



Landgericht Hildesheim

Im Namen des Volkes Urteil

11 O 5/25

In dem Rechtsstreit

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V. vertreten durch den Vorstand [REDACTED]
[REDACTED], Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

gegen

Digistore24 GmbH vertreten durch den Geschäftsführer [REDACTED], St-Godehard
Straße 32, 31139 Hildesheim

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

hat das Landgericht Hildesheim – 2. Kammer für Handelssachen – durch den Vizepräsidenten
des Landgerichts [REDACTED] auf die mündliche Verhandlung vom 23.02.2026 für Recht
erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, Verbrauchern im Internet die entgeltpflichtige Buchung von Online-Seminaren über Trading- und

Investmentstrategien anzubieten, wenn sich der Bestellvorgang auf der Website der Beklagten dadurch auszeichnet, dass sich nach einem Klick auf eine Schaltfläche („Bestellung abschließen“) ein Overlay-Fenster öffnet, in dem der Verbraucher nicht über die wesentlichen Eigenschaften des Online-Seminars, informiert wird, und in dem eine Schaltfläche vorgehalten wird, die mit den Worten „Jetzt kaufen und weiter zur Zahlung“ beschriftet ist, über die der Verbraucher ausweislich der AGB der Beklagten seine verbindliche Vertragserklärung (Angebot) abgeben soll,

wie geschehen im Buchungsverlauf gemäß Screenshots nach Anlage K 2.

2. Die Beklagte wird weiter verurteilt, es zu unterlassen, Verbrauchern im Internet die entgeltpflichtige Buchung von Online-Seminaren über Trading- und Investmentstrategien anzubieten (Anlage K 2), wenn der Verbraucher dabei über einen Hyperlink („Widerrufsrecht als Verbraucher“) mit dem Inhalt, wie er sich aus Anlage K 3 ergibt, über das gesetzliche Widerrufsrecht belehrt wird.
3. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zu widerhandlung gegen eine der in Ziffern 1. und 2. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu 250.000,- Euro (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, angedroht.
4. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin 243,51 Euro zuzüglich Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit dem 17.05.2025 zu bezahlen.
5. Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.
6. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 5.000,00 € hinsichtlich des Tenors zu 1. bis 3. und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.
7. Der Streitwert wird auf 44.000,- Euro festgesetzt.

Tatbestand

Der Kläger, ein qualifizierter Verbraucherverband gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG, begeht von der Beklagten die Unterlassung behaupteter Wettbewerbsverstöße nach UWG.

Eine Firma Lüddemann Investments GmbH aus Verl warb gegenüber Verbrauchern bis vor kurzem auf ihrer Website unter www.mariolueddemann.com für die Buchung eines zweitägigen Online-Seminars „Rendite Unlimited“ zu einem Gesamtpreis in Höhe von 29,95 Euro, wie ersichtlich aus Anlage K1 (Bl. 15 ff. d.A.).

Klickte der Verbraucher auf dieser Website auf die Schaltfläche „Jetzt Buchen“, wurde er zu einer von der Beklagten betriebenen Bestellseite (Anlage K2, Bl. 26 ff. d.A.) weitergeleitet, auf

der er die Buchung des Seminars abschließen konnte. Im zentralen Text dieser Seite ist erneut „Mario Lüddemann (Profi Börsenhändler) hautnah“ aufgeführt. Erst unterhalb der auszufüllenden Bestellmaske mit den vom Verbraucher einzutragenden Adressdaten und der Wahl der Bezahloptionen ist am unteren Seitenrand im Kleindruck der Hinweis unter mehreren anderen Hinweisen zu finden, dass Vertragspartner des Bestellers die Beklagte und nicht die Firma Lüddemann Investments GmbH sein soll („Händler und Vertragspartner ist Digistore24 GmbH, St.-Godehard-Straße 32, 31139 Hildesheim, Deutschland“).

