

14c O 232/06



Verkündet am 05.12.2007
Schmitz, Justizbeschäftigte
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

Landgericht Düsseldorf

**IM NAMEN DES VOLKES
URTEIL**

In dem Rechtsstreit

hat die 14 c. Zivilkammer des Landgerichts Düsseldorf
auf die mündliche Verhandlung vom 11.09.2007
durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht Brückner-Hofmann
und die Richterinnen am Landgericht Pastohr und Dr. Dominik

für Recht erkannt:

Die Klage wird abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Klägerin.

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe
von 110 % vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand:

Die Klägerin macht gegen die Beklagte wettbewerbs-, kartell- und telekommunikationsrechtliche Unterlassungsansprüche und einen daraus abgeleiteten Anspruch auf Feststellung einer Schadensersatzpflicht geltend.

Die Parteien sind Wettbewerber. Die Klägerin ist ein auf dem deutschen Telekommunikationsmarkt bundesweit tätiges Unternehmen. Bei der Beklagten handelt es sich um die Rechtsnachfolgerin der Deutschen Bundespost [REDACTED], die bis 1996 ein Netzmonopol und bis Ende 1997 ein Monopol für Fernsprechdienstleistungen innehatte. Im Jahre 2006 verschmolz die Beklagte mit ihrer früheren Tochter [REDACTED].

Die Telekommunikationsbranche hat sich in den letzten 10 Jahren in technischer Hinsicht dynamisch verändert und fortentwickelt. Traditionell konnten und können Sprach- und Internetverbindungen über schmalbandige Festnetzanschlüsse (als analoge [56 Kilobyte/s] oder ISDN-Variante mit höherer Übertragungs-

geschwindigkeit [128 Kilobyte/s]) hergestellt werden. Aus ihren Zeiten als Monopolist verfügt die Beklagte bezogen auf Festnetzanschlüsse über eine marktbeherrschende Stellung von ca. 84 %. Einen maßgeblichen technischen Fortschritt stellte die Einführung der Breitbandtechnologie dar. Mithilfe dieser Technologie können wesentlich höhere Übertragungsgeschwindigkeiten (bis zu 210 Megabyte/s) erzielt werden. Im Jahre 2006 sind Breitbandanschlüsse zu ca. 96 % DSL-Anschlüsse, bei denen die Breitbandverbindung auf das bestehende Festnetzband aufgeschaltet wird. Die restlichen ca. 4 % der Breitbandverbindungen laufen z.B. über Kabel, Strom oder Satellit.

Die Beklagte bot seit Ende 1999/Anfang 2000 – bis 2006 über ihre frühere Tochter ██████████ - eigene DSL-Anschlüsse auf dem Markt an. Seit 2004 ist sie regulatorisch dazu verpflichtet, anderen Anbietern Zugang zu von ihr installierten DSL-Anschlüssen anzubieten. Wettbewerber können im Wege des sogenannten DSL-Resale bei der Beklagten eine Teilnehmeranschlussleitung (TAL) nebst DSL-Anschluss anmieten und diesen als eigenes Produkt unter eigenem Namen vermarkten. Über sogenanntes Line-Sharing (Frequenzentbündelung) besteht die Möglichkeit, auch nur den (hochbitratigen) Teil der Teilnehmeranschlussleitung zu erwerben und darauf einen eigenen DSL-Anschluss aufzusetzen und zu betreiben. In beiden Fällen bleibt der Kunde über die Schmalbandkomponente technisch an die Beklagte gebunden. Bei einer vollständig entbündelten Leitung (naked DSL) können Breitbandinternetzugang und Internetzugangsleistungen unabhängig vom Bestehen eines Schmalbandanschlusses genutzt werden. Defizite in der DSL-Versorgung bestehen generell im ländlichen Bereich durch die im Verhältnis zu Ballungsgebieten erforderlichen langen Anschlussleitungen, die die Datenübertragung erschweren.

Die Parteien dieses Rechtsstreits stehen in Konkurrenz mit einer Vielzahl von Wettbewerbern. Die größten Wettbewerber wie arcor, Hansenet, United oder Versatel bieten wie die Beklagte ein Vollsortiment aus Telefonanschluss, Telefondienstleistungen, Internetzugang und Onlinediensten an. Sie betreiben den Aufbau eigener Netzstrukturen, mit denen sie in der Bundesrepublik zur Zeit zu ca. 60 % flächendeckend tätig sind. Die Fa. Arcor wirbt damit, dieses Netz im Jahre 2007 auf 68 % zu erweitern. Die Netzstrukturen der Wettbewerber reichen bis an sogenannte Teilnehmervermittlungsstellen. Ab dort nutzen Kunden der Wettbewerber eine TAL der Beklagten. Ihre Anschluss- und Verbindungsleistungen bieten Wettbewerber in der Regel ausschließlich gebündelt hat.

