

BUNDESGERICHTSHOF

IM NAMEN DES VOLKES

URTEIL

I ZR 94/97

Verkündet am:
8. Oktober 1998
Führinger
Justizangestellte
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

in dem Rechtsstreit

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat auf die mündliche Verhandlung vom 9. Juli 1998 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Erdmann und die Richter Prof. Dr. Mees, Dr. v. Ungern-Sternberg, Starck und Dr. Bornkamm

für Recht erkannt:

Auf die Revision der Klägerin wird das Urteil des 14. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Dresden vom 25. März 1997 unter Zurückweisung des weitergehenden Rechtsmittels im Kostenpunkt und im übrigen teilweise aufgehoben sowie insgesamt wie folgt neu gefaßt:

Auf die Berufung des Beklagten wird das Urteil der 6. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Leipzig vom 23. Juli 1996 in der Entscheidungsformel zu 1 in der Weise geändert, daß das Wort "insbesondere" entfällt. Mit dem weitergehenden Antrag zu 1 wird die Klage abgewiesen.

Im übrigen wird die Berufung zurückgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits werden gegeneinander aufgehoben.

Von Rechts wegen

- 3 -

Tatbestand:

Die Klägerin ist die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs. Der Beklagte betreibt Einzelhandelsgeschäfte, in denen er Mobiltelefone anbietet. Am 13. September 1995 warb er im Leipziger "Wochenkurier" mit der nachstehend wiedergegebenen Anzeige für Mobiltelefone zum Kaufpreis von 1 DM bei gleichzeitiger "Freischaltung einer Telekarte über uns":

LANGE GENUG AUS DER ZELLE ANGERUFEN !?

5 verschiedene D-Netz-Handys

KAUFPREIS 1,-- DM
JE NUR

Preis gilt bei Freischaltung einer Telekarte über uns.
Anschlußgebühr 49,- DM. Grundgebühr ab 44,- DM.

WIR BIETEN NOCH MEHR:

- Zubehör für alle Mobilfunkgeräte
- Mietgeräte ohne Mindestlaufzeit !

KARASCH - MOBILFUNK

Leipziger Str. 74 / Engelsdorf
Mo.- Fr. 11.00 - 18.30 Uhr
Tel. 03 41 / 2 51 16 34 - 5 - 7

&

Neumarkt 8-10 / Leipzig
Mo.- Fr. 9.00 - 18.30 Uhr
Sa. 9.00 - 13.00 Uhr

Die Klägerin hat diese Anzeige als wettbewerbswidrig beanstandet und – neben der Geltendmachung der Kosten für Abmahnung und Abschlußschreiben (465,45 DM) – beantragt, den Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen,



in der an den Letztverbraucher gerichteten Werbung für den Verkauf von D-Netz-Handys zum Preis von 1 DM in Verbindung mit der Freischaltung einer "Telefonkarte" zu werben wie insbesondere in dem ... (oben) wiedergegebenen Werbeinserat.

Das Landgericht hat der Klage mit der Begründung stattgegeben, die Werbung verstoße unter dem Gesichtspunkt eines übertriebenen Anlockens mit einem offenen Vorspannangebot gegen § 1 UWG sowie gegen § 1 Abs. 1 ZugabeVO. Das Berufungsgericht hat die Klage abgewiesen (OLG Dresden GRUR 1997, 848).

Mit der Revision verfolgt die Klägerin ihre Klageanträge weiter. Der Beklagte beantragt, die Revision zurückzuweisen.

Entscheidungsgründe:

I. Das Berufungsgericht hat Ansprüche der Klägerin verneint und zur Begründung ausgeführt:

Bei dem zum Preis von 1 DM angebotenen Mobiltelefon handle es sich nicht um eine Zugabe i.S. der Zugabeverordnung, weil es nach der Verkehrsauffassung nicht als eine Nebenware zum gleichzeitig angebotenen Netzkartenvertrag angesehen werde. Auch wenn die Werbung auf den Abschluß zweier Rechtsgeschäfte (Kaufvertrag hinsichtlich des Mobiltelefons und - durch den Verkäufer vermittelter - Netzkartenvertrag mit dem Netzbetreiber) ziele, trenne der Verkehr nicht zwischen

den beiden Geschäften, halte sich vielmehr mit entsprechenden rechtlichen Erwägungen nicht auf. Mobiltelefon und Karte stellten für den potentiellen Käufer eine für den Erwerbsfall in aller Regel nicht trennbare wirtschaftliche Einheit dar.