Klickte der Verbraucher auf dieser Website auf die Schaltfläche „Bestellung abschließen“, öffnete sich ein Overlay-Fenster mit folgendem Text:

„Bestellung abschließen
Rendite Unlimited Online
Sie nehmen an dem Seminar, Event oder Workshop teil, welches online per Internet-Video stattfindet.
25,17 € MwSt (19%): 4,78 €
Summe: 29,95 €
Jetzt kaufen und weiter zur Zahlung
(vgl. Anlage K 2, Seite 4).

Ausweislich § 3 Abs. 1 der AGB der Beklagten soll der Verbraucher durch einen Klick auf die Schaltfläche „Jetzt kaufen und weiter zur Zahlung“ seine verbindliche Vertragserklärung abgeben.

Der Kläger behauptet, die Beschriftung der Bestellfläche sei für sich genommen für den Verbraucher verwirrend. Aus der Formulierung selbst gehe nicht hervor, ob die Bestellung mit dem Klick auf die Bestellfläche abgeschlossen sei oder erst nach Durchführung der Zahlung, so dass der Verbraucher an sein Angebot selbst dann gebunden wäre, wenn er zwar die Bestellfläche anklicken, aber die Zahlung nicht abschließen würde.

Einen Wettbewerbsverstoß begründe es auch, dass dem Verbraucher in diesem Fenster nicht mitgeteilt werde, worum es sich bei der ausgewählten Leistung konkret handele, an welchem Datum die Leistung erbracht werde und welche Dauer die Leistung habe. Hierdurch informiere die Beklagte den Verbraucher vor Abgabe der verbindlichen Vertragserklärung nicht hinreichend transparent über die wesentlichen Eigenschaften der von der Beklagten angebotenen Dienstleistungen.

Der Verbraucher sei auch nicht in der Lage zu erkennen, wann und unter welchen Voraussetzungen ihm ein Widerrufsrecht zur Verfügung stehe. Auf der Website nach Anlage K 2 werde der Verbraucher von der Beklagten erst dann, wenn er am unteren Seitenrand unter der Überschrift „Hinweise“ auf den dort hinterlegten Hyperlink „Widerrufsrecht als Verbraucher“ klicke, über ein Popup-Fenster über das Bestehen eines gesetzlichen Widerrufsrechts informiert, wie ersichtlich aus Anlage K 3. Im Rahmen dieser Widerrufsbelehrung erhalte der Verbraucher Informationen zu zahlreichen unterschiedlichen Vertragstypen, ohne dass ihm mitgeteilt werde, welche der erteilten Informationen für seine konkrete Vertragserklärung gelten solle. Der Verbraucher sei hierdurch nicht in der Lage, zu erkennen, unter welchen Bedingungen ihm ein Widerrufsrecht zustehe. Dadurch, dass der Verbraucher die für ihn relevanten Informationen zum Bestehen seines gesetzlichen Widerrufsrechts selbst recherchieren müsse, werde ihm die Ausübung seines Widerrufsrechts erschwert. Dazu komme, dass der Verbraucher ohnehin nicht damit rechne, dass ihm Informationen zum

Bestehen eines Widerrufsrechts lediglich am unteren Seitenrand, unterhalb aller relevanten Vertragsinformationen sowie der Schaltfläche zur Abgabe der bindenden Vertragserklärung des Verbrauchers über einen Link zur Verfügung gestellt werden.

Da die Beklagte auf eine Abmahnung und Aufforderung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung eine solche nicht abgegeben hat, hat der Kläger die vorliegende Unterlassungsklage erhoben.

Er beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, Verbrauchern im Internet die entgeltpflichtige Buchung von Online-Seminaren über Trading- und Investmentstrategien anzubieten, wenn sich der Bestellvorgang auf der Website der Beklagten dadurch auszeichnet, dass sich nach einem Klick auf eine Schaltfläche („Bestellung abschließen“) ein Overlay-Fenster öffnet, in dem der Verbraucher nicht über die wesentlichen Eigenschaften des Online-Seminars informiert wird, und in dem eine Schaltfläche vorgehalten wird, die mit den Worten „Jetzt kaufen und weiter zur Zahlung“ beschriftet ist, über die der Verbraucher ausweislich der AGB der Beklagten seine verbindliche Vertragserklärung (Angebot) abgeben soll,

wie geschehen im Buchungsverlauf gemäß Screenshots nach Anlage K 2.

2. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, Verbrauchern im Internet die entgeltpflichtige Buchung von Online-Seminaren über Trading- und Investmentstrategien anzubieten (Anlage K 2), wenn der Verbraucher dabei über einen Hyperlink („Widerrufsrecht als Verbraucher“) mit dem Inhalt, wie er sich aus Anlage K 3 ergibt, über das gesetzliche Widerrufsrecht belehrt wird.
3. der Beklagten für jeden Fall der schuldhafte Zu widerhandlung gegen eine der in Ziffern 1. und 2. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu 250.000,- Euro (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, anzudrohen.
4. die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin 243,51 Euro zuzüglich Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit dem 17.05.2025 zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie ist der Auffassung, sie habe ausreichende Informationen, insbesondere auf dem Bestellfenster, abgegeben und eindeutig über das Widerrufsrecht belehrt.

Zur Ergänzung des Tatbestandes wird auf die wechselseitigen Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen verwiesen.

Entscheidungsgründe

I.

Die Klage ist zulässig und begründet.

1. Der Kläger ist als sogenannter qualifizierter Verbraucherverband nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG klagebefugt.

2. Der Unterlassungsanspruch zu Ziffer 1 des Klägers gegen die Beklagte ergibt sich aus §§ 3, 3a, 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 3 UWG in Verbindung mit § 312j Abs. 3 Satz 2 BGB.

a) aa) Nach § 312j Abs. 3 Satz 2 BGB darf die Bestellschaltfläche „mit nichts anderem als den Wörtern „zahlungspflichtig bestellen“ oder mit einer entsprechenden eindeutigen Formulierung beschriftet“ sein. Die Schaltfläche darf dabei keinerlei Zusätze enthalten, die über die Information hinausgeht, dass der Verbraucher mit Abgabe seiner Vertragserklärung eine Zahlungsverpflichtung eingehet (vgl. nur KG Berlin, Urteil vom 20.12.20219, Az.: 5 U 24/19).

bb) Diesen Anforderungen wird die von der Beklagten verwendete Schaltfläche hinsichtlich der Worte „Jetzt kaufen und weiter zur Zahlung“ nicht gerecht. Denn sie lässt jedenfalls für einen relevanten Teil der angesprochenen Verkehrskreise, was genügt, nicht eindeutig erkennen, ob der Verbraucher bereits durch den Klick auf die Bestellfläche die verbindliche Vertragserklärung abgibt, oder ob hierfür noch der Abschluss des Zahlungsvorgang erforderlich ist.

Kaufen ist nicht eindeutig. Unter „kaufen“ kann einfach das Einlegen in den Warenkorb im Supermarkt oder beim Onlinehandel in den elektronischen Warenkorb gemeint sein. Dann ist aber für den Verbraucher unklar, durch welchen Akt die kostenpflichtige Vertragsbindung entsteht: Schon durch den Klick auf das Fenster „Jetzt kaufen und weiter zu Zahlung“ oder – wie beispielsweise im Supermarkt – erst durch die Vornahme der Zahlung an der Kasse.

Dass der Verbraucher bereits über den Klick auf die Schaltfläche „Jetzt kaufen und weiter zur Zahlung“ seine verbindliche Vertragserklärung abgeben soll, erfährt er erst bei der Lektüre der AGB der Beklagten (vgl. § 3 Nr. 1 der AGB). Das genügt nicht.

cc) Bei § 312j Abs. 3 BGB handelt es sich um eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 3a UWG (vgl. KG Berlin, Urteil vom 08.08.2023, Az.: 5 U 1118/20; Busch in: BeckOGK BGB, 01.06.2021, § 312j Rn. 54 f. m.w.N.).

b) Die Bestellfläche genügt auch sonst nicht den gesetzlichen Anforderungen. Sie verstößt jedenfalls gegen § 312j Abs. 2 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 EGBGB, indem sie den Verbraucher in dem Overlay-Fenster nach Anlage K 2, Seite 4, nicht über die „wesentlichen Eigenschaften“ der vom Verbraucher ausgesuchten Dienstleistung informiert.

