6/7) nicht zu der irreführenden Annahme veranlasst, sie könnten die beworbene Hardware bereits bei der Bestellung eines T-DSL Anschlusses kostenlos erhalten. Aufgrund des werblichen Gesamtzusammenhangs bleibt den angesprochenen Verkehrskreisen nicht verborgen, dass diese Aussage im Rahmen einer konkreten Produktwerbung für die Leistungen der Beklagten aufgestellt wird. Jedenfalls in diesem Zusammenhang ist den angesprochenen Verbrauchern bewusst, dass das Versprechen kostenloser Leistungen in irgendeiner Weise mit der Inanspruchnahme von Leistungen der Beklagten verknüpft ist. Jede andere Betrachtung wäre schon aus kaufmännischer Sicht erfahrungswidrig. Dies gilt insbesondere dann, wenn nicht irgendwelche - zweckfreie – Koppelungsleistungen versprochen werden, sondern gerade solche Produkte, die für die Inanspruchnahme des kostenpflichtigen Angebots erforderlich sind bzw. dieses sinnvoll ergänzen. Auch die von der Klägerin in erster Instanz angeführten Beispiele anderer Anbieter rechtfertigen kein abweichendes Ergebnis, denn dort geht es ebenfalls stets darum, zugleich einen kostenpflichtigen DSL-Tarif des jeweiligen Anbieters abzuschließen bzw. in einen alternativen Tarifen zu wechseln („...in den SXXXXX DSL Flatrate...“, „Sparpaket – bestehend aus X&X DSL PLUS FLAT...“ bzw. „DSLfun 2 GB“). Ohnehin wird etwaigen Fehlvorstellungen – sollten sie auf Grund der Seiten-Überschrift entstanden sein - dadurch entgegengewirkt, dass die Beklagte die konkreten Preisangaben für die Hardware-Komponenten mit einem Sternchenhinweis versehen hat. Dieser wird am Fuß der Seite 7 zutreffend aufgelöst. Jedenfalls bei der Streitgegenständlichen Gestaltung wird damit auch den Vorgaben der Preisangabenverordnung Genüge getan. Eine Informationen über die anfallenden Preisbestandteile im Zusammenhang mit der Seiten-Überschrift ist darüber hinaus nicht erforderlich. Denn der Verkehr erkennt, dass darin - trotz des Wortes "gratis" - keine konkrete Preisangabe, sondern nur eine zusammenfassende werbliche Herausstellung im Sinne einer „Vorankündigung“ der nachfolgend näher erläuterten Einzelprodukte enthalten ist. Soweit die Klägerin mit ihrer Berufungsbegründung beanstandet, die Preisangaben in den "Störern" seien nicht zutreffend bzw. nicht vollständig in dem verbundenen Sternchentext aufgelöst worden, bedarf es insoweit keiner Entscheidung des Senats. Denn Streitgegenstand des Klageantrags zu 1. ist ausschließlich die Angabe "Hardware Gratis für T-DSL". Der konkrete Inhalt des Aufklärungstextes nimmt daran nicht teil, zumal die Überschrift ohnehin nicht mit einem Sternchenhinweis verbunden ist. Deshalb steht in diesem Zusammenhang auch kein Verstoß gegen die Preisangabenverordnung in Rede.

b. Der von der Klägerin in der Senatssitzung wiederholte Einwand, aus dem werblichen Zusammenhang der in Bezug genommenen Prospektseite ergebe sich noch nicht einmal, dass überhaupt Kosten in Höhe von € 6,95 für einen Internetzugangstarif anfallen, ist angesichts der vorstehenden Ausführungen auf der Grundlage des konkret gestellten Antrags in rechtlicher Hinsicht ohne Bedeutung. Denn die Klägerin hat sich nicht allgemein gegen die Gestaltung der Preisinformationen der Beklagten auf dieser Prospektseite gewandt, sondern ausdrücklich die Bewerbung der Aussage „Hardware Gratis“ zum Streitgegenstand erhoben. Erkennt der Verkehr, dass für den DSL-Zugang gleichwohl weitere Kosten auf ihn zukommen, ist es jedenfalls bei dem von der Klägerin umschriebenen Streitgegenstand ohne Relevanz, wie hoch diese sind und ob der Kunde hierauf spezifiziert hingewiesen wird.

