

38 O 243/23



Landgericht Düsseldorf
IM NAMEN DES VOLKES
Urteil

In dem Rechtsstreit

des Verbraucherzentrale Sachsen-Anhalt e. V., vertreten durch den Vorstand, [REDACTED]
[REDACTED], Steinbockgasse 1, 06108 Halle,

Klägers,

– Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] –

g e g e n

die 1N Telecom GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer, Herrn [REDACTED],
Flughafenstraße 103, 40474 Düsseldorf,

Beklagte,

– Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED] [REDACTED] [REDACTED] [REDACTED]
[REDACTED] –

hat die 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Düsseldorf durch den
Vorsitzenden Richter am Landgericht [REDACTED] an Stelle der Kammer auf die am 31.
Oktober 2025 geschlossene mündliche Verhandlung

für R e c h t erkannt:

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, geschäftlich handelnd

1. wie aus ihrem in Anlage K 2 dokumentierten Schreiben ersichtlich Verbraucher zum Zwecke des Providerwechsels zu ihr postalisch anzuschreiben, wenn die in dem Werbeschreiben enthaltenen personenbezogenen Daten (Name, Anschrift und Telefonnummer des Verbrauchers) ohne Einwilligung des Verbrauchers verarbeitet werden;
2. wie aus ihrem in Anlage K 2 dokumentierten Schreiben ersichtlich Verbraucher zum Zwecke des Providerwechsels zu ihr aufzufordern, das dem Schreiben beigefügte Auftragsformular auszufüllen und zu unterschreiben, ohne dass sie dem Verbraucher die Informationen gemäß Anhang VIII, Teil A, der Richtlinie (EU) 2018/1972 umfassend, klar und leicht zugänglich zur Verfügung stellt, bevor der Verbraucher durch Ausfüllen und Übermittlung des Formulars an sie seine Vertragserklärung abgibt;
3. wie aus ihrem in Anlage K 2 dokumentierten Schreiben und der mit ihm versandten „Vertragszusammenfassung“ (S. 2 der Anlage K 2) ersichtlich gegenüber Verbrauchern in Vertragsformularen, die den Wechsel des Verbrauchers zu ihr zum Zwecke der Erbringung von Telekommunikationsdienstleistungen vorsehen, eine vorformulierte Standardklausel zu verwenden, nach der der Verbraucher verpflichtet sein soll, ihr einen pauschalen Schadenersatz in Höhe der Hälfte der bis zum Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit zu zahlenden monatlichen Vergütung zu bezahlen, falls sie den Vertrag vorzeitig aus einem vom Verbraucher zu vertretenden, wichtigem Grund kündigen sollte;
4. einem Verbraucher, in Bezug auf den sie personenbezogene Daten bei einem Dritten zu dem Zweck erhoben hat, diese personenbezogenen Daten wie aus ihrem in Anlage K 2 dokumentierten Schreiben ersichtlich zur Anbahnung einer Geschäftsbeziehung mit dem Verbraucher zu verwenden, nicht innerhalb einer angemessenen Frist, spätestens innerhalb eines Monats, die in Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 DSGVO genannten

Informationen zu erteilen, wie geschehen im Verhältnis der Beklagten zum Verbraucher [REDACTED];

5. einem Verbraucher, der von ihr Auskunft über die bei ihr gespeicherten personenbezogenen Daten des Verbrauchers nach Art. 15 DSGVO verlangt hat, wie geschehen nach S. 3 der Anlage K 3, diese Auskunft nicht unverzüglich, jedenfalls nicht innerhalb eines Monats nach Eingang des Antrags auf Auskunft, zu erteilen, wie geschehen im Verhältnis der Beklagten zum Verbraucher [REDACTED].

Für jeden Fall der Zuwiderhandlung wird der Beklagten ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten angedroht, wobei die Ordnungshaft an ihren organschaftlichen Vertretern zu vollziehen ist.

Die Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger € 243,51 nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 22. November 2023 zu zahlen.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits tragen der Kläger zu einem Fünftel und die Beklagte zu vier Fünfteln.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, jedoch wegen der Verurteilung zur Unterlassung bezüglich des Verbots Nr. 1 nur gegen Sicherheitsleistung in Höhe von € 22.000, bezüglich der Verbote Nrn. 2 und 3 nur gegen Sicherheitsleistung in Höhe von jeweils € 7.500 sowie bezüglich der Verbote Nrn. 4 und 5 nur gegen Sicherheitsleistung in Höhe von jeweils € 11.000, und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 120% des jeweils zu vollstreckenden Betrages.

Tatbestand

Der Kläger ist in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen. Er nimmt die Beklagte wegen mehrerer von ihm angenommener Verstöße bei und im Nachgang zu einer Briefpostwerbesendung in Anspruch.

Die Beklagte bietet Telekommunikationsdienstleistungen an, darunter über Festnetzanschlüsse realisierte Telefonie- und Internetzugangsdienste für Verbraucher. In einem im Frühjahr 2023 in großem Umfang an private Festnetzendkunden anderer Telekommunikationsanbieter versandten, mit der Datumsangabe „im Jahr 2023“ versehenen Anschreiben warb sie für ihren als „1N DSL 16“ bezeichneten DSL-Tarif zu einem Preis von € 34,99 monatlich bei einer Laufzeit von 24 Monaten. Die Schreiben – wegen deren weiterer Einzelheiten auf die von dem Kläger exemplarisch als S. 1 der Anlage K 2 vorgelegte Ablichtung eines an einen in Zeitz ansässigen Verbrauchers verwiesen wird – waren jeweils persönlich adressiert und nannten die Festnetznummer des Adressaten. Diese hatte die Beklagte nebst Namen und Anschrift der Adressaten von einem Adresshändler erworben.

Den Anschreiben war eine (als solche überschriebene) „Vertragszusammenfassung“ beigefügt. Darin hieß es unter der Überschrift „Preis“ nach Angabe des monatlichen Preises von € 34,99 in kleiner Schrift:

„Kündigen wir den Vertrag vorzeitig aus einem von Ihnen zu vertretenden wichtigen Grund, sind Sie verpflichtet, uns einen pauschalierten Schadensersatz zu zahlen. Der in einer Summe zu zahlende Betrag beläuft sich auf die Hälfte der bis zum Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit zu zahlenden monatlichen Preise. [...]“

Wegen der weiteren Einzelheiten der Vertragszusammenfassung wird auf die von dem Kläger als S.2 der Anlage K 2 vorgelegte Ablichtung Bezug genommen. Außerdem lagen den Anschreiben eine Widerrufsbelehrung (in Ablichtung von dem Kläger als S. 3 der Anlage K 2 vorgelegt) und ein vorbereitetes Auftragsformular bei.

Der in Zeitz ansässige Verbraucher, der als Adressat des in Ablichtung als Anlage K 2 vorgelegten Exemplars des Anschreibens erkennbar ist, hatte vor dessen Erhalt keine Einwilligung in eine Erhebung und Speicherung seiner Daten zu Werbezwecken erklärt.

Im August 2023 erteilte ein in Teuchern ansässiger Verbraucher, der ebenfalls eines der Anschreiben der Beklagten nebst Vertragszusammenfassung und Widerrufsbelehrung (in Ablichtung von dem Kläger als S. 8 bis 10 der Anlage K 3 vorgelegt) erhalten und der daraufhin das beigelegte Auftragsformular unterschrieben und an die Beklagte zurückgesandt hatte, dem Kläger Vollmacht, ihn gegenüber der Beklagten in dieser Angelegenheit zu vertreten.

Mit anwaltlichem Schreiben vom 27. September 2023, wegen dessen weiterer Einzelheiten auf Anlage K4 verwiesen wird, mahnte der Kläger die Beklagte wegen datenschutzrechtlicher Verstöße, der Verletzung einer im TKG geregelten Informationspflicht und der Verwendung der Klausel zum pauschalierten Schadensersatz ab und forderte sie zur Zahlung einer Abmahnpauschale in Höhe von € 243,51 auf.

Der Kläger behauptet, er habe die Beklagte mit Schreiben vom 8. August 2023 (im Nachdruck von ihm als S. 2 bis 4 der Anlage K 3 vorgelegt) aufgefordert, Auskunft darüber zu erteilen, welche personenbezogene Daten sie über den in Teuchern ansässigen Verbraucher zu welchem Zweck gespeichert und verarbeitet hat, woher diese Daten stammen und an wen sie weitergegeben wurden.

Mit seiner Klage verfolgt der Kläger seine Unterlassungsbegehren aus der Abmahnung nebst der Forderung auf Zahlung der Abmahnpauschale weiter. Zusätzlich beanstandet er die von der Beklagten ihren Anschreiben beigelegte Widerrufsbelehrung.

Er beantragt,

- I. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, geschäftlich handelnd Verbraucher zum Zwecke des Providerwechsels zur Beklagten postalisch anzuschreiben, wenn die in dem Werbeschreiben enthaltenen personenbezogenen Daten (Name, Anschrift und Telefonnummer des Verbrauchers) ohne Einwilligung des Verbrauchers verarbeitet werden, wie ersichtlich aus dem Schreiben der Beklagten nach Anlage K 2;
- II. die Beklagte weiter zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zum Zwecke des Providerwechsels zur Beklagten Verbraucher aufzufordern, das dem Schreiben beigelegte Auftragsformular auszufüllen und zu unterschreiben, ohne dass die

Beklagte dem Verbraucher die Informationen gemäß Anhang VIII, Teil A, der Richtlinie (EU) 2018/1972 umfassend, klar und leicht zugänglich zur Verfügung stellt, bevor der Verbraucher durch Ausfüllen und Übermittlung des Formulars an die Beklagte seine Vertragserklärung abgibt, wie ersichtlich aus dem Schreiben der Beklagten nach Anlage K 2;

- III. die Beklagte weiter zu verurteilen, es zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern in Vertragsformularen, die den Wechsel des Verbrauchers zur Beklagten zum Zwecke der Erbringung von Telekommunikationsdienstleistungen vorsehen, eine vorformulierte Standardklausel zu verwenden, nach der der Verbraucher verpflichtet sein soll, der Beklagten einen pauschalen Schadenersatz in Höhe der Hälfte der bis zum Ablauf der vereinbarten Vertragslaufzeit zu zahlenden monatlichen Vergütung zu bezahlen, falls die Beklagte den Vertrag vorzeitig aus einem vom Verbraucher zu vertretenden, wichtigem Grund kündigen sollte, wie ersichtlich aus dem Schreiben der Beklagten nach Anlage K 2;
- IV. die Beklagte weiter zu verurteilen, es zu unterlassen, einem Verbraucher, in Bezug auf den die Beklagte personenbezogene Daten bei einem Dritten zu dem Zweck erhoben hat, diese personenbezogenen Daten zur Anbahnung einer Geschäftsbeziehung mit dem Verbraucher zu verwenden, wie ersichtlich aus dem Schreiben der Beklagten nach Anlage K 2, nicht innerhalb einer angemessenen Frist, spätestens innerhalb eines Monats, die in Art. 14 Abs. 1, Abs. 2 DSGVO genannten Informationen zu erteilen, wie geschehen im Verhältnis der Beklagten zum Verbraucher [REDACTED], Teuchern;
- V. die Beklagte weiter zu verurteilen, es zu unterlassen, einem Verbraucher, der von der Beklagten Auskunft über die bei der Beklagten gespeicherten personenbezogenen Daten des Verbrauchers nach Art. 15 DSGVO verlangt hat, wie geschehen nach Anlage K 3, S. 3, diese Auskunft nicht unverzüglich, jedenfalls nicht innerhalb eines Monats nach Eingang des Antrags auf Auskunft, zu erteilen, wie geschehen im Verhältnis der Beklagten zum Verbraucher [REDACTED], Teuchern;

VI. die Beklagte weiter zu verurteilen, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr Verbrauchern in Vertragsformularen den Wechsel des Verbrauchers zur Beklagten zum Zwecke der Erbringung von entgeltpflichtigen Telekommunikationsdienstleistungen anzubieten und dabei dem Verbraucher ein Widerrufsformular bereitzustellen, wenn dies geschieht wie aus Anlage K 2, S. 3, ersichtlich;

VII. der Beklagten für jeden Fall der Zuwiderhandlung näher bezeichnete Ordnungsmittel anzudrohen;

VIII. die Beklagte zu verurteilen, an ihn € 243,51 nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit (22. November 2023) zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie rügt die funktionelle Zuständigkeit der angerufenen Kammer für Handelssachen für den Antrag II.

Entscheidungsgründe

I.

Die Klage ist zulässig.

1. Das Landgericht Düsseldorf ist sachlich und die Kammer für Handelssachen ist funktionell zuständig. Der Kläger hat mit seiner Klage Ansprüche „auf Grund“ des UWG geltend gemacht, weshalb gemäß § 14 Abs. 1 UWG die Landgerichte sachlich zuständig sind und es sich um eine Handelssache im Sinne von § 95 Abs. 1 Nr. 5 GVG handelt. Außerdem hat er seine Klageschrift an die Kammer für Handelssachen adressiert, weshalb diese gemäß §§ 94, 96 Abs. 1 GVG zuständig ist. Das gilt insbesondere für den von dem Kläger mit seinem Antrag II verfolgten Anspruch, bezüglich dessen die Beklagte die funktionelle Zuständigkeit der angerufenen Kammer für Handelssachen gerügt hat und für den auf Basis der

Rechtsansicht der Beklagten die sachliche Zuständigkeit der Landgerichte aus § 14 Abs. 1 UWG durch eine sich aus § 6 Abs. 1 S. 1 UKlaG ergebende sachliche Zuständigkeit der Oberlandesgerichte verdrängt sein könnte.

- a) Gemäß § 14 Abs. 1 UWG sind für alle bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten, mit denen ein Anspruch „auf Grund“ des UWG geltend gemacht wird, die Landgerichte ausschließlich zuständig.

Im Gleichklang damit ist innerhalb der Landgerichte an Stelle der Zivilkammern – sofern zusätzlich die Voraussetzungen entweder der §§ 94, 96 GVG (wie hier der Fall) oder der §§ 94, 98 Abs. 1 S. 1 GVG geschaffen worden sind – gemäß § 95 Abs. 1 Nr. 5 GVG die Kammer für Handelssachen für die bürgerlichen Rechtsstreitigkeiten zuständig, in denen durch die Klage ein Anspruch „auf Grund“ des UWG geltend gemacht wird.

- b) Ungeachtet geringfügiger Abweichungen im Wortlaut sind die Vorschriften des § 95 Abs. 1 Nr. 5 GVG, § 14 Abs. 1 UWG, § 140 Abs. 1 MarkenG, § 52 Abs. 1 DesignG, § 104 S. 1 UrhG, § 27 Abs. 1 GebrMG und § 143 Abs. 1 PatG übereinstimmend dahin (weit) auszulegen, dass sie jeweils eine einheitliche Zuständigkeit für Streitigkeiten schaffen, die ihren Ursprung in einem dem jeweiligen Gebiet des gewerblichen Rechtsschutzes zugehörigen Rechtsverhältnis (bzw. im Fall von § 104 S. 1 UrhG des Urheberrechts) haben (vgl. BGH, Beschluss vom 19. Oktober 2016 – I ZR 93/15 [unter II 3 b bb (3) und (4)]).

Hierzu muss im Falle von § 95 Abs. 1 Nr. 5 GVG und § 14 Abs. 1 UWG ein Bezug der Streitigkeit zum Wettbewerbsrecht dergestalt bestehen, dass die Entscheidung über den prozessualen Anspruch von der Anwendung wettbewerbsrechtlicher Vorschriften abhängig ist (vgl. BGH, Beschluss vom 4. März 2004 – I ZR 50/03 [unter II] für den Begriff der kennzeichenrechtlichen Streitigkeit). Das ist der Fall, wenn der prozessuale Anspruch schlüssig auf eine wettbewerbsrechtliche Anspruchsgrundlage gestützt werden kann ohne dass es darauf ankommt, ob und welche Rechtsnormen in der Anspruchs begründung angeführt sind (vgl. OLG Köln, Beschluss vom 2. Januar 2012 – 8 AR 64/11, BeckRS 2012, 7353 [unter II 3 b]; Köhler/Feddersen/Feddersen, 44. Aufl., § 14 UWG Rn. 5; Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/Tolkmitt, 5. Aufl., § 14 UWG Rn. 31 mit Rn. 7), wobei es ausreicht, wenn der (prozessuale) Anspruch zumindest auch auf eine wettbewerbsrechtliche Anspruchsgrundlage gestützt

werden kann (vgl. OLG Hamm, Beschluss vom 31. Januar 2014 – 32 SA 94/13, BeckRS 2014, 4380 [unter C II 2]). Von letzterem kann mit Blick auf die abschließende Aufzählung der Anspruchsberechtigten in § 8 Abs. 3 UWG dann nicht ausgegangen werden, wenn lauterkeitsrechtliche Ansprüche von vornherein ausgeschlossen sind, beispielsweise weil die Parteien keine Mitbewerber sind und sich die Klageforderung demgemäß ausschließlich aus bürgerlich-rechtlichen Vorschriften ergeben könnte (vgl. OLG Hamm, Beschluss vom 31. Januar 2014 – 32 SA 94/13, BeckRS 2014, 4380 [unter C I 1]).

Mit anderen Worten sind die Voraussetzungen des § 95 Abs. 1 Nr. 5 GVG wie des § 14 Abs. 1 UWG erfüllt, wenn nach dem (entsprechend der allgemeinen zivilprozessualen Grundsätze für die Zulässigkeitsprüfung maßgeblichen) Sachvortrag des Anspruchstellers zwischen den Parteien ein dem UWG unterfallendes Rechtsverhältnis besteht, wobei in einem solchen Fall die Zuständigkeit auch insoweit besteht, als sich der Anspruchsteller (möglicherweise auch ausschließlich) auf eine außerhalb des UWG gelegene Anspruchsgrundlage beruft (vgl. BGH, Beschluss vom 22. März 2016 – I ZB 44/15 – Gestörter Musikvertrieb [unter III 2 b und c]; Beschluss vom 11. Dezember 2001 – KZB 12/01 – LDL-Behandlung [unter II 2]).

- c) Danach sind für alle mit der Klage verfolgten Ansprüche (einschließlich des dem Antrag II zugrundeliegenden) sowohl die sachliche Zuständigkeit der Landgerichte als auch die funktionelle Zuständigkeit der von dem Kläger angerufenen Kammer für Handelssachen gegeben.

aa) Zwischen den Parteien besteht nach dem für die Zulässigkeitsprüfung (die die Zuständigkeitsprüfung einschließt) maßgeblichen Vortrag des Klägers ein dem UWG unterfallendes Rechtsverhältnis. Bei dem Kläger handelt es sich um einen Verband im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG und die Beklagte ist „Unternehmer“ im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 8 UWG, weil sie im Rahmen ihrer gewerblichen Tätigkeit geschäftliche Handlungen vornimmt.

Unter diesen Gegebenheiten beurteilt sich die Frage, ob dem Kläger die erhobenen Forderungen zustehen, (auch) nach wettbewerbsrechtlichen Anspruchsgrundlagen, nämlich nach §§ 8 Abs. 1 S. 1 und Abs. 3 Nr. 3, 3 Abs. 1 UWG (in Verbindung mit einem im UWG geregelten Unlauterkeitstatbestand und gegebenenfalls weiteren, von der Beklagten bei ihrem Marktverhalten zu beachtenden Vorschriften). Die gerade angeführten

– und (was nicht einmal erforderlich gewesen wäre) von dem Kläger ausdrücklich benannten – Normen des UWG regeln das Bestehen von Ansprüchen der von dem Kläger geltend gemachten Art. Außerdem ist das Bestehen entsprechender lauterkeitsrechtlicher Ansprüche zwischen den Parteien nicht von vorneherein ausgeschlossen, denn der Kläger fällt in den Kreis der nach § 8 Abs. 3 UWG anspruchsberechtigten Personen und Organisationen.

Folglich handelt es sich bei den von dem Kläger verfolgten Ansprüchen (einschließlich des mit Antrag II geltend gemachten) jeweils um einen solchen „auf Grund“ des UWG. Die Klage fällt also insgesamt gemäß § 14 Abs. 1 UWG in die sachliche Zuständigkeit der Landgerichte ist zugleich eine Handelssache im Sinne von § 95 Abs. 1 Nr. 5 GVG.

bb) Unerheblich ist, ob das Bestehen eines oder mehrerer der von dem Kläger verfolgten Ansprüche (auch) in §§ 2 Abs. 1 S. 1, 3 Abs. 1 Nr. 1 UKlaG geregelt ist (was in Bezug Antrag II gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 16 UKlaG in Verbindung mit § 55 Abs. 1 TKG angenommen werden könnte). Auf Regelungen des Rechtsverhältnisses zwischen dem Kläger und der Beklagten in anderen Gesetzen (wie etwa dem UKlaG) käme es – da das zwischen den Parteien bestehende Rechtsverhältnis jedenfalls auch dem UWG unterfällt – nur an, wenn das Rechtsfolgensystem eines solchen anderen Gesetzes (also etwa das des UKlaG oder gar die Regelung des § 69 TKG) aus systematischen Gründen eine Sperrwirkung gegenüber Ansprüchen aus dem UWG entfaltet. Das ist jedoch nicht der Fall.

(1) Das UKlaG stellt kein in sich geschlossenes Rechtsschutzsystem dar und kann deshalb nicht als spezialgesetzliche Regelung vom UWG gewährte Ansprüche beschränken; vielmehr stehen beide Anspruchssysteme gleichwertig nebeneinander (vgl. BGH, Urteil vom 14. Dezember 2017 – I ZR 184/15 – Klauselersetzung [unter B I 2 c bb (2) und (3)]).

Das hat zur Folge, dass ein Verband (wie der Kläger) Ansprüche, die er auf §§ 2 Abs. 1 S. 1, 3 Abs. 1 Nr. 1 UKlaG stützen könnte und die in diesem Fall gemäß § 6 Abs. 1 S. 1 UKlaG in der seit dem 13. Oktober 2023 geltenden (und damit für die am 19. Oktober 2023 bei Gericht eingereichte Klage maßgeblichen) Fassung allein in die sachliche

Zuständigkeit der Oberlandesgerichte fielen, statt dessen als wettbewerbsrechtliche Streitigkeit gemäß § 14 Abs. 1 UWG vor den Landgerichte verfolgen kann. Mangels Verdrängung der wettbewerbsrechtlichen Ansprüche durch das Rechtsschutzsystem des UKlaG steht dem Kläger entsprechend § 35 ZPO ein Wahlrecht zwischen den miteinander konkurrierenden ausschließlichen sachlichen Zuständigkeiten der Landgerichte aus § 14 Abs. 1 UWG und der Oberlandesgerichte aus § 6 Abs. 1 S. 1 UKlaG zu (vgl. OLG Köln, Urteil vom 31. Oktober 2025 – 6 U 34/25, GRUR 2025, 1848 [unter II 2 a] m.w.N.).

Ebenso kann der Kläger, ruft er ein Landgericht an, wählen, ob er bei diesem Landgericht die Sache vor die Zivilkammer oder die Kammer für Handelssachen bringt. Dem steht nicht entgegen, dass Streitigkeiten nach dem UKlaG als solche nicht unter § 95 GVG fallen. Wie unter I 1 a ausgeführt, genügt es für die Qualifizierung einer Streitigkeit als Wettbewerbssache (und damit als Handelssache), dass die Forderung vom Grundsatz her auch auf das UWG gestützt werden könnte.