Die beanstandete Werbung verstoße auch nicht gegen § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt eines übertriebenen Anlockens. Maßgeblich hierfür sei wiederum, daß das Angebot von Mobiltelefon und Netzkarte als eine Einheit und der besonders günstige Preis für das Telefon somit als unselbständiger Teil des Gesamtangebots betrachtet werde. Der Preis für das Telefon wirke daher nicht als Vorspann für ein weiteres Geschäft, von dessen Preis-Leistungs-Verhältnis der Beklagte ablenke. Auch die blickfangartige Herausstellung des lediglich symbolischen Preises von 1 DM für das Mobiltelefon sei nicht zu beanstanden, weil damit nur aufgezeigt werde, daß und warum das Angebot preisgünstig sei und sich von der Konkurrenz unterscheide.

Schließlich stehe der Klägerin auch kein Unterlassungsanspruch aus § 3 UWG zu. Die Werbung täusche nicht darüber hinweg, daß auf den Kunden für das Betreiben des Mobiltelefons noch die entsprechenden Gebühren aus dem Telefonkartenvertrag hinzukämen. Eine wettbewerbsrechtliche Pflicht, über sämtliche Folgekosten und Vertragsbedingungen des Kartenvertrags in der Werbeanzeige hinzuweisen, bestehe nicht. Im übrigen sei eine Verletzung möglicher Aufklärungspflichten nicht Gegenstand des Klageantrags.

II. Diese Beurteilung hält der revisionsrechtlichen Nachprüfung insoweit stand, als das Berufungsgericht einen

Verstoß gegen die Zugabeverordnung und einen Wettbewerbsverstoß nach § 1 UWG unter dem Gesichtspunkt eines übertriebenen Anlockens verneint und die Klage hinsichtlich des über die konkrete Verletzungsform hinausgehenden Unterlassungsantrags abgewiesen hat. Mit Erfolg wendet sich die Revision jedoch dagegen, daß das Berufungsgericht die beanstandete Werbung auch in der konkreten Form als zulässig und im übrigen als vom Klageantrag nicht erfaßt angesehen hat.

1. Das Berufungsgericht hat einen Verstoß gegen das Zugabeverbot des § 1 Abs. 1 ZugabeVO mit zutreffender Begründung verneint.

a) Für das Vorliegen einer Zugabe i.S. von § 1 Abs. 1 ZugabeVO ist der Umstand ohne Bedeutung, daß der Kartenvertrag mit dem "Service Provider" zustande kommen, das Mobiltelefon dagegen bei dem Beklagten erworben werden sollte. Denn derjenige, der die Zugabe gewährt, muß nicht mit dem Anbieter der Hauptleistung identisch sein (BGH, Urt. v. 7.12.1962 - I ZR 68/61, GRUR 1963, 322, 324 = WRP 1963, 140 - Mal- und Zeichenschule; Urt. v. 6.10.1992 - KZR 21/91, GRUR 1993, 137, 141 - Zinssubvention).

b) Eine Zugabe liegt vor, wenn eine Leistung ohne besondere Berechnung neben einer entgeltlich angebotenen Hauptware gewährt wird, der Erwerb der Nebenleistung vom Abschluß des Geschäfts über die Hauptware abhängig ist und dabei in der Weise ein innerer Zusammenhang besteht, daß die Nebenleistung mit Rücksicht auf den Erwerb der Hauptware gewährt wird und das Angebot wegen dieser Abhängigkeit objektiv geeignet ist, den Kunden in seiner Entschließung zum Erwerb der Hauptware zu beeinflussen (st. Rspr.; vgl. BGH, Urt. v.

