

infobrief 11/2018

Montag, 23. Juli 2018

Niklas Korff

- Seit 1995 - Ein Service des iff für die Verbraucherzentralen - Seit 1995 -
Infobriefe im Internet: <http://www.iff-hamburg.de/index.php?id=3030>

Stichwörter

Landgericht Stuttgart vom 26.02.2018, Az.: 35 O 57/17 KfH; irreführende Werbung für ein kostenfreies Girokonto; Sparda Bank Baden-Württemberg

1 Einführung

Werbung ist eine von mehreren Funktionen der Marktkommunikation im Marketing. Sie befasst sich mit dem Transport von Werbebotschaften über geeignete Werbemittel an die Zielgruppen eines Unternehmens zur Erreichung eines bestimmten Ergebnisses, das in der Regel der (verbesserte) Absatz eines Produktes ist. Werbung birgt jedoch auch immer Gefahren, insbesondere dass, durch sie unfair agiert wird. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist in Deutschland die Hauptgesetzesgrundlage gegen unlauteren Wettbewerb, die dem entgegenwirken soll. Das Gesetz soll einen unverfälschten Wettbewerb ermöglichen und Mitbewerber, Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer vor unlauteren geschäftlichen Handlungen schützen.

§ 5 UWG normiert aus diesem Grunde ein Verbot von irreführenden geschäftlichen Handlungen, demnach auch ein Verbot von irreführender Werbung, um damit diesen Schutz zu erreichen. Gerade auch der Verbraucherschutz bedingt das Verbot entsprechender Werbung.

Vor diesem Hintergrund ist die Entscheidung des Landgerichts Stuttgart vom 26.02.2018, Az.: 35 O 57/17 KfH, zu sehen, die nachfolgend besprochen und eingeordnet werden soll.

2 Sachverhalt

Vorliegend wurde Klage gegen die Sparda Bank Baden-Württemberg erhoben, weil diese für ein von ihr offeriertes Girokonto auf einer von ihr betriebenen Internetpräsenz wie folgt warb:

Schnipp, schnapp - Gebühren ab."

Hierüber war der in oranger Farbe hinterlegte Hinweis angebracht:

"Das gebührenfreie ...".

Das Sternchen wurde mit dem Hinweis aufgelöst:

"*Lohn-/Gehalts-/Rentenkonto für Mitglieder bei Erwerb von 52,- Euro Genossenschaftsanteil mit attraktiver Dividende."

institut für finanzdienstleistungen e.V. (iff) | Vorstand: Udo Philipp, Prof. Dr. Ingrid Gröbl | Direktor: Dr. Dirk Ulbricht

Grindelallee 100
20146 Hamburg
Fon +49(0)40 30 96 91 - 0
Fax +49(0)40 30 96 91 - 22

www.iff-hamburg.de
institut@iff-hamburg.de
USt-IdNr. DE 118713543
AG Hamburg VR 13836

Hamburger Sparkasse
IBAN DE62 2005 0550 1238 1229 21
BIC HASPDEHHXXX
Gläubiger ID: DE39ZZZ00000988279

Postbank Hamburg
IBAN DE23 2001 0020 0584 9552 00
BIC PBNKDEFF

Nach Anklicken des Buttons "Zum ..." gelangte man auf die im Tenor wiedergegebene zweite Seite, auf der zunächst in der Graphik zu Beginn der Seite wiederum der hervorgehobene Hinweis "Schnipp, schapp - Gebühren ab" zu finden war und unter der Graphik die Aufforderung

"Wechseln Sie jetzt zum gebührenfreien ...!*"

Mit ein paar Klicks ist alles erledigt. Wir ziehen Ihr Konto bequem für Sie um - und Bargeld gibt's kostenlos an tausenden Automaten, Tankstellen, Bau- und Supermarktkassen."