(2) Eine andere Beurteilung ist nicht mit Blick auf § 69 TKG geboten. Vielmehr gilt für das Verhältnis zwischen dem TKG und dem UWG das, was für das Verhältnis zwischen den Anspruchssystemen von UKlaG und UWG gilt.

(a) Soweit das TKG in seinem § 69 Abwehransprüche regelt, stellt diese Regelung ebenfalls kein in sich geschlossenes Rechtsschutzsystem dar. Das ergibt sich schon daraus, dass die Ansprüche aus § 69 TKG Mitbewerbern und Betroffenen zustehen und die Regelung gemäß §§ 2 Abs. 1 S. 1 und Abs. 2 Nr. 16, 3 Abs. 1 UKlaG um Ansprüche von Verbänden ergänzt wird. Ebenso wie das UKlaG seinerseits – wie gerade unter I 1 b bb (1) festgestellt – kein geschlossenes Rechtsschutzsystem bildet und neben dem Anspruchssystem des UWG steht, wird durch TKG und UKlaG zusammen kein geschlossenes Rechtsschutzsystem geschaffen und bleiben die Vorschriften des UWG daneben anwendbar.

(b) Bei dieser Sichtweise verbleibt die Kammer auch in Ansehung der von der Beklagten angeführten „ständigen Rechtsprechung“ des

Oberlandesgerichts Düsseldorf, der zufolge „das TKG lex specialis zum UWG“ sei.

Die Kammer hat sich mit dem Einwand der Beklagten, Ansprüche nach dem UWG würden durch § 69 TKG verdrängt, bereits in einem von einer Mitbewerberin der Beklagten gegen die Beklagte geführten einstweiligen Verfügungsverfahren befasst, und diesen Einwand für nicht durchschlagend erachtet. Zur Begründung hat sie ausgeführt (vgl. LG Düsseldorf, Urteil vom 9. Februar 2024 – 38 O 271/23 [unter III 1]):

»Sollten die von der Antragsgegnerin in der mündlichen Verhandlung in Bezug genommenen Ausführungen des Oberlandesgerichts Düsseldorf unter I 1 und I 5 der Gründe seines Beschlusses vom 5. Dezember 2023 in dem Parallelverfahren Landgericht Düsseldorf 38 O 245/23 = Oberlandesgericht Düsseldorf 20 W 87/23 dahin zu verstehen sein, dass § 69 Abs. 1 S. 1 bis S. 3 TKG eine abschließende Regelung für Unterlassungsansprüche wegen Verstößen gegen das TKG enthält, die einen Rückgriff auf Ansprüche aus dem UWG (und zumal solche, die aus § 4 Nr. 4 oder § 4a UWG hergeleitet werden) ausschließt, könnte die Kammer dem nicht folgen. Eine solche Sichtweise stünde mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nicht in Einklang. Danach kommt es in Betracht, ein Mitbewerber behinderndes Verhalten im Regelungsbereich des TKG mit Blick auf das im Rahmen von § 4 Nr. 4 UWG zu berücksichtigende öffentliche Interesse an der ordnungsgemäßen Ausführung von Portierungsaufträgen mit lauterkeitsrechtlichen Mitteln zu sanktionieren (vgl. BGH, Urteil vom 11. Oktober 2017 – I ZR 210/16 – Portierungsauftrag [unter II 3 a]).

Unabhängig davon tragen die in dem Beschluss vom 5. Dezember 2023 angeführten Belegstellen – soweit hier nachvollziehbar (das an erster Stelle genannte Urteil vom 24. November 2009 – 20 U 119/09 ist unveröffentlicht) – die These eines absoluten Vorrangs von § 69 Abs. 1 TKG gegenüber Unterlassungsansprüchen aus dem UWG nicht. In dem herangezogenen Urteil des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 18. September 2012 (20 U 43/12, GRUR-RR 2013, 180) ist lediglich davon die Rede, dass es angesichts der in § 44 TKG (der Vorläufervorschrift von § 69 TKG) getroffenen eigenständigen Regelung des Unterlassungsanspruchs eines Rückgriffs auf den Rechtsbruchtatbestand des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb nicht bedürfe (nicht hingegen, dass dieser Rückgriff ausgeschlossen sei). Die Aussage Köhlers (in: Köhler/Bornkamm/Feddersen, § 3a UWG Rn. 1.10) beschränkt sich auf das Verhältnis des TKG zu § 3a UWG. Von daher kann sie nicht dahin verstanden werden, § 69 TKG schließe auf andere Unlauterkeitstatbestände gestützte Unterlassungsansprüche aus dem UWG aus. Bei Ditscheid/Rudloff (in: Geppert/Schütz, § 69 TKG Rn. 18) schließlich ist ausdrücklich nur davon die Rede,

dass § 69 TKG im Verhältnis zu Ansprüchen nach dem UWG „in Teilen eine spezielle und alleinstehende Bedeutung“ (Hervorhebung nur hier) zukomme. Weiter heißt es, die Frage des Konkurrenzverhältnisses beider Anspruchsgrundlagen sei „nicht abschließend geklärt“. Vor allem aber gelangen Ditscheid/Rudloff letztlich (in: Geppert/Schütz, § 69 TKG Rn. 51) zu dem Ergebnis, dass zwar zwischen den Bestimmungen des UWG und § 69 TKG „weitestgehend sich überlagernde Anwendungsbereiche“ bestünden, die Beseitigungs- und Unterlassungsansprüche aus dem Recht des unlauteren Wettbewerbs aber unberührt blieben, da § 69 TKG ein zusätzliches Regulativ schaffen sollte (vgl. auch OLG Köln, Urteil vom 26. Februar 2021 – 6 U 85/20, GRUR-RR 2021, 281 [unter 1 b gg] zu einem nicht gegebenen Vorrang des TKG gegenüber dem BGB). Aus dem zuletzt genannten Grund handelt es sich bei § 69 TKG nicht um eine Haftungsnorm die an die Stelle, sondern neben die sonstigen gesetzlichen Regelungen (einschließlich derer des UWG) tritt und zusätzliche Ansprüche auf Unterlassung und Schadensersatz regelt (so auch Ditscheid/Rudloff in: Geppert/Schütz, § 69 TKG Rn. 1). Die Annahme eines Nebeneinanders zwischen dem Anspruchssystem des UWG und § 69 TKG entspricht im Übrigen dem Verhältnis des UWG zu anderen speziellen Haftungssystemen wie dem des UKlaG (vgl. dazu etwa BGH, Urteil vom 14. Dezember 2017 – I ZR 184/15 – Klauselersetzung [unter B I 2 c bb]).«

An diesen Erwägungen (ebenso gegen eine Sperrwirkung des TKG gegenüber dem UWG Neumann, WRP 2026, 15 [19 f.]; für die Anwendung des Sanktionensystems des UWG für Verletzungen von Vorschriften des TKG im Ergebnis auch OLG Köln, Urteil vom 10. Januar 2025 – 6 U 68/24, GRUR-RS 2025, 216 [unter II 3]) hält die Kammer nach nochmaliger Überprüfung fest. Sie stehen nach ihrem Dafürhalten in Einklang mit der aufgezeigten Linie der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zum Verhältnis zwischen UWG und UKlaG und die Beklagte hat keine neuen, bislang nicht erwogenen Gesichtspunkte aufgezeigt, die eine abweichende Beurteilung rechtfertigen könnten. Solche sind auch den von der Beklagten in ihrem Schriftsatz vom 5. November 2025 angeführten Äußerungen des Oberlandesgerichts Düsseldorf und dem von ihr herangezogenen Urteil des Oberlandesgerichts München vom 25. September 2025 – 6 U 2074/24e, GRUR-RS 2025, 37534 nicht zu entnehmen (zu dem zuletzt genannten Urteil s.a. Neumann, a.a.O.).

2. Die in § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG geregelte Berechtigung des Klägers zur Geltendmachung wettbewerbsrechtlich begründeter Unterlassungsansprüche – und damit, neben seiner sachlich-rechtlichen Anspruchsberechtigung, seine

prozessuale Klagebefugnis (vgl. BGH, Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19 – Knuspermüsli II [unter B I 1]) – ist mit seiner Eintragung in die nach § 4 UKlaG geführte Liste gegeben. Das schließt seine Befugnis ein, Verstöße gegen die Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung – DSGVO) wettbewerbsrechtlich zu verfolgen (vgl. BGH, Urteil vom 27. März 2025 – I ZR 186/17 – App-Zentrum III [unter B I 2 b]).

3. Die von der Beklagten erhobenen Bedenken gegen die Bestimmtheit der Klageanträge II, IV und V greifen nicht durch.

Zwar ist ihr im Grundsatz darin beizupflichten, dass der Kläger „es nicht dem Gericht übertragen [darf], herauszusuchen, ob vielleicht irgendeine aus den reichhaltigen Anforderungen der Art. 14, 15 DSGVO nicht vollständig erfüllt sein könnte, sondern [...] schon selbst konkretisieren [muss], was [er] vermiss[t]“. Der Kläger beanstandet jedoch mit seinen Klageanträgen IV und V nicht, dass die Beklagte ihre Informationspflichten nicht vollständig erfüllt habe, sondern dass sie ihnen gar nicht nachgekommen sei und keine einzige Information erteilt habe. Bei dieser Sachlage ist keine nähere Konkretisierung bezüglich einzelner vermisster Informationen erforderlich.

Vergleichbares gilt für den Klageantrag II. Aus dem schriftsätzlichen Vortrag des Klägers ergibt sich, dass er die „Vertragszusammenfassung“ zur Erfüllung der sich aus § 55 TKG ergebenden Informationspflicht für schlechthin ungeeignet hält. Überdies hat er vorsorglich angegeben, dass es sich bei den fehlenden Informationen beispielhaft um die in den letzten beiden Spiegelstrichen auf S. 9 seiner Klageschrift handele.

II.

Die Klage ist teilweise begründet.

1. Die Grundvoraussetzungen für ein auf Wettbewerbsrecht gestütztes Vorgehen des Klägers gegen die Beklagte sind erfüllt (dazu 2 bis 4).

Ausgehend davon kann der Kläger von der Beklagten gemäß § 8 Abs. 1 Abs. 1 und Abs. 3 Nr. 3 UWG die Unterlassung des im ersten Teil des Tenors beschriebenen,

von dem Kläger in seinen Anträgen I bis V angegriffenen Verhaltens beanspruchen. Die Werbeaussendung und das ihr nachfolgende Verhalten der Beklagten verstoßen unter den von dem Kläger mit seinen Anträgen I, IV und V geltend gemachten Gesichtspunkten gegen datenschutzrechtliche Vorschriften (dazu 5, 10 und 12). Außerdem verletzt die Werbeaussendung, wie von dem Kläger mit Antrag II beanstandet, sich aus dem TKG ergebende Informationspflichten (dazu 7). Das den Zuwiderhandlungen zugrundeliegende Verhalten ist jeweils zugleich unlauter (dazu 6, 8, 11 und 13). Unlauter ist die Werbeaussendung außerdem mit Blick auf die in ihr enthaltene, mit Antrag III angegriffene Klausel (dazu 9). In Bezug auf das unlautere Verhalten sind jeweils die weiteren Voraussetzungen eines auf Wiederholungsgefahr gestützten wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs erfüllt (dazu 14).

Demgegenüber ist die von der Beklagten erteilte Widerrufsbelehrung unter den von dem Kläger mit Antrag VI geltend gemachten Gesichtspunkten nicht zu beanstanden, weshalb insoweit kein Unterlassungsanspruch des Klägers besteht (dazu 15).

Neben der Unterlassung kann der Kläger von der Beklagten die begehrte Zahlung beanspruchen (dazu 16 und 17).

2. Auf das Rechtsverhältnis der Parteien sind – und zwar auch, soweit ein Handeln der Beklagten im unmittelbar durch das TKG regulierten Bereich betroffen ist – uneingeschränkt alle nachfolgend herangezogenen Vorschriften des UWG anwendbar. Sie werden, wie sich aus den Erwägungen oben unter I 1 c ergibt, durch in UKlaG und TKG enthaltene Regelungen nicht verdrängt.
3. Die von dem Kläger beanstandeten Geschehensabläufe erfüllen jeweils die Merkmale einer geschäftlichen Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG.
 - a) Ihnen liegt jeweils das Verhalten einer Person zugrunde, das unmittelbar mit der Förderung des Absatzes der von der Beklagten angebotenen Dienstleistungen zusammenhängt.
 - aa) Das gilt zunächst den mit den Anträgen I bis IV und VI jeweils angegriffenen Versand der Briefpostwerbung, die aus den von dem Kläger unter verschiedenen Gesichtspunkten inhaltlich beanstandeten Schriftstücken besteht. Der Versand der Werbebriefe diene der Förderung des Absatzes der von der Beklagten angebotenen Dienstleistungen, was ihn zur

geschäftlichen Handlung macht. Das schließt die mit Antrag I angegriffene Nutzung der in Klageantrag I genannten Daten der Adressaten ein. Sie wurden für die Erstellung des Anschreibens (und damit einhergehend die Ansprache der Adressaten) und für den Versand der Werbebriefe genutzt. Diese Art der Datennutzung geht über den unternehmensinternen Bereich hinaus und dient ihrerseits der Absatzförderung, weshalb sie ein geschäftliches Handeln ist (vgl. Schaub, WRP 2019, 1391 [1392 Rn. 4]).

bb) Außerdem gilt es für das mit Klageantrag V angegriffene Unterlassen. Dieses Unterlassen, bei dem es sich ebenfalls – was sich jedenfalls aus Art. 2 Buchst. d der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt (UGPRL), dessen Umsetzung § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG dient, ergibt – um ein „Verhalten einer Person“ handelt, liegt zwar zeitlich gesehen nach dem Versand der Werbeschreiben. Es steht aber mit den Werbeschreiben in unmittelbarem Zusammenhang, weil die Werbeschreiben Grund für den Antrag waren, auf den hin die Beklagte untätig geblieben ist. Deshalb ist das Unterlassen der Beklagten noch Teil des von der Beklagten zur Absatzförderung entfalteten Verhaltens (vgl. Schaub, WRP 2019, 1391 [1392 Rn. 5]).

b) Zusätzlich ist das Unterlassen der beantragten Auskunftserteilung ein Verhalten, das mit der Durchführung eines Vertrages über Dienstleistungen zusammenhängt. Der Verbraucher, dessen Auskunftersuchen unbeantwortet blieb, hatte, bevor er sein Auskunftersuchen an die Beklagte richtete, auf der Grundlage des Werbeschreibens einen Vertrag mit der Beklagten geschlossen und von ihr bezogen auf diesen Vertragsschluss bereits mehrfach Post erhalten (vgl. S. 2 2. Absatz und S. 7 der Anlage K 3).

4. Der Kläger ist – wie bereits oben unter I 2 angesprochen – gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG anspruchsberechtigt.
5. Die werbliche Ansprache des in Zeitz ansässigen Verbrauchers mit dem in Anlage K 2 dokumentiertem Schreiben verstößt (wie von dem Kläger mit Antrag I beanstandet) gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO. Bei der Abfassung dieses Schreibens und bei seinem Versand sind die im Klageantrag I genannten Daten dieses Verbrauchers – also sein Name, seine

Anschrift und seine Telefonnummer – genutzt worden, obwohl die Voraussetzungen für die darin liegende Verarbeitung dieser Daten nicht vorlagen.

- a) Jede Verarbeitung personenbezogener Daten muss mit den hierfür in Art. 5 DSGVO festgelegten Grundsätzen im Einklang stehen und in Anbetracht des in Art. 5 Abs. 1 Buchst. a vorgesehenen Grundsatzes der Rechtmäßigkeit der Verarbeitung eine der in Art. 6 DSGVO aufgeführten Bedingungen für die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung erfüllen (vgl. EuGH, Urteil vom 9. Januar 2025 – C-394/23, Mousse/Commission nationale de l'informatique et des libertés [CNIL], SNCF Connect [Rn. 21 f.]). Deshalb dürfen personenbezogene Daten nur verarbeitet werden, wenn entweder die betroffene Person rechtswirksam darin eingewilligt hat (Artt. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe a, 4 Nr. 11 DSGVO) oder mindestens ein anderer der – eng auszulegenden – Erlaubnistatbestände aus der erschöpfenden und abschließenden Liste der in den in Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO genannten Fälle erfüllt ist (vgl. EuGH, Urteil vom 9. Januar 2025 – C-394/23, Mousse/Commission nationale de l'informatique et des libertés [CNIL], SNCF Connect [Rn. 25 ff.]; Urteil vom 4. Juli 2023 – C-252/21, Meta Platforms Inc. u.a./Bundeskartellamt [Rn. 90 f., 93]). Dabei trägt gemäß Art. 5 Abs. 2 DSGVO der Verantwortliche die Beweislast (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Juli 2023 – C-252/21, Meta Platforms Inc. u.a./Bundeskartellamt [Rn. 95]).

In diesem Zusammenhang sind „personenbezogene Daten“ gemäß Art. 4 Nr. 1 DSGVO alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person (die „betroffene Person“) beziehen. Unter „Verarbeitung“ ist gemäß Art. 4 Nr. 2 DSGVO letztlich jeder Vorgang im Umgang mit personenbezogenen Daten zu verstehen. „Verantwortlicher“ ist gemäß Art. 4 Nr. 7 DSGVO, wer allein oder gemeinsam mit anderen über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung personenbezogener Daten entscheidet.

- b) Die Beklagte hätte dafür Sorge tragen müssen, dass die in Art. 5 DSGVO festgelegten Grundsätze bei der Werbeaussendung beachtet werden. Die teils in das Adressfeld, teils in den Text der Anschreiben aufgenommenen Angaben zu dem jeweiligen Adressaten sind personenbezogene Daten des Adressaten, der insoweit die betroffene Person ist. Die Daten sind bei der Erstellung des Anschreibens und seiner Aufgabe zur Post „verarbeitet“ – nämlich durch Einfügen in den Text des Anschreibens und Nutzung als Empfängeranschrift verwendet – worden. Darüber (also über die Mittel der Verarbeitung) und über

den weiteren Inhalt der Werbeschreiben (und damit über den Zweck der Verarbeitung) hat die Beklagte entschieden, weshalb sie die Verantwortliche ist.

c) Die Datenverarbeitung ist nicht rechtmäßig, weil keine der in Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO geregelten Bedingungen erfüllt ist. Eine Einwilligung hat der betroffene Verbraucher nicht erteilt und die Voraussetzungen von Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO – des Erlaubnistatbestands aus der Liste des Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO, auf den sich die Beklagte beruft und der nach Lage der Dinge allein in Betracht kommt – liegen nicht vor.

aa) Gemäß Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO ist die Datenverarbeitung rechtmäßig, wenn sie zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich ist, sofern nicht die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person, die den Schutz personenbezogener Daten erfordern, überwiegen.

(1) Hieraus ergeben sich drei Voraussetzungen (Wahrnehmung eines berechtigten Interesses, Erforderlichkeit der Datenverarbeitung zu dessen Verwirklichung und keine es überwiegenden Belange der betroffenen Person), die kumulativ vorliegen müssen (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Juli 2023 – C-252/21, Meta Platforms Inc. u.a./Bundeskartellamt [Rn. 106]).

Bei der Prüfung der ersten dieser drei Voraussetzungen ist unter anderem zu berücksichtigen, dass ein „berechtigtes Interesse“ nur ein rechtmäßiges Interesse sein kann (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Oktober 2024 – C-621/22, Koninklijke Nederlandse Lawn Tennisbond/Autoriteit Persoonsgegevens [Rn. 40, 49]). Sollte ein Interesse im konkreten Fall als berechtigt angesehen werden und sollte es tatsächlich bestehen, müsste der Verantwortliche zudem allen anderen ihm nach der DSGVO obliegenden Pflichten nachkommen, damit die Wahrnehmung dieses Interesses die Datenverarbeitung gemäß Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO rechtfertigen kann (vgl. EuGH, Urteil vom 12. September 2024 – C-17/22 und C-18/22, HTB Neunte Immobilien Portfolio geschlossene Investment UG & Co. KG/Müller Rechtsanwalts-gesellschaft mbH und Ökorenta Neue Energien Ökostabil IV geschlossene Investment GmbH & Co. KG/WealthCap Photovoltaik 1 GmbH Co. KG u.a. [Rn. 58]; Urteil vom 4. Oktober 2024 – C-621/22,

Koninklijke Nederlandse Lawn Tennisbond/Autoriteit Persoonsgegevens [Rn. 50]).

Liegt die erste der drei Voraussetzungen von Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO vor und dient eine Verarbeitung einem berechtigten Interesse, muss die Verarbeitung darüber hinaus erforderlich sein, und schließlich dürfen bei der abschließenden Abwägung die Belange der betroffenen Person gegenüber diesem Interesse nicht überwiegen (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Juli 2023 – C-252/21, Meta Platforms Inc. u.a./Bundeskartellamt [Rn. 115 f.]).

(2) Als ein nach Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO in Betracht kommendes Interesse nennt Erwägungsgrund 47 zur DSGVO beispielhaft die Direktwerbung (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Oktober 2024 – C-621/22, Koninklijke Nederlandse Lawn Tennisbond/Autoriteit Persoonsgegevens [Rn. 39]).

Entgegen der Auffassung der Beklagten handelt es sich bei Erwägungsgrund 47 zur DSGVO nicht um einen „acte claire“, demzufolge „Direktwerbung per Brief [...] grundsätzlich ausdrücklich zulässig [ist], ohne dass es einer besonderen Einwilligung der betroffenen Person bedürfe“.

Insoweit ist zunächst der Wortlaut von Erwägungsgrund 47 S. 7 zur DSGVO in Erinnerung zu rufen, der lautet: „Die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden.“ Damit wird nicht festgestellt, dass die Direktwerbung ein berechtigtes Interesse sei, sondern es wird die Möglichkeit aufgezeigt, dass es sich dabei um ein berechtigtes Interesse handeln könnte. Dieses sich unmittelbar aus dem Wortlaut ableitende Verständnis wird belegt durch den Unterschied zu Erwägungsgrund 47 S. 6 zur DSGVO („Die Verarbeitung personenbezogener Daten im für die Verhinderung von Betrug unbedingt erforderlichen Umfang stellt ebenfalls ein berechtigtes Interesse des jeweiligen Verantwortlichen dar“).

Unabhängig davon, dass sich Erwägungsgrund 47 zur DSGVO schon nicht entnehmen lässt, dass Direktwerbung stets ein berechtigtes Interesse darstellt, folgt aus dem Umstand, dass eine Datenverarbeitung

im Einzelfall einem berechtigten Interesse dient, noch nicht ihre Zulässigkeit. Vielmehr sind alle weiteren Prüfungsschritte zu durchlaufen, was selbstverständlich auch dann gilt, wenn die Zulässigkeit einer zum Zwecke von Direktwerbung vorgenommenen Datenverarbeitung zu beurteilen ist (s. nochmals EuGH, Urteil vom 4. Juli 2023 – C-252/21, Meta Platforms Inc. u.a./Bundeskartellamt [Rn. 115 f.], vgl. außerdem Ziebarth, VuR 2024, 379 [383 ff. unter VII 1 und 2 und unter IX]).

Bei dieser Prüfung sind grundsätzlich alle Umstände des Einzelfalls zu berücksichtigen, weshalb eine Datenverarbeitung auch für rechtmäßige Werbemaßnahmen unzulässig sein kann (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Oktober 2024 – C-621/22, Koninklijke Nederlandse Lawn Tennisbond/Autoriteit Persoonsgegevens [Rn. 44, 56]).