2. Streitgegenstand des verallgemeinerten Unterlassungsantrags zu Ziff. 2 ist das Verbot, Leistungen mit Ab-Preisangaben zu bewerben, solange die mit der Ab-Preisangabe genannten Leistungsmerkmale nicht zu dem Mindestpreis erhältlich sind.

a. In der konkreten, von der Klägerin sprachlich gewählten Fassung ist dieser Antrag allerdings nicht ganz frei von Widersprüchen. Denn es muss der Beklagten möglich sein, im Zusammenhang mit einer "ab"-Preisangabe auch solche Leistungen anzugeben, die gerade nicht im Mindestpreis enthalten sind. Dieses ist ein verbreitetes Darstellungsmuster, insbesondere dann, wenn zwar alle angebotenen Leistungspakete in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Mindestpreis ausgeführt, im Einzelnen dann aber hinreichend bzw. irrtumsausschließend zugeordnet und erläutert werden.

b. Der Senat entnimmt dem schriftsätzlichen Vorbringen der Klägerin in der Klageschrift sowie ihren nachfolgenden Ausführungen, dass die Klägerin diese Art einer – zulässigen und üblichen – Werbung auch nicht zum Gegenstand ihres verallgemeinerten Antrags machen wollte. Der Klägerin geht es erkennbar darum, zu verhindern, dass bei den angesprochenen Verkehrskreisen der unrichtige Eindruck entsteht, als sei ein umfangreiches Leistungsspektrum, das nur zu einem erhöhten Preis zu erhalten ist, bereits in dem in der Werbung genannten Mindestpreis enthalten. Die insoweit möglicherweise bestehende Missverständlichkeit der Antragsfassung kann allerdings durch eine sprachliche Klarstellung behoben werden, in dem der Antrag – und mit ihm der Urteilstenor - wie folgt gefasst wird (hinzugefügter Satzteil unterstrichen). "Leistungen mit Ab-Preisangaben zu werben, solange die in unmittelbarem Zusammenhang mit der Ab- Preisangabe genannten und auf diese bezogenen Leistungsmerkmale nicht zu dem Mindestpreis erhältlich sind". Eine – mit einer nachteiligen Kostenfolge verbundene - inhaltliche Beschränkung ist hiermit vor dem Hintergrund des durch Auslegung ermittelten Rechtsschutzziels der Klägerin nicht verbunden.

b. Dementsprechend bedarf es im vorliegenden Fall einer Beschränkung auf die konkrete Verletzungsform nicht, welche die Klägerin in der Senatssitzung am 05.04.06 hilfsweise zum Gegenstand ihres Antrags auf Verurteilung gemacht hatte. Die nachfolgenden Ausführungen zu den Untergliederungen des Klageantrags zu 2. beziehen sich auf den Antrag in der von dem Senat zum Gegenstand des Urteilstenors gemachten Fassung.