Die Beklagte vertrieb und vertreibt als Basis-Produkt einen schmalbandigen Festnetzanschluss, mit dem unter detaillierter Abrechnung der Minuten telefoniert oder „gesurft“ werden kann. Dieses Produkt bezeichnet sie heute als Tarif „Call Plus“, welcher zu einem Preis von 24,57 Euro (ISDN) bzw. 16,37 Euro (analog) erhältlich ist. Seit Ende 1999 vermarktet die Beklagte zum Festnetzanschluss Zubuchoptionen, bestehend aus dem Anschluss und Sprachtelefonieverbindungen (Optionstarife). Der Kunde hat hier die Möglichkeit, ein Kontingent an Freiminuten zu erwerben oder unbegrenzt zu einem Festpreis („Flatrate“) zu telefonieren oder zu „surfen“. Dieses sind heute die Tarife XXL Fulltime (deutschlandweite Flatrate 43,95 € [ISDN] bzw. 35,95 € [analog]), XXL Local (Flatrate für den Nahbereich 33,94 € [ISDN] bzw. 25,95 € [analog]) und Calltime (240 Freiminuten zu 27,95 € [ISDN] bzw. 120 Freiminuten zu 19,95 € [analog]). Bedingt durch die Verschmelzung mit der [REDACTED] im Jahre 2006 konnte die Beklagte seit September diesen Jahres umfangreiche Komplettpakete mit vier Leistungskomponenten, nämlich Festnetzanschluss, Sprachtelefonieverbindungen, DSL-Anschluss und Internetflatrateverbindungen unter der Produktbezeichnung „Call & Surf“ anbieten. Diese Angebote weisen keinerlei Einzelpreise der Leistungskomponenten aus, sondern nur noch Komplettpreise. Das Paket bietet dem Kunden neben einem gegenüber der Kombination der Einzelleistungen günstigeren Paketpreis weitere Vorteile wie die vergünstigte Überlassung der für die DSL-Nutzung erforderlichen Hardware (Modem/Router) und den Erlass des Bereitstellungsentgelts.

Das Produkt Call & Surf Basic zu einem Komplettpreis von 34,95 € beinhaltet den Optionstarif „Calltime“ und einen DSL 2000-Anschluss, das Produkt Call & Surf Comfort zu einem Komplettpreis von 44,95 € den Optionstarif XXL-Fulltime und einen DSL-6000-Anschluss. Das Produkt Call & Surf Comfort Plus zu einem Komplettpreis von 49,95 € beinhaltet den Optionstarif XXL-Fulltime und einen DSL-16000 Anschluss. In allen Angeboten ist eine DSL-Flatrate enthalten. Die Preise für ihre Paketangebote hatte die Klägerin in der ersten Jahreshälfte 2007 um 8,5–15 % gesenkt. Die vertragliche Mindestlaufzeit der Produkte Call & Surf beträgt nach den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten nunmehr 24 Monate. Die Laufzeit verlängert sich um weitere 12 Monate, wenn der Kunde den Vertrag nicht vorher kündigt. Im Frühjahr 2007 bewarb die Beklagte ihre Produkte Call & Surf temporär mit einer einmaligen Anfangsgutschrift von 40 € bzw. 60 €, die mit der Telefonrechnung verrechnet wurde.

Die Klägerin betätigte sich zunächst auf dem Markt für Sprachtelefonverbindungen mit ihren Produkten Call-by-Call und Preselection, die dem Kunden, der regelmäßig einen Festnetzanschluss bei der Beklagten hatte, über eine fallweise Vorwahl oder dauerhafte Voreinstellung vergünstigte Sprechverbindungen anboten. Die Klägerin erweiterte im Oktober 2005 ihr Angebot um DSL-Anschlüsse, die sie zu diesem Zeitpunkt ausschließlich über „Resale“ bei der Beklagten erwarb. Seit dem 01.09.2006 bietet die Klägerin DSL-Zugänge in Kooperation mit dem Netzbetreiber QSC an, die sie seit Juli 2007 auch auf der Basis einer eigenen Netzinfrastruktur vermarkten kann. Sie bietet unter der Bezeichnung [REDACTED] Paketangebote an, die einen DSL-Anschluss, Sprachtelefonieverbindungen (als Flatrate), einen Breitbandinternetzugang und Internetverbindungsleistungen (ebenfalls als Flatrate) umfassen. Mit ihrem Angebot ist die Klägerin zur Zeit in der Lage, 50 % der Bevölkerung zu erreichen. Sie bietet diese Verträge seit September 2007 mit einer Mindestlaufzeit von 12 Monaten an.

Die Klägerin beanstandet die Komplettpakete der Beklagten „Call & Surf“ wegen missbräuchlicher Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung als wettbewerbswidrig und trägt dazu Folgendes vor:

Festnetzanschluss, Sprachtelefonieverbindungen, DSL-Anschluss und Breitbandverbindungen seien eigenständige Märkte, auf denen die Beklagte jeweils eine marktbeherrschende Stellung besäße. Durch die Einführung von Optionstarifen habe die Beklagte Kunden über den Festnetzanschluss bereits fest an sich gebunden. Die durch Optionstarife initiierte Sogwirkung in Richtung der Produkte der Beklagten habe sich nunmehr in die Bereiche des Breitband-/ (DSL-) Zugangs und der Internetdienstleistungen fortgesetzt. Der Festnetzanschluss als die technische Komponente, mit der der Kunde an die Beklagte gebunden bleibe, sei dabei ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Die Sogwirkung komme dadurch zum Ausdruck, dass die Beklagte von Oktober 2006 bis Juni 2007 insgesamt ca. 5,19 Mio. Call & Surf Produkte verkauft habe. Wettbewerber der Beklagten hätten auf Basis der Anmietung eines Teilnehmeranschlusses im gleichen Zeitraum maximal 1,157 Mio. DSL-Neukunden für ihre Anschlüsse gewinnen können. Die Klägerin verliere 40 % - 50 % ihrer Bestandskunden an „Call & Surf“-Angebote der Beklagten.

Nach Auffassung der Klägerin existiere kein eigener Markt für Komplettpakete. Anders als die Beklagte verfügten nämlich der Großteil der Mitbewerber, auch

wenn sie ein sogenanntes Komplettpaket anböten, – insoweit unstrittig – nur über ein dreigliedriges Angebot, welches den originären Festnetzanschluss ausklammere. Das viergliedrige, flächendeckende Angebot der Beklagten sei für Wettbewerber nicht nachbildbar. Sofern ein eigener Markt für Komplettangebote vorhanden sei – was die Klägerin bestreitet –, habe die Beklagte auch hier eine überragende marktbeherrschende Stellung.