Das Sternchen wurde am Ende der Seite wie vorstehend dargestellt aufgeklärt. Nach der Aufforderung zum Wechsel wurde der Kunde durch einen orangefarbenen unterlegten Button mit der Aufschrift "Jetzt Girokonto eröffnen" zur Einleitung des Bestellvorganges aufgefordert. Hierunter fand sich die Werbung mit drei Testemblemen und sodann ein Kasten mit der Überschrift "Alle Vorteile Ihres neuen ...s auf einen Blick", der unter anderem folgenden Hinweis enthielt:

"Gebührenfreie ...

Rückerstattung der jährlichen Kartengebühr von 10 Euro ab 100 bargeldlosen Umsätzen pro Jahr".

Wegen dieser Werbung hat der Kläger mit Schreiben seiner Prozessbevollmächtigten vom 13.06.2017 die Beklagte wegen wettbewerbsrechtlicher Verstöße abgemahnt und unter Fristsetzung zum 23.06.2017 zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung aufgefordert, die von der Beklagten mit Schreiben ihrer jetzigen Prozessbevollmächtigten vom 23.06.2017 verweigert worden ist. Daraufhin wurde vom Kläger Klage eingereicht, die das Landgericht Stuttgart zu entscheiden hatte.

3 Entscheidung des Landgericht Stuttgart

Die Kammer für Handelssachen des Landgerichts Stuttgart hat entschieden, dass dem Kläger gegen die Beklagte gemäß § 8 UWG ein Anspruch auf Unterlassung der Werbung mit dem Hinweis auf ein "gebührenfreies ..." in der im Tenor bezeichneten Form zusteht. Ein Anspruch auf Unterlassung der Werbung mit dem Hinweis auf "Gebühren" ist dagegen nicht gegeben.

In den Entscheidungsgründen führt das Landgericht Stuttgart aus, dass ein Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG vorliege, weil die Beklagte mit der blickfangmäßig herausgestellten Werbeaussage für ein "gebührenfreies" Konto eine irreführende geschäftliche Handlung vorgenommen habe, die überdies dazu geeignet gewesen sei, Verbraucher zu geschäftlichen Entscheidungen zu veranlassen, die sie andernfalls nicht getroffen hätten. Gemäß § 5 Abs. 1 Satz 2 UWG sei eine geschäftliche Handlung insbesondere dann irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über den Preis enthalte, unter dem die Dienstleistung erbracht werde. Eine Täuschung liege dann vor, wenn das Verständnis, das die Werbung bei einem erheblichen Teil des umworbenen Verkehrskreises erwecke, mit den tatsächlichen Verhältnissen nicht übereinstimme (BGH, Urt. v. 24.09.2013 - I ZR 89/12 - NJW-RR 2014, 153), wobei darauf abzustellen sei, wie der angesprochene Verkehrskreis die beanstandete Werbung

/...3

institut für finanzdienstleistungen e.V. (iff) | Vorstand: Udo Philipp, Prof. Dr. Ingrid Gröbl | Direktor: Dr. Dirk Ulbricht

Grindelallee 100
20146 Hamburg
Fon +49(0)40 30 96 91 - 0
Fax +49(0)40 30 96 91 - 22

www.iff-hamburg.de
institut@iff-hamburg.de
USt-IdNr. DE 118713543
AG Hamburg VR 13836

Hamburger Sparkasse
IBAN DE62 2005 0550 1238 1229 21
BIC HASPDEHHXXX
Gläubiger ID: DE39ZZZ00000988279

Postbank Hamburg
IBAN DE23 2001 0020 0584 9552 00
BIC PBNKDEFF

aufgrund ihres Gesamteindrucks verstehe (BGH, Urt. v. 20.10.1999 - I ZR 167/97 - NJW-RR 2000, 1490).