aa) Die besonderen Vorgaben für die Informationserteilung nach § 312j Abs. 1 und 2 BGB gelten nur bei Webseiten – wie hier – für den elektronischen Geschäftsverkehr mit Verbrauchern (Wendehorst in: Münchener Kommentar zum BGB, 9. Aufl. 2022, § 312j BGB Rn. 3). Für die anzugebenden Informationen verweist 312j Abs. 2 BGB auf Art. 246a § 1 Abs. 1 S. 1 EGBGB. Damit hat der Unternehmer die wesentlichen Eigenschaften der Ware oder Dienstleistung (Nr. 1) anzugeben (vgl. Maume in: BeckOK BGB, 63. Ed. 01.08.2022, § 312j BGB Rn. 13).

Die Angaben müssen nach 312j Abs. 2 BGB unmittelbar bevor der Verbraucher seine Bestellung abgibt, gemacht werden. Damit weicht die Formulierung von Absatz 1 ab, der auf den Beginn des Bestellvorgangs abstellt. Das ist gewollt, weil sich Absatz 2 auf die zentralen Aspekte der Bestellung, insbesondere Gegenstand, Preis, Versandkosten und ggf. Laufzeit, bezieht, die dem Verbraucher zur Kontrolle vor Augen geführt werden. Anders als in Absatz 1 muss dies der Moment sein, in dem die Bestellung abschließend auf den Weg gebracht wird, und nicht der Beginn des Bestellprozesses (vgl. Busch in: BeckOGK BGB, § 312j BGB, Rn. 23). Eine dazwischentreteende Abfrage oder Erteilung weiterer Informationen unterbricht den direkten zeitlichen Zusammenhang und führt zur Unwirksamkeit der Informationsangabe (Grüneberg in: Grüneberg, BGB, 84. Aufl. 2025, § 312j BGB Rn. 7; Busch in: BeckOGK BGB, a.a.O., Rn. 23; Maume in: BeckOK BGB, a.a.O., Rn. 14). Die Informationen müssen dabei klar, verständlich und in hervorgehobener Weise dargestellt werden.

bb) Bei der Regelung des § 312j Abs. 2 BGB handelt es sich um eine Marktverhaltensregelung, so dass Verstöße mit nicht nur unerheblichen Auswirkungen auf den Wettbewerb als unlauter nach §§ 3, 3a UWG anzusehen sind (vgl. Busch in: BeckOGK BGB, a.a.O., Rn. 54 f. m.w.N.).

cc) So liegt es hier. Bei der Bestellfläche fehlen die Pflichtinformationen nach Art. 246a § 1 S. 1 Nr. 1 EGBGB, nämlich die „wesentlichen Eigenschaften“ der vom Vertrag erfassten Leistungen.

Die Beklagte hat in der streitgegenständlichen Bestellfläche überhaupt nicht informiert über die Art der Leistung. Bei der Angabe Seminar, Event oder Workshop bleibt unklar, welche Art der Leistung geboten wird. Unter Seminar ist üblicherweise eine Schulung zu verstehen. Ein Event ist eine eher vergnügungs- und repräsentationsorientierte Veranstaltung. Ein Workshop ist hingegen eine Veranstaltung, die wesentlich auf der Eigeninitiative der Teilnehmer beruht und von deren Mitwirkung abhängt.

Unklar bleibt zudem, wann die Veranstaltung stattfindet. Unklar ist insbesondere, an welchen Tagen, um wieviel Uhr und mit welcher Dauer die Veranstaltung stattfinden soll.

dd) Die fehlenden Pflichtinformationen werden auch nicht durch Angaben zu Beginn des Bestellprozesses erbracht. Diese Angaben erfüllen nicht das Unmittelbarkeitserfordernis.