- (3) Sollten demgegenüber die Ausführungen unter B I der Gründe des von der Beklagten angeführten Beschlusses des Oberlandesgerichts Stuttgart (vgl. OLG Stuttgart, Beschluss vom 2. Februar 2024 – 2 U 63/22, GRUR-RS 2024, 3802) dahin zu verstehen sein, dass an die Zulässigkeit einer zum Zwecke der Direktwerbung vorgenommenen Datenverarbeitung weniger strenge Anforderungen zu stellen sind (so möglicherweise Eckhardt, ZD 2024, 399, laut dessen Fazit [S. 401] „die Neukundengewinnung mittels Briefpostwerbung [...] grundsätzlich gerechtfertigt ist, es sei denn, die betroffene Person hat widersprochen“; ähnlich Eckhardt, ZD 2025, 443, die „Direktwerbung wurde durch Erwägungsgrund 47 [...] als berechtigtes Interesse [...] klargestellt“), könnte dem mit Blick auf die gerade dargestellten, sich aus der Rechtsprechung des Gerichtshofs ergebenden Vorgaben zur Auslegung der DSGVO nicht gefolgt werden (vgl. auch Ziebarth, VuR 2024, 379 [383 ff.]):

Erstens kann nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs Direktwerbung ein berechtigtes Interesse darstellen, muss es aber nicht.

Zweitens ist, wenn im Einzelfall die Direktwerbung ein berechtigtes Interesse bildet, die Zulässigkeit der für ihren Zweck vorgenommenen Datenverarbeitung davon abhängig, dass zudem alle weiteren

Voraussetzungen von Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO erfüllt sind.

Drittens schließlich kann eine grundsätzliche Zulässigkeit der Direktwerbung per Briefpost keinesfalls aus einem fehlenden Widerspruch der betroffenen Person abgeleitet werden. Das etwaige Bestehen eines Widerspruchsrechts setzt nämlich das Vorliegen einer rechtmäßigen Verarbeitung voraus, weshalb es bei der Beurteilung der Rechtmäßigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten nicht berücksichtigt werden kann; das gilt zumal deshalb, weil jede andere Auslegung zu einer Schwächung der in Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. f DSGVO genannten Anforderungen führen und die Gründe für die Rechtmäßigkeit der betreffenden Verarbeitung erweitern würde, obwohl diese Bestimmung eng auszulegen ist (vgl. EuGH, Urteil vom 9. Januar 2025 – C-394/23, *Mousse/Commission nationale de l'informatique et des libertés [CNIL], SNCF Connect* [Rn. 67 ff.]). Spielt aber das etwaige Bestehen eines Widerspruchsrechts im Rahmen der Prüfung von Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchst. f DSGVO keine Rolle, kann aus einem fehlenden Widerspruch der betroffenen Person kein Schluss auf die Zulässigkeit der Datenverarbeitung gezogen werden.

- (4) Selbst wenn man aber (wie die Beklagte das für richtig hält) an die Zulässigkeit einer Datenverarbeitung zum Zwecke der Direktwerbung geringere Anforderungen stellen wollte, wäre zu beachten, dass für eine großzügigere Handhabung dieses Erlaubnistatbestandes zugunsten von Direktwerbung per Briefpost angeführt wird, diese entfalte im Vergleich zu elektronischen Werbeformen geringere Belästigungswirkung (etwa Eckhardt, ZD 2025, 443 [444]). Letzteres aber gilt nur, wenn die Briefwerbung spätestens nach dem Öffnen des Briefs sofort und unmissverständlich erkennbar ist (vgl. BGH, Urteil vom 3. März 2011 – I ZR 167/09 – Kreditkartenübersendung [unter II 2 b cc]; s.a. OLG Stuttgart, Beschluss vom 2. Februar 2024 – 2 U 63/22, GRUR-RS 2024, 3802 [unter I]). Schließlich setzen die Vertreter einer die Briefwerbung in weiterem Umfang für zulässig haltenden Sichtweise voraus, dass bei der konkreten Briefwerbung die datenschutzrechtlichen Vorgaben eingehalten und die Betroffenen gemäß Artt. 13, 14, 21 DSGVO in der

Werbesendung transparent informiert werden (etwa Eckhardt, ZD 2025, 443 [447] für das Lettershopverfahren).

bb) Die dargestellten Voraussetzungen von Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO sind schon deshalb nicht erfüllt, weil die Beklagte nicht – obwohl dies, wie gerade aufgezeigt, erforderlich wäre, damit ihr Werbeinteresse die Datenverarbeitung rechtfertigen könnte – allen anderen ihr nach der DSGVO obliegenden Pflichten nachkommen ist.

(1) Die Beklagte hat es versäumt, den Adressaten des Schreibens spätestens mit diesem Schreiben (wie es gemäß Art. 14 Abs. 3 Buchst. b DSGVO geboten war) die in Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 Buchst. a bis c, e und f DSGVO genannten Informationen wie in Art. 12 Abs. 1 S. 1 und S. 2, Abs. 5 Abs. 1 DSGVO vorgesehen zur Verfügung zu stellen. Ferner hat sie es unterlassen, den Adressaten (wie in Art. 21 Abs. 4 DSGVO vorgeschrieben) spätestens mit diesem Schreiben ausdrücklich in einer verständlichen und von anderen Informationen getrennten Form darauf hinzuweisen, dass er gemäß Art. 21 Abs. 2 DSGVO das Recht hat, jederzeit Widerspruch gegen die Verarbeitung der ihn betreffenden personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung einzulegen.

(2) Soweit in Zweifel gezogen wird, ob der Verstoß gegen nachgelagerte Informationspflichten (gleichsam „nachträglich“) zur Rechtswidrigkeit der Datenverarbeitung führen kann (vgl. etwa Brandt/Dienst, GRUR-Prax 2025, 152), könnten sich solche Bedenken von vorneherein nur auf die ersten von der Beklagten unternommenen Schritte der Datenverarbeitung – also die Entgegennahme der von ihr „angekauften“ Adressen und ihr Speichern für den Einsatz bei der Erstellung der Schreiben – beziehen, die den gerade aufgezeigten Verstößen gegen Artt. 12, 14 und 21 DSGVO vorangegangen sind (und die nicht Teil des von dem Kläger angegriffenen geschäftlichen Handelns sind, sondern in dessen Vorfeld stattgefunden haben). Für Datenverarbeitungsschritte, die mit der Verletzung von Artt. 12, 14 und 21 DSGVO einhergehen oder ihr nachfolgen, treffen solche Bedenken schon vom Ansatzpunkt her nicht zu. Das gilt namentlich für die von dem Kläger angegriffene Verwendung der Daten bei der Erstellung und dem Versand der Schreiben.

Unabhängig davon erscheinen die Bedenken im Ausgangspunkt allenfalls bezüglich solcher Pflichten des Verantwortlichen erwägenswert, deren Entstehung und genauer Inhalt von dem Eintritt bestimmter Tatsachen abhängt (wie das beispielsweise bei den in Artt. 15 bis 18 DSGVO geregelten Pflichten der Fall ist, die erst zu erfüllen sind, nachdem die betroffene Person ein Verlangen nach Auskunft über eine stattgefundene Datenverarbeitung, Berichtigung sie betreffender unrichtiger Daten, Löschung sie betreffender Daten oder Einschränkung ihrer Bearbeitung gestellt hat). Jedenfalls in Bezug auf die in Artt. 13 und 14 DSGVO vorgesehenen Informationspflichten können diese Bedenken im Ergebnis nicht durchgreifen. Sie übergehen die in Art. 12 Abs. 1 S. 1 DSGVO aufgestellte Pflicht des Verantwortlichen, geeignete Maßnahmen zu treffen, um der betroffenen Person alle Informationen gemäß den Artt. 13 und 14 DSGVO in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache zu übermitteln, und zwar unter Beachtung der weiteren, sich hierzu aus Art. 12 Abs. 5 und Abs. 7 DSGVO ergebenden Vorgaben. Die Erfüllung dieser Verpflichtung erfordert letztlich Vorkehrungen, die bereits vor dem ersten Verarbeitungsschritt in die Wege geleitet sein müssen. Ansonsten bestünde nämlich die Gefahr, dass mit der Datenverarbeitung begonnen wird, obwohl nach den objektiven Umständen die Voraussetzungen einer rechtmäßigen Datenverarbeitung nicht vorliegen. Sollte der Verantwortliche den inneren Willen haben, solche Maßnahmen im weiteren Verlauf zu implementieren, könnte es darauf nicht ankommen. Bloße Absichten des Verantwortlichen können, wie sich aus Art. 5 Abs. 2 DSGVO ergibt, eine Datenverarbeitung nicht rechtfertigen.

cc) Darüber hinaus liegen die Voraussetzungen von Art. 6 Abs. 1 Unterabs. 1 Buchstabe f DSGVO deshalb nicht vor, weil das von der Beklagten mit der Werbung verfolgte Interesse nicht rechtmäßig ist. Die von der Beklagten betriebene Werbung ist gemäß § 3 Abs. 1 UWG unzulässig, weil sie gemäß §§ 5 Abs. 1 und Abs. 2, 5a Abs. 1 bis Abs. 3 UWG unlauter ist.

(1) Insoweit wird zwecks Vermeidung von Wiederholungen zunächst auf die von der Kammer unter I 3 der Entscheidungsgründe des am 18. August 2023 verkündeten Kammerurteils in dem von einer Mitbewerberin der

Beklagten gegen die Beklagte geführten einstweiligen Verfügungsverfahren 38 O 88/23 angestellten Erwägungen (vgl. LG Düsseldorf, Urteil vom 18. August 2023 – 38 O 88/23, GRUR-RS 2023, 22500 = MMR 2024, 265 [unter I 3]) Bezug genommen. Gegenstand dieses Verfügungsverfahrens war das Schreiben der Beklagten (und Antragsgegnerin des Verfügungsverfahrens), von dem der Kläger in diesem Rechtsstreit eine Ablichtung als Anlage K 2 vorgelegt hat. Der Verweis bezieht sich insbesondere auf die folgenden, zum Zwecke der sofortigen Verfügbarkeit wiedergegebenen Passagen:

»Der Versand des Schreibens ist Ausdruck einer irreführenden Geschäftspraxis und als solche unlauter.

a) Unter den von der Antragstellerin geltend gemachten Irreführungsaspekten kommt eine Unlauterkeit gemäß § 5 Abs. 1 und Abs. 2 Nrn. 1 und 3 UWG sowie gemäß § 5a Abs. 1 bis Abs. 3 UWG in Betracht.

[...]

b) Dies berücksichtigend ist der Versand des Schreibens zunächst unter dem Gesichtspunkt einer Informationspflichtverletzung unlauter.

aa) Die Information, dass die Inanspruchnahme des Angebots der Antragsgegnerin mit einem Wechsel des Telefonanbieters einhergeht, ist wesentlich im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG.

(1) [...]

(2) Unter Berücksichtigung aller Umstände kommt der Information, dass die Inanspruchnahme des Angebots der Antragsgegnerin damit einhergeht, die bisherige Geschäftsbeziehung zu der Antragstellerin zu beenden und zu einem neuen Anbieter zu wechseln, für die zu treffende geschäftliche Entscheidung ein erhebliches Gewicht zu und darf der Verbraucher berechtigterweise erwarten, sie von der Antragsgegnerin bereitgestellt zu erhalten. Da die angesprochenen Verbraucher bereits einen Festnetzanschluss bei der Antragstellerin unterhalten und sie die beworbenen, im Rahmen von Dauerschuldverhältnissen zur Verfügung gestellten Dienstleistungen nur von einem Anbieter benötigen, zählt die Beendigung ihrer laufenden Geschäftsverbindung zu ihrem bisherigen Telefonanbieter und die Bindung an einen neuen Dienstleister zu den wesentlichen Punkten des beworbenen Angebots.

bb) Diese wesentliche Information wird den Adressaten in dem beanstandeten Schreiben im Sinne von § 5a Abs. 1 bis Abs. 3 UWG vorenthalten.

(1) Zwar sind in dem Anschreiben und in dem beigefügten Auftragsformular Informationen enthalten, die einen Schluss auf das zentrale Anliegen der

Antragsgegnerin, den angeschriebenen Verbraucher zu einem Anbieterwechsel zu bewegen, gestatten. Eine nach § 5a UWG unlautere irreführende Unterlassung ist aber auch dann gegeben, wenn Informationen zwar erwähnt sind, sie aber verheimlicht oder unklar, unverständlich, zweideutig oder nicht rechtzeitig bereitgestellt werden, so dass der Durchschnittsverbraucher daran gehindert wird, wesentliche Umstände zu erkennen, und folglich daran, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (vgl. EuGH, Urteil vom 26. Oktober 2016 – C-611/14 Canal Digital Danmark A/S [Rn. 59]).

Ein solcher Fall einer verheimlichten oder nicht hinreichend klaren und eindeutigen Bereitstellung, die gemäß § 5a Abs. 2 UWG als Vorenthalten gilt, liegt hier vor. Die Antragsgegnerin verzichtet zwar auf anfangs von ihr gebrauchte, für sich gesehen grob irreführende Aussagen, vermeidet es aber nach wie vor, ihr eigentliches Anliegen deutlich zu kommunizieren und verheimlicht mit ihrer den intendierten Anbieterwechsel umschiffenden Gestaltung des Schreibens diesen Gesichtspunkt. An keiner Stelle des Anschreibens wird das von der Antragsgegnerin verfolgte Ziel, den angeschriebenen Verbraucher zu einem Wechsel seines Telefonanbieters zu bewegen, ausdrücklich angesprochen. Vielmehr erweckt das Schreiben den Eindruck eines im Rahmen einer laufenden Geschäftsbeziehung gegebenen Hinweises auf ein neues oder verbessertes Produkt. Seiner Aufmachung nach handelt es sich nicht um Werbung, sondern um schlichte Geschäftspost, nämlich ein persönliches Anschreiben, verfasst auf nüchternem Geschäftspapier. Durch die Nennung des Telefonanschlusses im Betreff („Telefonanschluss [es folgt die Telefonnummer des angeschriebenen Verbrauchers]“) nimmt das Schreiben nach der Wahrnehmung eines durchschnittlichen Verbrauchers der Sache nach auf das laufende Vertragsverhältnis mit der Antragstellerin Bezug, da eine Vielzahl von Verbrauchern bei einer solchen Nennung ihres Telefonanschlusses unwillkürlich eine Verbindung zu der Antragstellerin als demjenigen Anbieter herstellen wird, bei dem sie diesen Telefonanschluss unterhalten. Im Folgenden verzichtet das Schreiben auf eine Vorstellung der Antragsgegnerin, wie man sie bei dem werblichen Erstkontakt eines im angesprochenen Kundenkreis unbekanntes Unternehmens erwarten würde. Inhaltlich besteht es aus kaum mehr als dem Hinweis, dass in dem eingangs angesprochenen Tarif Anrufe in Mobilfunknetze enthalten seien.

Demgegenüber wird eigentliche Zweck des Schreibens, den Verbraucher zu einem Anbieterwechsel zu bewegen, nicht nur an keiner Stelle ausdrücklich erwähnt, ja er wird nicht einmal verklausuliert angesprochen. Auch wenn viele Verbraucher wissen werden, dass es sich bei dem Absender des Schreibens nicht um ihren derzeitigen Telefonanbieter handelt, und sie weiter erkennen werden, dass die Beauftragung des beworbenen Tarifes vor diesem Hintergrund auf einen Anbieterwechsel hinausläuft, drängt sich der Gedanke an einen solchen Anbieterwechsel angesichts der beschriebenen Gestaltung des Schreibens bei dessen erster und unvoreingenommener Betrachtung dennoch nicht auf. Vor allem ergibt er sich nicht bereits aus dem Schreiben selbst, sondern erst aus der Heranziehung weiterer Umstände. Eine solche Gestaltung der kommerziellen Kommunikation genügt den sich aus § 5a Abs. 1 und Abs. 2 UWG

ergebenden Anforderungen nicht. Diese sollen sicherstellen, dass dem Verbraucher die für eine informierte Entscheidung benötigten Informationen klar, verständlich und eindeutig bereitgestellt werden, und er sie sich nicht aus dem Umfeld der geschäftlichen Handlungen und weiteren Überlegungen erschließen muss.

(2) Beschränkungen des von der Antragsgegnerin gewählten Kommunikationsmediums stehen der Feststellung, die Antragsgegnerin habe dem Verbraucher wesentliche Informationen vorenthalten, nicht entgegen. Es wäre ohne weiteres möglich gewesen das Anschreiben so abzufassen, dass deutlich wird, dass es sich um eine Aufforderung zu einem Wechsel des Telefonanbieters handelt.

(3) Ob das Schreiben bei dem Verbraucher eine Fehlvorstellung auslöst, spielt im Rahmen der Unlauterkeitsprüfung nach § 5a Abs. 1 UWG – wie bereits angemerkt – keine Rolle. Es ist deshalb unerheblich, ob und welche Gedanken sich Adressaten des Schreibens zu der Identität seines Absenders machen und ob sie annehmen, das Schreiben stamme aus dem Unternehmen oder dem Unternehmensverbund ihres derzeitigen Telefonanbieters oder sei jedenfalls mit ihm abgestimmt.

cc) Das Vorenthalten der wesentlichen Information ist erheblich. [...]

c) Unlauter ist der Versand des Schreibens außerdem unter dem Gesichtspunkt einer hervorgerufenen Irreführung.

aa) Wie sich aus den vorstehenden Ausführungen ergibt, erweckt das Schreiben bei unbefangener Betrachtung den ersten Eindruck, es gehe (lediglich) um einen Tarifwechsel, während das eigentlich mit der Werbeaktion verfolgte Anliegen, Kunden der Antragstellerin dazu zu bewegen, sich von dieser abzuwenden und stattdessen Telekommunikationsdienstleistungen von der Antragsgegnerin zu beziehen, keine ausdrückliche Erwähnung findet. Die im Vergleich zu den Vorläuferschreiben zu beobachtende Abschwächung einiger Formulierungen ändert nichts daran, dass sich das Anschreiben einreicht in eine Kette von Rundbriefen, die es jeweils sorgfältig vermeiden, Tacheles zu reden und den Adressaten unzweideutig darüber aufzuklären, dass es sich um Werbung für einen Anbieterwechsel handelt. Ebenso wie die übrigen Schreiben ist es nicht etwa ungeschickt oder missverständlich abgefasst, sondern umgeht gezielt den Umstand, dass der Adressat zu einem Wechsel seines Anbieters bewegt werden soll, um auf diese Weise auch solche potentiellen Kunden ansprechen zu können, für die ein Anbieterwechsel – aus welchen Gründen auch immer – nicht in Betracht kommt und die sich deshalb einer Werbung, die dieses Anliegen klar erkennbar werden lässt, gar nicht erst zuwenden würden.

Das bei isolierter Überprüfung des Schreibens erkennbar werdende gezielte Verschweigen des zentralen Moments des Anbieterwechsels und die sich bei einer Betrachtung des Schreibens vor dem Hintergrund der Vorläuferschreiben ergebende Beharrlichkeit, die die Antragsgegnerin in ihrem Bestreben an den Tag legt, eine eindeutige Information des Verbrauchers über den angedienten Anbieterwechsel zu vermeiden, zeigen jeweils für sich, dass die Antragsgegnerin es mit dem Schreiben

(erneut) darauf angelegt hat, den unbedarften und im ersten Zugriff oftmals flüchtigen Betrachter in seinem ersten unzutreffenden Eindruck zu bestätigen, dass es um einen bloßen Tarifwechsel geht. Schon das rechtfertigt – wie bereits angesprochen – den Schluss, dass ein erheblicher Teil des in dieser Weise angesprochenen Verkehrs getäuscht wird, auch wenn nur ein kleiner Teil der Verbraucher tatsächlich diese Fehlvorstellung entwickelt (vgl. BGH, Urteil vom 30. Juni 2011 – I ZR 157/10 – Branchenbuch Berg [unter II 3 b cc und unter II 3 c]).

Hinzu kommt, dass die Wahrnehmung eines Menschen in gewissem Umfang durch seine Erwartungshaltung beeinflusst wird. Wer den Wechsel seines Telefonanbieters (aus welchen Gründen auch immer) nicht in Betracht zieht, und sich den in dem Anschreiben nicht ausdrücklich angesprochenen Wechelaspekt bei der Lektüre des Briefes nicht aus weitergehenden Überlegungen erschlossen hat, wird ihn mit großer Wahrscheinlichkeit auch dann nicht bemerken, wenn er das Auftragsformular zur Hand nimmt. Das macht sich die Antragsgegnerin, wie die Geschichte ihrer Kundenanschriften belegt, zunutze.

bb) Die Irreführung ist geschäftlich relevant. [...]

d) Der aus normativen Überlegungen abgeleitete Befund, das Schreiben verschleierte den mit der Annahme des Angebots verbundenen Wechsel des Telefonanbieters und sei deshalb einerseits geeignet, eine für die zu treffende geschäftliche Entscheidung relevante Fehlvorstellung hervorzurufen, und halte andererseits dem Verbraucher eine von ihm für die zu treffende geschäftliche Entscheidung benötigte wesentliche Information vor, wird durch die tatsächlichen Reaktionen auf das Schreiben bestätigt. Insoweit kann zwar nicht auf den nach Angaben der Antragstellerin im Nachgang zu dem Versand der Schreiben der Antragsgegnerin jeweils beobachteten Anstieg des Kundenbeschwerdeaufkommens abgestellt werden, nachdem die Antragsgegnerin sich zu den Behauptungen der Antragstellerin sinngemäß (und nach § 138 Abs. 4 ZPO zulässig) mit Nichtwissen erklärt hat und der Vortrag der Antragstellerin nicht glaubhaft gemacht worden ist. Entsprechende Rückschlüsse lassen sich aber aus den von der Antragstellerin in dem ebenfalls am 18. August 2023 verhandelten Parallelverfahren 38 O 182/23 sowie in dem Beschwerdeverfahren vor dem Oberlandesgericht vorgelegten (und kurz vor der mündlichen Verhandlung nochmals zu den Akten dieses Verfahrens gereichten) Berichten über bei Verbraucherverbänden und Gemeinden eingegangene Beschwerden ziehen. Diese Berichte zeigen, dass das Schreiben bei mehreren Empfängern Verunsicherung ausgelöst und zu falschen Vorstellungen dahin geführt hat, es gehe lediglich darum, bei dem derzeitigen Telefonanbieter oder jedenfalls innerhalb seiner Unternehmensgruppe in einen anderen Tarif zu wechseln.