3. Der Klageantrag zu 2.a. ist unbegründet. Die Klägerin legt ihrer Beanstandung bereits einen unzutreffenden Sachverhalt zu Grunde. In dem Prospekt in Anlage K5 wird auf S. 5 ausdrücklich der „SXXXXX Server“ zu einem Preis ab € 39.- beworben. Es ist zutreffend und letztlich unstrittig, dass dieses Angebot zu dem versprochenen Preis auch zu erhalten ist. Dies ergibt sich aus den Seiten 16 und 17 des Prospekts. Soweit auf S. 5 im Fließtext zugleich auf den "Windows-Server" und eine Wechsel-Aktion Bezug genommen wird, erkennt der Verkehr, dass es sich hierbei um eine besondere Ausgestaltung des Grundprodukts „SXXXXX Server“ handelt. Bereits aufgrund der Zusatzangabe "Jetzt neu:" bleibt den angesprochenen Verkehrskreisen nicht verborgen, dass diese besondere Aktion eine abweichende Leistungsbeschreibung und/oder Preisgestaltung hat bzw. haben kann, die nicht notwendigerweise zu dem Grundpreis des „SXXXXX Server“ zu erhalten ist. Die Angaben auf S. 5 des Prospektes sind als Inhaltsübersicht des Prospekts gedacht und aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise auch deshalb offensichtlich dafür ungeeignet, sich von den Konditionen des „Windows-Servers“ ein vollständiges und abschließendes Bild zu verschaffen. Deshalb ist der Hinweis der Klägerin, der dort angebrachte Sternchenhinweis kläre nicht (vollständig) über die Kosten des Windows- Servers auf, nicht entscheidungserheblich. Die auf dieser Seite gegebenen Einstiegs- Informationen sollen das Interesse des angesprochenen Verkehrs vielmehr erkennbar auf die Seiten 16 und 17 weiterleiten, wo sodann eine umfassende und zutreffende Information stattfindet. Der Senat teilt die Auffassung der Klägerin nicht, dass dies in irreführender Weise geschieht. Vielmehr steht es der Beklagten frei, ihr Grundprodukt mit einem zutreffenden "ab"- Preis zu bewerben, wenn aus dem Zusammenhang hinreichend deutlich wird, dass bestimmte Sonder Ausstattungen hiervon nicht notwendigerweise umfasst sind. Dies erkennt der Verkehr schon deshalb, weil der „Windows-Server“ auch sprachlich in seiner Produktbezeichnung von dem beworbenen „SXXXXX Server“ unterschieden werden kann, der in der Terminologie der

Beklagten einen Oberbegriff darstellt, unter dem mindestens 3 Produkte (SXXXXX HighEnd-Server, SXXXXX Business-Server 2.0 und SXXXXX Windows-Server) zusammengefasst sind. In diesem Rahmen kann die Beklagte zulässigerweise auch im Rahmen einer als Inhaltsangabe zu erkennenden Zusammenfassung des Prospektes schlagwortartige Angaben aufnehmen, wenn den angesprochenen Verkehrskreisen - wie hier - unmittelbar klar wird, dass sie die entscheidungsrelevanten Detailinformationen erst auf späteren Seiten finden, die sie zu diesem Zweck aufzusuchen haben. Diese Grundsätze entsprechen ständiger Rechtsprechung des Hanseatischen Oberlandesgerichts, auf die die Beklagte mit den als Anlage B3 eingereichten Entscheidungen zutreffend hingewiesen hat. Etwaige irreführende Angaben der Beklagten in der Überschrift auf den Seiten 16 und 17 zu dem Preis des "Windows-Servers" sind von dem Klageantrag zu 2.a. nach dessen eindeutigen Wortlaut ebenfalls nicht mit umfasst und deshalb nicht Streitgegenstand dieses Verfahrens. Im Übrigen teilt der Senat auch die Auffassung der Klägerin nicht, die in gelber Schrift gehaltene Preisangabe " € 39.-" sei dieser Überschrift zugeordnet. Diese Annahme ist erfahrungswidrig, da die Überschrift – schon in ihrer räumlichen Aufteilung - beide Seiten und damit mehrere Produkte umfasst. Zudem ist in dem gelben Störer ausdrücklich der „SXXXXX HighEnd Server“ in Bezug genommen.

4. Demgegenüber erweist sich der **Klageantrag zu 2.b.** in der aus der Anlage K5 ersichtlichen konkreten Verletzungsform als begründet. Der Senat teilt die Auffassung der Beklagten nicht, dass insoweit dieselben Grundsätze zu gelten hätten, wie sie auf den Klageantrag zu 2.a. zur Anwendung gebracht worden sind. Zwar handelt es sich auch insoweit lediglich um eine Angabe in einer Inhaltsübersicht, zu deren konkreten Leistungsmerkmale auf die Seiten 18 und 19 verwiesen wird. Gleichwohl ist die einschränkungslose Bezugnahme auf die bekannten Markennamen eBay und kelkoo in dem konkreten Äußerungszusammenhang irreführend. Denn das zusammenfassende Angebot ist überschrieben mit dem Titel „SXXXXX Shops“, dem als Untertitel die Angabe "Für alle, die im Internet verkaufen wollen!" beigefügt ist. Da es sich gerade bei "eBay" um eine namhafte Verkaufsplattform und bei "kelkoo" um ein Preisvergleichsangebot im Internet handelt, können die angesprochenen Verkehrskreise bei unbefangener Betrachtung nur zu der Annahme gelangen, dass für alle Angebote im Rahmen der „SXXXXX Shops“ eine wie auch immer geartete Kooperation mit diesen beiden Anbietern besteht. Dies ist indessen nicht der Fall, wie sich aus der Seite 18 ergibt. Derartige Leistungsangebote kann sich der Interessent nur erschließen, wenn er bereit ist, einen Preis zu zahlen, der knapp das vierfache des auf Seite 5 beworbenen "ab"-Preises beträgt. Zu einer derartigen Annahme haben die angesprochenen Verkehrskreise aufgrund der Bewerbung der Beklagten keine Veranlassung.