10.3.1994 - I ZR 166/92, GRUR 1994, 656, 657 = WRP 1994, 540 - Stofftragetasche; Urt. v. 25.9.1997 - I ZR 84/95, GRUR 1998, 500, 501 = WRP 1998, 388 - Skibindungsmontage). Eine Zugabe kann danach immer nur eine von der Hauptware verschiedene, zusätzlich in Aussicht gestellte oder gewährte Nebenleistung sein. Werden dagegen die beiden in Rede stehenden Waren oder Leistungen vom Verkehr als eine Einheit angesehen, ist eine Zugabe begrifflich ausgeschlossen (vgl. BGH, Urt. v. 7.3.1979 - I ZR 89/77, GRUR 1979, 482, 483 = WRP 1979, 456 - Briefmarken-Auktion; Urt. v. 11.5.1989 - I ZR 132/87, GRUR 1989, 697, 698 = WRP 1989, 654 - Vertrauensgarantie; Urt. v. 28.4.1994 - I ZR 68/92, GRUR 1994, 743, 744 = WRP 1994, 610 - Zinsgünstige Kfz-Finanzierung durch Herstellerbank; BGH GRUR 1998, 500, 501 - Skibindungsmontage; Baumbach/Hefermehl, Wettbewerbsrecht, 20. Aufl., § 1 ZugabeVO Rdn. 2).

c) Das Berufungsgericht hat angenommen, das angebotene Mobiltelefon stelle im Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise keine Nebenware im Verhältnis zu dem gleichzeitig angebotenen Kartenvertrag dar; vielmehr handele es sich aus der Sicht des Verbrauchers um eine untrennbare wirtschaftliche Einheit. Gegen diese Beurteilung wendet sich die Revision ohne Erfolg.

Allerdings wird - was auch das Berufungsgericht nicht verkennt - die Verkehrsauffassung durch die Art und Weise beeinflusst, in der das fragliche Angebot in der Werbung präsentiert wird. Die Herausstellung des günstigen Preises für das Mobiltelefon in der beanstandeten Werbung legt insofern den Eindruck eines einheitlichen Angebots zunächst nicht nahe. Dennoch ist das Berufungsgericht im Hinblick auf die be-

worbenen Waren und Leistungen mit Recht davon ausgegangen, daß der Verkehr das Angebot von Telefon und Karte - trotz der Gestaltung der beanstandeten Anzeige - als eine untrennbare wirtschaftliche Einheit versteht. Hierfür sind zwei Gesichtspunkte maßgeblich.

Zum einen spricht die Funktionseinheit von Telefon und Netzzugang dagegen, das eine als Hauptleistung und das andere als Nebenware anzusehen. Auch wenn es möglich ist, Mobiltelefone ohne Kartenvertrag zu erwerben und Kartenverträge ohne gleichzeitigen Erwerb eines Mobiltelefons abzuschließen, verfügen doch die meisten Erwerber eines Mobiltelefons noch nicht über einen Netzzugang und benötigen daher einen Netzkartenvertrag, um das Telefon überhaupt in der beabsichtigten Weise einsetzen zu können. Dies hat in der Praxis dazu geführt, daß in der Regel das eine nicht ohne das andere angeboten wird. Unter diesen Umständen liegt die Annahme einer Gesamtleistung bestehend aus dem Mobiltelefon und dem für den Betrieb notwendigen Netzzugang nahe.

Wie bereits dargelegt, ist insofern allerdings die Verkehrsauffassung maßgeblich, die wiederum durch das Geschäftsgebaren des Werbenden beeinflußt und bestimmt werden kann (vgl. BGH, Urt. v. 23.5.1991 - I ZR 172/89, GRUR 1991, 933, 934 = WRP 1991, 648 - One for Two; Urt. v. 29.4.1993 - I ZR 92/91, GRUR 1993, 774, 775 = WRP 1993, 758 - Hotelgutschein). Ohne Bedeutung ist dabei die Aufspaltung in zwei Rechtsgeschäfte; denn mit rechtlichen Erwägungen hält sich der Verkehr - wie das Berufungsgericht zutreffend feststellt - nicht auf. Die Revision möchte in diesem Zusammenhang darauf abstellen, daß der Beklagte selbst durch sein Werbeverhalten den Eindruck einer Gesamtleistung zerstört

habe. Die beanstandete Werbung, die den Preis des Mobiltelefons gesondert herausstelle, stehe der Annahme entgegen, der Verbraucher werde erkennen, daß er mit den Zahlungen auf den Netzkartenvertrag auch die Gegenleistung für das Mobiltelefon erbringe. Doch wird auch durch diese in der Werbung vorgenommene Aufspaltung die für den Verbraucher im Vordergrund stehende Funktionseinheit von Mobiltelefon und Netzzugang letztlich nicht in Frage gestellt.