Die Klägerin vertritt außerdem die Auffassung, dass die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten vorhandene Mindestvertragslaufzeit rechtswidrig sei, da sie den Wechsel der Kunden der Beklagten an andere Anbieter verhindere. Wettbewerber, die einen Vertrag mit Kunden in Aussicht hätten, müssten monatelang auf eine Bereitstellung der Leitung warten, da der Kunden über Mindestvertragslaufzeiten an Produkte der Beklagten oder Mitbewerber gebunden sei. Schließlich erzielten Anfangsgutschriften in Höhe von 40,00 bis 60,00 Euro in wettbewerbswidriger Weise eine so starke Anlockwirkung für das jeweilige Produkt der Beklagten, dass eine rationale Entscheidung des Kunden für einen anderen Anbieter dadurch in den Hintergrund gerate. Der Kunde betrachte eine solche Gutschrift als „Geschenk“ und rechne die Anfangsersparnis nicht auf die gesamte Vertragslaufzeit um.

Die Klägerin hat zunächst beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen,

es zu unterlassen, ihre Endkundenangebote für analoge und ISDN-Telefonanschlüsse, die mit einem gegenüber den Standardtarifen „CallPlus-T-Net“ und CallPlus/T-ISDN“ erhöhten monatlichen Überlassungsentgelt angeboten werden (Optionstarif), in der Weise zu vermarkten,

a)

dass Endkunden mit Optionstarif bei einem Vertragsschluss über einen DSL-Anschluss und einen DSL-Zugangsdienst der Beklagten (Kopplungsprodukt) ein preislicher Vorteil in Höhe von insgesamt 48,00 Euro brutto oder mehr – bezogen auf die Summe der Entgelte der Einzelleistungen bei entbündeltem Bezug und bei einer vertraglichen Laufzeit von 12 Monaten – gewährt wird; der preisliche Vorteil kann in einem gegenüber den Einzelleistungen niedrigeren monatlichen

Überlassungsentgelt für das Kopplungsprodukt oder in einer einmaligen oder befristet monatlich wiederkehrenden Gutschrift der Beklagten,

oder

b)

dass Endkunden der Beklagten bei Vertragsschluss über einen Optionstarif einen Gutschein erhalten, dessen Gegenwert in Höhe von Euro 85,00 brutto oder mehr bei Vertragsschluss über einen DSL-Anschluss oder einen DSL-Zugangsdienst oder einen Kombinationstarif aus DSL-Anschluss und DSL-Zugangsdienst eingelöst werden kann.

Der Beklagten wird angedroht, dass gegen sie für jeden Fall der Zuwiderhandlung ein Ordnungsgeld von bis zu Euro 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall bis zu zwei Jahren festgesetzt wird, wobei die Ordnungshaft an den jeweiligen Vorstandsmitgliedern der Beklagten zu vollziehen ist;

2. festzustellen,

dass die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin alle materiellen und immateriellen Schäden zu ersetzen, welche der Klägerin dadurch entstanden sind und noch entstehen werden, dass die Beklagte ihre Endkundenangebote für analoge und ISDN-Telefonanschlüsse, die mit einem gegenüber den entsprechenden Standardtarifen „CallPlus/T-Net“ und „CallPlus/T-ISDN“ erhöhten monatlichen Überlassungsentgelt angeboten werden (Optionstarif), in der Weise vermarktet hat,

a)

dass Endkunden mit Optionstarif bei einem Vertragsschluss über einen DSL-Anschluss und einem DSL-Zugangsdienst der Beklagten (Kopplungsprodukt) ein preislicher Vorteil in Höhe von insgesamt Euro 48,00 brutto oder mehr – bezogen auf die Summe der Entgelte der Einzelleistungen bei entbündeltem Bezug und bei einer Vertragslaufzeit von 12 Monaten – gewährt wurde; der preisliche Vorteil kann in einem gegenüber den Einzelleistungen niedrigeren Preis monatliche

Überlassungsentgelte für das Kopplungsprodukt oder in einer einmaligen oder befristet monatlich wiederkehrenden Gutschrift der Beklagten, oder

b)

dass Endkunden der Beklagten bei Vertragsschluss über einen Optionstarif einen Gutschein erhalten haben, dessen Gegenwert in Höhe von 85,00 Euro brutto oder mehr bei Vertragsschluss über einen DSL-Anschluss oder einen DSL-Zugangsdienst oder einen Kombinationstarif aus DSL-Anschluss und DSL-Zugangsdienst eingelöst werden konnte.

Mit Schriftsatz vom 04.09.2007 beantragt sie,

1. die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen

a)