Dies gilt insbesondere dann, wenn die Marken bzw. Logos der fremden Anbieter prominent im Blickfang und in deren Hausfarben sowie in typischer Schriftgestaltung einschränkungslos ausgestellt werden. Jedenfalls in der Verknüpfung mit dem Untertitel des Angebots gehen diese Angaben über eine noch unverbindliche Aufmerksamkeitswerbung deutlich hinaus. Hieran ändert auch die von der Beklagten in der Berufung zitierte Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zur Internetwerbung (BGH GRUR 05, 438 - Epson-Tinte) nichts. Zwar wird für die näheren Details der angebotenen Leistungen auf die Seiten 18 und 19 verwiesen. Auf Grund der blickfangmäßigen und einschränkungslosen Herausstellung der Markennamen "eBay" und "kelkoo" bereits auf der Übersichtsseite hat der Verkehr aber keinen Anlass zu der Annahme, dass diese Hinweise nur für einen Teil des Angebots Gültigkeit haben könnten. Aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise bedarf es insoweit keiner weiteren Aufklärung, weil die Beklagte das Angebot ihres „SXXXXX Shops“ pauschal und einschränkungslos zu dem angegebenen "ab"-Preis mit diesen beiden Anbietern verknüpft. Der Verkehr erwartet zwar möglicherweise, dass zu diesem Grundpreis bei der Inanspruchnahme von Leistungen durch "eBay" und "kelkoo" nicht ein vollständiges Leistungsspektrum angeboten wird. Insoweit mag er Veranlassung haben, wegen der weiteren Einzelheiten auf den Seiten 18 und 19 konkrete Informationen zu suchen. Der Umstand, dass zu dem angebotenen Preis derartige Leistungen überhaupt nicht angeboten werden, ist hingegen überraschend und widerspricht der Verkehrserwartung. Insoweit ist bereits der Blickfang unrichtig und kann auch durch den Verweis auf "weitere Details" nicht zulässigerweise ergänzt werden. Dementsprechend stellt sich diese Aussage als irreführende Werbung i.S.v. § 5 Abs. 1 UWG dar. Eine blickfangmäßig herausgestellte Werbung darf nicht für sich genommen unrichtig oder auch nur für den Verkehr missverständlich sein. Die blickfangmäßig herausgestellte Angabe muss - auch isoliert betrachtet - inhaltlich richtig sein. Es steht im Einklang mit der Rechtsprechung des BGH, dass eine durch den Blickfang bewirkte Irreführung nicht dadurch unschädlich wird, dass der Angesprochene durch den weiteren Inhalt der Werbeaussage aufgeklärt wird (BGH GRUR 85, 58, 60 – Mischverband II; BGH GRUR 1958, 485, 487 - Odol; BGH GRUR 1971, 29, 33 - Deutscher Sekt; BGH GRUR 1974, 729, 731 - Sweepstake). Der Senat hat nicht darüber zu entscheiden, ob die Beklagte möglicherweise isoliert auf einer Übersichtsseite in zulässiger Weise pauschal mit den Logos anderer Anbieter werben dürfte. So verhält es sich im vorliegenden Fall nicht. Jedenfalls dann, wenn dies - wie hier - mit konkreten Preisangaben geschieht, muss das angepriesene Leistungsangebot jedenfalls dem Grunde nach auch zu dem angegebenen Mindestpreis zu erhalten sein. Mit ihrem konkreten Angebot lockt die Beklagte interessierte Verkehrskreise durch einen unzutreffenden Hinweis auf eine - wie auch immer geartete - kooperative Nutzungsmöglichkeit der Dienste von zwei führenden Internetanbietern zu einem ausgesprochen günstigen "ab"-Preis auf ihre Detailseiten 18 und 19, auf denen der erregte Irrtum erst aufgeklärt wird. Nicht unerhebliche Teile des Ver-