Maßgebend hierfür ist der zweite Gesichtspunkt: Da dem Publikum geläufig ist, daß Mobiltelefone einen nicht unerheblichen Wert haben und ein Kaufmann ein solches Gerät nicht ohne weiteres verschenkt, erkennt es auch, daß der Erwerb des Mobiltelefons letztlich mit den Gegenleistungen finanziert werden muß, die im Rahmen des Netzkartenvertrags zu erbringen sind. Dabei ist zu berücksichtigen, daß der Verkehr in der Werbung seit Jahren Angeboten begegnet, mit denen für den Abschluß eines Netzkartenvertrages bei gleichzeitigem Erwerb eines Mobiltelefons zu einem besonders günstig erscheinenden Preis geworben wird. Die Fülle derartiger Angebote macht dem Publikum deutlich, daß es nicht um das Verteilen von Geschenken, sondern nur um einen Anreiz zum Abschluß eines langfristigen Netzkartenvertrags geht.

2. Ebenfalls mit Recht hat das Berufungsgericht in der beanstandeten Werbung kein übertriebenes Anlocken nach § 1 UWG gesehen.

Handelt es sich bei dem mit dem Abschluß eines Netzkartenvertrages gekoppelten Erwerb eines Mobiltelefons aus der Sicht des Verkehrs ungeachtet der Gestaltung der beanstandeten Werbeanzeige um ein Gesamtangebot, kann in der Ankündi-

gung eines besonders günstigen Preises für einen Teil der zu erbringenden Gesamtleistung kein unsachliches Mittel erblickt werden. Denn die Werbung mit der fast kostenlosen Abgabe des Mobiltelefons stellt sich als ein legitimer Hinweis auf den günstigen, durch verschiedene Bestandteile geprägten Preis der angebotenen Gesamtleistung und damit als ein Hinweis auf die eigene Leistungsfähigkeit dar. Die Anlockwirkung, die von einem attraktiven Angebot ausgeht, ist nicht wettbewerbswidrig, sondern gewollte Folge des Leistungswettbewerbs (BGH GRUR 1994, 743, 744 - Zinsgünstige Kfz-Finanzierung durch Herstellerbank; GRUR 1998, 500, 501 - Skibindungsmontage).

Dem kann nicht mit Erfolg entgegengehalten werden, der Beklagte stelle mit dem Angebot eines Mobiltelefons für 1 DM nicht seine Leistungsfähigkeit unter Beweis, sondern verschleierte nur den Umstand, daß im Rahmen der Netzkartenverträge überhöhte Entgelte verlangt würden. Ist der Beklagte, der keinen unmittelbaren Einfluß auf die Tarife der "Service Provider" hat, verstärktem Wettbewerb ausgesetzt, kann er lediglich durch eine Herabsetzung des Preises für das Mobiltelefon reagieren, nicht dagegen durch eine Änderung der Tarifstruktur bei den Netzkartenverträgen. Werden ihm auf der anderen Seite für jede Vermittlung eines Netzkartenvertrages hohe Provisionen gezahlt, so kann er mit Hilfe dieser Provisionen die Anschaffung des Mobiltelefons "subventionieren". Würde dem Beklagten die unentgeltliche oder fast unentgeltliche Abgabe von Mobiltelefonen untersagt, würde mit Hilfe des § 1 UWG in diesen Marktmechanismus, dem durchaus vernünftige wirtschaftliche Erwägungen zugrunde liegen, eingegriffen.

Zwar ist Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits nicht allein das Angebot von Mobiltelefonen zu einem gegen Null tendierenden Preis, sondern auch die konkrete Werbung, in der dieser Preis blickfangmäßig hervorgehoben ist. Fehlt aber bei der Abgabe von Mobiltelefonen zu einem nur symbolischen Preis der wettbewerbswidrige Anlockeffekt, weil es sich nicht um eine leistungsfremde Vergünstigung handelt, so kann es dem Beklagten nicht versagt werden, ein solches Marktverhalten auch werbend herauszustellen.