Auch wenn es sich bei den einer solchen Täuschung unterliegenden Verbrauchern angesichts des millionenfachen Versands (ein solcher liegt, wie im Hinblick auf den gegenläufigen Einwand der Antragsgegnerin festzuhalten ist, dem Wortsinn nach bereits bei einem Versand von 1.000.000 Briefen vor) der Schreiben nur um einen

kleinen Teil der Empfänger handeln mag, ist dieser Teil doch erheblich. Festnetzanschlüsse, die verhältnismäßig geringe maximale Datenübertragungsraten bieten und vornehmlich oder ausschließlich zum Telefonieren genutzt werden, werden überwiegend von älteren Kunden unterhalten, die einem Anbieterwechsel oftmals eher skeptisch gegenüberstehen und sich weder für technische Einzelheiten noch den Außenauftritt einschließlich Markenzeichen und Geschäftsbezeichnung ihres Telefonanbieters näher interessieren und solche Informationen vielfach nicht präsent haben werden. Gerade solche, zuweilen unbedarfte Verbraucher spricht die Antragsgegnerin mit ihrem Anschreiben an, in dessen Mittelpunkt sie die für diese Kundengruppe wichtige telefonische Erreichbarkeit von Familienmitgliedern stellt und die Notwendigkeit des Anbieterwechsels unerwähnt lässt. Vor diesem Hintergrund genügt für die Annahme einer relevanten Irreführung deren Auftreten in dieser Kundengruppe.«

- (2) An dieser Beurteilung des Werbeschreibens der Beklagten hält die Kammer weiterhin fest, und zwar auch in Ansehung der abweichenden Auffassung, die nach den Angaben der Beklagten von dem Oberlandesgericht in mehreren mündlichen Verhandlungen als vorläufiges Beratungsergebnis mitgeteilt worden sein soll und die in dem (von der Beklagten als Anlage B9 vorgelegten) Beschluss vom 19. Dezember 2024 – 20 W 37/24 (= Landgericht Düsseldorf 38 O 17/22) beiläufig in einer die dort getroffene Entscheidung nicht tragenden Erwägung geäußert worden ist. Die Beklagte hat in ihren verschiedenen Werbeschreiben (einschließlich des hier von dem Kläger angegriffenen) und der ihnen beigelegten Unterlagen gezielt das zentrale Moment des intendierten Anbieterwechsels verschwiegen und so eine eindeutige Information des Verbrauchers über die Zielrichtung ihrer werblichen Ansprache (und zugleich den Inhalt der vorformulierten Erklärung, deren Verständnis durch die Lektüre des Anschreibens vorgeprägt wird) zu vermeiden gesucht.

Mit dieser Sichtweise steht die Kammer (entgegen des von der Beklagten vermittelten Eindrucks) im Übrigen nicht allein. So hat die 20. Zivilkammer des Landgerichts Düsseldorf zu einem Werbeschreiben, das mit dem hier angegriffenen und als Anlage K 2 vorgelegten identisch war, festgestellt (vgl. LG Düsseldorf, Beschluss vom 5. August 2025 – 20 S 52/24 – uv [unter II 1]):

»Das Anschreiben selbst vermittelt den Eindruck eines Hinweises auf ein neues oder besseres Produkt im Rahmen einer – nicht erst einzugehenden, sondern schon

bestehenden – Geschäftsbeziehung. Durch die Benennung des Telefonanschlusses im Betreff – „*Telefonanschluss 02056 921961*“ – bezieht sich das Schreiben der Sache nach unmittelbar auf das laufende Vertragsverhältnis mit der Telekom Deutschland GmbH, nicht hingegen eine mögliche Vertragsanbahnung mit der Beklagten. Seiner Aufmachung nach handelt es sich bei dem Anschreiben nicht um ein Werbeschreiben, sondern um Geschäftspost, nämlich ein persönliches Anschreiben auf nüchternem Geschäftspapier. Der eigentliche Sinn und Zweck des Anschreibens der Beklagten, den Kläger nicht lediglich zu einem Tarifwechsel, sondern stattdessen einem Anbieterwechsel zu bewegen, wird hierin weder ausdrücklich noch verklausuliert angesprochen, zumal es lediglich den Tarif, nicht hingegen die Beklagte vorstellt, wie man es bei dem werblichen Erstkontakt eines unbekanntes Unternehmens erwarten würde. Hieran ändert auch und gerade die Auftragsbestätigung nichts, zumal auch hierin der Tarif – „*Ja, ich möchte von Ihrem Tarif 1N DSL 16 profitieren.*“ –, nicht hingegen die Beklagte im Vordergrund steht. Für den Passus „*Ferner kündige ich hiermit meinen bisherigen Vertrag bei der Telekom und beauftrage die Mitnahme (Portierung) meiner Rufnummer.*“ gilt nichts anderes. Zum einen bedarf es ebenfalls bei einem Tarifwechsel der Kündigung oder Aufhebung des Altvertrages, zum anderen erschließt sich bereits im Ansatz nicht, wie und weshalb der Kläger eine Kündigung seines Telekommunikationsvertrages mit der Telekom Deutschland GmbH wirksam gegenüber der Beklagten hätte erklären sollen. Hinzu kommt im Übrigen, dass der Kläger seinem Schreiben vom 09.06.2023 zufolge die Firmierung der Beklagten unter 1N Telecom GmbH zwar wahrgenommen, jedoch „*die 1N Telecom GmbH*“ nicht als „*ein eigenes Unternehmen*“ verstanden hat. Soweit die Beklagte meint, dass „*im Festnetzbereich Anschlüsse ausschließlich durch die jeweilige ‚Hauptfirma‘ eines Konzerns angeboten*“ würden, verfängt dies ebenfalls nicht. Das parallele Angebot von gleichen oder ähnlichen Dienstleistungen durch mehrere Unternehmen oder unter verschiedenen Marken eines Konzerns ist – entgegen der Auffassung der Beklagten – in der Telekommunikationsbranche nicht unüblich, sondern gang und gäbe, man denke nur an das parallele Angebot von Mobilfunktarifen unter den Marken „Telekom“ und „congstar“, wobei der Schwerpunkt des Werbeangebots der Beklagten nicht auf dem Festnetzanschluss, sondern der Möglichkeit, „*unbegrenzt kostenfrei Anrufe in die Mobilfunknetze [zu] führen*“, liegt.«

- (3) Das auf Verschleierung angelegte Bestreben der Beklagten tritt außer in der Aufmachung des Anschreibens und den darin gewählten Formulierungen in weiteren Umständen zu Tage.

Diese liegen zunächst darin, dass die Beklagte – wie eben unter II 5 c bb (1) aufgezeigt – ihre datenschutzrechtlichen Pflichten missachtet hat. Hätte sie (wie es gemäß Art. 14 Abs. 1 Abs. 2 Buchst. f und Abs. 3 Buchst. b DSGVO erforderlich gewesen wäre) in dem Schreiben angegeben, die Daten des Adressaten aus öffentlichen Quellen entnommen oder von einem Adresshändler erworben zu haben, hätte

das den aufgebauten Eindruck, bei dem Schreiben handele es sich um Geschäftspost im Rahmen einer laufenden Geschäftsbeziehung zwecks Hinweis auf einen günstigeren Tarif, zerstört und dem Adressaten einen Hinweis darauf gegeben, dass es sich um das Werbeschreiben eines mit dem Adressaten nicht verbundenen Unternehmens handelt.

Ausdruck der von der Beklagten verfolgten Zielsetzung, die gebotene Transparenz soweit wie möglich zu vermeiden, ist selbst die Gestaltung der ihrer Werbeschreiben beigelegten „Vertragszusammenfassung“. Diese hätte die Beklagte gemäß § 54 Abs. 3 TKG unter Verwendung des Musters in der Durchführungsverordnung (EU) 2019/2243 der Kommission vom 17. Dezember 2019 zur Festlegung eines Musters für die Vertragszusammenfassung erstellen müssen. Bereits aus Teil A des Anhangs zu der Durchführungsverordnung (EU) 2019/2243 ergibt sich, dass an erster Stelle des Musters der Name des Anbieters und seine Kontaktangaben hätten genannt werden müssen. Das wird durch die „Hinweise zum Ausfüllen des Musters für die Vertragszusammenfassung“ in Teil B des Anhangs zu der Durchführungsverordnung (EU) 2019/2243 nochmals verdeutlicht (»Der Dienst- oder Markenname des angebotenen elektronischen Kommunikationsdienstes steht unmittelbar über der Überschrift „Vertragszusammenfassung“. Der Name des Anbieters steht direkt nach dem Namen des elektronischen Kommunikationsdienstes. [...] Der Name, die Anschrift und die direkten Kontaktangaben des Anbieters sowie, falls abweichend, die direkten Kontaktangaben für Beschwerden müssen unter dem Namen des Anbieters stehen.«). Von diesen Vorgaben ist die Beklagte abgewichen und hat damit einmal mehr den vom Unionsrecht verfolgten Transparenzgedanken missachtet, in dem sie in ihrer „Vertragszusammenfassung“ ihren Namen und ihre Kontaktdaten nicht wie vorgeschrieben prominent im Kopf der Vertragszusammenfassung, sondern unauffällig am Ende unterhalb des „Kleingedruckten“ platziert hat.

- (4) Der Beklagten ist zuzugeben, dass ihr Werbeschreiben und die ihm beigelegten weiteren Unterlagen durchaus so abgefasst sind, dass ihnen bei genauerer Lektüre hätte entnommen werden können, dass die Beklagte für einen Anbieterwechsel wirbt. Dieser Umstand steht einer

Einordnung des Versands solcher Schreiben als unlautere (und damit gemäß § 3 Abs. 1 UWG unzulässige) geschäftliche Handlung allerdings nicht entgegen.

Eine sich bei genauerer Betrachtung ergebende Erkennbarkeit der wahren Sachlage ist bei irreführenden Handlungen ebenso wenig eine Besonderheit wie es bei genauerer Betrachtung erkennbar werdende wesentliche Informationen sind (vgl. zu letzterem nur § 5a Abs. 2 Nrn. 1 und 2 UWG). Überdies dient das (in das Verbot aktiver Irreführung im engeren Sinne und das Verbot der Informationspflichtverletzung zerfallende) allgemeine Irreführungsverbot der §§ 5, 5a UWG (wie das Verbraucherschutzrecht allgemein) auch dem Schutz vor nicht vollständig rationalen Entscheidungen, zu denen der Verbraucher durch bestimmte Geschäftspraktiken veranlasst werden kann (vgl. EuGH, Urteil vom 14. November 2024 – C-646/22, Compass Banca SpA/Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato [Rn. 44 ff., insbesondere 46 bis 49, 51 bis 53 und 56 f.]; s.a. Urteil vom 18. Oktober 2012 – C-428/11, Purely Creative Ltd. u. a./Office of Fair Trading [Rn. 38 und 49]; Urteil vom 16. Mai 1989 – C-382/87, R. Buet und SARL Educational Business Services (EBS)/Ministère public [Rn. 13]). Geschützt wird schließlich auch der flüchtige Betrachter, wenn eine geschäftliche Handlung gerade darauf abzielt, einen solchen Betrachter in seinem ersten unzutreffenden Eindruck zu bestätigen (vgl. BGH, Urteil vom 30. Juni 2011 – I ZR 157/10 – Branchenbuch Berg [unter II 3 b cc und II 3 c]).

Entscheidend ist deshalb nicht die sich bei genauerer Betrachtung ergebende Erkennbarkeit der Absicht der Beklagten, Verbraucher zu einem Anbieterwechsel zu bewegen, sondern die Tatsache, dass ihr Schreiben vordergründig den Eindruck von Geschäftspost mit einem Hinweis auf einen bloßen Tarifwechsel vermittelt und die Beklagte eine deutliche Bereitstellung der für den Verbraucher wesentlichen Information, dass es um einen Anbieterwechsel geht, so weit wie möglich vermeidet (was bis hin zur Missachtung der datenschutzrechtlichen Informationspflichten reicht und sich sogar noch in der von den Vorgaben abweichenden Gestaltung der „Vertragszusammenfassung“ widerspiegelt). In der Gesamtschau ist das Schreiben der Beklagten darauf ausgerichtet, bei einem unbedarften und im ersten Zugriff oftmals

flüchtigen Betrachter die Vorstellung auszulösen, ihm werde die Möglichkeit einer bloßen Tarifänderung im Rahmen des bestehenden Telefonvertrages vorgestellt, um auf diese Weise (auch) solche Verbraucher für ihr Angebot gewinnen zu können, die einen Anbieterwechsel nicht in Betracht ziehen und deshalb das Anschreiben der Beklagten sogleich beiseitegelegt hätten, wenn ihnen bereits auf den ersten Blick offenbar geworden wäre, dass die Beklagte für einen Anbieterwechsel wirbt.

Hinzu kommt, dass nach den Angaben des Klägers sich bei ihm und seinen Partnerorganisationen in anderen Bundesländern zahlreiche vor allem ältere Menschen, an die sich die Beklagte mit ihrem die Telefonie und die kostengünstige Erreichbarkeit der (jüngeren und Handys nutzenden) Familienmitglieder in den Mittelpunkt rückenden Werbeschreiben wendet, angegeben haben, die von der Beklagten versandten Auftragsformulare in dem Glauben unterzeichnet zu haben, Gegenstand der Werbung sei ein bloßer Tarifwechsel gewesen. Haben aber die Werbeschreiben der Beklagten tatsächlich in einer Vielzahl von Fällen Fehlvorstellungen ausgelöst, spricht das für die Annahme einer von den Schreiben ausgehenden Gefahr einer Irreführung.

- (5) Der getroffenen Feststellung steht nicht entgegen, dass der Kläger das den Werbeschreiben der Beklagten beiliegende Auftragsformular nicht vorgelegt hat.

Die diesbezügliche Beanstandung der Beklagten übergeht bereits, dass der Kläger dazu gar nicht in der Lage ist. Bei dem Kläger haben sich Verbraucher beschwert, die (wie von der Beklagten beabsichtigt) das dem Werbeschreiben beiliegende Formular unterschrieben und an die Beklagte zurückgesandt haben (und die dann später, nämlich als sie von der Telekom Deutschland GmbH von der bevorstehenden Portierung ihrer Rufnummer zu der Beklagten unterrichtet wurden, bemerkt haben, dass sich das Werbeschreiben überhaupt nicht auf einen Tarifwechsel bezog, sondern auf einen Anbieterwechsel). Diesen Verbrauchern lag das Auftragsformular nicht mehr vor, als sie sich bei dem Kläger über die Beklagte und ihre Geschäftspraxis beschwerten. Sie konnten es deshalb ihren Beschwerden an den Kläger nicht beifügen und er konnte es von ihnen nicht mit Erfolg nachfordern. Es wäre daher Sache der Beklagten

gewesen, das Formular – dessen ihr bekannter Inhalt eine dem Kläger unbekannte Tatsache ist – spätestens im Rechtsstreit vorzulegen. Überdies wäre es von ihr zu erwarten gewesen, auf an sie herangetragene Beschwerden dem Kläger von sich aus das Formular vorzulegen, wenn sie dessen Inhalt für das Verständnis ihrer Anschreiben für bedeutsam hält.

Unabhängig von der fehlenden tatsächlichen Möglichkeit des Klägers zur Vorlage des Formulars ist es Sache des Unternehmers, dem eine irreführende geschäftliche Handlung vorgehalten wird, von sich aus zu außerhalb oder im Umfeld der angegriffenen geschäftlichen Handlung liegenden Faktoren vorzutragen wenn er geltend machen will, diese wirkten sich konkret auf den von der beanstandeten Handlung hervorgerufenen Gesamteindruck aus (vgl. BGH, Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 5/21 – Kinderzahnärztin [unter B II 3 c dd]). Hier war zwar das Auftragsformular Bestandteil der Werbesendung. Für die Zulässigkeit der Datenverarbeitung zum Zwecke der Erstellung und des Versands der Werbesendung kommt aber es aber zunächst einmal auf den Inhalt des Anschreibens an, weil aus ihm – wie oben unter II 5 c aa (4) aufgezeigt – der Werbecharakter sofort und unmissverständlich hätte erkennbar sein müssen.

Schließlich ist nach der Erörterung in der mündlichen Verhandlung und dem Hinweis, der Kammer sei das Auftragsformular, das dem von dem Kläger beanstandeten Werbeschreiben beigelegt habe, aus mehreren gegen die Beklagte geführten Verfügungsverfahren bekannt, in denen es von einer Mitbewerberin (an die die Auftragsformulare von der Beklagten mit ihren Anbieterwechsellaufträgen weitergeleitet worden waren) vorgelegt worden sei, der Inhalt der Auftragsbestätigung (vorsorglich) in den Rechtsstreit eingeführt worden. Letztlich kommt es darauf aber nicht an. Zum einen kann eine durch das Anschreiben hervorgerufene Irreführungsfahr durch das Auftragsformular nicht ausgeräumt werden, weil der angeschriebene Verbraucher, der nach Lektüre des Anschreibens das Auftragsformular zur Hand nimmt, bereits eine geschäftliche Entscheidung getroffen hat und deshalb etwa in dem Auftragsformular enthaltene Hinweise zu spät kämen. Zum anderen dient das Auftragsformular, das entsprechend der von der Beklagten

gewählten Konzeption an sie zurückgesandt werden sollte, nicht dazu, dem Verbraucher wesentliche Informationen zu vermitteln. Hinzu kommt noch, dass der Verbraucher das Auftragsformular nicht unvoreingenommen, sondern mit einem durch das Anschreiben hervorgerufenen Vorverständnis und einer sich daraus ergebenden Erwartungshaltung zur Kenntnis nimmt, wodurch die Aufnahme etwa in dem Auftragsformular enthaltener Hinweise zumindest erschwert wird.

6. Das mit Antrag I angegriffene Verhalten, das in der gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO verstoßenden und deshalb rechtswidrigen Verarbeitung der Daten des Verbrauchers liegt, ist zugleich unlauter.

a) Es ist weder von dem Kläger geltend gemacht noch drängt es sich auf, dass die angegriffene, gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO verstoßende Geschäftspraxis mit Blick auf diesen (mit dem Klageantrag I verfolgten) Gesichtspunkt zugleich einen der speziellen Unlauterkeitstatbestände der §§ 4a ff. UWG verletzt, also aggressiv oder irreführend ist oder dem Verbraucher wesentliche Informationen vorenthält.

b) Unter solchen Umständen kann die Lauterkeit einer datenschutzrechtliche Vorschriften verletzenden Geschäftspraxis vom Grundsatz her gemäß § 3a UWG oder gemäß § 3 Abs. 2 UWG beurteilt werden.

aa) Regelmäßig wird – soweit nicht §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG oder ein anderer spezieller Unlauterkeitstatbestand eingreift – anhand von § 3a UWG geprüft, ob ein geschäftliches Handeln, das gegen datenschutzrechtliche Vorschriften verstößt, unlauter ist (vgl. nur BGH, Urteile vom 27. März 2025 – I ZR 186/17 – App-Zentrum III [unter B II 1 c aa]; I ZR 222/19 – Arzneimittelbestelldaten III [unter C III 1, 3 a und d, 4 und 5] und I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten II [unter B III 1, 3 a und d, 4 und 5]).

Eine Anwendung von § 3a UWG auf den hier in Rede stehenden Verstoß gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO könnte insofern Bedenken begegnen, als die UGPRL zu einer vollständigen Harmonisierung des Lauterkeitsrechts geführt hat (vgl. Art. 4 UGPRL) und die Frage der Unlauterkeit von Geschäftspraktiken im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern abschließend regelt ohne einen § 3a UWG entsprechenden Rechtsbruchtatbestand vorzusehen. Vor diesem

Hintergrund können Rechtsverstöße eine Unlauterkeit nach § 3a UWG nur begründen, wenn die verletzte Vorschrift – wie das etwa bei allein das Verhältnis zwischen Wettbewerbern betreffenden Regelungen der Fall ist – außerhalb des Anwendungsbereiches der UGPRL liegt (vgl. BGH, Urteil vom 13. Dezember 2018 – I ZR 3/16 – Uber Black II [unter B II 2]; Urteil vom 27. April 2017 – I ZR 215/15 – Aufzeichnungspflicht [unter B II 3 b cc]; Urteil vom 2. Dezember 2009 – I ZR 152/07 – Zweckbetrieb [unter II 2 a]) oder sie einen Bereich betrifft, der von der UGPRL – etwa gemäß deren Art. 3 Abs. 2 bis Abs. 10 – unberührt bleibt (vgl. BGH, Urteil vom Urteil 29. März 2018 – I ZR 243/14 – Bio-Gewürze II [unter II 2 d]; vom 23. Juni 2016 – I ZR 71/15 – Arbeitnehmerüberlassung [unter B II]). Letzteres war bei den Verstößen gegen die DSGVO der Fall, die Gegenstand der Entscheidungen des Bundesgerichtshofs in den Sachen „Arzneimittelbestelldaten II“ und „Arzneimittelbestelldaten III“ waren, und die in die Bereichsausnahme des Art. 3 Abs. 3 UGPRL fielen (vgl. BGH, Urteile vom 27. März 2025 – I ZR 222/19 – Arzneimittelbestelldaten III [unter C III 5] und – I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten II [unter B III 5]).

In Bezug auf den von dem Kläger in diesem Rechtsstreit gerügten Verstoß kann auf Art. 3 Abs. 4 UGPRL zurückgegriffen werden. Datenschutzrechtliche Bestimmungen können, wie der letzte Satz von Erwägungsgrund 14 zur UGPRL zeigt, besondere Aspekte unlauterer Geschäftspraktiken regeln, und wären insoweit als gegenüber der UGPRL speziellere Regelungen vorrangig anwendbar, was im Grundsatz die Beurteilung einer auch Verbraucher erreichenden Geschäftspraxis anhand von § 3a UWG ermöglicht (vgl. OLG Stuttgart, Urteil vom 27. Februar 2020 – 2 U 257/19, GRUR-RR 2020, 442 [unter D II 1]; Golland, ZD 2024, 682 [682 f.]).

bb) Anstelle einer lauterkeitsrechtlichen Prüfung eines gegen datenschutzrechtliche Vorschriften verstoßenden geschäftlichen Handelns anhand von § 3a UWG kommt (soweit nicht die Regeln über irreführende oder aggressive Geschäftspraktiken eingreifen) in Betracht, die – der Umsetzung von Art. 5 Abs. 2 UGPRL dienende – sogenannte „Verbrauchergeneralklausel“ des § 3 Abs. 2 UWG anzuwenden (vgl. Schubert/Halder, GRUR 2024, 1862 [1868]). Wenngleich datenschutzrechtliche Vorschriften nicht unmittelbar dem

Verbraucherschutzrecht zuzuordnen sind, regeln sie doch (auch) die Tätigkeit von Unternehmen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten von Verbrauchern, weshalb ihre Beachtung zur unternehmerischen Sorgfalt gezählt werden kann (vgl. Fritzsche in: Teplitzky/Peifer/Leistner, UWG 3. Aufl., Einleitung Rn. 791).

cc) Beide Sichtweisen begegnen – jedenfalls im Ergebnis – keinen durchgreifenden unionsrechtlichen Bedenken.