kehrts hätten sich mit dem Angebot der Beklagten auf diesen Seiten nicht näher beschäftigt, wenn sie durch die unzutreffende Preis-Verknüpfung mit den Leistungen Dritter auf der Übersichtsseite nicht fehlgeleitet worden wären. Insoweit unterscheidet sich der vorliegende Fall maßgeblich von der durch die Beklagte mit der Berufungsbegründung zitierten Rechtsprechung. Im Zusammenhang des vorliegenden Falls ist es auch unerheblich, dass die

Verkehrskreise zunächst noch keine konkrete Vorstellung von dem versprochenen Leistungsangebot in Kooperationen mit "eBay" und "kelkoo" haben können. In jedem Fall erweckt diese Werbung die unstreitig unzutreffende Erwartung, dass eine wie auch immer geartete Verknüpfung des Leistungsangebots der Beklagten mit diesen - für Interessenten an Internetshops hoch attraktiven – Angebotsplattformen bereits zu einem günstigen Grundpreis von € 6,95 zu erhalten ist.

5. Entsprechende Grundsätze gelten auch für den Klageantrag zu 2.c. Auch insoweit wirbt die Beklagte irreführend. Allerdings ist ihr im Ausgangspunkt darin zuzustimmen, dass der Verkehr erkennt, dass bei einer Werbung mit "ab" -Preisen nicht alle Leistungsmerkmale unterschiedlicher Produktpakete zu dem beworbenen Minimalpreis zu erhalten sind. Vielmehr erwartet der Verkehr, dass insoweit Differenzierungen bestehen. Bewirbt ein Anbieter allerdings ein derartiges Leistungsangebot mit einem "ab"-Preis, so hat er zur Vermeidung entscheidungsrelevanter Irreführungen in einem unmittelbaren Zusammenhang die einzelnen Produktpakete und deren Konditionen zu beschreiben, die von dieser Preisangabe erfasst sind. Die Beklagte hat ihr Angebot unter die Überschrift „SXXXXX Kompakt-Shops“ gestellt und bewirbt genau diese Leistung für einen Preis ab € 6,39. Die angesprochenen Verkehrskreise können zwar aufgrund der Fußnote erkennen, dass die Beklagte insoweit weitere Differenzierungen in die Angebote SXXXXX Basic-Shop, SXXXXX Power-Shop, SXXXXX Premium-Shop und SXXXXX Business-Shop vornimmt. Welche konkrete Leistungsumfang mit diesen Angeboten verknüpft ist, erfährt der Kunde indessen nicht. Er kann insbesondere nicht erkennen, ob bzw. in welchem Umfang die Leistung „SXXXXX Webhosting-Paket inklusive“ ganz oder zum Teil mit allen oder nur einzelnen dieser Angebote verknüpft ist. Dabei ist es keineswegs zwangsläufig, dass die Anzahl von E-Mail-Postfächern bzw. der Umfang von Speicherkapazitäten jeweils nur bei dem Bezug des teuersten Produkts zur Verfügung gestellt wird. Denkbar ist auch, dass diese Angebote in gewissem Umfang "Grundleistungen" sind, die so oder in anderer Form von mehreren Angeboten umfasst sind. Aufklärung über den konkreten Leistungsumfang erhält der interessierte Kunde unstreitig erst dann, wenn er das Internet-Angebot der Beklagten aufsucht. Dort sind - wie die Parteien mit den Anlagen K6 und B4 dargelegt haben - die erforderlichen Leistungsmerkmale beschrieben und den einzelnen Produkte zugeordnet. Eine derartige Aufklärung ist indes bei einer Prospektwerbung schon im Ansatz ungeeignet und ungenügend. Denn die angesprochenen Verkehrskreise erwarten nicht, dass sie sich die zur Interpretation der in dem Prospekt beworbenen Angebote erforderlichen Detailinformationen erst aus einem vollkommen anderen Medium heraussuchen müssen. Werbeprospekte der streitgegenständlichen Art haben zumindest zu den Kernleistungen und -konditionen der beworbenen Produkte aus sich heraus verständlich zu sein. Dies gilt in besonderem Maße für Prospekte, die wie die Anlagen K3 und K5 eine Fülle von Informationen enthalten, so dass die angesprochenen Verkehrskreise umso weniger Veranlassung sehen müssen, an anderer Stelle noch nach weiteren Informationen zu suchen.