Endkunden bei einem einheitlichen Vertragsschluss über ein Kopplungsprodukt bestehend aus einem Optionstarif, einem DSL-Anschluss und einem DSL-Zugangsdienst der Beklagten („Kopplungsprodukt“) einen monatlichen preislichen Vorteil in Höhe von 9,94 brutto oder mehr – bezogen auf die Summe der jeweiligen Überlassungsentgelte bei gesonderten Verträgen über den Optionstarif, den DSL-Anschluss und den DSL-Zugangstarif – zu gewähren, wobei Optionstarife solche Verträge der Beklagten über analoge und ISDN-Telefonanschlüsse bezeichnen, die für vergünstigte Sprachtelefonverbindungen mit einem erhöhten monatlichen Überlassungsentgelt gegenüber den entsprechenden Standardtarifen „CallPlus/T-Net“ und CallPlus/T-ISDN angeboten werden,

insbesondere einen preislichen Vorteil zu gewähren

für das Angebot „Call & Surf Basic (2)/T-Net und T-ISDN“, Leistungsbeschreibung und Preisliste Stand 04.06.2007, bezogen auf die Summe der Einzelpreise gemäß den am 04.06.2007 geltenden Preislisten für „Calltime“, „T-DSL 2000“ und „[REDACTED] dsl flat kombi plus“,

für das Angebot „Call & Surf Comfort (2)/T-Net und T-ISDN“, Leistungsbeschreibung und Preisliste Stand 04.06.2007, bezogen auf die Summe der Einzelpreise gemäß den am 04.06.2007 geltenden Preislisten für „XXL-Fulltime“, „T-DSL 6000“ und „[REDACTED] dsl flat kombi plus“,

für das Angebot „Call & Surf Comfort Plus (2)/T-Net und T-ISDN“, Leistungsbeschreibung und Preisliste Stand 18.06.2007 in der Fassung der Zusätzlichen Bedingungen und Preise vom 04.06. bis 30.09.2007, Stand 30.07.2007, bezogen auf die Summe der Einzelpreise gemäß den am 04.06.2007 geltenden Preislisten für „XXL-Fulltime“, „T-DSL 16.000“ und „[REDACTED] dsl flat kombi plus“,

b)

Endkunden Kopplungsangebote anzubieten, die eine Mindestvertragslaufzeit – hilfsweise eine Mindestvertragslaufzeit von 12 Monaten und mehr, weiter hilfsweise eine Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten oder mehr und eine stillschweigende Vertragsverlängerung um jeweils 12 Monate vorbehaltlich einer fristgerechten Kündigung – enthalten, insbesondere wenn dies erfolgt für die Angebote „Call & Surf Basic (2)/T-Net und T-ISDN“, jeweils Preisliste Stand 04.06.2007, sowie „Call & Surf Comfort Plus (2)/T-Net und T-ISDN“, Preisliste Stand 18.06.2007 in der Fassung der Zusätzlichen Bedingungen und Preise vom 04.06. bis 30.09.2007, Stand 30.07.2007,

c)

für den Vertragsabschluss über ein Kopplungsangebot eine einmalige Gutschrift zu Beginn des Vertragsverhältnisses in Höhe von Euro 40,00 brutto oder mehr zu gewähren und die Gutschrift als „Startguthaben“ oder „Begrüßungsgeschenk“ zu bewerben, insbesondere, wenn dies erfolgt für die Angebote „Call & Surf Basic (2)/T-Net und T-ISDN“, „Call & Surf Comfort (2) T-Net und T-ISDN“, jeweils Preisliste Stand 04.06.2007, sowie „Call & Surf Comfort Plus (2)/T-Net und T-ISDN“, Preisliste Stand 18.06.2007 in der Fassung der Zusätzlichen Bedingungen und Preise vom 04.06. bis 30.09.2007, Stand 30.07.2007.

Der Beklagten wird angedroht, dass gegen sie für jeden Fall der Zuwiderhandlung ein Ordnungsgeld von bis zu Euro 250.000,00,

ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, im Wiederholungsfall bis zu 2 Jahren, festgesetzt wird, wobei die Ordnungshaft an den jeweiligen Vorstandsmitgliedern zu vollziehen ist;

2. festzustellen,

dass die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen materiellen und immateriellen Schäden zu ersetzen, welche der Klägerin dadurch entstanden sind und noch entstehen werden, dass die Beklagte

a)

Endkunden bei einem einheitlichen Vertragsschluss über ein Kopplungsangebot bestehend aus einem Optionstarif, einem DSL-Anschluss und einem DSL-Zugangsdienst der Beklagten („Kopplungsprodukt“) einen monatlichen preislichen Vorteil in Höhe von Euro 9,94 brutto oder mehr – bezogen auf die Summe der jeweiligen monatlichen Überlassungsentgelte bei gesonderten Verträgen über den Optionstarif, den DSL-Anschluss und den DSL-Zugangstarif – gewährt hat, wobei Optionstarife solche Verträge der Beklagten über analoge und ISDN-Telefonanschlüsse bezeichnen, die für vergünstigte Sprachtelefonverbindungen mit einem erhöhten monatlichen Überlassungsentgelt gegenüber den entsprechenden Standardtarifen „CallPlus/T-Net“ und „CallPlus/T-ISDN“ angeboten wurden,

b)

Endkunden Kopplungsangebote, die eine Mindestvertragslaufzeit - hilfsweise eine Mindestvertragslaufzeit von 12 Monaten und mehr, weiter hilfsweise eine Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten oder mehr und eine stillschweigende Vertragsverlängerung um jeweils 12 Monate, vorbehaltlich einer fristgerechten Kündigung – enthalten, angeboten hat,

c)

für den Vertragsabschluss über ein Kopplungsangebot eine einmalige Gutschrift zu Beginn des Vertragsverhältnisses in Höhe von Euro 40,00 brutto oder mehr gewährt und die Gutschrift als „Startguthaben“ oder Begrüßungsgeschenk“ beworben hat.

Die Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie ist der Auffassung, dass die Klage in der ursprünglichen und geänderten Fassung wegen Unbestimmtheit des Klageantrags unzulässig und die Klageänderung mangels Sachdienlichkeit unzulässig sei.