Die zuständige Kammer des LG Stuttgart hat angenommen, dass sie dies unter Heranziehung der Lebenserfahrung selbst beurteilen kann, weil sich die streitgegenständliche Werbung an das allgemeine Publikum gerichtet habe (vgl. Diekmann in: jurisPK-UWG, 4. Aufl. 2016, § 5 Rn. 953 ff.). Die von der Beklagten getroffene Werbeaussage erweise sich nach diesen Maßstäben als irreführend, da der angesprochene Verbraucher erwarte, dass die Beklagte ein Girokonto ohne jedes Entgelt anbiete. Dies sei jedoch gerade nicht der Fall, da grundsätzlich ein jährliches Entgelt von 10 Euro zu zahlen sei, das nur unter bestimmten Bedingungen zurückerstattet werde. Die Irreführung des Verbrauchers werde auch nicht dadurch beseitigt, dass im weiteren Text bei der Aufzählung der Vorteile die Gebühr von 10 Euro aufgeführt werde, da die sehr deutlich hervorgehobene Werbung für ein gebührenfreies Konto davon nicht berührt werde. Auch eine Unterscheidung zwischen den Begrifflichkeiten "kostenlos" und "gebührenfrei" könne nicht bestehen, da die Beklagte jedenfalls selber für eine Aufhebung dieser Differenzierung Sorge, indem sie die Begrifflichkeiten nicht trennscharf verwendet habe.

Das Landgericht sieht hingegen keinen Verstoß gegen das UWG, sofern die Beklagte mit dem Hinweis auf "Gebühren" wirbt. Der Kläger war der Ansicht, dass dies unzulässig sei, weil es sich bei einer Gebühr um eine öffentliche Abgabe handele, die grundsätzlich nicht verhandelbar sei. Zwar sei dieses Verständnis, so das Landgericht, im juristischen Sinne korrekt, jedoch verstünden die angesprochenen Verkehrskreise diesen Begriff in der Werbung der Beklagten weder als öffentliche Abgabe noch als einen staatlich festgesetzten oder staatlichen genehmigten Betrag, so dass keine Irreführung gegeben sei.

4 Kontext der Entscheidung

Das vorliegende Urteil des Landgerichts Stuttgart ist nicht das einzige Urteil, das sich in der jüngeren Vergangenheit mit den Anforderungen an Werbung für kostenlose bzw. kostengünstige Girokonten befasst hat.

Bereits das Landgericht Düsseldorf, 06.01.2017, Az.: 38 O 68/16, hatte in einem ähnlich gelagerten Fall entschieden, dass der Begriff des „kostenlosen Girokontos“ impliziere, dass man als Verbraucher davon ausgehen müsse, dass das Girokonto und alle hierbei üblichen Dienstleistungen ohne irgendeine Gebühr angeboten werde. Diese Annahme treffe jedoch nicht zu, weil im dort zu entscheidenden Fall jährlich für eine GiroCard 10,00 Euro zu zahlen seien. Es sei nicht entscheidend, dass theoretisch auch eine Kontoführung und Nutzung ohne die GiroCard möglich sei.

Auch das Landgericht Karlsruhe, 27.04.2017, 18 O 62/16 hatte eine verwandte Konstellation zu entscheiden. Dort hatte eine Bank im Rahmen der Werbung ihr Angebot in puncto Kontoführungs- Entgelten mit den Leistungen der Mitbewerber verglichen. Sie legte der Berechnung einen Modellkunden mit einem bestimmten Alter zugrunde, wies aber mittels Sternchen darauf hin, dass auch außerhalb des genannten Lebensalters der Kunde in den Genuss kommen könne, wenn er gewisse Voraussetzungen (z.B. monatlicher Gehaltseingang) erfülle. Das Landgericht

/...4

institut für finanzdienstleistungen e.V. (iff) | Vorstand: Udo Philipp, Prof. Dr. Ingrid Gröbl | Direktor: Dr. Dirk Ulbricht