6. Schließlich stellt sich auch der Klageantrag zu 3. als begründet dar. Die gegenteilige Auffassung des Landgerichts teilt der Senat nicht. Die Bewerbung eines "Dauer-Tiefpreises" ist in dem konkreten Äußerungszusammenhang der Seiten 16 und 17 der Anlage K 5 (Seite 16, erster Absatz) irreführend.

a. Dabei mag es sein, dass die Beklagte tatsächlich mit ihren Preisforderungen im Markt an der unteren Grenze liegt. Deshalb kann die Angabe "Tiefpreis" gerechtfertigt und nicht zu beanstanden sein. Gleichwohl bleibt der Zusatz "Dauer" irreführend, soweit dies das Angebot des Windows-Servers betrifft. Denn dieses Produkt ist nicht dauerhaft zu dem beworbenen Preis von "nur € 49.- " zu erhalten. Vielmehr gilt dieser Preis lediglich für die jeweils erste Vertragslaufzeit und erhöht sich anschließend auf € 59.-.

b. Für die Annahme einer derartigen Preisgestaltung bietet die in Fettdruck herausgestellte Werbung der Beklagten mit Top-Qualität zum Dauer-Tiefpreis den angesprochenen Verkehrskreisen keinen Anlass. Vielmehr gehen die Interessenten nach der Lektüre der Anpreisung der Beklagten nahe liegend davon aus, dass sie sich die beworbenen Preise jedenfalls dann "auf Dauer" sichern können, wenn sie sich im Rahmen der konkret beworbenen Aktion zu einem Vertragsschluss entschließen. Hieran vermag auch der Hinweis auf einen "Einführungspreis" für den Windows-Server nichts zu ändern. Auf Seite 17 des Prospekts hat die Beklagte dieses Produkt mit einem auffälligen gelben Rahmen und dem Hinweis "Neueinführung!" besonders gekennzeichnet. Am Fuß der Produktbeschreibung ist der Preis "€ 59.-" gestrichen und durch den Preis "nur € 49.- *" ersetzt. Eine derartige Preisangabe versteht der Verkehr jedenfalls bei der gleichzeitigen Werbung mit "Dauer-Tiefpreis" dahingehend, dass der später zu zahlenden Normalpreises (€ 59.-) zur Neueinführung auf € 49.- herabgesetzt ist, dieser Sonderpreis den Kunden, die sich jetzt zu einem Vertragsschluss entscheiden, als Vergünstigung aber "auf Dauer" erhalten bleibt. Denn der ehemalige Preis ist

„durchgestrichen“ und damit in seiner Funktion als Richtgröße gerade ausdrücklich (und vorbehaltlos) „entwertet“ worden. Dementsprechend hat der Verkehr nach dem von der Beklagten ihm nahe gelegten Verständnis keine Veranlassung, diesem Preis für die Zukunft noch eine Relevanz beizumessen. Jedes andere Verständnis wäre erfahrungswidrig, zumal es auch in dem sich ständig verändernden Marktsegment der Internet-Dienstleistungen durchaus sinnvoll sein kann, sich einen günstigen Preis auf Dauer zu sichern. Dieses Ergebnis gilt auch angesichts der Tatsache, dass der Begriff „Dauer-Tiefpreis“ zwar in Fettdruck, aber nicht weiter isoliert in den Blickfang gestellt ist, sondern im Fließtext erscheint. Zwar weist die Beklagte am Fuß der Seite in einem Erläuterungstext, mit dem der Sternchenhinweis einer Preisangabe aufgelöst wird, auf ihre abweichende Preisgestaltung hin. Dieser Hinweis ist indessen ungenügend. Denn auf Grund der übrigen Seitengestaltung ist die beworbene Preisangabe als solche aus Sicht des Verkehrs jedenfalls im Hinblick auf die Höhe des Grundpreises nicht mehr erläuterungsbedürftig. Dementsprechend haben die Interessenten keine Veranlassung, sich insoweit mit dem Auflösungstext zu beschäftigen, durch den der mit der Werbung zunächst erweckte Eindruck letztlich korrigiert bzw. in sein Gegenteil verkehrt wird.