Die Klage sei insgesamt auch unbegründet. Die beanstandeten Komplettpakete Call & Surf seien marktüblich und wettbewerbsgerecht. Es existiere ein eigener Markt für Komplettangebote. Dieser sei von den Wettbewerbern der Beklagten seit 2004 geprägt worden. Die Beklagte hätte ihre Produktpalette dieser Entwicklung anpassen müssen. In einem so zu definierenden Markt für Komplettangebote verfüge die Beklagte über keine marktbeherrschende Stellung. Sie selbst habe in allen Bereichen massive Kundenverluste erlitten. Der Kunde vergleiche von vornherein ausschließlich Paketpreise der unterschiedlichen Anbieter miteinander und nicht die Preise für die Einzelleistungen einzelner Anbieter, da er ohnehin davon ausgehe, dass die Paketpreise in der Regel günstiger seien.

Eine Behinderung von Wettbewerbern läge nicht vor. Entscheidend sei, dass alle diese jedenfalls in den Bereichen, in denen sie nicht über ein eigenes Netz verfügten, über Resale die selben Leistungskomponenten wie die Beklagte anbieten könnten. Der technisch veraltete Schmalbandanschluss als Einzelkomponente spiele dabei keine Rolle.

Wegen des weiteren umfangreichen Sach- und Parteivortrags wird auf die Gerichtsakte nebst Anlagen verwiesen.

Entscheidungsgründe:

I. Zulässigkeit

1.

Das Landgericht Düsseldorf ist gemäß §§ 87 Abs. 1 S. 1 GWB, 13, 14 Abs. 2 S. 1 UWG, 32 ZPO das sachlich und örtlich zuständige Gericht.

2.

Die von der Klägerin als Klageänderung bezeichneten Anträge sind gemäß § 263 ZPO wegen Sachdienlichkeit zulässig. Diese ist wie vorliegend zu bejahen, wenn mit der geänderten Klage die noch bestehenden Streitpunkte miterledigt und ein neuer Prozess vermieden werden kann (vgl. Zöller, ZPO, 26. Aufl., § 263, Rn. 13). Die hiesige Klageänderung dient der Konkretisierung des bisherigen Prozessstoffs auf die Produkte „Call & Surf“ der Beklagten. Aus dem Vortrag beider Parteien ergibt sich, dass die Produkte auf dem Telekommunikationsmarkt einem starken Wandel unterliegen. Die Beklagte selbst bietet ihre Produkte Call & Surf erst seit 2006 an und wirbt mit temporären Sonderangeboten wie z.B. den von der Klägerin nunmehr beanstandeten Anfangsgutschriften. Wenn die Klägerin im Schriftsatz vom 04.09.2007 ihren Sachvortrag der neuesten Entwicklung – insbesondere was Mindestvertragslaufzeit und Anfangsgutschriften betrifft – anpasst, ist dies prozesswirtschaftlich zur Vermeidung weiterer Verfahren sinnvoll und damit sachdienlich.

II. Begründetheit

1.

Die Klägerin hat gegen die Beklagte keine Unterlassungsansprüche aus § 33 i.V. mit § 19 Abs. 1, Abs. 4 Nr. 1 GWB, Art. 82 EGV.

Die Anwendbarkeit der §§ 33, 19 Abs. 4 GWB, Art. 82 EGV setzt die missbräuchliche Ausnutzung einer marktbeherrschenden Stellung eines Unternehmens voraus.

a)

Ein Unternehmen ist marktbeherrschend, soweit es als Anbieter einer bestimmten Art von Waren auf dem sachlich und räumlich relevanten Markt ohne Wettbewerb ist oder keinem wesentlichen Wettbewerb ausgesetzt ist (§ 19 Abs. 2 Nr. 1 GWB)

oder eine im Verhältnis zu seinen Wettbewerbern überragende Marktstellung hat (§ 19 Abs. 2 Nr. 2 GWB). Eine marktbeherrschende Stellung i.S. des Art. 82 EG liegt nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften (EuGH) vor, wenn ein Unternehmen aufgrund seiner wirtschaftlichen Machtstellung in der Lage ist, die Aufrechterhaltung eines wirksamen Wettbewerbs auf dem relevanten Markt zu verhindern, indem sie ihm die Möglichkeit verschafft, sich seinen Wettbewerbern, seinen Abnehmern und letztlich auch den Verbrauchern gegenüber in einem nennenswerten Umfang unabhängig zu verhalten (EuGH, Urt. v. 13.02.1979, Rs. 85/76, Slg. 1979, 461, Tz. 38 - Hoffmann-LaRoche; Urt. v. 15.12.1994, Rs. C-250/92, Slg. 1994, I-5641 Tz. 47 - DLG).

aa)

Nach ständiger Rechtsprechung ist für die Bestimmung des sachlich relevanten Marktes das sog. Bedarfsmarktkonzept maßgebend. Danach sind einem (Angebots-)Markt alle Produkte zuzurechnen, die aus der Sicht der Nachfrager nach Eigenschaften, Verwendungszweck und Preislage zur Deckung eines bestimmten Bedarfs austauschbar sind (siehe nur BGH WuW/E 3058, 3062 - Pay-TV-Durchleitung - m.w.Nachw.). Dabei kommt es auf eine funktionelle Austauschbarkeit im Hinblick auf die tatsächliche Handhabung durch den Abnehmer an. Es entscheidet eine verständige Sicht der Abnehmer (vgl. Immenga/Mestmäcker, GWB, 3. Aufl. 2001, § 19, Rn. 24, 26).

Die Kammer geht davon aus, dass zum Zeitpunkt des Schlusses der mündlichen Verhandlung ein eigener Markt für Paketangebote existiert. Der Umstand, dass die Beklagte Marktbeherrscher im Bereich der traditionellen Festnetzanschlüsse ist, spielt keine relevante Rolle.