Das Unmittelbarkeitserfordernis hat nach der Gesetzesbegründung sowohl einen zeitlichen als auch einen räumlichen Aspekt. In zeitlicher Hinsicht müssen die Informationen kurz vor Abschluss des Bestellvorgangs bereitgestellt werden. Eine Information zu Beginn des Bestellprozesses – wie vorliegend – genügt den Anforderungen des § 312j Abs. 2 BGB nicht, da hier die Gefahr besteht, dass die wichtigen Kerninformationen im entscheidenden Zeitpunkt der Bestellung in der Fülle anderer Angaben (eventuell auch Werbung) schon wieder untergegangen sind. Durch die zwischenzeitliche Abfrage von Adressdaten und Zahlungsinformationen – wie vorliegend – wird der von Absatz 2 vorausgesetzte

Unmittelbarkeitszusammenhang daher unterbrochen (vgl. Busch in: BeckOGK BGB, 01.06.2021, § 312j BGB, Rn. 23 m.w.N.).

ee) Das Unmittelbarkeitserfordernis aus Absatz 2 setzt nach der Gesetzesbegründung ferner voraus, dass die Informationen in einem „räumlich-funktionalen Zusammenhang mit der Abgabe der Bestellung stehen“. Erfolgt die Bestellung über eine Schaltfläche (§ 312j Abs. 3 S. 2 BGB), so müssen die Kerninformationen daher in räumlicher Nähe zu dieser Schaltfläche angezeigt werden (vgl. Busch in: BeckOGK BGB, 1.6.2021, § 312j BGB Rn. 24 m.w.N.).

Auch dies ist vorliegend nicht der Fall. Die Information befindet sich räumlich ganz zu Beginn der Seite, noch vor dem „Schritt 1: Kontaktarten“, mithin räumlich weit entfernt von dem Bestellbutton (und zwar unabhängig davon, welcher Button genau die Bestellung auslöst).

3. In Bezug auf den Unterlassungsantrag zu Ziffer 2. verstößt die Beklagte gegen §§ 3, 5a Abs. 1, 5b Abs. 4 UWG i.V.m. § 312d Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246a § 1 Abs. 2, § 4 Abs. 1 EGBGB, indem sie Verbraucher im Rahmen des Bestellprozesses wie aus Anlage K 3 ersichtlich über das gesetzliche Widerrufsrecht informiert.

a) Gemäß Art. 246a § 4 Abs. 1 EGBGB müssen dem Verbraucher die Informationen zum Bestehen eines gesetzlichen Widerrufsrechts vor Abgabe der Vertragserklärung des Verbrauchers in klarer und verständlicher Weise erteilt werden.

Dies setzt zwingend voraus, „dass die Informationen so abgefasst sein müssen, dass sie der aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher ohne Weiteres finden und (ohne Rechtsrat einholen zu müssen) verstehen kann.“ (Spindler/Schuster/Schirmbacher, 4. Aufl. 2019, EGBGB Art. 246a Rn. 216, beck-online).

b) Diesen Anforderungen wird die Informationspraxis der Beklagten nicht gerecht.

aa) Zum einen verstößt es gegen das vorstehend dargestellte Transparenzerfordernis, dem Verbraucher in einer einheitlichen Belehrung (Anlage K 3) zahlreiche Informationen zum Bestehen eines Widerrufsrechts bei (1) Verträgen über die Lieferung von Waren, (2) Verträgen über die Lieferung digitaler Inhalte, (3) Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen und (4) Teil- und Ratenzahlungsverträgen zur Verfügung zu stellen.

Denn der Durchschnittsverbraucher ist als juristischer Laie nicht in der Lage zu beurteilen, welche der von der Beklagten zur Verfügung gestellten Widerrufsbelehrungen für denjenigen Vertrag gilt, den er im Begriff ist abzuschließen. Besonders deutlich wird dies in einem Fall wie dem hiesigen, in dem es um die Buchung eines Online-Seminars geht, das zwar eine Dienstleistung darstellt, so dass die „Widerrufsbelehrung für die Erbringung von Dienstleistungen“ gelten könnte. Allerdings handelt es sich eben auch um ein Online-Seminar, also um eine Leistung, die digital erbracht wird, so dass aus Sicht des Verbrauchers auch die „Widerrufsbelehrung über die Lieferung digitaler Inhalte“ einschlägig sein könnte.