3. Das Berufungsgericht hat einen Anspruch der Klägerin aus § 3 UWG mit der Begründung verneint, die beanstandete Werbung täusche nicht darüber hinweg, daß der Kunde für den Betrieb des Mobiltelefons außer dem Kaufpreis von 1 DM auch noch die entsprechenden Gebühren nach dem Kartenvertrag zu zahlen habe; im übrigen sei die Frage einer weitergehenden Aufklärung nicht Gegenstand des Antrags, der generell auf Unterlassung der Werbung für ein Mobiltelefon zum Preis von 1 DM in Verbindung mit der Freischaltung einer Telefonkarte gerichtet sei. Die gegen diese Beurteilung gerichteten Angriffe der Revision haben Erfolg.

a) Dem Berufungsgericht kann nicht darin beigetreten werden, daß der Unterlassungsantrag nicht die konkrete Verletzungshandlung und den Vorwurf unzureichender Angaben über die Kosten des Netzzugangs zum Gegenstand habe.

Allerdings geht der Antrag eindeutig über die konkrete Verletzungsform hinaus, indem er das auszusprechende Verbot abstrakt umschreibt ("für den Verkauf von D-Netz-Handys zum Preis von 1 DM in Verbindung mit der Freischaltung einer 'Telefonkarte' zu werben") und auf die beanstandete Anzeige

nur beispielhaft Bezug nimmt ("wie insbesondere in dem ... wiedergegebenen Werbeinserat"). Ein solcher Antrag dient zum einen der Erläuterung des in erster Linie beantragten abstrakten Verbots. Zum anderen kann der Kläger auf diese Weise deutlich machen, daß Gegenstand seines Begehrens und damit Streitgegenstand nicht allein ein umfassendes, abstrakt formuliertes Verbot ist, sondern daß er – falls er insoweit nicht durchdringt – jedenfalls die Unterlassung des konkret beanstandeten Verhaltens begehrt (vgl. BGH, Urt. v. 25.4.1991 – I ZR 134/90, GRUR 1991, 772, 773 – Anzeigenrubrik I; Urt. v. 20.6.1996 – I ZR 113/94, GRUR 1996, 793, 795 = WRP 1996, 1027 – Fertiglesebrillen; Urt. v. 20.3.1997 – I ZR 241/94, GRUR 1997, 672, 673 = WRP 1997, 727 – Sonderpostenhändler; Teplitzky, Wettbewerbsrechtliche Ansprüche, 7. Aufl., Kap. 51 Rdn. 36 ff.).

Zutreffend weist die Revision darauf hin, daß die Klägerin ihr Klagevorbringen u.a. auch darauf gestützt hat, daß in der beanstandeten Werbung nicht auf eine Mindestlaufzeit hingewiesen worden ist und daß insofern der Verkehr irregeführt werde (Klageschrift S. 7 = GA 7). Damit hat die Klägerin deutlich gemacht, daß sie die beanstandete Anzeige auch unter dem Gesichtspunkt unvollständiger Angaben über die Konditionen des Netzkartenvertrags angreifen möchte.

b) Nicht zu beanstanden ist allerdings, daß der Beklagte die für eine Zusammenrechnung geeigneten Preisbestandteile des aus Mobiltelefon und Netzzugang bestehenden Gesamtangebots nicht zu einem Endpreis zusammengefaßt hat (§ 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV; vgl. Senatsurteil vom heutigen Tage – I ZR 7/97, Umdruck S. 7 f. – Handy-Endpreis, zur Veröffentlichung bestimmt).

c) Aber auch wenn ein Endpreis nicht gebildet werden kann, ist der – mit Preisen werbende – Beklagte nach § 3 UWG sowie nach § 1 Abs. 2 und 6 PAngV verpflichtet, die für den Verbraucher mit dem Abschluß eines Netzkartenvertrags verbundenen Kosten hinreichend deutlich kenntlich zu machen. Der Beklagte stellt in seiner Werbung blickfangmäßig heraus, daß ein Teil des einheitlichen, aus Mobiltelefon und Netzzugang bestehenden Angebots fast umsonst abgegeben wird. Eine solche Angabe ist unvollständig, wenn nicht gleichzeitig die Preisbestandteile, die auf den Netzkartenvertrag entfallen und mit denen das besonders günstige Angebot für das Mobiltelefon – unmittelbar oder mittelbar über die vom "Service Provider" gezahlte Provision – finanziert wird, in der Werbung so dargestellt werden, daß sie dem blickfangmäßig herausgestellten Preis für das Mobiltelefon eindeutig zugeordnet sowie leicht erkennbar und deutlich lesbar sind.