Seit der Einführung von (dreigliedrigen) Paketangeboten im Jahre 2004 durch Wettbewerber der Beklagten besteht – insofern unstreitig - von Kundenseite eine hohe Nachfrage nach Produkten, die Telefonieren, DSL-Anschluss und Internetsurfen miteinander kombinieren. Dem Kunden bieten Paketprodukte dank einer einheitlichen Rechnungsstellung eine gute Kontrolle und Vergleichbarkeit der anfallenden Kosten. Selbst wenn ein Kunde, der sich für ein Paketangebot entscheidet, auf der einen Seite die Möglichkeit verlieren sollte, in jedem Einzelfall die eventuell günstigste Alternative auszuwählen, spart er auf der anderen Seite durch den Vergleich von Komplettangeboten Informationsaufwand und Suchkosten ein. Die Konstellation, dass die Summe verschiedener Einzel-

leistungen – eines oder verschiedener Anbieter - einen Paketpreis unterbietet, hat die Klägerin nicht vorgetragen und ist auch sonst nicht ersichtlich. Dies ist auch bei den Produkten der Beklagten nicht der Fall. Der Tarif XXL-Fulltime ist mit einem Preis von 44,95 € in der ISDN-Variante teurer als das Angebot Call & Surf Basic, welches zu einem deutlich günstigeren Preis von 34,95 € zusätzlich zur Telefonflatrate noch einen DSL-Anschluss und eine Internetflatrate anbietet. Im Ergebnis steht ein Verbraucher, der ein Komplettpaket erwirbt, deutlich besser da, als wenn er Einzelprodukte kauft. Vor diesem Hintergrund ist nicht davon auszugehen, dass der Kunde einzelne Komponenten des Pakets – insbesondere den Festnetzanschluss – als eigenständig wahrnimmt. Die Behauptung der Klägerin, dass auch analoge Festnetzanschlüsse weiter nachgefragt werden, ist nicht näher belegt und genügt als solche nicht. Ein Kunde, der an modernen Internetverbindungsleistungen, die schnelle Übertragungsraten erfordern, interessiert ist, entscheidet sich für den technisch höherwertigen DSL-Anschluss anstatt für einen veralteten Schmalbandanschluss, der bestimmte Online-Dienste gar nicht ermöglicht. Ein Kunde, der am Internetzugang oder an Internetleistungen nicht interessiert ist, erwirbt von vornherein kein streitgegenständliches Bündelprodukt.

Komplettpakete werden korrespondierend zu der hohen Attraktivität für die Kunden und deren Nachfrageverhalten von allen Anbietern vorrangig beworben. Die Klägerin selbst bietet auf ihrer Internetseite am deutlichsten ihr Paketprodukt [REDACTED] an. Dabei handelt es sich bei den seitens der Klägerin beanstandeten Angebote „Call & Surf“ nicht einmal um die am weitesten fortgeschrittene Bündelung. Umfassend beworben werden nunmehr von der Beklagten und anderen Anbietern Bündelprodukte, die als sogenannten triple-play-Angebote auch Mobilfunk und digitales Fernsehen integrieren.

Dies zeigt, dass Komplettangebote sich nicht nur als eigener Markt durchgesetzt haben, sondern dass diese von der Beklagten und ihren leistungsfähigsten Mitbewerbern noch ausgebaut werden.

Die bestrittene Behauptung der Klägerin, dass Endkunden, die ihren Telefonanschluss bei der Beklagten haben, in erster Linie Kopplungsangebote der Beklagten mit dem Preis für Einzelprodukte der Beklagten vergleichen und nicht die Paketpreise verschiedener Anbieter, ist nicht hinreichend substantiiert worden und im Hinblick auf ihre weiteren Ausführungen auch nicht nachvollziehbar. Die Behauptung der Klägerin, dass sie 40 – 50 % ihrer Preselection-Bestandskunden

an die Beklagte verliere, lässt diesen Schluss jedenfalls nicht zu. Die restlichen 50 – 60 % der Kunden verblieben bei der Klägerin oder wechselten zu anderen Wettbewerbern. Dies spricht gerade dafür, dass der Kunde Vergleiche zwischen allen ihm bekannten Anbietern vornimmt und deren Paketpreise in die Bewertung einbezieht. Dabei hat die Klägerin den Vorteil, dass sie bei ihren Preselection-Bestandskunden bereits bekannt ist und sie diese besonders bewerben kann.

Auch der Umstand, dass die anderen Anbieter den Festnetzanschluss im Resale-Verfahren von der Beklagten erwerben, wird die Kunden nicht daran hindern, Paketpreise verschiedener Anbieter zu vergleichen. Denn dabei handelt es sich um einen internen Vorgang, der für die Kunden nicht ersichtlich ist.

bb)

Ob ein Unternehmen auf dem unter aa) näher abgegrenzten Markt (hier: Komplettpakete) eine marktbeherrschende Stellung hat, ist nach den in § 19 Abs. 2 GWB aufgeführten Kriterien zu beurteilen. Besondere Bedeutung kommt dabei dem Marktanteil zu (Immenga/Mestmäcker, a.a.O., § 19, Rn. 50).