Grindelallee 100
20146 Hamburg
Fon +49(0)40 30 96 91 - 0
Fax +49(0)40 30 96 91 - 22

www.iff-hamburg.de
institut@iff-hamburg.de
USt-IdNr. DE 118713543
AG Hamburg VR 13836

Hamburger Sparkasse
IBAN DE62 2005 0550 1238 1229 21
BIC HASPDEHHXXX
Gläubiger ID: DE39ZZZ00000988279

Postbank Hamburg
IBAN DE23 2001 0020 0584 9552 00
BIC PBNKDEFF

Karlsruhe sah hierin einen Verstoß gegen das UWG. Bei einer Werbung, bei der Kontoführungs-Entgelte unterschiedlicher Banken miteinander verglichen werden, ist jeder irreführende Eindruck zu unterlassen, der eine falsche Erwartung des Kunden hervorrufen könnte

In diese Reihe fügt sich nun das inhaltlich überzeugende Urteil des Landgerichts Stuttgart ein. Die Entscheidung trägt wesentlich zur Klärung des Begriffs der "irreführenden geschäftlichen Handlung" nach § 5 Abs. 1 Satz 1 UWG bei. Eine geschäftliche Handlung ist danach gemäß § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG insbesondere dann irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonstige zur Täuschung geeignete Angaben über den Preis enthält, unter dem die Dienstleistung erbracht wird. Zu begrüßen ist ebenfalls aus verbraucherschutzrechtlicher Sicht, dass eine Gesamtbetrachtung der Gebührenstruktur bei Giroverträgen maßgeblich ist. Ansonsten wäre auch eine Vielzahl der Verbraucher überfordert, für die es letztlich hierbei auch egal ist, aus welchem rechtlichen Grund sie ein Entgelt zu zahlen haben. Das Landgericht Stuttgart nimmt ähnlich wie vorher das Landgericht Düsseldorf richtig an, dass es unbeachtlich sei, dass das Girokonto auch ohne Kontokarte nutzbar war.

Die Anforderungen, die das Landgericht Stuttgart an die wettbewerbsrechtlichen Anforderungen des § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG stellt, sind daher aus Sicht eines richtig verstandenen Verbraucherschutzes zu begrüßen.

Das Urteil des Landgerichts Stuttgart thematisiert nicht, ob die Werbung mit Gebührenfreiheit trotz eines notwendigen Erwerbs eines Genossenschaftsanteils dem § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 UWG unterfällt. Diese damit offen gebliebene Frage müsste richtigerweise so beantwortet werden, dass die Werbung zumindest einen klaren und deutlichen entsprechenden Hinweis auf die Erwerbskosten enthalten müsste. Es lässt sich auch gut vertreten, dass eine Werbung mit einem gebührenfreien Girokonto vor diesem Hintergrund schon aus diesem Grunde irreführend ist.

5 Fazit

- Das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 26.02.2018, Az.: 35 O 57/17 KfH, vermag grundsätzlich und insbesondere in den Ausführungen zum Begriff der irreführenden geschäftlichen Handlung zu überzeugen. Es konkretisiert die Anforderungen an die Werbung hinsichtlich der Gebührenfreiheit von einem Girokonto und dient damit dem Verbraucherschutz.
- Für Verbraucher, die aufgrund solch einer Werbung eine entsprechende Vertragsbeziehung mit der Bank eingegangen sind, könnten Anfechtungstatbestände nach §§ 119 bzw. 123 BGB bestehen, die den Vertragschluss rückwirkend beseitigen.
- Es bleibt zu hoffen, dass dieses begrüßenswerte Urteil dazu führt, dass sich Kreditinstitute nicht zu entsprechender oder ähnlicher Werbung hinreißen lassen. Angesichts der Tatsache, dass jedoch wie dargestellt bereits mehrere Entscheidungen von Gerichten in verwandten Konstellationen getroffen worden sind, besteht hier kein Anlass zu diesbezüglichem Optimismus.