Der Gerichtshof hat wiederholt darauf verwiesen, dass Verstöße gegen Vorschriften zum Schutz personenbezogener Daten mit unlauteren Geschäftspraktiken einhergehen können (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Oktober 2024– C-21/23, ND/DR [Rn. 55]; Urteil vom 28. April 2022– C-319/20, Meta Platforms Ireland Limited/Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. [Rn. 66, 78]). Außerdem hat er festgestellt, dass es erforderlich sein kann, bei der Durchsetzung des Wettbewerbsrechts und der Regeln über unlautere Geschäftspraktiken die Vorschriften zum Schutz personenbezogener Daten zu berücksichtigen, um einen lautereren Wettbewerb zu wahren (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Oktober 2024– C-21/23, ND/DR [Rn. 56]). Im Einklang damit hat die Kommission in ihren „Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt“ – die zwar rechtlich nicht binden (Art. 288 Abs. 5 AEUV), aber eine Orientierungshilfe bei der Auslegung der UGPRL bieten – angemerkt, dass zwar der Verstoß eines Gewerbetreibenden gegen die DSGVO nicht grundsätzlich bedeutet, dass er auch gegen die UGPRL verstößt, dass aber die Möglichkeit von Verstößen gegen den Datenschutz bei der Prüfung, ob Geschäftspraktiken nach der UGPRL insgesamt als unlauter zu bewerten sind, berücksichtigt werden sollte, und zwar insbesondere in Fällen, in denen Verbraucherdaten unter Verstoß gegen Privatsphäre- und Datenschutzvorschriften verarbeitet werden (vgl. Abschnitt 1.2.10 der gerade genannten Leitlinien, Bekanntmachung der Kommission, ABl. 2021/C 526/01, S. 19). Nimmt man hinzu, dass einerseits nach dem Konzept der UGPRL jede Geschäftspraxis von Unternehmen gegenüber Verbrauchern, bei der das wirtschaftliche Verhalten eines Durchschnitts- oder schutzbedürftigen Verbrauchers wesentlich verzerrt wird oder verzerrt werden könnte, je nach den besonderen Umständen des

Einzelfalls einen Verstoß gegen die beruflichen Sorgfaltspflichten des Gewerbetreibenden (Art. 5 Abs. 2 UGPRL), eine irreführende Praxis (Art. 6 f. UGPRL) oder eine aggressive Praxis (Art. 8 f. UGPRL) darstellen kann, wobei es in Betracht kommen kann, Informationspflichten aus der DSGVO als wesentliche Informationen im Sinne von Art. 7 Abs. 5 UGPRL anzusehen (vgl. nochmals Abschnitt 1.2.10 der Leitlinien der Kommission, a.a.O. S. 19), und andererseits der gemäß Art. 8 Abs. 2 der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (GRCh) und Art. 5 Abs. 1 Buchst. a DSGVO bei jeder Datenverarbeitung zu beachtende Grundsatz von Treu und Glauben zugleich gemäß Art. 2 Buchst. h UGPRL Teil der beruflichen Sorgfalt ist, an der gemäß Art. 5 Abs. 2 Buchst. a UGPRL jede Verbraucher erreichende Geschäftspraxis auszurichten ist, erscheint es folgerichtig, eine Geschäftspraxis, die Datenschutzgrundsätze missachtet, anhand von § 3 Abs. 2 UWG als der Art. 5 Abs. 2 UGPRL in nationales Recht umsetzenden Vorschrift zu überprüfen, soweit die betreffende Geschäftspraxis sich nicht als irreführend oder aggressiv darstellt.

Das schließt auf der anderen Seite eine Anwendung von § 3a UWG nicht notwendig aus. Der Gerichtshof hat vor dem Hintergrund dessen, dass Verstöße gegen Vorschriften zum Schutz personenbezogener Daten mit unlauteren Geschäftspraktiken einhergehen können, die im deutschen Recht für Mitbewerber des Verletzers und Verbraucherschutzverbände vorgesehene Möglichkeit, datenschutzrechtliche Verstöße als unlauterere Geschäftspraktik – und zwar, wie sich aus den zugrundeliegenden Vorlagebeschlüssen ergab, unter dem Gesichtspunkt des Rechtsbruchs – zu ahnden, gebilligt (vgl. EuGH, Urteil vom 4. Oktober 2024– C-21/23, ND/DR [Rn. 73]; Urteil vom 28. April 2022– C-319/20, Meta Platforms Ireland Limited/Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. [Rn. 79]). Während in dem Fall, der dem Urteil des Gerichtshofs in der Sache „ND/DR“ (auch „Lindenapotheke“ genannt) zugrunde lag, zugleich die Voraussetzungen von Art. 3 Abs. 3 der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt (UGPRL) erfüllt waren (vgl. BGH, Urteil vom 27. März 2025 – I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten II [unter B III 5]), was das in der Sache „Meta Platforms Ireland Limited“ nicht der Fall. Zwar musste der Gerichtshof angesichts der ihm vorgelegten Fragen nicht entscheiden, ob der deutsche

Rechtsbruchtatbestand unter diesen Umständen angewandt werden kann. Immerhin hat er dies aber auch nicht ausgeschlossen.

Schließlich führt mit Blick auf die jeweils zu prüfenden weiteren Tatbestandsvoraussetzungen keiner der beiden Wege dazu, dass im Sinne eines Automatismus jeder Verstoß gegen die DSGVO eine unlautere Handlung darstellt (vgl. Ohly, GRUR 2024, 1728 [1729 f.] in Bezug auf § 3a UWG).

- c) Es kann offenbleiben, ob im Allgemeinen in erster Linie § 3a UWG als nach dem nationalen Recht speziellere Norm heranzuziehen ist, oder § 3 Abs. 2 UWG, der auf einer unionsrechtlichen Grundlage beruht. Bezogen auf die von dem Kläger mit seinem Antrag I angegriffenen Verstöße liegen sowohl die Voraussetzungen von § 3a UWG vor (dazu aa) als auch diejenigen von § 3 Abs. 2 UWG (dazu bb).

aa) Die gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO verstoßenden geschäftlichen Handlungen sind gemäß § 3a UWG unlauter.

(1) § 3a UWG ist auf gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO verstoßendes Verhalten anwendbar. Wie bereits unter II 6 b aa aufgezeigt, steht Art. 4 UGPRL einer Anwendung von § 3a UWG auf ein datenschutzrechtliche Vorschriften verletzendes Verhalten gemäß Art. 3 Abs. 4 UGPRL nicht von vorneherein entgegen. Die weitere Voraussetzung für eine Heranziehung von § 3a UWG – dass nämlich die entsprechende Vorschrift entweder selbst dem unmittelbar geltenden Unionsrecht angehört oder unionsrechtskonform ist (vgl. BGH, Urteil vom 10. März 2022 – I ZR 70/21 – Prozessvertretung durch Haftpflichtversicherer [unter B I]; Urteil vom 18. November 2021 – I ZR 106/20 – Kabel-TV-Anschluss [unter B II 2 d]) – liegt ebenfalls vor. Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO sind Teil des gemäß Art. 288 Abs. 2 AEUV unmittelbar geltenden Unionsrechts.

(2) Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO sind – wie für die Annahme unlauteren Handelns nach § 3a UWG außerdem erforderlich – dazu bestimmt, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.

- (a) Hierzu darf sich die verletzte Norm nicht lediglich reflexartig zu Gunsten von Marktteilnehmern auswirken, sondern muss jedenfalls auch – dieser Zweck muss nicht der einzige und nicht einmal der primäre sein – die Funktion haben, die wettbewerblichen Belange der als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in Betracht kommenden Personen zu schützen, wobei das geschützte Interesse gerade durch die Marktteilnahme, also durch den Abschluss von Austauschverträgen und den nachfolgenden Verbrauch oder Gebrauch der erworbenen Ware oder in Anspruch genommenen Dienstleistung, berührt werden muss (vgl. BGH, Urteile vom 27. März 2025 – I ZR 222/19 – Arzneimittelbestelldaten III [unter C III 3 a] und I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten II [unter B III 3 a]).
- (b) Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO sind Marktverhaltensregelungen in diesem Sinn, weil und soweit sie die Zulässigkeit der Datenverarbeitung zum Zwecke der Werbung regeln (ebenso LG Berlin II, Urteil vom 19. Juni 2025 – 52 O 65/23, GRUR-RS 2025, 23291 [unter II 1 b]).

Zwar dient die DSGVO an erster Stelle dem Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Art. 1 Abs. 1 und Abs. 2 DSGVO), doch geschieht dies gerade auch im Zusammenhang mit ihrer Marktteilnahme, wobei dem Erfordernis der Einwilligung des Verbrauchers eine zentrale Bedeutung zukommt (vgl. BGH, Urteil vom 27. März 2025 – I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten II [unter B III 3 d]). Beruft sich ein Marktteilnehmer auf einen Erlaubnistatbestand um die Nutzung personenbezogener Daten bei seiner Werbung zu rechtfertigen, bezwecken die einem solchen Marktverhalten in Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO gesetzten Grenzen auch den Schutz der betroffenen Person in ihrer Stellung als Marktteilnehmer, da ihr durch die DSGVO geschütztes Interesse insoweit gerade durch die Marktteilnahme berührt wird (vgl. Schaub, WRP 2019, 1391 [1393 f. Rn. 12 und 13]; s.a. Becker, WRP 2025, 1522 [1527]).

(3) Der Verstoß ist geeignet, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.

(a) Das Relevanzkriterium der spürbaren Beeinträchtigung im Sinne von § 3a UWG – das ohne damit verbundene sachliche Änderung aus § 3 Abs. 1 UWG in der zwischen dem 30. Dezember 2008 und dem 9. Dezember 2015 geltenden Fassung übernommen wurde (vgl. BGH, Urteil vom 14. Januar 2016 – I ZR 61/14 – Wir helfen im Trauerfall [unter II 1]) und das dem der nicht nur unerheblichen Beeinträchtigung im Sinne von § 3 UWG in der bis zum 29. Dezember 2008 geltenden Fassung entspricht (vgl. BGH, Urteil vom 12. Juli 2012 – I ZR 54/11 – Solarinitiative [unter II 1 c ee]) – soll zum Ausdruck bringen, dass die Wettbewerbsmaßnahme von einem gewissen Gewicht für das Wettbewerbsgeschehen und die Interessen des geschützten Personenkreises sein muss um die die Verfolgung von Bagatellfällen auszuschließen, weshalb die Schwelle nicht zu hoch anzusetzen ist; die Frage, ob es sich um einen Bagatellverstoß handelt oder die Grenze überschritten ist, ist unter umfassender Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls, namentlich der Art und Schwere des Verstoßes, anhand der Zielsetzung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb zu beurteilen (vgl. BGH, Urteil vom 28. Juni 2007 – I ZR 153/04 – Telefonaktion [unter II 3 b aa]).

Ob eine Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung besteht, beurteilt sich nach dem Schutzzweck der jeweils verletzten Marktverhaltensregelung unter Berücksichtigung derjenigen Zwecke, die ihre Einordnung als Marktverhaltensregelung rechtfertigen, weil sie die Interessen der Marktteilnehmer betreffen (vgl. BGH, Urteil vom 27. März 2025 – I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten II [unter B III 4 a]). Die Spürbarkeitsklausel soll solche Verstöße gegen eine Marktverhaltensregelung von der Verfolgung ausnehmen, die keine nennenswerte Auswirkung auf andere Marktteilnehmer haben und an denen daher kein Interesse der Allgemeinheit besteht; dabei liegt eine spürbare Beeinträchtigung der Interessen von Verbrauchern vor, wenn deren Fähigkeit zur informierten und freien geschäftlichen Entscheidung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG betroffen ist (vgl.

BGH, Urteil vom 27. März 2025 – I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten II [unter B III 4 a]).

(b) Dies beachtend ist die Eignung des von dem Kläger angegriffenen Verstoßes zur spürbaren Beeinträchtigung der Interessen anderer Marktteilnehmer zu bejahen. Leitet sich der Marktverhaltensbezug – wie hier bei der Heranziehung eines Erlaubnistatbestands, dessen Voraussetzungen nicht vorliegen, der Fall – daraus ab, dass die Datenverarbeitung letztlich wegen der fehlenden Einwilligung der betroffenen Person rechtswidrig ist, ergibt sich daraus eine gewisse Relevanz des Verstoßes für die betroffene Person, was indiziell für die Spürbarkeit des Verstoßes spricht (vgl. Schaub, WRP 2019, 1391 [1396 f. Rn. 26]). Unabhängig davon ist bei der Prüfung der Spürbarkeit zu berücksichtigen, dass diese nicht mit Umständen begründet werden darf, die bereits bei der Prüfung, ob der Erlaubnistatbestand vorliegt, gewürdigt worden sind, weil die Spürbarkeitsprüfung ansonsten auf die Schaffung eines zusätzlichen, in der Form in der DSGVO nicht vorgesehenen Ausnahmetatbestandes hinausläufe. Schließlich ergibt sich die Spürbarkeit des Verstoßes daraus, dass es sich bei dem von dem Kläger beanstandeten Verhalten nicht um ein Versehen im Einzelfall handelt (wobei auch dies der Bejahung der Spürbarkeit nicht von vorneherein entgegensteht), sondern eine massenhaft verbreitete Werbeaussendung betroffen ist.

bb) Die gegen Art. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO verstoßenden geschäftlichen Handlungen sind außerdem gemäß § 3 Abs. 2 UWG unlauter.

(1) Nach § 3 Abs. 2 UWG sind geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

§ 3 Abs. 2 UWG dient der Umsetzung von Art. 5 Abs. 2 UGPRL in nationales Recht und ist daher richtlinienkonform auszulegen. Gemäß Art. 5 Abs. 2 UGPRL ist eine Geschäftspraxis unlauter, wenn sie den Erfordernissen der beruflichen Sorgfaltspflicht widerspricht und in Bezug

auf das jeweilige Produkt das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers wesentlich beeinflusst oder dazu geeignet ist, es wesentlich zu beeinflussen (vgl. EuGH, Urteil vom 7. September 2016 – C-310/15, Vincent Deroo-Blanquart/Sony Europe Limited [Rn. 54]). Insoweit ist – und zwar jeweils unter Berücksichtigung aller Umstände und beurteilt am Maßstab des von der UGPRL in den Blick genommenen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers – als erstes zu prüfen, ob das Verhalten des Unternehmers nach den berechtigten Erwartungen eines solchen Durchschnittsverbrauchers gegen die Erfordernisse der beruflichen Sorgfalt verstößt, also – wie sich aus Art. 2 Buchst. h UGPRL ergibt – den anständigen Marktgepflogenheiten oder dem allgemeinen Grundsatz von Treu und Glauben widerspricht, und sodann zweitens, ob die Geschäftspraxis eine wesentliche Änderung des wirtschaftlichen Verhaltens des Durchschnittsverbrauchers hervorruft oder dazu geeignet ist, sie hervorzurufen, nämlich seine Fähigkeit, eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, spürbar zu beeinträchtigen und ihn damit zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (vgl. EuGH, Urteil vom 7. September 2016 – C-310/15, Vincent Deroo-Blanquart/Sony Europe Limited [Rn. 32; 33 f.; 38, 40 f.]). Die zweite, im Zusammenhang mit Art. 2 Buchst. e UGPRL zu sehende Voraussetzung stimmt nach den unionsrechtlichen Vorgaben ungeachtet des abweichenden Wortlauts mit der in den Artt. 6 bis 8 UGPRL enthaltenen Anforderung der wesentlichen Beeinflussung des Verbraucherverhaltens überein und ist dementsprechend erfüllt, wenn die Geschäftspraxis geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er ansonsten nicht getroffen hätte (vgl. EuGH, Urteil vom 19. Dezember 2013 – C-281/12, Trento Sviluppo srl u.a. / Autorità Garante delle Concorrenza e del Mercato [Rn. 28 ff.], sowie Abschnitt 2.7 und Abschnitt 2.4 der Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates über unlautere Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern im Binnenmarkt, Bekanntmachung der Kommission, ABl. 2021/C 526/01, S. 37 und S. 32).

- (2) Das von dem Kläger beanstandete, gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO erfüllt diese Voraussetzungen.

Die Werbeaussendung widerspricht wegen des Verstoßes gegen Artt. 5 Abs. 1 Buchstabe a, 6 Abs. 1 Unterabs. 1 DSGVO der beruflichen Sorgfalt. Ein Durchschnittsverbraucher kann von einem Unternehmer billigerweise erwarten, dass er die in Art. 5 DSGVO festgelegten, bei jeder Datenverarbeitung zu beachtenden Grundsätze kennt und sie bei seiner unternehmerischen Tätigkeit anwendet. Das gilt in besonderem Maße für den zentralen Grundsatz der Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung und die ihn ausformenden Regeln des Art. 6 DSGVO. Ihre Missachtung widerspricht in besonderem Maße den anständigen Marktgepflogenheiten, wenn dies bei der Verarbeitung persönlicher Daten im Rahmen einer großangelegten, unter keinem Zeitdruck stehenden Werbekampagne geschieht.

Die Eignung der Geschäftspraxis, das wirtschaftliche Verhalten des Durchschnittsverbrauchers wesentlich zu beeinflussen, ergibt sich für die von dem Kläger angegriffene Werbeaussendung schon daraus, dass sie bei Beachtung der Sorgfalt mangels eines mit ihr verfolgten rechtmäßigen Interesses insgesamt unterblieben wäre und die Adressaten keiner werblichen Ansprache ausgesetzt gewesen wären.

7. Mit ihrer Werbeaussendung hat die Beklagte (wie von dem Kläger mit Antrag II geltend gemacht) dem Verbraucher die in Teil A von Anhang VIII der Richtlinie (EU) 2018/1972 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Dezember 2018 über den europäischen Kodex für die elektronische Kommunikation aufgeführten, den von ihr erbrachten Dienst betreffenden Informationen nicht – zumindest aber nicht vollständig – erteilt. Damit hat sie gegen §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG – die der Umsetzung von Art. 102 Abs. 1 Unterabs. 1 und Unterabs. 2 der Richtlinie (EU) 2018/1972 dienen – verstoßen.

- a) Die Werbeaussendung bestand aus Anschreiben, der als solche überschriebenen „Vertragszusammenfassung“, Widerrufsbelehrung und Auftragsformular. Auf Informationen, die möglicherweise in dem Auftragsformular enthalten waren, kommt es nicht an, weil das Auftragsformular bestimmungsgemäß nicht bei dem Verbraucher verblieben soll und deshalb nicht geeignet ist, ihm Informationen dauerhaft zur Verfügung zu stellen. In

Anschreiben und Widerrufsbelehrung sind die von dem Kläger vermissten Informationen nicht enthalten.

- b) Auf den Inhalt der der Werbeaussendung beiliegenden „Vertragszusammenfassung“ kommt es für die Frage, ob die Informationspflicht aus §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG wie von dem Kläger gerügt verletzt wurde, nicht an.

Bei der „Vertragszusammenfassung“ handelt es sich um eine formalisierte Information, die gemäß § 54 Abs. 3 TKG – in Umsetzung von Art. 102 Abs. 3 Unterabs. 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 – gesondert neben den nach §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG/Art. 102 Abs. 1 Unterabs. 1 und Unterabs. 2 der Richtlinie (EU) 2018/1972 zu erteilenden Informationen bereitzustellen ist (vgl. auch § 54 Abs. 4 TKG in Umsetzung von Art. 102 Abs. 4 der Richtlinie [EU] 2018/1972). Die Vertragszusammenfassung beschränkt sich gemäß § 54 Abs. 3 TKG – in Umsetzung von Art. 102 Abs. 3 Unterabs. 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 – inhaltlich auf die Hauptelemente der nach §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG/Art. 102 Abs. 1 Unterabs. 1 und Unterabs. 2 der Richtlinie (EU) 2018/1972 zu erteilenden Informationen, und für ihre Erteilung ist gemäß § 54 Abs. 3 TKG (in Umsetzung von Art. 102 Abs. 3 Unterabs. 4 der Richtlinie [EU] 2018/1972) das Muster aus der Durchführungsverordnung (EU) 2019/2243 der Kommission vom 17. Dezember 2019 zur Festlegung eines Musters für die Vertragszusammenfassung zu verwenden.

Ob und inwieweit trotz dieser differenzierten Regelung die in §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG (in Übereinstimmung mit den genannten unionsrechtlichen Regeln) vorgesehene Informationspflicht durch die Bereitstellung der durch § 54 Abs. 3 TKG (wiederum in Übereinstimmung mit den genannten unionsrechtlichen Regeln) vorgeschriebenen „Vertragszusammenfassung“ gleichsam „miterfüllt“ werden kann, bedarf keiner abschließenden Klärung. Sollte dies überhaupt in Betracht kommen, könnte es jedenfalls nur in Fällen gelten, in denen die angebotene Dienstleistung so beschaffen ist, dass sie bereits mit den in der „Vertragszusammenfassung“ festgehaltenen Informationen, die an sich nur die „Hauptelemente“ der in Anhang VIII der Richtlinie (EU) 2018/1972 genannten Informationen bilden, vollständig beschrieben ist. Ein solcher Fall liegt hier schon deshalb nicht vor, weil auch für den von der Beklagten angebotenen Dienst die (von dem Kläger insoweit beispielhaft angeführten) Informationen von Bedeutung sind, die in

Anhang VIII Teil A Abs. 4 und Abs. 5 der Richtlinie (EU) 2018/1972 genannt sind.

- c) Die Beklagte ist ihrer Informationspflicht nicht durch auf ihrer Internetpräsenz hinterlegte Informationen nachgekommen. Selbst wenn man es – der § 54 Abs. 2 S. 2 TKG in Umsetzung von Art. 102 Abs. 1 Unterabs. 2 S. 1 der Richtlinie (EU) 2018/1972 zu entnehmenden Einschränkung zum Trotz – für zulässig hielte, einem per Briefpost angeschriebenen Verbraucher Pflichtinformationen nicht durchgängig in Papierform, sondern teilweise anderweitig dadurch zur Verfügung zu stellen, dass sie auf einer Website zum Download bereitgestellt werden (zu diesbezüglichen Bedenken vgl. OLG Düsseldorf, Urteil vom 25. April 2024 – 20 UKI 1/24, GRUR-RR 2024, 455 [unter I 1 a]), erforderte letzteres, dass der Verbraucher ausdrücklich auf die Verfügbarkeit des entsprechenden Dokuments und darauf hingewiesen wird, dass es wichtig ist, es für die Zwecke der Dokumentierung, der künftigen Bezugnahme und der unveränderten Wiedergabe herunterzuladen, § 54 Abs. 2 S. 4 TKG in Umsetzung von Art. 102 Abs. 1 Unterabs. 2 S. 2 der Richtlinie (EU) 2018/1972. Ein solcher Hinweis ist in dem Anschreiben der Beklagten nicht enthalten. Auf das Auftragsformular, auf das die Beklagte insoweit verweist, kommt es nicht an, weil der Verbraucher dieses bestimmungsgemäß an die Beklagte zurücksenden soll, womit er eines etwa dort zu findenden Hinweises verlustig ginge. Überdies ist auf dem Formular kein Hinweis enthalten, der den gerade genannten Anforderungen genügt.
8. Mit Blick darauf, dass der Werbesendung die durch §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG vorgeschriebenen Informationen weder beilagen noch in der Werbesendung auf eine Bereitstellung dieser Informationen an anderer Stelle hingewiesen wurde, ist der mit Antrag II unter diesem Gesichtspunkt angegriffene Versand der Werbebriefe gemäß §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit den angeführten Normen des TKG unlauter, weil dem Verbraucher mit der Werbesendung unionsrechtlich geforderte wesentliche Informationen nicht oder nicht wie vorgeschrieben bereitgestellt – und damit vorenthalten – wurden.
- a) Einer Prüfung der Lauterkeit der inhaltlich gegen die oben unter II 7 genannten unionsrechtlichen Vorgaben (die in §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG in nationales Recht umgesetzt wurden) verstoßenden Geschäftspraxis anhand von §§ 5a Abs. 1 bis Abs. 3, 5b Abs. 4 UWG stehen Art. 3 Abs. 4 UGPRL und

die diese Regelung gleichlaufend in nationales Recht umsetzende Vorschrift des § 1 Abs. 2 UWG nicht entgegen.

aa) Ein die Anwendbarkeit der UGPRL ausschließender Kollisionsfall im Sinne von Art. 3 Abs. 4 UGPRL liegt regelmäßig nicht vor, wenn Art. 7 Abs. 5 UGPRL eingreift. Diese Vorschrift bezieht über die Verweisung auf im sonstigen Gemeinschaftsrecht (bzw. nunmehr Unionsrecht) festgelegte, die kommerzielle Kommunikation betreffende Informationsanforderungen diese Normen derart in den Anwendungsbereich der UGPRL ein, dass sie und die UGPRL sich gegenseitig ergänzen mit der Folge, dass auf die Verletzung von Informationspflichten im Sinne von Art. 7 Abs. 5 UGPRL (die zugleich solche im Sinne von § 5b Abs. 4 UWG darstellen) Art. 7 Abs. 1 bis Abs. 3 UGPRL – und damit einhergehend die diese umsetzenden Regelungen in § 5a Abs. 1 bis Abs. 3 UWG – anzuwenden sind, sofern nicht die spezifischen Vorschriften des sonstigen Unionsrechts besondere Aspekte von auf ihre Lauterkeit zu prüfenden Geschäftspraktiken in einer mit den Vorgaben der UGPRL unvereinbaren Weise regeln (vgl. näher zu diesem Zusammenspiel der UGPRL mit dem spezielle Informationsanforderungen festlegenden sonstigen Unionsrecht BGH, Urteil vom 9. Oktober 2025 – I ZR 183/24 – Jacobs Krönung [unter B II 5 e bb (1) bis (4)] sowie Kammerurteil vom 31. Oktober 2024 – 38 O 182/22, WRP 2025, 121 = GRUR-RS 2024, 29456 = kostenfrei abrufbar unter https://www.verbraucherzentrale-bawue.de/sites/default/files/2024-11/lg_dusseldorf_31.10.24_az._38o182_22.pdf [unter II 3 a aa (1) einschließlich der dort angeführten Nachweise]).

bb) Diese Voraussetzungen einer ergänzenden Anwendung von Art. 7 Abs. 1, Abs. 2 und Abs. 5 UGPRL (und damit einhergehend der sie in nationales Recht umsetzenden §§ 5a Abs. 1 und Abs. 2, 5b Abs. 4 UWG) sind in Bezug auf die in Rede stehenden telekommunikationsrechtlichen Informationsanforderungen erfüllt.