Die von der Klägerin behauptete marktbeherrschende Stellung der Beklagten ist jedenfalls zweifelhaft. Ausgehend von der Anzahl der DSL-Anschlüsse als elementarem Baustein der ganz überwiegenden Zahl der Komplettpakete sank nach einer Studie der Bundesnetzagentur der Marktanteil der Beklagten von 96 % im Jahre 2001 und 82,7 % im Jahre 2004 innerhalb weiterer 2 Jahre erheblich und lag im Jahre 2006 bei etwa 50 % (vgl. Tabelle, S. 63, Jahresbericht der Bundesnetzagentur 2006, Anlage K 64). Die Mitbewerber haben gegenüber der Beklagten im Bereich der DSL-Anschlüsse stark aufgeholt. Hierzu heißt es im Jahresbericht der Bundesnetzagentur 2006:

„Rasante Zuwächse können vor allem Unternehmen verzeichnen, die als Wiederverkäufer (Reseller) von DSL-Anschlüssen der [REDACTED] auftreten ... ihr Anteil stieg von 15 Prozent im Vorjahr auf rund 23 % im Jahr 2006.... Zudem erzielen aber auch die Wettbewerber der [REDACTED] mit eigenen Netz ein deutliches Plus im Geschäft mit DSL-Anschlüssen.... Diese Unternehmen konnten in 2006 ihre Anzahl der Anschlüsse auf rund 3,9 Mio. erhöhen und damit bis zum Jahresende einen Anteil von fast 28 % am DSL-Markt gewinnen.“

Wettbewerber der Beklagten wie arcor, Hansenet oder Versatel sprechen ausweislich der von der Klägerseite vorgelegten Anlagen K 96 von guten bis sehr

guten Umsatzentwicklungen (arcor: „Umsatzrekord“, Anlage K 96, S. 468ff. GA) und einer optimistischen Prognose für die Zukunft.

Ob vor diesem Hintergrund der Marktanteil der Beklagten im Jahre 2007 und zum Zeitpunkt der letzten mündlichen Verhandlung der Tendenz der Vorjahre folgend weiter auf ca. 42 % für das Jahr 2006 und für 2007 noch weiter gesunken ist, wie es die Beklagte unter Rückgriff auf eigene Datenerhebungen und Berechnungen der VATM in ihrem Schriftsatz vom 18.04.2007 vorträgt, oder ob die von der Klägerin u.a. im nicht nachgelassenen Schriftsatz vom 16.10.2007 zuletzt vorgetragenen Zahlen richtig sind, bedarf indes keiner weiteren Aufklärung im Wege einer Beweisaufnahme. Jedenfalls dürfte die Beklagte nach dem Vortrag beider Parteien eine noch deutlich größere Marktstellung haben als jeder einzelne ihrer Mitkonkurrenten. Letztlich kann diese Frage aber offen bleiben. Auch wenn man von einer marktbeherrschenden Stellung der Beklagten ausgeht, liegt jedenfalls ein Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung nicht vor.

b)

Ein Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung durch Wettbewerbsbehinderung im Sinne von § 19 Abs. 4 Nr. 1 GWB, Art. 82 Abs. 2 lit.d EGV ist nicht gegeben. Eine Beeinträchtigung des Wettbewerbs liegt nicht vor.

aa)



Die Teilnahme am Wettbewerb ist für Wettbewerber nicht dadurch eingeschränkt, dass sie nicht einen traditionellen schmalbandigen Festnetzanschluss in ihr Paket aufnehmen können. Jedenfalls die vom Kunden nachgefragten Leistungen kann jeder der Wettbewerber auch über die DSL-Technik im Anmiet- oder Line-Sharing Verfahren bundesweit anbieten, ohne dass ein eigener schmalbandiger Festnetzanschluss benötigt wird. Für den Kunden tritt – wie dargelegt – nicht hervor, ob er über einen eigenen oder einen im Resale-Verfahren angemieteten Festnetzanschluss telefoniert. Dies ist deshalb auch nicht wettberbsrelevant. Vielmehr ist das Leistungsangebot der Beklagten für deren Wettbewerber nachbildbar. Auf die Frage, ob überdies ein weiterer Netzaufbau durch die Mitbewerber der Beklagten technisch realisierbar und/oder rentabel ist, kommt es insofern nicht an.

bb)

Eine Beeinträchtigung von Wettbewerbern liegt auch nicht darin, dass Wettbewerber, die wie die Klägerin noch auf Vorleistungen der Beklagten – nämlich die für die Klägerin kostenpflichtige TAL zwischen Hauptvermittlungsstelle

und Endkunden - angewiesen sind, diese Vorleistungen nicht in einer den Wettbewerb ermöglichenden Weise erhalten. Die Klägerin hat keine Umstände vorgetragen, die nahe legen, dass ihnen der Wettbewerb aufgrund der Bezugsbedingungen, zu denen sie Vorleistungen erhält, nicht möglich ist. Dann müsste sie sich wohl auch gegen die Bezugsbedingungen und nicht gegen die Preisgestaltung der Beklagten wenden.

Aus den Marktpreisen ergibt sich eine Beeinträchtigung des Wettbewerbs jedenfalls nicht. Soweit die Klägerin vorträgt, dass die Beklagte ihre Preise unabhängig vom Markt gestalten könne, während Mitbewerber wie die Klägerin gezwungen würden, ihre Paketangebote weit unter diesen Preisen zu bewerben und dass, obwohl sie noch auf die TAL zwischen Hauptvermittlungsstelle und Endkunde angewiesen sind, kann man keine Auswirkung von den Endpreis feststellen. Betrachtet man folgende Aufstellung, wird deutlich, dass zwischen dem Angebot der Beklagten und Wettbewerbern keine größeren Unterschiede bestehen, als zwischen den Wettbewerbern selbst.