Diese Verpflichtung ergibt sich zum einen aus dem Irreführungsverbot des § 3 UWG. Zwar trifft den Werbenden – wie das Berufungsgericht mit Recht anführt – keine allgemeine Aufklärungspflicht; denn der Verkehr erwartet nicht ohne weiteres die Offenlegung aller – auch der weniger vorteilhaften – Eigenschaften einer Ware oder Leistung (vgl. BGH GRUR 1996, 793, 795 – Fertiglesebrillen, m.w.N.). Wird aber bei einer Koppelung zweier Angebote mit der besonderen Preiswürdigkeit des einen Angebots geworben, darf der Preis des anderen Angebots nicht verschwiegen werden oder in der Darstellung untergehen, weil damit ein unzutreffender Eindruck über die Preiswürdigkeit des gekoppelten Angebots vermittelt würde.

Die Verpflichtung zur Angabe der anderen Preisbestandteile ergibt sich aber auch aus § 1 Abs. 2 PAngV, und zwar - soweit es um die Angabe der Mindestlaufzeit geht - i.V. mit § 1 Abs. 6 Satz 1 PAngV. § 1 Abs. 2 PAngV bezieht sich auf die Angabe von Verrechnungssätzen bei Leistungen und damit auf die Angabe von Preisbestandteilen, die sich zur Bildung eines Endpreises nach § 1 Abs. 1 Satz 1 PAngV nicht eignen, weil der Leistungsumfang im einzelnen noch nicht feststeht (vgl. Köhler/Piper, UWG, § 1 PAngV Rdn. 49). Auch insoweit gilt, daß der Kaufmann - wenn er unter Angabe von Preisen wirbt - grundsätzlich vollständige Angaben zu machen gehalten ist.

d) Für die Frage, in welcher Weise auf die im Rahmen des Netzkartenvertrages geschuldeten Entgelte hinzuweisen ist, ist auf die Grundsätze des § 1 Abs. 6 Satz 2 PAngV zurückzugreifen. Danach ist es notwendig, daß die Angaben über die Kosten des Netzzugangs räumlich eindeutig dem blickfangmäßig herausgestellten Preis für das Mobiltelefon zugeordnet sind. Die Angaben müssen gut lesbar und grundsätzlich vollständig sein. Insbesondere der Hinweis auf die nicht verbrauchsabhängigen festen Entgelte (einmalige Zahlungen, Mindestumsätze, monatliche Grundgebühren) sowie die Mindestlaufzeit darf in der Fülle anderer Informationen nicht untergehen. Dabei ist einerseits zu berücksichtigen, daß die "Service Provider" grundsätzlich keiner Verpflichtung unterliegen, ihr Tarifsystem einfach und übersichtlich zu gestalten. Es kann daher nicht in jedem Fall eine vollständige Auflistung sämtlicher Inlands- und Auslandstarife verlangt werden. Verwendet der "Service Provider" ein stark differenzierendes Tarifsystem, muß es dem Werbenden auch im Interesse der Wahrnehmbarkeit und Übersichtlichkeit der wesentlichen In-

formationen und damit im Interesse der Preisklarheit freistehen, die verbrauchsabhängigen (variablen) Preise durch Hinweis auf die Vergütungssätze vereinfacht darzustellen. Dabei kann es bei einem komplexen Tarifsysteem genügen, die Grenzen aufzuzeigen, in denen sich die Gebühren bewegen (z.B. "von ... bis ..." oder "max. ..."; vgl. zur Angabe von Preismargen Völker, Preisangabenrecht, § 1 PAngV Rdn. 40; Köhler/Piper aaO § 1 PAngV Rdn. 23 m.w.N.). Andererseits dürfen Informationen, die für die Einschätzung der mit dem Netzkartenvertrag einhergehenden wirtschaftlichen Belastungen von Bedeutung sind, auf keinen Fall fehlen; hierzu zählen insbesondere die Mindestlaufzeit, einmalige Anschlußgebühren und Mindestumsätze.

e) Die beanstandete Anzeige des Beklagten genügt diesen Anforderungen nicht. Sie läßt nicht nur die Angabe der Mindestlaufzeit, sondern auch einen Hinweis auf die Höhe der Gesprächsgebühren vermissen. Ferner sind die Angaben über die monatliche Grundgebühr ("ab 44 DM") unzureichend. Hierin liegt ein Wettbewerbsverstoß nach § 3 UWG und nach § 1 Abs. 2 PAngV i.V. mit § 1 UWG.

III. Soweit das angefochtene Urteil keinen Bestand haben kann, ist eine Zurückverweisung der Sache in die Berufungsinstanz nicht erforderlich.

1.a) Die Klägerin kann in bezug auf den beschriebenen Wettbewerbsverstoß einen Unterlassungsanspruch geltend machen (§ 13 Abs. 2 Nr. 2 UWG). Das Berufungsgericht hat zutreffend und im Einklang mit der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes (vgl. BGH, Urt. v. 29.9.1994

- I ZR 138/92, GRUR 1995, 122 = WRP 1995, 104 - Laienwerbung

für Augenoptiker; Urt. v. 6.2.1997 – I ZR 234/94, GRUR 1997, 758, 759 = WRP 1997, 946 – Selbsternannter Sachverständiger) angenommen, daß die Klägerin für die Geltendmachung des fraglichen Unterlassungsanspruchs prozeßführungsbefugt ist; die Revisionserwiderung hat hiergegen keine Rügen erhoben.

b) Darüber hinaus ist dem Senat aufgrund allgemeiner Erfahrungssätze die – bereits vom Landgericht getroffene – Feststellung möglich, daß der in Rede stehende Verstoß geeignet ist, den Wettbewerb wesentlich zu beeinträchtigen (vgl. zu diesem Merkmal BGHZ 133, 316, 317 f. – Altunterwerfung I; BGH, Urt. v. 30.1.1997 – I ZR 20/94, GRUR 1997, 927, 929 = WRP 1997, 846 – Selbsthilfeeinrichtung der Beamten; Beschl. v. 30.4.1998 – I ZR 40/96, WRP 1998, 867, 868 – Flaschenpfand II). Von dem Angebot eines Gerätes, das üblicherweise mehrere Hundert Mark kostet und nunmehr – ohne daß die Kosten des Kartenvertrages angegeben werden – für 1 DM angepriesen wird, geht eine deutliche Anlockwirkung aus, die geeignet ist, die Nachfrage nach solchen Geräten in nicht unerheblichem Maße auf den Werbenden zu lenken.

2. Der Klägerin steht daneben ein Anspruch auf Zahlung der Kosten für die Abmahnung sowie für das – nach dem vorangegangenen Verfügungsverfahren erforderliche – Abschlußschreiben zu (§§ 683, 670 BGB). Der Beklagte hat insofern im Berufungsverfahren auch zur Höhe keine Einwendungen gegenüber der Verurteilung durch das Landgericht erhoben. Daß die Klägerin mit ihrer Abmahnung und mit ihrem Antrag im Verfügungsverfahren einen Anspruch verfolgt hat, der über das ihr nunmehr zugesprochene Verbot der konkreten Verletzungsform hinausgeht, ändert an dem Anspruch auf Aufwendungsersatz nichts (vgl. OLG Frankfurt WRP 1991, 326, 327; Tepitzky aaO

Kap. 41 Rdn. 96; Köhler/Piper aaO vor § 13 UWG Rdn. 145;
Baumbach/Hefermehl aaO Einl. UWG Rdn. 556).

IV. Danach ist das angefochtene Urteil unter Zurückweisung der weitergehenden Revision insoweit aufzuheben, als das Berufungsgericht das landgerichtliche Urteil auch hinsichtlich des auf die konkrete Verletzungshandlung bezogenen Teils des Unterlassungsantrags und hinsichtlich des Zahlungsantrags abgeändert und die Klage in diesem Umfang abgewiesen hat.

Die Kostenentscheidung beruht auf § 92 Abs. 1, § 97 Abs. 1 ZPO.

Erdmann

Mees

v. Ungern-Sternberg

Starck

Bornkamm