bb) Auch wenn man dem Verbraucher eine ausreichende Rechtskenntnis zubilligen wollte, seinen Vertrag zweifelsfrei einer der Belehrungen zuordnen zu können, obwohl dies auch unter Juristen umstritten ist, müsste der Verbraucher sich die für seinen Vertrag relevanten Informationen aus der Vielzahl im zur Verfügung gestellten Informationen heraussuchen. Auch

das wäre unzulässig. Denn ein „Vorenthalten“ im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG liegt nicht nur dann vor, wenn für den Verbraucher wesentliche Informationen überhaupt nicht erteilt werden, sondern auch dann, wenn der Verbraucher eine für sich relevante Information erst suchen muss. Dem Fehlen eines Hinweises steht es in diesem Zusammenhang gleich, wenn der Hinweis versteckt erteilt wird, so dass dessen Kenntnisnahme erschwert wird (vgl. Köhler in Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, § 5a UWG Rn. 3.27). In diesem Fall liegt ein Verheimlichen des Hinweises vor. Ein Verheimlichen ist anzunehmen, wenn der Hinweis erst nach Suchen erkannt werden kann. Dies gilt insbesondere dann, wenn der Werbeaddressat den Hinweis nicht erwartet (vgl. Dreyer in Harte/Henning, UWG, § 5a Rn. 97; ebenso OLG Köln, Urteil vom 08.05.2020 – I-6 U 241/19, Rn. 94, juris; OLG Stuttgart, Urteil vom 25.10.2018 – 2 U 48/18).

Ungeachtet der vorstehenden Ausführungen ist es auch nicht ausreichend, wenn die Informationen zum Bestehen eines Widerrufsrechts lediglich am unteren Seitenrand, unterhalb aller relevanten Vertragsinformationen sowie der Schaltfläche zur Abgabe der bindenden Vertragserklärung des Verbrauchers über einen Link zur Verfügung gestellt werden. Denn an dieser Stelle rechnet der Verbraucher nicht (mehr) mit derart relevanten rechtlichen Informationen zu seiner Bestellung.

4. Dem Kläger steht zudem ein Anspruch auf Zahlung der Abmahnpauschale aus § 13 Abs. 3 UWG zu. Nach den obigen Ausführungen war die Abmahnung des Klägers begründet, so dass sie die Erstattung ihrer Abmahnkosten verlangen kann.

Die von dem Kläger geltend gemachte Pauschale in Höhe von 243,51 Euro brutto ist der Höhe nach unstreitig und liegt auch unterhalb dessen, was in der obergerichtlichen Rechtsprechung gebilligt wird (vgl. OLG Celle MMR 2019, 173, Rn. 6: Abmahnpauschale 267,50 Euro brutto).

5. Die Androhung des Ordnungsgeldes bzw. von Ordnungshaft beruht auf § 890 Abs. 2 ZPO.

II.

1. Die Kostenentscheidung ergibt sich aus § 91 Abs. 1 ZPO.
2. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus § 709 S. 1 ZPO.

Die Höhe der Sicherheit nach § 709 S. 1 ZPO ist so bestimmen, dass der Schuldner vor Schaden aus ungerechtfertigter Vollstreckung geschützt wird (vgl. § 717 Abs. 2 ZPO). Neben den Kosten des Rechtsstreits gehören dazu auch die potentiellen Nachteile, die die Beklagte bei einer Vollstreckung der Unterlassungsgebote erleiden könnte. Im Streitfall sind dies jedenfalls die Kosten der Beklagten für die technische Neugestaltung der einzelnen Angebote sowie des kompletten Ablaufs ihrer Bestellvorgänge. Das Gericht schätzt diese Kosten mit etwa 5.000,00 Euro.

3. Die Streitwertbemessung hat ihre Grundlage in §§ 48 Abs. 1 Satz 1, 51 Abs. 2 GKG.

[REDACTED]
Vizepräsident des
Landgerichts