(1) Die vorgeschriebenen Angaben sind wesentliche Informationen im Sinne von Art. 7 Abs. 5 UGPRL (und damit zugleich im Sinne von § 5b Abs. 4 UWG), weil sie in der Richtlinie (EU) 2018/1972 unionsrechtlich in Bezug auf kommerzielle Kommunikation festgelegt sind.

- (a) Von Art. 7 Abs. 5 UGPRL (und damit zugleich von § 5b Abs. 4 UWG) werden Informationen erfasst, die im Unionsrecht vorgesehen sind und die sich auf kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung oder Marketing beziehen, und von denen eine nicht erschöpfende Liste in Anhangs II der UGPRL enthalten ist.

Unter kommerzieller Kommunikation im Sinne von Art. 7 Abs. 5 UGPRL (und damit zugleich im Sinne von § 5b Abs. 4 UWG) sind in Anlehnung an Art. 2 Buchstabe f der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) alle Formen der Kommunikation zu verstehen, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds eines Unternehmens, einer Organisation oder einer natürlichen Person dienen, die eine Tätigkeit in Handel, Gewerbe oder Handwerk oder einen reglementierten Beruf ausübt (vgl. BGH, Urteil vom 11. September 2025 – I ZR 14/23 – Bequemer Kauf auf Rechnung II [unter II 2 d cc]; Beschluss vom 21. Dezember 2023 – I ZR 14/23 – Bequemer Kauf auf Rechnung [unter B II 3 b]; Urteil vom 26. Oktober 2023 – I ZR 176/19 – Zigarettenausgabeautomat III [unter B I 1 c aa, bb und cc (2)]; Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19 – Knuspermüsli II [unter B II 1 e dd (1)]; Beschluss vom 10. Februar 2022 – I ZR 38/21 – Zufriedenheitsgarantie [unter B II 6 b bb (1)]). Nicht dazu zählen mangels Förderung des Produktabsatzes oder des unternehmerischen Erscheinungsbilds grundsätzlich Informationspflichten, die anderen Zwecken dienen oder die (erst) im Zuge des Vertragsschlusses oder bei der Vertragsabwicklung zu erfüllen sind (vgl. BGH, Urteil vom 27. März 2025 – I ZR 186/17 – App-Zentrum III [unter B II 1 c cc (2) (a)]; Urteil vom 26. Oktober 2023 – I ZR 176/19 – Zigarettenausgabeautomat III [unter B I 1 c aa und bb]; Beschluss vom 10. Februar 2022 – I ZR 38/21 – Zufriedenheitsgarantie [unter B II 6 b bb (1)]).

Ob die betreffenden, Informationspflichten vorsehenden unionsrechtlichen Vorschriften in der Liste nach Anhang II der UGPRL enthalten sind, ist nicht maßgeblich, da diese Liste ausdrücklich nicht erschöpfend ist (vgl. BGH, Urteil vom 9. Oktober 2025 – I ZR 183/24 – Jacobs Krönung [unter B II 5 c]; Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19 – Knuspermüsli II [unter B II 1 e cc]; Urteil vom 7. März 2019 – I ZR 184/17 – Energieeffizienzklasse III [unter II 3 c bb (3)]). Diese Sichtweise steht in Einklang mit den Zielen der UGPRL, nach deren Erwägungsgrund 15 S. 1 in ihrem Rahmen Informationsanforderungen, die das Gemeinschaftsrecht in Bezug auf Werbung, kommerzielle Kommunikation oder Marketing festlegt, als wesentlich angesehen werden.

- (b) Aus diesen Vorgaben leitet sich ab, dass die in §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG geregelten Informationspflichten die kommerzielle Kommunikation im Sinne von Art. 7 Abs. 5 UGPRL und damit zugleich im Sinne von § 5b Abs. 4 UWG betreffen.

§§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG schreiben (in Umsetzung der oben unter II 7 genannten unionsrechtlichen Bestimmungen) vor, dass die genannten Informationen zu erteilen sind, „bevor ein Verbraucher seine Vertragserklärung abgibt“. Mithin handelt es sich um Informationen, die in der auf die Förderung des Produktabsatzes gerichteten Phase der Geschäftstätigkeit der Beklagten bereitzustellen sind.

Die Informationsanforderungen sind im Unionsrecht festgelegt, nämlich in Art. 102 Abs. 1 Unterabs. 1 und Unterabs. 2 der Richtlinie (EU) 2018/1972, deren Umsetzung §§ 54 Abs. 1 und Abs. 2, 55 Abs. 1 TKG dienen.

Auf den Umstand, dass Art. 102 Abs. 1 Unterabs. 1 und Unterabs. 2 der Richtlinie (EU) 2018/1972 in der Liste nach Anhang II der UGPRL nicht enthalten sind, kommt es – wie bereits unter II 8 a bb (1) (a) festgehalten – nicht an.

- (2) Ferner sind der Richtlinie (EU) 2018/1972 keine von Art. 7 Abs. 1 und Abs. 2 UGPRL/§ 5a Abs. 1 und Abs. 2 UWG abweichenden Vorgaben zu

entnehmen, die jedem Rückgriff auf Art. 7 Abs. 1 und Abs. 2 UGPRL/§ 5a Abs. 1 bis Abs. 3 UWG von vorneherein entgegenstehen.

- b) Nach § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, die dieser nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (Nr. 1), und deren Vorenthalten geeignet ist, ihn zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (Nr. 2). Dabei gelten gemäß § 5b Abs. 4 UWG unter anderem solche Informationen als wesentlich, die dem Verbraucher auf Grund unionsrechtlicher Verordnungen für kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen.
 - c) Die Voraussetzungen für das Eingreifen der Vermutungsregel des § 5b Abs. 4 UWG liegen – wie gerade unter II 8 a bb (1) festgestellt – in Bezug auf die Informationen vor, deren Angabe die Richtlinie (EU) 2018/1972 und in ihrer Umsetzung das TKG in der „Vertragserklärung“ vorschreiben.
 - d) Die Beklagte enthält dem Verbraucher diese wesentlichen Informationen im Sinne von § 5a Abs. 1 bis Abs. 3 UWG vor, weil sie in ihrem Werbebrief nicht enthalten sind (vgl. zur Anwendung von § 5a Abs. 1 UWG bei einem Vorenthalten einer wesentlichen Information dadurch, dass sie nicht wie vorgeschrieben bereitgestellt wird, auch BGH, Urteil vom 11. Juli 2024 – I ZR 164/23 – nikotinhaltige Liquids [unter B II 1 a und B II 1 c cc]).
 - e) Nach den Umständen benötigt der Verbraucher die ihm vorenthaltenen Informationen, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und ihr Vorenthalten ist geeignet, ihn zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte.
- aa) Diese weiteren in § 5a Abs. 1 Nrn. 1 und 2 UWG umschriebenen Tatbestandsmerkmale sind im Regelfall erfüllt, wenn dem Verbraucher wesentliche Informationen vorenthalten werden, und es obliegt dem Unternehmer aufzuzeigen, dass der Informationserfolg bereits auf anderem Wege erreicht worden ist oder sonst ein Ausnahmefall vorliegt (vgl. BGH, Urteil vom 11. September 2025 – I ZR 14/23 – Bequemer Kauf auf Rechnung II [unter IV 3 c]; Urteil vom 26. Januar 2023 – I ZR 111/22 – Mitgliederstruktur [unter B III 6]; Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 143/19 – Knuspermüsli II [unter B II 3 a]; Urteil vom 2. März 2017 – I ZR 41/16 –

Komplettküchen [unter II 4 e bb und cc]; s.a. Urteil vom 21. Januar 2021 – I ZR 17/18 – Berechtigte Gegenabmahnung [unter II 7 e bb]; Urteil vom 7. März 2019 – I ZR 184/17 – Energieeffizienzklasse III [unter II 3 c bb (2) und (5)]).

bb)Die Beklagte hat keine in diese Richtung weisenden Umstände aufgezeigt.

9. Die von dem Kläger mit Antrag III angegriffene Verwendung der Klausel über die Verpflichtung des Verbrauchers, der Beklagten im Falle einer vorzeitigen Beendigung des Vertrages aus einem von ihm zu vertretenden wichtigen Grund pauschalen Schadenersatz in Höhe der Hälfte der bis zum Ablauf der regulären Laufzeit noch offenen Vergütung zu leisten, die in ihrem Abdruck in der „Vertragszusammenfassung“ zu sehen ist, ist gemäß § 3 Abs. 2 UWG unlauter.

a) Mit seinem Klageantrag III macht der Kläger der Sache nach eine sich aus § 3 Abs. 2 UWG ergebende Unlauterkeit des Verhaltens der Beklagten geltend, das in dem Abdruck der Klausel in den der Werbeaussendung beiliegenden „Vertragszusammenfassung“ liegt.

aa)Einer Prüfung dieses Unlauterkeitstatbestandes steht nicht entgegen, dass der Kläger sein Begehren nicht ausdrücklich auf diese Vorschrift gestützt hat. Die verschiedenen Unlauterkeitstatbestände des UWG stellen nur unterschiedliche rechtliche Gesichtspunkte der dem Gericht obliegenden Bewertung des von der Anspruchssteller zur Entscheidung gestellten einheitlichen Streitgegenstandes dar (vgl. BGH, Urteil vom 2. Juni 2005 – I ZR 252/02 – Aktivierungskosten II [unter II 1 c]; Urteil vom 5. November 2020 – I ZR 234/19 – Zweitmarkt für Lebensversicherungen [unter C I 2 d bb (2)]). Entscheidend ist deshalb, ob der Anspruchssteller die zur Ausfüllung eines vom Gericht für einschlägig gehaltenen Unlauterkeitstatbestands erforderlichen Tatsachen vorgetragen hat, und ob aus seinem Verhalten deutlich wird, dass er den Anspruchsgegner (auch) wegen dieser Tatsachen in Anspruch nehmen möchte (vgl. BGH, Urteil vom 11. Oktober 2017 – I ZR 78/16 – Tiegelgröße [unter II 1 b aa und II 1 b bb (2)]).

Unabhängig davon hat der Kläger § 3 Abs. 2 UWG zwar nicht erwähnt. Er hat sich aber (wenn auch im Zusammenhang mit § 3a UWG) auf das Vorliegen der tatbestandlichen Voraussetzungen dieser Vorschrift berufen.

bb) Der Kern des von dem Kläger mit seinem Antrag III erhobenen Vorwurfs liegt in einem Einsatz der Klausel zur Beeinflussung des Verhaltens der Adressaten der Werbebriefe.

Mit seinem Antrag III greift der Kläger vordergründig die Verwendung einer unwirksamen Klausel über eine von dem Verbraucher zu leistende Schadenersatzpauschale an. Wie seine Klagebegründung zeigt, geschieht dies allerdings weniger, um einen bestimmten, von ihm als klärungsbedürftig erkannten, der (von anderen Telekommunikationsanbietern ebenfalls verwendeten) Klausel an sich anhaftenden Mangel zu rügen, sondern in erster Linie um geltend zu machen, dass die Beklagte die Klausel als Mittel einsetzt, um Verbraucher von der Durchsetzung ihrer Rechte abzuhalten. Hierzu behauptet er, die Beklagte nutze den Abschreckungseffekt der Klausel, um Verbraucher, die zunächst der nach Auffassung des Klägers mit der Verschleierung des Werbezwecks in dem Anschreiben einhergehenden Täuschung erlegen sind und dies bei Gelegenheit der anstehenden Portierung ihrer Rufnummer zu der Beklagten bemerken, davon abzuhalten, der Portierung ihrer Rufnummer zu widersprechen, womit die Beklagte sie dazu veranlasse, doch bei ihr zu verbleiben.

Mit dieser Begründung seines Anspruchs steht in Einklang, dass der Kläger nicht im Verbandsklageverfahren gegen die Beklagte vorgeht, sondern im Wettbewerbsprozess. Aus diesem Grund ist er in diesem Rechtsstreit nicht den Beschränkungen unterworfen, die sich für das Verbandsklageverfahren aus den § 1 und § 2 UKlaG ergeben. Er kann deshalb die Verwendung der von ihm beanstandeten Pauschalierungsklausel nicht nur wegen einer Unwirksamkeit nach den §§ 307 bis 309 BGB angreifen, die im Verbandsklageverfahren nicht – auch nicht mittelbar über § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB – auf die Prüfung der Einbeziehung von Klauseln erstreckt werden könnte (vgl. BGH, Urteil vom 10. Juli 2025 – III ZR 59/24 [unter II 1 a]), sondern umfassender geltend machen, die Klausel sei – aus welchen Gründen auch immer – nicht Vertragsbestandteil geworden und dürfe deshalb von der Beklagten nicht verwendet werden.

Aus dem Gesamtzusammenhang der Klagebegründung und der mit ihr vorgelegten Abmahnung ergibt sich, dass der Kläger mit seiner Klage von dieser für ihn im Wettbewerbsprozess bestehenden Möglichkeit Gebrauch machen, also die Pauschalierungsklausel nicht nur beschränkt im Hinblick

auf eine Unwirksamkeit nach den §§ 307 bis 309 BGB angreifen wollte, sondern umfassend im Hinblick auf ihren Einsatz als Mittel, um die Adressaten der Werbeschreiben unter Ausnutzung der von der Klausel ausgehenden abschreckenden Wirkung dazu zu veranlassen, einen mit ihr auf Basis ihres (laut Abmahnung S. 3 „zielgerichtet“) auf Verschleierung des mit ihrem Angebot einhergehenden Anbieterwechsels angelegten Verhaltens geschlossenen Vertrag nicht rückgängig zu machen.

- b) Gemäß § 3 Abs. 2 UWG sind geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

Diese – bereits oben unter II 6 c bb (1) näher umrissenen – Voraussetzungen des § 3 Abs. 2 UWG sind im Allgemeinen erfüllt, wenn ein Unternehmer gegenüber Verbrauchern nach § 307 Abs. 1 BGB unwirksame Allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet. Ein solches Verhalten widerspricht regelmäßig den Erfordernissen fachlicher Sorgfalt im Sinne von Art. 5 Abs. 2 Buchst. a UGPRL und ist geeignet, die wirtschaftlichen Interessen des Durchschnittsverbrauchers spürbar zu beeinflussen, weil solche Allgemeinen Geschäftsbedingungen trotz ihrer Unwirksamkeit Verbraucher davon abhalten können, berechnete Ansprüche gegen den Verwender geltend zu machen (vgl. BGH, Urteil vom 31. Mai 2012 – I ZR 45/11 [unter III 1 b]; Urteil vom 31. März 2010 – I ZR 34/08 [unter II 2 a]).

Nichts anderes kann gelten, wenn ein Unternehmer gegenüber Verbrauchern Allgemeine Geschäftsbedingungen verwendet, er dabei aber eine Gestaltung wählt, bei der die notwendigen Voraussetzungen für die Einbeziehung dieser Geschäftsbedingungen in den Vertrag nicht erfüllt sind. Ein solches Verhalten widerspricht ebenfalls den Erfordernissen fachlicher Sorgfalt. Es ist gleichermaßen geeignet, die wirtschaftlichen Interessen des Durchschnittsverbrauchers spürbar zu beeinflussen, weil tatsächlich nicht in den Vertrag einbezogene Allgemeine Geschäftsbedingungen Verbraucher gleichwohl davon abhalten können, berechnete Ansprüche gegen den Verwender geltend zu machen.

Entsprechend liegt es bei der von der Beklagten verwandten Klausel über den ihr zustehenden pauschalen Schadensersatz. Ungeachtet der Frage, ob die

Klausel wirksam ist und in von der Beklagten geschlossene Verträge mit Verbrauchern einbezogen worden ist, kann ihr Abdruck in der „Vertragszusammenfassung“ den Verbraucher davon abhalten, sich unberechtigten Ansprüchen der Beklagten auf Zahlung von Schadensersatz zu widersetzen. Überdies kann der Abdruck der Klausel in der „Vertragszusammenfassung“ Verbraucher – wie der Kläger geltend macht – davor zurückschrecken lassen, sich von einem mit der Beklagten geschlossenen Vertrag wieder zu lösen, nachdem sie erkannt haben, dass die Werbeaktion der Beklagten auf einen Anbieterwechsel hinausläuft und sie einen solchen nicht wollen.

c) Die Verwendung der angegriffenen Klausel ist in dem beschriebenen Sinne unlauter.

aa) Die Klausel ist – wie gerade aufgezeigt – geeignet, das wirtschaftliche Verhalten von Verbrauchern zu beeinflussen, weil diese sich mit Blick auf die von ihnen laut der in der „Vertragszusammenfassung“ abgedruckten Klausel geschuldeten Schadenspauschale geneigt sehen könnten, an einem mit der Beklagten geschlossenen Vertrag festzuhalten, und zwar unabhängig davon, ob die Klausel wirksam ist und ob die von der Beklagten gewählte Gestaltung die Voraussetzungen für eine Einbeziehung der Klausel in mit der Beklagten geschlossene Verträge erfüllt.

bb) Außerdem widerspricht die Beklagte mit dem Abdruck der Klausel in der „Vertragszusammenfassung“ den Erfordernissen fachlicher Sorgfalt. Die Klausel ist nach dem eigenen Vortrag der Beklagten unwirksam, weil sie intransparent ist (dazu cc). Unabhängig davon ist sie nicht wirksam in von Verbrauchern mit der Beklagten auf der Grundlage ihrer Werbeaussendung geschlossene Verträge einbezogen worden (dazu dd).

cc) Nach dem Vortrag der Beklagten, den der Kläger aufgegriffen hat, verstößt die von ihr verwendete Klausel gegen das Transparenzgebot und ist deshalb gemäß § 307 Abs. 1 S. 2 in Verbindung mit Abs. 1 S. 1 BGB unwirksam.

(1) Einer Überprüfung der Klausel anhand des Transparenzgebots steht nicht entgegen, dass sich der Kläger auf diesen Gesichtspunkt nicht gestützt, sondern die von ihm angenommene Unwirksamkeit der Klausel mit anderen Erwägungen begründet hat. Die Dispositionsbefugnis des Anspruchstellers erstreckt sich – von hier nicht einschlägigen

Ausnahmen abgesehen – nicht auf die dem Gericht obliegende rechtliche Überprüfung. Dass gilt auch, wenn der Anspruchsteller die Unwirksamkeit von Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen geltend macht (vgl. BGH, Urteil vom 10. Juli 2025 – III ZR 59/24 [unter II 1 b]).

- (2) Sich aus § 307 Abs. 3 S. 1 BGB ergebende Beschränkungen der Inhaltskontrolle von Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für eine Überprüfung anhand des Transparenzgebots nicht, § 307 Abs. 3 S. 2 BGB.
- (3) Der danach eröffneten Inhaltskontrolle nach § 307 Abs. 1 S. 2 in Verbindung mit Abs. 1 S. 1 BGB hält die Klausel nicht stand.
 - (a) Gemäß § 307 Abs. 1 S. 2 BGB kann sich eine unangemessene Benachteiligung des Vertragspartners im Sinne des § 307 Abs. 1 S. 1 BGB auch daraus ergeben, dass eine Bestimmung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht klar und verständlich ist. Der Verwender Allgemeiner Geschäftsbedingungen ist nach den Grundsätzen von Treu und Glauben verpflichtet, Rechte und Pflichten seiner Vertragspartner möglichst klar und durchschaubar darzustellen sowie wirtschaftliche Nachteile und Belastungen so weit erkennen zu lassen, wie dies nach den Umständen gefordert werden kann; dabei ist auf die Erwartungen und Erkenntnismöglichkeiten eines durchschnittlichen Vertragspartners des Verwenders im Zeitpunkt des Vertragsschlusses abzustellen (vgl. BGH, Urteil vom 7. April 2022 – I ZR 212/20 [unter B I 5 c bb (2)]). Bereits die Fassung einer Klausel muss der Gefahr vorbeugen, den Vertragspartner von der Durchsetzung bestehender Rechte abzuhalten; die Verwendung einer Klausel, die die Rechtslage unzutreffend oder missverständlich darstellt und auf diese Weise dem Verwender die Möglichkeit eröffnet, begründete Ansprüche unter Hinweis auf die Klauselgestaltung abzuwehren, benachteiligt den Vertragspartner entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen (vgl. BGH, Urteil vom 8. Oktober 2015 – I ZR 136/14 – Allgemeine Marktnachfrage [unter B I 2 b]).

(b) Die von der Beklagten verwendete Klausel ist unklar, weil sie die Rechtslage zumindest missverständlich darstellt. Die Beklagte hat zur Verteidigung der Klausel angeführt, sie wiederhole nur, was gemäß § 326 Abs. 2 BGB ohnehin gelte. Damit hat sich die Beklagte darauf berufen, dass in der Klausel (im Gegensatz zu ihrem Wortlaut) keine Pauschalierung eines ihr im Falle einer von ihr ausgesprochenen Kündigung zustehenden Schadensersatzanspruchs geregelt sei, sondern die Höhe ihres vertraglichen Vergütungsanspruchs für den Fall, dass ihre vertragliche Leistungspflicht gemäß § 275 BGB ausgeschlossen ist. Diesen, von der Beklagten selbst ihrer Klausel zugeschriebenen Regelungsgehalt kann der Verbraucher ob ihres in eine andere Richtung weisenden Wortlauts nicht erkennen. Außerdem wird dem Verbraucher verschleiert, dass – entgegen dem Wortlaut der Klausel – ein der Beklagten für den Fall der außerordentlichen Kündigung des Vertrages gemäß §§ 626, 628 Abs. 2 BGB zustehender Schadensersatzanspruch nicht wie pauschaliert ist, sondern die Beklagte ihren Schaden konkret darlegen müsste.

dd) Unabhängig davon ist die Klausel bei der von der Beklagten gewählten Gestaltung der Werbesendung nicht in mit ihr auf Grundlage dieser Werbesendung geschlossene Verträge einbezogen worden.