c. Die von der Beklagten zutreffend zitierten Grundsätze höchstrichterlicher Rechtsprechung aus der BGH-Entscheidung "Dauer-Tiefpreise" (BGH GRUR 04, 605, 607 - Dauer-Tiefpreise) rechtfertigen ebenfalls kein abweichendes Ergebnis. Zwar hatte der Bundesgerichtshof in dieser Entscheidung hervorgehoben, dass eine entsprechende Werbung bei den angesprochenen Verkehrskreisen nicht zu der Annahme führe, dass der angegebene Preis für die Waren über längere Zeit unverändert bleiben werde. Der zitierten Entscheidung lag allerdings ein grundlegend abweichender Sachverhalt zu Grunde. Dort ging es um die Bewerbung einer Vielzahl von Waren (45.000 Artikel) in Discount-Märkten. Es versteht sich von selbst, dass bei der Bewerbung von als "Discount-Preisen" bezeichneten Angaben in einem derartigen Umfeld eine zuverlässige Garantie für den Preisbestand dann nicht gegeben werden kann, wenn der Anbieter - wie im zur Entscheidung gestellten Fall - zudem vollständig auf Sonderangebote verzichtet. Der vorliegende Sachverhalt ist damit nicht vergleichbar. Zum einen handelt sich bei der Beklagten nicht um einen Discounter, der mit einer Vielzahl von Waren (wie z. B. Lebensmitteln) zum täglichen Verbrauch und schnellen Gebrauch handelt. Gegenstand des Angebot der Beklagten sind demgegenüber langfristig angebotene Dienstleistungen, die einer vollständig andersartigen Preisgestaltung unterliegen. In diesem Zusammenhang ist ein abweichendes Verkehrsverständnis dahingehend gerechtfertigt, dass die angesprochenen Verbraucher durchaus die Erwartung haben, der Anbieter werde jedenfalls die konkret beworbenen (wenigen) Dienstleistungen dauerhaft zu dem beworbenen Preis günstig anbieten. Dieses Verkehrsverständnis wird maßgeblich auch dadurch geprägt, dass es gerade im Marktsegment der Telekommunikations- Dienstleistungen ohne Weiteres üblich ist, bei einer (von Zeit zu Zeit zu erwartenden) Änderung der Tarifmodelle den Bestandskunden bei einer Preiserhöhung die Vorzüge des von ihnen bei

Vertragsschluss gewählten Preises zu lassen, während sie bei einer Preissenkung nicht automatisch günstiger eingestuft werden. Hinzukommt, dass die Beklagte den "Windows-Server" gerade als "Neueinführung" mit einem durchgestrichenen Preis und damit ausdrücklich als Sonderangebot erworben hat. Auch vor diesem Hintergrund liegt eine vergleichbare Situation nicht vor, sodass die Grundsätze der BGH-Entscheidung "Dauer-Tiefpreis" auf den vorliegenden Sachverhalt keine Anwendung finden können.

7. Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 92 Abs. 1 97 Abs. 1 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Der Rechtsstreit bietet dem Senat keine Veranlassung, gem. § 543 Abs. 2 ZPO die Revision zuzulassen. Der Rechtsstreit hat keine grundsätzliche Bedeutung, sondern beschränkt sich auf die Anwendung feststehender Rechtsgrundsätze auf den konkreten Einzelfall. Einer Entscheidung des Revisionsgerichts bedarf es auch nicht zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung.