

# Presseinformation

## Anhang - Einzelfälle aus verschiedenen Branchen:

In einem Fall gegen einen **Telekommunikationsanbieter** wurde die Bezeichnung "Flatrate" im Zusammenhang mit dem Versand von SMS untersagt, da der Verbraucher hier gegen Zahlung eines pauschalen Betrags eine unbegrenzte Nutzungsmöglichkeit erwartet, hier aber tatsächlich die Zahl der vom Tarif umfassten SMS begrenzt war.

Auch die Werbung der Fa. Apple musste beanstandet werden, da damit geworben wurde, dass das iPad der 3. Generation den schnellen Mobilfunkstandard LTE unterstütze. Tatsächlich konnte diese Funktion zum damaligen Zeitpunkt nur in den USA und Kanada genutzt werden, nicht aber in Deutschland.

Gegenüber der Telekom Deutschland wurde mit einstweiliger Verfügung des Landgerichts Bonn durchgesetzt, dass in der Werbung für ein iPhone 5 darüber aufgeklärt wird, dass diese mit einer SIM-Lock-Sperre bzw. ein Netlock versehen ist, das Telefon also nur mit einer bestimmten SIM-Karte bzw. nur im Mobilfunknetz des Anbieters genutzt werden kann.

Gegen die 1 & 1 Internet AG wurde ein Urteil des Landgerichts Koblenz erwirkt, nachdem das Unternehmen eine All-Net-Flat zum Monatspreis von 29,99 € neben einem durchgestrichenen Preis von 39,99 € und der Aussage *"Kostenlos ins deutsche Festnetz und in alle Handy-Netze telefonieren ... Entweder mit eigenem Handy oder das SAMSUNG Galaxy S für 0,- € dazu bestellen"* beworben hatte. Allerdings sollte bei Bestellung des SAMSUNG-Handys das Angebot 39,99 €, also 10 € mehr kosten. Gegen das Urteil hat 1 & 1 Internet AG Berufung eingelegt.

Die Vodafone D2 GmbH wurde auf Antrag der Wettbewerbszentrale vom Landgericht Düsseldorf verurteilt, nachdem bei einer Werbung für eine Playstation zum Preis von 49,90 € nicht ausreichend darüber informiert wurde, dass das Gerät nur in Kombination mit einem

## Presseinformation

Mobilfunkvertrag für weitere monatliche Kosten in Höhe von 19,99 € und einer Anschlussgebühr in Höhe von 29,99 € erworben werden konnte.

Gegen die **Fluggesellschaften** Air China, Emirates Airlines und United Airlines wurden Gerichtsverfahren eingeleitet wegen unzulässiger Preisänderungsklauseln. Preisanpassungsvorbehalte auf Steuern und Gebühren sind nur dann zulässig, wenn zwischen Ticketverkauf und Abflugtermin mehr als vier Monate liegen. Diese Frist hatten die Anbieter in den Beförderungsbedingungen nicht berücksichtigt.

Für die Preisdarstellung bei reinen **Flugreisen** gelten zum Schutze der Verbraucher spezielle europäische Vorschriften. Mehrere Anbieter, darunter auch die Betreiber des Internet-Portals "www.fluege.de", wurden von der Wettbewerbszentrale auf Unterlassung in Anspruch genommen, da sie entgegen der europäischen Vorschriften fakultative Nebenleistungen wie etwa eine Reiserücktrittsversicherung in der Buchung bereits voreingestellt hatten, sodass der Verbraucher sie im Angebot streichen muss, wenn er sie nicht wünscht.

Im **Finanzbereich** tat sich unter anderem ein Kreditvermittler durch vollmundige Werbung hervor, der Verbrauchern in Werbeschreiben unter der Überschrift "Genehmigung in Höhe von 100.000,00" einen sog. "Finanzsanierungsvertrag" anbieten wollte. Die Beanstandung der Wettbewerbszentrale als irreführend wurde vom Landgericht Münster und auch vom Oberlandesgericht Hamm geteilt. Ohnehin schwach kreditfähigen Verbrauchern werde durch die "verbindliche Zusage für die Vermittlung eines genehmigten Finanzsanierungsvertrages (Absage ausgeschlossen)" hier die Zusage eines Kredits in Höhe von 100.000 € suggeriert. Tatsächlich werde aber kein Kreditvertrag angeboten, sondern eine Vermittlungs-Dienstleistung, die mit 847,50 € Honorar zu bezahlen ist, unabhängig davon, ob überhaupt ein Kredit- oder Darlehensvertrag zustande kommt.

Im Hinblick auf die Werbeaktivitäten gesetzlicher **Krankenkassen** zur Generierung neuer Mitglieder vertritt die Wettbewerbszentrale den Standpunkt, dass die Kassen genauso wie

## Presseinformation

andere Anbieter den Regeln eines lautereren Wettbewerbs gem. dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb unterliegen. Dem hat sich der Bundesgerichtshof angeschlossen, einen von der Wettbewerbszentrale anhängig gemachten Fall gegen die BKK MobilOil aber an den Europäischen Gerichtshof geleitet, der nun zu entscheiden hat, ob die gesetzlichen Krankenkassen als "Unternehmen" im Sinne der EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken zu betrachten sind, die bei der Mitgliederwerbung geschäftlich handeln. Die Krankenkasse hatte irreführend geworben.

Beanstandet hat die Wettbewerbszentrale ein **Ärzteverzeichnis** eines Verlages, dass Verbrauchern in irreführender Weise suggerierte, aufgrund aufwändiger Recherche liste das Verzeichnis "Spitzenmediziner" und "Top-Experten" bzw. "Top-Fachärzte" auf, die mit Abstand führend in ihrem Fachgebiet seien. Die Ärzte mussten, um in die Liste aufgenommen zu werden, hohe Summen bezahlen. Nachdem das Oberlandesgericht Karlsruhe den Verlag zur Unterlassung verurteilt hatte, weil es den suggerierten Vorsprung in der Qualifikation der jeweiligen Mediziner nicht erkennen konnte und das Verzeichnis als eine von den Ärzten durch hohe Entgelte finanzierte Werbepattform betrachtete, hat der Verlag Nichtzulassungsbeschwerde beim Bundesgerichtshof eingelegt.

Für die Verbraucher wie für die Unternehmen wichtig ist ein Verfahren, dass die Wettbewerbszentrale gegen das Autoglasunternehmen Carglass führt und der Bundesgerichtshof in Kürze entscheiden wird. Es geht um die Frage, ob Unternehmen ihre Kunden etwa nach erfolgtem Werkstattaufenthalt ohne ausdrückliche Einwilligung anrufen dürfen, um die "**Kundenzufriedenheit**" zu erfragen, da es sich um reine **Marktforschung** handele oder ob es sich hierbei im weitesten Sinne auch um Werbung handelt, sodass eine entsprechende **Einwilligung für Telefonanrufe** erforderlich ist. Carglass hatte einen Rechtsanwalt von einem beauftragten Marktforschungsunternehmen von London aus anrufen lassen, um ihn nach seiner Zufriedenheit mit dem Werkstattbesuch zu befragen, nachdem dieser bei der Auftragserteilung seine Telefonnummer "für den Fall der Fälle" hinterlassen hatte. Das Oberlandesgericht Köln hatte in der Vorinstanz dem Antrag der Wettbewerbszentrale folgend eine Einwilligung für derartige Anrufe verlangt.

## Presseinformation

Aktuell hat die Wettbewerbszentrale Klage erhoben gegen das Elektronikunternehmen Casio, da es nach Auffassung der Wettbewerbsbehörde in seinen Händlerverträgen gegen das Kartellrecht verstößt. Casio erlaubt seinen Händlern zwar den Verkauf seiner Kameras über eigene Online-Shops, verbietet jedoch den **Verkauf über so genannte "Internet Auktionsplattformen"** (z. B. eBay) und "Internetmarktplätze" (z. B. Amazon Marketplace). Hierdurch wird der Wettbewerb um Kunden beschränkt und diesen dadurch letztlich bestimmte Bezugsquellen am Markt vorenthalten. Die Argumente Casios, auf diese Weise das Image der Marke vor einer Verramschung im Internet zu schützen, rechtfertigen nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs nicht eine derart generelle **Beschränkung des Wettbewerbs**, ist sich die Wettbewerbszentrale sicher.

Vor dem Oberlandesgericht Hamburg lässt die Wettbewerbszentrale derzeit klären, welche **Aussagekraft sog. facebook-likes** haben, mit denen Unternehmen auf der eigenen Website bzw. auch im sozialen Netzwerk werben. Die Selbstkontrollorganisation hatte die Werbung für ein Gewinnspiel im Internet beanstandet, da die Teilnahme nur möglich war, wenn der User den "Gefällt mir"-Button des werbenden Unternehmens anklickte. Die auf diese Weise "erschlichenen" gefällt-mir-Bewertungen des Unternehmens führen nach Auffassung der Wettbewerbszentrale zu einer Irreführung des Publikums, welches aus den geklickten likes auf positive Erfahrungen der User schließe. Das Landgericht hat in erster Instanz die Klage abgewiesen, da mit der Betätigung des "Gefällt mir"-Buttons nur eine unverbindliche Gefallensäußerung zum Ausdruck komme, mit der das Publikum keine weiteren Erwartungen oder Gütevorstellungen verbinde. Dies sehen viele Unternehmen offensichtlich anders, die nach Medienberichten bereit sind, für gekaufte Facebook-likes bzw. Facebook-Freunde ansehnliches Geld zu zahlen.