(1) Die Voraussetzungen einer Einbeziehung der Klausel als Teil der von der Beklagten in ihrer Internetpräsenz hinterlegten Allgemeinen Geschäftsbedingungen liegen nicht vor.

Insoweit ist schon nicht festzustellen, dass die Klausel überhaupt in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten ist.

Unabhängig davon fehlt in den mit dem Werbebrief versandten Unterlagen ein Hinweis auf diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen der geeignet wäre, gemäß § 305 Abs. 2 BGB zu ihrer Einbeziehung zu führen. Der auf dem vorbereiteten Auftragsformular enthaltene Hinweis – „Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (abrufbar über www.1n.de/agb)“ – ist hierzu jedenfalls deshalb ungeeignet, weil es sich bei ihm (nach den in einem von einer anderen Verbraucherzentrale gegen die Beklagte geführten Verbandsklageverfahren getroffenen

Feststellungen) um eine gemäß § 307 Abs. 1 S. 2 in Verbindung mit S. 1 BGB unwirksame Klausel handelt (vgl. BGH, Urteil vom 10. Juli 2025 – III ZR 59/24 [unter II 2 b und c]).

- (2) Der Abdruck der Klausel in der dem Werbeschreiben beigefügten „Vertragszusammenfassung“ kann für sich gesehen von vorneherein nicht zu einer Einbeziehung der Klausel in einen auf der Grundlage des Werbeschreibens geschlossenen Vertrag führen.
- (a) Bei der „Vertragszusammenfassung“ handelt es sich – wie unter II 7 dargestellt – um eine vorgeschriebene formalisierte Information, die dazu dient, die Hauptelemente des von dem Anbieter öffentlich zugänglicher elektronischer Kommunikationsdienste angebotenen Vertrages zusammenzufassen. Sie ist dem Verbraucher unter Verwendung des Musters in der Durchführungsverordnung (EU) 2019/2243 der Kommission vom 17. Dezember 2019 zur Festlegung eines Musters für die Vertragszusammenfassung zur Verfügung zu stellen. Nach den Erwägungsgründen 14 und 15 dieser Durchführungsverordnung und den Ausfüllhinweisen in Teil B zu den Abschnitten „Preis“ und „Laufzeit, Verlängerung und Kündigung“ bestehen die in die „Vertragszusammenfassung“ aufzunehmenden Preisangaben aus Aktivierungsentgelten, wiederkehrenden und verbrauchsabhängigen Entgelten wie den Preisen pro Abrechnungszeitraum und pro Monat – um einen Vergleich zu ermöglichen – sowie Preisnachlässen und etwaigen Gerätepreisen. Nicht zu den Preisangaben zählen Angaben über Entgelte für eine vorzeitige Kündigung, die in den Abschnitt „Laufzeit, Verlängerung und Kündigung“ aufzunehmen sind.
- (b) Angesichts dessen ist bereits fraglich, ob die Aufnahme einer Klausel in die „Vertragszusammenfassung“ überhaupt geeignet ist, sie gemäß § 305 Abs. 2 BGB zum Bestandteil des Vertrages zu machen. Die „Vertragszusammenfassung“ dient – was dem Verbraucher bereits durch die Überschrift signalisiert wird – nicht dazu, Rechte und Pflichten der Beteiligten festzulegen, sondern soll dem Verbraucher nur einen Überblick über die Hauptbestandteile der andernorts dokumentierten Vereinbarung verschaffen.

- (c) Jedenfalls verstößt die Klausel aufgrund ihrer Stellung in der „Vertragszusammenfassung“ gegen das Überraschungsverbot des § 305c Abs. 1 BGB und wird deshalb nicht Vertragsbestandteil.

Gemäß § 305c Abs. 1 BGB werden solche Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht Vertragsbestandteil, die nach den Umständen, insbesondere nach dem äußeren Erscheinungsbild des Vertrages, so ungewöhnlich sind, dass der Vertragspartner des Verwenders mit ihnen nicht zu rechnen braucht. Die Erwartungen des Vertragspartners werden von allgemeinen und individuellen Begleitumständen des Vertragsschlusses bestimmt, zu denen einerseits der Grad der Abweichung vom dispositiven Gesetzesrecht und die für den Geschäftskreis übliche Gestaltung zählen und andererseits der Gang und der Inhalt der Vertragsverhandlungen sowie der äußere Zuschnitt des Vertrages (vgl. etwa BGH, Urteil vom 28. Mai 2014 – VIII ZR 179/13 [unter II A 1 a bb]; Urteil vom 26. Februar 2013 – XI ZR 417/11 [unter II 4 a]; Urteil vom 11. Dezember 2003 – III ZR 118/03 [unter II 2 d aa]). Dabei kann sich ein Überraschungseffekt auch aus der Stellung einer Klausel im Gesamtwerk von Allgemeinen Geschäftsbedingungen ergeben. Zwar kommt es regelmäßig nicht darauf an, an welcher Stelle des Klauselwerks eine Klausel steht, weil alle Bestimmungen grundsätzlich gleich bedeutsam sind und nicht durch die Platzierung einer Vorschrift im Klauselwerk auf deren Bedeutung geschlossen werden kann; überraschend ist eine Klausel aber dann, wenn sie in einem systematischen Zusammenhang steht, in dem der Vertragspartner sie nicht zu erwarten brauchte (vgl. BGH, Urteil vom 21. Juli 2010 – XII ZR 189/08 [unter II 2 b aa]).

Durch ihren Abdruck in der Vertragszusammenfassung wird die Klausel in einen Zusammenhang gestellt, in dem der Verbraucher sie nicht zu erwarten brauchte. Das gilt schon deshalb, weil er aufgrund der von ihm aus der Überschrift der „Vertragszusammenfassung“ erkennbaren Funktion dieses Dokuments nicht erwartet, dass darin überhaupt Willenserklärungen des Telekommunikationsdiensteanbieters enthalten sind.

Hinzu kommt, dass der Abdruck der Klausel in dem Abschnitt „Preis“ in der „Vertragszusammenfassung“ deshalb für den Verbraucher überraschend ist, weil die in ihr enthaltenen Angaben nach den oben dargestellten, bei der Verwendung des Musters zu beachtenden Vorgaben wenn überhaupt dann jedenfalls nicht an dieser Stelle in die „Vertragszusammenfassung“ aufzunehmen sind.

10. Die Beklagte hat mit ihrem Verhalten (wie von dem Kläger mit Antrag IV beanstandet) die Pflicht verletzt, dem jeweiligen Adressaten ihrer Werbeschreiben wie in Art. 12 Abs. 1 S. 1 und S. 2 sowie Abs. 5 S. 1 DSGVO die in Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 Buchst. a bis c, e und f DSGVO genannten Informationen zu erteilen.

a) In den von der Beklagten massenhaft versandten Werbeschreiben, von denen der Kläger eines exemplarisch als Anlage K 2 vorgelegt hat, sind diese Informationen nicht enthalten. Sie den Adressaten dieser Schreiben bereits zu einem früheren Zeitpunkt mitgeteilt zu haben, macht die Beklagte selbst nicht geltend. Damit hat die Beklagte – wie bereits oben unter II 5 c bb (1) festgestellt – die ihr gemäß Art. 12 Abs. 1 S. 1, 14 Abs. 3 Buchst. b DSGVO obliegende Pflicht verletzt, dem Adressaten des Anschreibens spätestens mit diesem Schreiben die in Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 Buchst. a bis c, e und f DSGVO genannten Informationen präzise, transparent, verständlich und leicht zugänglich zu erteilen.

b) Diesen Verstoß hat der Kläger mit seinem Klageantrag IV angegriffen.

aa) Es ist unschädlich, dass der Kläger im Rahmen seiner Klagebegründung teils auf den in Zeitz ansässigen Verbraucher (so S. 6 der Klageschrift), und teils auf den in Teuchern ansässigen Verbraucher (so S. 10 unten/S. 11 oben der Klageschrift) verwiesen hat und in seinem Klageantrag einerseits auf das an den in Zeitz ansässigen Verbraucher gerichtete, als Anlage K 2 vorgelegte Schreiben Bezug genommen und andererseits den in Teuchern ansässigen Verbraucher namentlich benannt hat.

Die Beklagte hat gegenüber beiden Verbrauchern dasselbe Verhalten an den Tag gelegt. Mit beiden Verbrauchern ist sie erstmals mit einem der von ihr massenhaft versandten Werbeschreiben in Kontakt getreten. Von diesen Schreiben hat der Kläger das an den in Zeitz ansässigen Verbraucher gerichtete Anschreiben mit Anlagen (soweit für ihn verfügbar) exemplarisch als Anlage K 2 vorgelegt, und aus S. 8 bis 10 der von ihm vorgelegten

Anlage K 3 ergibt sich, dass der in Teuchern ansässige Verbraucher eine Briefsendung erhalten hat, die (bis auf die persönlichen Daten) mit dem als Anlage K 2 vorgelegten Anschreiben nebst Anlagen vollständig identisch war. Mithin hat der Kläger anhand von zwei Fällen exemplarisch aufgezeigt, dass die Beklagte mit ihrer Werbeaussendung gegen Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 Buchst. a bis c, e und f, Abs. 3 Buchst. b DSGVO verstoßen hat, und dieser Verstoß ist Gegenstand seines Klageantrags IV.

Überdies ist die von dem Kläger ausgesprochene Abmahnung in die Auslegung seines Klagebegehrens einzubeziehen. Die Beklagte hat den Erhalt der Abmahnung nicht in Abrede gestellt und dem Gericht lag sie vor, weil der Kläger sie der Klageschrift als Anlage beigefügt hat. Die Klage, in der auf die Abmahnung Bezug genommen wird, dient ausweislich ihrer Begründung dazu, die in der Abmahnung erhobenen Ansprüche gerichtlich durchzusetzen. In der Abmahnung wird zur Begründung des in der Klage mit Antrag IV weiterverfolgten datenschutzrechtlichen Verstoßes allein auf den Fall des in Teuchern ansässigen Verbrauchers abgestellt, während der in Teuchern ansässige Verbraucher in diesem Zusammenhang nicht genannt wird. Vor diesem Hintergrund ist die Passage und d) auf S. 6 der Klageschrift nicht dahin zu verstehen, dass der Kläger sich insoweit nun nicht mehr auf das Verhalten gegenüber dem in Teuchern ansässigen Verbraucher stützen möchte, sondern dahin, dass er sich insoweit zusätzlich auch auf das Schreiben an den in Teuchern ansässigen Verbraucher beruft.

bb) Der Feststellung des Rechtsverstoßes der Beklagten (und in der Folge außerdem der Stattgabe des auf diesen Rechtsverstoß gestützten Klageantrags) steht ferner nicht entgegen, dass der Kläger in seinem Klageantrag statt des Wortes „nicht“ die Wendung „nicht innerhalb einer angemessenen Frist, spätestens innerhalb eines Monats“ aufgenommen hat.

Der Kläger ist bei der Abfassung seiner Rechtsausführungen auf S. 11 oben der Klageschrift („Weder im irreführenden Schreiben nach Anlage K 2 noch in der im Anschluss geführten Korrespondenz noch durch sonstige Schreiben oder E-Mails wurde der [in Teuchern ansässige Verbraucher] über die Erhebung, Verarbeitung und Umfang der personenbezogenen Daten informiert“) und bei der Formulierung seines Klageantrags möglicherweise davon ausgegangen, die Beklagte hätte die in dem

Schreiben fehlenden Informationen noch innerhalb eines Monats nach Versand ihres Werbeschreibens nachreichen können. Auf dieser Grundlage könnte er entweder gemeint haben, der Verstoß gegen Art. 14 DSGVO sei erst nach Ausbleiben einer innerhalb dieser Frist hinterhergeschobenen Information vollendet, oder der Verstoß könne durch Nachreichen der Informationen innerhalb dieser Frist wieder ausgeräumt werden. Möglicherweise wollte der Kläger mit seinem Verweis auf in der nachgelagerten Korrespondenz ausbleibende Informationen auf S. 11 oben der Klageschrift aber auch nur lediglich auf weitere Verstöße der Beklagten gegen Art. 14 Abs. 1 bis Abs. 3 DSGVO hinweisen. Schließlich erscheint denkbar, dass die Ausführungen zu der fehlenden nachträglichen Information des Adressaten (auch oder stattdessen) auf einer teilweisen Vermengung des Geschehens mit dem in Klageantrag V angegriffenen Verhalten beruhen, das speziell in dem Unterlassen des Nachreichens von Informationen liegt.

Letztlich kommt es auf die subjektiven Vorstellungen des Klägers (und damit die Einzelheiten von ihm möglicherweise angestellter rechtlicher Erwägungen oder ihm bei der Formulierung von Klagebegründung und Klageanträgen etwa unterlaufener Ungenauigkeiten bei der Abgrenzung der Anträge IV und V) jedoch ebenso wenig entscheidend an wie auf den Wortlaut des Klageantrags IV und die tatsächlichen Interessen des Klägers. Bei der Auslegung von Prozesshandlungen ist nicht an deren buchstäblichem Sinn zu haften, sondern der wirkliche Wille der Partei zu erforschen, wobei – was sich bereits daraus ergibt, dass das Prozessrecht das materielle Recht verwirklichen und nicht dessen Durchsetzung vermeidbar hindern soll – der Grundsatz zu beachten ist, dass im Zweifel dasjenige gewollt ist, was nach den Maßstäben der Rechtsordnung vernünftig ist und der wohlverstandenen Interessenlage entspricht, so wie letztere sich aus den im Zeitpunkt der Erklärung äußerlich für Gericht und Gegner erkennbar in Erscheinung tretenden Umständen, zu denen namentlich die Klagebegründung zählt, ersehen lässt (vgl. etwa BGH, Urteil vom 21. Oktober 2025 – EnZR 97/23 – Operative Gründe [unter III 1 a bb (1)]; Beschluss vom 4. Februar 2021 – I ZR 79/20 [unter III 2 a]; Urteil vom 21. März 2018 – VIII ZR 68/17 [unter II 2 b cc]; Urteil vom 28. April 2016 – I ZR 254/14 – Kinderstube [unter B III 1 a]; Beschluss vom 20. Januar 2016 – I ZB 102/14 – Erledigungserklärung nach Gesetzesänderung [unter III 1 b

aa]; Beschluss vom 19. November 2009 – XI ZB 15/09 [unter II 1 b aa]; Urteil vom 2. Juli 2004 – V ZR 290/03 [unter II 1 a]).

Maßgeblich ist danach zunächst, dass der Kläger im Rahmen seiner Begründung des Klageantrags IV zuvorderst das Fehlen der Informationen in dem als Anlage K 2 vorgelegten Schreiben selbst angegriffen hat. Allein damit hat er schlüssig einen Verstoß der Beklagten gegen geltendes Datenschutzrecht vorgetragen. Außerdem ist zu berücksichtigen, dass der Kläger mit seinem Klageantrag V bemängelt hat, dass die Beklagte die in dem Schreiben fehlenden Informationen später nicht nachgeliefert hat.

Unter diesen Gegebenheiten können die eben wiedergegebenen Rechtsausführungen des Klägers auf S. 11 oben der Klageschrift, mit denen weitere Tatsachen vorgetragen werden und die sich bereits in der Abmahnung finden, nicht dahin verstanden werden, dass der Kläger die weitere Korrespondenz mit dem in Teuchern ansässigen Verbraucher deshalb herangezogen hat, um (erst) damit (also mit der unterbliebenen Nachholung der Bereitstellung der in dem ersten Schreiben fehlenden Informationen) den Verstoß der Beklagten gegen Art. 14 Abs. 1 bis Abs. 3 DSGVO zu begründen. Eine solche Sichtweise würde zunächst ausblenden, dass die auf S. 11 oben der Klageschrift (wie bereits zuvor in der Abmahnung) zu findende Bemerkung, die Beklagte habe auch in der weiteren von ihr mit dem in Teuchern ansässigen Verbraucher geführten Korrespondenz keine datenschutzrechtlichen Hinweise erteilt, schon für sich betrachtet als Verweis auf weitere (nach dem Versand des Anschreibens) von der Beklagten begangene datenschutzrechtliche Verstöße betrachtet werden könnte. Vor allem aber würde sie dem Kläger den Willen unterstellen, den von ihm allein mit dem Verweis auf den Inhalt des Anschreibens schlüssig dargelegten Verstoß der Beklagten gegen Datenschutzrecht nicht in vollem Umfang verfolgen zu wollen, sondern der Beklagten eine – insoweit von der DSGVO nicht vorgesehene – Karenzfrist für eine Nachlieferung der geschuldeten Informationen zuzugestehen. Davon aber könnte – da ein Anspruchssteller, der einen Wettbewerbsverstoß aufgedeckt hat und nun den daraus ihm entstandenen gesetzlichen Unterlassungsanspruch geltend macht, diesen Anspruch im Allgemeinen im vollen Umfang der durch den Verstoß begründeten Wiederholungsgefahr wird verfolgen und auf seinen Anspruch nicht teilweise

wird verzichten wollen – nur ausgegangen werden, wenn sich entweder in der Begründung, die der einen gesetzlichen Unterlassungsanspruch verfolgende Anspruchssteller für das von ihm verfolgte Rechtsschutzbegehren gegeben hat, deutliche Hinweise auf seinen Willen zu einem teilweisen Anspruchsverzicht finden, oder aber seine Begründung erkennen lässt, dass der Anspruchssteller die Reichweite seines Anspruchs fehlerhaft zu gering bemessen hat und sein Antrag deshalb hinter dem gesetzlichen Anspruch zurückbleibt. So liegt es jedoch nicht. Anzeichen für die Annahme, der Kläger habe bewusst auf einen Teil seines gesetzlichen Unterlassungsanspruchs verzichten wollen, sind weder seiner Abmahnung noch seiner Klagebegründung zu entnehmen. Ebenso kann weder der Klagebegründung noch der Abmahnung entnommen werden, dass der Kläger den Regelungsgehalt der einschlägigen Vorschrift (Art. 14 Abs. 3 Buchst. b DSGVO) verkannt und gemeint hat, die Beklagte habe von sich aus in dem Werbeschreiben fehlende Hinweise innerhalb eines Monats nachliefern dürfen.

11. In dem mit Antrag IV angegriffenen Verhalten – also dem Versand der Werbeschreiben, in denen die gemäß Art. 12 Abs. 1 S. 1 und S. 2 sowie Abs. 5 S. 1 DSGVO zu erteilenden, in Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 Buchst. a bis c, e und f DSGVO genannten Informationen nicht enthalten waren, liegt zugleich ein Verstoß gegen das lauterkeitsrechtliche Vorenthaltnungsverbot, weshalb das Verhalten gemäß §§ 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG in Verbindung mit den gerade genannten Vorschriften der DSGVO unlauter ist.

- a) Einer Prüfung der Lauterkeit der inhaltlich gegen die genannten Vorschriften der DSGVO verstoßenden Geschäftspraxis anhand des die UGPRL in nationales Recht umsetzenden UWG – und damit unter anderem anhand von § 5a UWG – stehen Art. 3 Abs. 4 UGPRL und die diese Regelung gleichlaufend in nationales Recht umsetzende Vorschrift des § 1 Abs. 2 UWG nicht entgegen. Das ergibt sich aus den Ausführungen oben unter II 6 b cc.
- b) Nach § 5a Abs. 1 UWG handelt unlauter, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, die dieser nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (Nr. 1), und deren Vorenthalten geeignet ist, ihn zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (Nr. 2). Dabei gelten gemäß § 5b Abs. 4 UWG unter

anderem solche Informationen als wesentlich, die dem Verbraucher auf Grund unionsrechtlicher Verordnungen für kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen.

- c) Die – oben unter II 8 a bb (1) (a) bereits aufgezeigten – Voraussetzungen für das Eingreifen der Vermutungsregel des § 5b Abs. 4 UWG sind mit Blick auf die nach Art. 12 Abs. 1 S. 1 und S. 2 sowie Abs. 5 S. 1 DSGVO zu erteilenden, in Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 Buchst. a bis c, e und f DSGVO genannten Informationen erfüllt.

Die in den genannten Vorschriften der DSGVO aufgestellten Informationspflichten gegenüber Adressaten eines Werbebriefs, deren personenbezogene Daten für diese Briefwerbung verarbeitet worden sind, sind – wie oben unter 5 c bb (1) festgehalten – spätestens mit dem Versand des Werbebriefs zu erfüllen, mithin im Rahmen der auf die Förderung ihres Produktabsatzes gerichteten gewerblichen Tätigkeit der Beklagten. Damit fallen sie unter den Begriff der kommerziellen Kommunikation.

Die Informationsanforderungen sind im Unionsrecht festgelegt.

Auf den Umstand, dass Vorschriften der DSGVO in der Liste nach Anhang II der UGPRL nicht enthalten sind, kommt es – wie bereits unter II 8 a bb (1) (a) festgehalten – nicht an.

- d) Die Beklagte enthält dem Verbraucher diese wesentlichen Informationen im Sinne von § 5a Abs. 1 bis Abs. 3 UWG vor, weil sie in ihrem Werbebrief nicht enthalten sind.
- e) Die weiteren in § 5a Abs. 1 UWG genannten Voraussetzungen liegen ebenfalls vor.

aa) Nach den Umständen benötigt der Verbraucher die ihm vorenthaltenen Informationen, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen.

- (1) Eine „geschäftliche Entscheidung“ ist gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG jede Entscheidung eines Verbrauchers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er ein Geschäft abschließen, Pflichten wahrnehmen oder Rechte ausüben will, unabhängig davon, ob er sich entschließt, tätig zu werden. Unter diesen weit zu verstehenden Begriff (vgl. auch Art. 2 lit. k UGPRL) fallen nicht nur abschließende Entscheidungen etwa über den

Erwerb oder Nichterwerb eines Produkts, sondern auch damit zusammenhängende (vorgelagerte) Entscheidungen über vorbereitende Handlungen, die zum Ziel haben, sich mit angebotenen Produkten näher zu beschäftigen (vgl. EuGH, Urteil vom 19. Dezember 2013 – C-281/12, Trento Sviluppo srl u.a. / Autorità Garante delle Concorrenza e del Mercato [Rn. 35 ff.]; BGH, Urteil vom 9. September 2021 – I ZR 90/20 – Influencer I [unter B II 2 b dd (2)]).

- (2) Für eine solche geschäftliche Entscheidung benötigt der Verbraucher die ihm von der Beklagten vorenthaltenen Informationen.

Die in Art. 12 Abs. 1 S. 1 und S. 2 sowie Abs. 5 S. 1 in Verbindung mit Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 DSGVO geregelten Informationspflichten dienen unter anderem dazu, der betroffenen Person Kenntnis über die Datenverarbeitung zu verschaffen und sie in die Lage zu versetzen, ihre Rechtmäßigkeit prüfen und eine Entscheidung über die Ausübung ihrer nach Artt. 15 ff. DSGVO zustehender Rechte treffen zu können. Handelt es sich bei der betroffenen Person um einen Verbraucher und ist die Datenverarbeitung Bestandteil einer an ihn gerichteten Werbung, weisen die Entscheidungen, für die durch die vorgeschriebene Information eine Grundlage geschaffen werden soll, einen Marktbezug auf. Sie betreffen das weitere Handeln des Verbrauchers im Rahmen des mit der Werbung angebahnten Geschäftskontakts und damit die Bedingungen, unter denen er sich entscheidet, ob er sich dem beworbenen Angebot näher zuwendet.

- bb) Das Vorenthalten der Informationen ist geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Die Beklagte hat – was ihr, wie unter II 8 e aa ausgeführt, obliegen hätte – keine Umstände aufgezeigt aus denen sich ergeben könnte, dass dies ausnahmsweise nicht der Fall ist.

12. Die Beklagte hat (wie von dem Kläger mit Antrag V beanstandet) das an sie herangetragene Auskunftsverlangen bezüglich der Verarbeitung der Daten des in Teuchern ansässigen Verbrauchers missachtet und damit gegen Artt. 12 Abs. 3, 15 Abs. 1 DSGVO verstoßen.

- a) Zur Feststellung dieses Verstoßes bedarf es keiner Aufklärung darüber, ob der Kläger das von ihm im Nachdruck als Anlage K 3 vorgelegte, auf den 8. August

2023 datierte Schreiben wie behauptet per Post und zusätzlich – dies an zwei unterschiedliche Adressen – per Email an die Beklagte abgesandt hat und ob die Beklagte das Schreiben jedenfalls auf einem dieser Wege erhalten hat. Ebenso ist nicht erheblich, ob diesem Schreiben gegebenenfalls eine Vollmacht des in Teuchern ansässigen Verbrauchers beilag.

Die Beklagte hat das Schreiben des Klägers mit dem Auskunftsverlangen jedenfalls als Anlage 3 zu der Abmahnung des Klägers erhalten. Deren Erhalt hat die Beklagte nicht in Abrede gestellt. Zwar ist in der Abmahnung kein erneutes Auskunftsverlangen enthalten. Das in dem Schreiben vom 8. August 2023 geäußerte Auskunftsverlangen wird aber in der Abmahnung – durch Fettdruck hervorgehoben – zitiert und damit zugleich der Sache nach wiederholt. Einer Fristsetzung für die Erteilung der Auskunft (wie für die verlangte Abgabe einer Unterlassungserklärung) bedurfte es nicht, weil die der Beklagten zur Verfügung stehende Bearbeitungszeit bereits in Art. 12 Abs. 3 DSGVO festgelegt ist. Da für die Beklagte auf der Hand lag, dass das Auskunftsverlangen bislang unbeantwortet war und auch sonst kein Grund ersichtlich war, weshalb es sich erledigt haben könnte, hätte die Beklagte (sollte sie das Aufforderungsschreiben des Klägers tatsächlich nicht erhalten haben) nunmehr auf den Erhalt der Abmahnung hin spätestens innerhalb von einem Monat entweder gemäß Art. 12 Abs. 3 S. 1 DSGVO die erbetenen Auskünfte erteilen oder aber gemäß Art. 12 Abs. 1 S. 3 DSGVO über eine Verlängerung der Frist und die hierfür bestehenden Gründe unterrichten müssen. Das ist unterblieben.

- b) Entgegen der Auffassung der Beklagten ist der Antrag nicht mit Blick auf Art. 12 Abs. 3 S. 2 DSGVO unschlüssig. Die Beklagte blendet aus, dass der Verantwortliche sich gemäß Art. 12 Abs. 3 DSGVO in jedem Fall innerhalb eines Monats nach Eingang des Antrags zurückzumelden hat, sei es gemäß Art. 12 Abs. 3 S. 1 DSGVO, um die Informationen zu übermitteln, sei es gemäß Art. 12 Abs. 3 S. 3 DSGVO, um die betroffene Person über die Fristverlängerung zusammen mit den Gründen für die Verzögerung zu unterrichten. Überdies hat die Beklagte weder dargelegt, ob und welche Gründe für die Verzögerung überhaupt vorlagen, noch dass deshalb eine Verlängerung der Frist im Sinne von Art. 12 Abs. 3 S. 2 DSGVO erforderlich war. Schließlich hat die Beklagte selbst nicht vorgetragen, die Informationen innerhalb der verlängerten Frist übermittelt zu haben.

13. Die mit Antrag V angegriffene, gegen Artt. 12 Abs. 3, 15 Abs. 1 DSGVO verstoßende Untätigkeit der Beklagten auf das an sie herangetragene Auskunftsverlangen hin ist zugleich unlauter, und zwar gemäß § 5a Abs. 1 UWG (im Ergebnis ebenso für eine verspätete Auskunftserteilung, aber gestützt auf § 3a UWG, LG Düsseldorf, Urteil vom 15. März 2024 – 34 O 41/23, GRUR-RS 2024, 6112 [unter III 3 und 4]; zustimmend Matutis, GRUR-Prax 2024, 357).

- a) Zur Vermeidung von Wiederholungen wird zunächst auf die Ausführungen oben unter II 11 a und b verwiesen.
- b) Indem die Beklagte auf das an sie herangetragene Auskunftersuchen hin untätig geblieben ist und auf diese Weise – wie unter I 3 a bb und I 3 b festgestellt – geschäftlich gehandelt hat, hat sie dem Verbraucher, in dessen Namen das Auskunftersuchen gestellt worden ist, die erbetenen Informationen im Sinne von § 5a Abs. 1 UWG vorenthalten.
- c) Die vorenthaltenen Informationen sind wesentlich.

Das folgt für die hier zu beurteilende Konstellation allerdings nicht bereits aus der Vermutungsregel des § 5b Abs. 4 UWG. Sie gilt, wie oben unter sowie II 8 a bb (1) (a) ausgeführt, nur für Informationen, die im Rahmen der auf die Förderung des Produktabsatzes gerichteten gewerblichen Tätigkeit – also vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers – zu erteilen sind. Diese Phase der Tätigkeit der Beklagten war bereits beendet, als das Auskunftsverlangen an sie herangetragen wurde. Der in Teuchern ansässige Verbraucher, auf den es sich bezog, hatte bereits eine Vertragserklärung gegenüber der Beklagten abgegeben.

Die Wesentlichkeit der Informationen ergibt sich jedoch aus den allgemeinen, zu § 5a Abs. 1 entwickelten Grundsätzen (vgl. dazu BGH, Urteil vom 27. März 2025 – I ZR 186/17 – App-Zentrum III [unter B II 1 c cc (2) (b)]). Insoweit kann indiziell berücksichtigt werden, dass die Art. 15 Abs. 1 DSGVO genannten, von der Beklagten vorenthaltenen Informationen teilweise mit denjenigen Informationen übereinstimmen, die sie gemäß Art. 14 Abs. 1 und Abs. 2 DSGVO vor der Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers hätte übermitteln müssen und die gemäß § 5b Abs. 4 UWG als wesentlich gelten. Diese Eigenschaft haben sie nicht dadurch verloren, dass die Beklagte ihrer anfänglichen Informationspflicht nicht nachgekommen ist und die Informationen nun nachträglich angefordert werden mussten.

Dieser Beurteilung steht nicht entgegen, dass die nachgeforderten Informationen nun nicht mehr bei der geschäftlichen Entscheidung darüber, ob und unter welchen Bedingungen der Verbraucher dem beworbenen Angebot nähertreten möchte, berücksichtigt werden konnten, weil der Verbraucher bereits eine Vertragserklärung gegenüber der Beklagten abgegeben hatte. Eine geschäftliche Entscheidung ist gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG auch diejenige des Verbrauchers darüber, ob, wie und unter welchen Bedingungen er eine Dienstleistung weiter in Anspruch oder ein ihm im Zusammenhang mit dem Dienstleistungsbezug zustehendes Recht ausüben möchte. Für diese Entscheidung sind die in Art. 15 Abs. 1 DSGVO genannten Informationen, über die die Beklagte verfügt, von Bedeutung, weil erst sie es dem Verbraucher ermöglichen, informationsgeleitet über die Ausübung der ihm gemäß Art. 16 ff. DSGVO zustehenden Rechte zu entscheiden und auf diese Weise die Bedingungen für die weitere Durchführung des von ihm mit der Beklagten geschlossenen Vertrages und die Gestaltung des Geschäftskontaktes an sich zu gestalten (vgl. LG Düsseldorf, Urteil vom 15. März 2024 – 34 O 41/23, GRUR-RS 2024, 6112 [unter III 4]; s.a. Becker, WRP 2025, 1522 [1528]).

- d) Aus den vorstehenden und den oben unter II 11 e angestellten Erwägungen ergibt sich, dass der Verbraucher die ihm vorenthaltenen Informationen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung treffen zu können, und das Vorenthalten der Informationen geeignet ist, ihn zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte.

14. Die weiteren Voraussetzungen der mit den Anträgen I bis V verfolgten, jeweils auf Wiederholungsgefahr gestützten wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsansprüche liegen ebenfalls vor.

- a) Die angegriffenen geschäftlichen Handlungen sind infolge ihrer Unlauterkeit gemäß § 3 Abs. 1 UWG unzulässig.
- b) Ein unzulässiges Verhalten begründet eine tatsächliche Vermutung für die Wiederholung identischer und kerngleicher Verstöße (vgl. BGH, Urteil vom 23. Januar 2024 – I ZR 147/22 – Eindrehpapier [unter B II 5 a]; Urteil vom 12. März 2020 – I ZR 126/18 – WarnWetter-App [unter B III 5 a]).
- c) Die Beklagte haftet wegen der unzulässigen Handlungen gemäß § 8 Abs. 1 S. 1 UWG auf Unterlassen. Sie selbst – oder genauer eine Person, deren Verhalten der Beklagten entsprechend § 31 BGB zugerechnet wird oder das gemäß § 8

Abs. 2 UWG einen Unterlassungsanspruch auch gegen die Beklagte begründet – hat die geschäftlichen Handlungen vorgenommen (oder zumindest daran mitgewirkt).

15. Antrag VI ist unbegründet. Die Beklagte hat nicht (wie von dem Kläger mit Antrag VI geltend gemacht) gegen ihre – sich aus §§ 312d Abs. 1 S. 1, 312g Abs. 1 BGB in Verbindung mit Art. 246a §§ 1 Abs. 2 Nr. 1, 4 Abs. 1 und Abs. 3 EGBGB ergebende – Pflicht verstoßen, den Adressaten des Anschreibens über die Bedingungen, die Fristen und das Verfahren für die Ausübung des Widerrufsrechts gemäß § 355 Abs. 1 BGB sowie das Muster-Widerrufsformular zu informieren. Folglich fehlt es insoweit an einer Unlauterkeit des Verhaltens der Beklagten (die der Kläger allein aus dem – von ihm angenommenen – Verstoß der Beklagten gegen ihre sich aus den genannten Vorschriften ergebende Informationspflicht ableitet), das deshalb nicht gemäß § 3 Abs. 1 UWG unzulässig ist und keinen Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 S. 1 und Abs. 3 Nr. 3 UWG auslösen kann.

a) Der Kläger hält die von der Beklagten erteilte Widerrufsbelehrung für unzureichend, weil ihr das „Muster-Widerrufsformular“ nicht „beigefügt“ gewesen sei. Hierfür reiche es nicht aus, dass Belehrung und Formular „in einem einheitlichen Dokument auf ein und derselben Seite“ enthalten seien. Der „Abdruck des Muster-Widerrufsformulars auf derselben Seite wie die Widerrufsbelehrung“ erschwere es dem Verbraucher, sein Widerrufsrecht ohne Schwierigkeiten mittels des Musterwiderrufsformulars auszuüben, weil er hierfür gezwungen wäre, die Widerrufsbelehrung aus der Hand zu geben, was wiederum geeignet sei, ihn von der Ausübung seines Widerrufsrechts abzuhalten.

b) Dem kann nicht beigetreten werden. Der Abdruck des Muster-Widerrufsformulars unterhalb der Widerrufsbelehrung auf einer Seite führt für sich genommen nicht dazu, dass ein solches Schriftstück zu einer sachgerechten Information des Verbrauchers ungeeignet wäre.

aa) Die eingangs angeführten nationalen Vorschriften dienen der Umsetzung von Artt. 6 Abs. 1 Buchst. h, Abs. 4, 7 Abs. 1, Anhang I der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher (VerbraucherrechteRL). Danach ist der Verbraucher – entgegen der insoweit missverständlichen Formulierung in Art. 246a § 1 Abs. 2 Nr. 1 EGBGB und der deutschen Sprachfassung von

Art. 6 Abs. 1 Buchst. h VerbraucherrechteRL – nicht „über das Muster-Widerrufsformular zu informieren“, sondern ihm ist dieses Formular zusammen mit der Widerrufsbelehrung zur Verfügung zu stellen (vgl. EuGH, Urteil vom 23. Januar 2019 – C-430/17, Walbusch Walter Busch GmbH & Co. KG/Wettbewerbszentrale [Rn. 31]; BGH, Beschluss vom 22. Oktober 2025 – I ZR 192/24 [unter B II 3 c aa; s.a. unter B II 3 c dd (1) (b)]; Urteil vom 11. April 2019 – I ZR 54/16 – Werbeprospekt mit Bestellpostkarte II [unter II 8 b aa]).

bb) Wie letzteres zu bewerkstelligen ist, ist nicht in allen Einzelheiten geregelt. Insbesondere ist weder dem nationalen Recht noch dem durch ihn umgesetzten Unionsrecht zu entnehmen, dass in Fällen, in denen der Unternehmer die Informationen über das Widerrufsrecht und das Muster-Widerrufsformular auf Papier zur Verfügung stellt, die Widerrufsbelehrung und das Muster-Widerrufsformular nicht auf einer Seite abgedruckt sein dürfen.

Ein solches Erfordernis kann nicht aus dem von dem Unionsrecht verfolgten Zweck abgeleitet werden, das Verfahren zur Ausübung des Widerrufsrechts zu vereinfachen und dem Verbraucher zu ermöglichen, sein Widerrufsrecht unter erleichterten Bedingungen auszuüben (vgl. zu diesen Zwecken BGH, Beschluss vom 22. Oktober 2025 – I ZR 192/24 [unter B II 3 c dd (1) (b)]). Es ist nicht festzustellen, dass dieser Zweck durch das von der Beklagten gewählte Vorgehen – der Abdruck des Muster-Widerrufsformulars unmittelbar unterhalb der Widerrufsbelehrung und von dieser durch einen Rahmen abgesetzt – vereitelt würde. Es bietet zunächst den Vorteil, dass der Verbraucher, wenn er die Widerrufsbelehrung zur Hand nimmt und darin den Hinweis auf das Muster-Widerrufsformular liest, dieses sofort auffinden kann. Der Verbraucher kann sich des Musters ohne weiteres bedienen, selbst wenn er die Widerrufsbelehrung in seinen Unterlagen behalten möchte, indem er den unteren Teil der Seite, auf dem das Muster-Widerrufsformular abgedruckt ist, abtrennt. Hierin liegt keine – jedenfalls aber keine nennenswerte – Erschwernis der Ausübung des Widerrufsrechts. Wollte man eine Erschwernis annehmen, wäre sie durch den eben geschilderten Vorteil des sofort erkennbaren Zusammenhangs aufgewogen.

cc) Aus dem von dem Kläger angeführten Urteil des Oberlandesgerichts Hamm ergibt sich nichts Abweichendes. Zwar hat das Oberlandesgericht Hamm in

ihr die Belehrung über das Widerrufsrecht für nicht ordnungsgemäß gehalten, weil das Muster-Widerrufsformular nicht auf einem gesonderten Blatt abgedruckt war. Dabei handelt es sich jedoch um eine verkürzte Formulierung, die die tragenden Erwägungen des Oberlandesgerichts Hamm unvollständig zusammenfasst und damit verzerrt.

Die Entscheidung des Oberlandesgerichts Hamm ist zu einem Sachverhalt ergangen, in dem Widerrufsbelehrung und Muster-Widerrufsformular nicht – wie hier der Fall – auf einer Seite abgedruckt waren, sondern auf verschiedenen Seiten eines Blattes. In der Folge befand sich das Muster-Widerrufsformular auf der Rückseite der Widerrufsbelehrung, die Teil der Vertragsurkunde war (vgl. OLG Hamm, Urteil vom 16. Februar 2023 – 2 U 211/21, BeckRS 2023, 45666 [Rn. 3, 58 f.]). Gerade diese Besonderheit war es, die das Oberlandesgericht Hamm dazu veranlasst hat, eine ordnungsgemäße Belehrung des Verbrauchers zu verneinen. Denn dieser konnte das in den ihm überlassenen Unterlagen enthaltene Formular nicht verwenden, ohne damit den auf der anderen Seite desselben Blatts abgedruckten Text (bei dem es sich um die in die Vertragsurkunde aufgenommene Widerrufsbelehrung handelte) aus der Hand zu geben (vgl. OLG Hamm, Urteil vom 16. Februar 2023 – 2 U 211/21, BeckRS 2023, 45666 [Rn.55 ff., insbesondere 58 f.]).

Diese Argumentation des Oberlandesgerichts Hamm kann auf eine Konstellation, in dem sich Widerrufsbelehrung und Muster-Widerrufsformular nicht auf verschiedenen Seiten eines Blattes, sondern auf einer Seite eines Blattes befinden, nicht übertragen werden. Trennt der Verbraucher – was problemlos möglich ist – das Muster-Widerrufsformular ab, kann er es benutzen, ohne die Widerrufsbelehrung aus der Hand geben zu müssen. Damit trägt der Vorwurf des Klägers, durch die von der Beklagten gewählte Gestaltung mit dem „Abdruck des Muster-Widerrufsformulars auf derselben Seite wie die Widerrufsbelehrung“ werde der Verbraucher „gezwungen, die Widerrufsbelehrung aus der Hand zu geben“, nicht. Der Verbraucher wird durch die von der Beklagten gewählte Gestaltung ferner nicht gezwungen, das Muster-Widerrufsformular auszuschneiden, sondern er muss nur den unteren Teil der Seite abschneiden oder – sollte er keine Schere zur Hand haben – das Blatt oberhalb des Muster-Widerrufsformulars falten und anschließend den

unteren Teil des Blattes abreißen. Beides überfordert einen Durchschnittsverbraucher nicht.

dd) Die Ordnungsmäßigkeit einer in Papierform erteilten Belehrung, bei der Widerrufsbelehrung und Muster-Widerrufsformular auf einer Seite abgedruckt sind, mag anders zu beurteilen sein, wenn das betreffende Blatt beidseitig bedruckt ist und sich auf der Rückseite von Widerrufsbelehrung und Muster-Widerrufsformular weiterer Text findet, den aus der Hand zu geben dem Verbraucher nicht zuzumuten ist.

Eine solche Sachverhaltsgestaltung, die unter die tragen Erwägungen des Urteils des Oberlandesgerichts Hamm subsumiert werden könnten, hat der Kläger jedoch nicht vorgetragen. Es ist offen, ob die Werbeaussendung mit den drei in Anlage K 2 dokumentierten Seiten aus drei einseitig bedruckten Blättern bestand oder aus zwei Blättern, von denen eins doppelseitig bedruckt war, und – sollte letzteres der Fall gewesen sein – welcher Text sich auf der einen und welcher auf der anderen Seite des doppelseitig bedruckten Blatts befand.

Vor allem aber hat der Kläger nicht geltend gemacht, dass die Benutzung des Muster-Widerrufsformulars mit dem Verlust anderen Texts als der Widerrufsbelehrung einhergeht. Er stützt er den von ihm angenommenen Verstoß bei der Belehrung des Verbrauchers über das Widerrufsrecht allein darauf, dass die Gestaltung den Verbraucher zwingt, die Widerrufsbelehrung aus der Hand zu geben, wenn er das Muster-Widerrufsformular benutzen wolle. Das aber trifft, wie aufgezeigt, nicht zu.

16. Gemäß § 13 Abs. 3 UWG schuldet die Beklagte dem Kläger den Ersatz der ihr in Rechnung gestellten Abmahnkosten.

- a) Dem Grunde nach ist der Anspruch entstanden. Die ausgesprochene Abmahnung war berechtigt. Außerdem entsprach sie den Anforderungen des § 13 Abs. 2 UWG.
- b) Die Kosten, die dem Kläger dadurch entstanden sind, dass er seine jetzigen Prozessbevollmächtigten mit der Abmahnung beauftragt hat, sind ersatzfähig.

Allerdings sind die Kosten anwaltlicher Abmahnungen zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung von Verbänden grundsätzlich nicht

erforderlich. So müssen Wettbewerbs- und Fachverbände in personeller und sachlicher Hinsicht so ausgestattet sein, dass sich für typische und durchschnittlich schwierige Abmahnungen die Einschaltung eines Rechtsanwalts erübrigt (vgl. BGH, Urteil vom 18. November 2021 – I ZR 214/18 – Gewinnspielwerbung II [unter B II 2]; Urteil vom 6. April 2017 – I ZR 33/16 – Anwaltsabmahnung II [unter II 2 a und b]), und es ist Verbraucherschutzverbänden abzuverlangen, typische und durchschnittlich schwer zu verfolgende verbraucherfeindliche Praktiken selbst erkennen und abmahnen zu können (vgl. BGH, Urteil vom 14. Dezember 2017 – I ZR 184/15 – Klauselersetzung [unter B II 1 b]).

Hier liegt jedoch ein Ausnahmefall (vgl. BGH, Urteil vom 14. Dezember 2017, a.a.O. [unter B II 1 c]) vor. Die aufgeworfenen rechtlichen und tatsächlichen Fragen sind für einen mit der wettbewerbsrechtlichen Durchsetzung von Verbraucherschutzrecht befassten Juristen überdurchschnittlich schwierig. Das ergibt sich schon daraus, dass im Zeitpunkt der Abmahnung unklar war, ob Verbraucherschutzverbände nach Inkrafttreten der DSGVO befugt sind, Verstöße gegen sie zu verfolgen.

- c) Dem Anspruch steht nicht die mangelnde Ersatzfähigkeit fiktiver Kosten (vgl. dazu BGH, Urteil vom 6. April 2017 – I ZR 33/16 – Anwaltsabmahnung II [unter II 2 d ee]) entgegen. Dem Kläger sind durch die Beauftragung eines Rechtsanwalts mit dem Ausspruch der Abmahnung tatsächlich Kosten entstanden, deren Ersatzfähigkeit zwar im Regelfall, nicht aber ausnahmslos fehlt. Unter diesen Gegebenheiten sind seine Ausführungen zur Abmahnkostenpauschale bei verständiger Würdigung der Gericht und Gegner erkennbaren Interessenlage nicht dahin zu verstehen, dass er fiktive Kosten einklagt (er also statt der ihm tatsächlich entstandenen Kosten die Pauschale verlangt, die ihm für eine von ihm selbst ausgesprochene Abmahnung zugestanden hätte), sondern dass er die ihm tatsächlich entstandenen Kosten nur begrenzt geltend macht (nämlich nur bis zur Höhe der Pauschale, die ihm die Beklagte auf eine von ihm selbst ausgesprochene Abmahnung hin hätte erstatten müssen).

17. Die auf die Abmahnkosten beanspruchten Rechtshängigkeitszinsen stehen dem Kläger gemäß §§ 288 Abs. 1 S. 2, 291 BGB zu.

III.

Die Androhung der Ordnungsmittel hat ihre Grundlage in § 890 Abs. 2 ZPO. Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 1 S. 1 ZPO. Der Ausspruch zur vorläufigen Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 S. 1 und S. 2 ZPO.

Streitwert (Antrag I € 22.000, Anträge II und III je € 7.500, Anträge IV und V je € 11.000 und Antrag VI € 15.000; zusammen): € 74.000