Produkt (DSL- Übertragungsrate)	Beklagte	arcor	Hansenet (Alice)	Versatel	United	Klägerin
2000	Call Surf Basic 34,95 €	All- Inclusive 29,95 €	(-)	Double Flat DSL+Fon 29,98 €	Surf & Phone 29,99	 Komplett 29,99 €
6000	Call & Surf Comfort 44,95 €	All- Inclusive 39,95 €	(-)	Double Flat DSL+Fon 39,95 €	(-)	(-)
16.000	Call & Surf Comfort Plus 49,95 €	All-inclusiv 44,95 €	Alice fun 34,95	Double Flat DSL+Fon 49,98 €	Surf & Phone 39,99 € (mit Handy- Flat) bei eigener Leitung (29,99 + 16,37 € Re-Sale)	 komplett 34,95 €

Wettbewerber wie arcor und Versatel bieten im Wesentlichen das selbe Leistungspaket an wie die Beklagte und liegen preislich maximal ca. 5 € unter diesen. Das DSL-16.000-Angebot von Versatel ist praktisch genauso teuer wie das der Beklagten. Die Angebote der Klägerin [REDACTED] sind zwar deutlich günstiger als die entsprechenden Angebote der Beklagten (ca. 5 € bei einem DSL-2000-Anschluss und 15,00 € bei einem DSL-16.000-Anschluss), sie liegen aber auch deutlich unter den Preisen der Firmen Arcor und Versatel. Die Firma Hansenet ist mit ihrem Produkt „Alice“, worauf die Klägerin mit einem Presseinfo für das 2. Quartal 2007 verweist (vgl. Anlage K 96 zum Schriftsatz vom 11.09.2007, S. 464 GA), auf dem Markt sehr erfolgreich („Alice verdoppelt Umsatz“), auch ohne dass sie einen schmalbandigen Festnetzanschluss anbietet und obwohl sie ihr Komplettpaket zu dem selben Preis wie die Klägerin anbietet.

Dies bestätigt, dass die Produkte der Beklagten nicht die von der Klägerin behauptete beeinträchtigende Wirkung besitzen, sondern vielmehr, dass innerhalb aller Wettbewerber ein Konkurrenzdruck besteht, unter dem es einigen Anbietern möglich ist, einen höheren Preis für ihre Pakete zu verlangen und anderen nicht. Auch die Frage, ob die Klägerin eine Vielzahl ihrer Kunden an Call & Surf – Angebote verliert – was von der Beklagten bestritten wurde - und ob dies auf ein Verhalten der Beklagten zurückzuführen ist, kann insofern dahinstehen, da die Angebote der Beklagten nicht geeignet sind, speziell die Klägerin zu beeinträchtigen. Im Gegenteil: Die Klägerin kann Kunden, die bei der Beklagten einen DSL-Anschluss besitzen oder erwerben, weiter für ihre Angebote Preselection bzw. Call-by-Call werben. Da andere Wettbewerber dies ausschließen, steht die Klägerin günstiger dar, als sie dies tun würde, wenn sich der Kunde für ein Komplettangebot eines der wirtschaftlich prosperierenden Mitbewerbers entscheiden würde.

cc) Die von der Beklagten eingeführte Mindestvertragslaufzeit von 24 Monaten ist gleichfalls nicht zu beanstanden. Ein Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung durch Wettbewerbsbehinderung im Sinne von § 19 Abs. 4 Nr. 1 GWB, Art. 82 Abs. 2 lit.d EGV ist nicht gegeben.

Eine Beeinträchtigung des Wettbewerbs liegt nicht darin, dass die Beklagte in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen überhaupt Mindestvertragslaufzeiten vorsieht.

Hier ist das billigenswerte Interesse der Beklagten zu berücksichtigen, den von ihr getätigten Investitionsaufwand im Hinblick auf die Vertragslaufzeit zu erwirtschaften und hierfür einen angemessenen Kalkulationszeitraum zugrunde zu legen. Dem steht nicht entgegen, dass ein Anteil von Kunden bereits durch Optionstarife an die Beklagte gebunden war. Nach dem Vortrag beider Parteien ist der Markt für die Neukundengewinnung im Bereich DSL noch nicht erschöpft. Es darf der Beklagten nicht verwehrt sein, solche Neukunden von anderen Wettbewerbern wieder abzuwerben und in ihren Kundenbestand neu aufzunehmen. Hierfür sind entgegen der Auffassung der Klägerin Investitionen wie z.B. Werbekosten erforderlich, die bei der Beurteilung des Interesses der Beklagten an einer längeren Vertragsbindung zu berücksichtigen sind.

Vom Kunden darf erwartet werden, dass er nicht nur seinen Bedarf an Anschluss- und Verbindungsleistungen nach Ablauf der Mindestvertragslaufzeit von zwei Jahren neu abzuschätzen vermag. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf einen etwaigen zukünftigen Bedarf. Vertragliche Mindestlaufzeiten sind Verbrauchern aus verschiedenen Bereichen wie z.B. dem Mobilfunkbereich seit einigen Jahren bekannt. Dass Kunden aus Bequemlichkeit bei der Beklagten verbleiben – wie die Klägerin vorträgt - ist nicht von entscheidender Bedeutung. Gleiches gilt für Kunden aller Anbieter von Komplettangeboten, die eine Mindestvertragslaufzeit vorsehen. Wie die Klägerin in ihrem Schriftsatz vom 11.09.2007 vorträgt und wie der Kammer aus dem Parallelverfahren 14 c O 245/05 bekannt ist, rechnet sie selbst mit einer 36-monatigen Verweildauer eines Kunden für ihre Produkte. Der "bequeme" Kunde würde danach die selbe Bequemlichkeit entfalten, wenn auch eine geringe oder keine Mindestvertragslaufzeit angeboten würde.

Die Vereinbarung von längeren Mindestvertragslaufzeiten bis zu 24 Monaten ist darüber hinaus auch marktüblich. Wie sich aus der als von der Klägerin als Anlage K 88 überreichten Tabelle bereits ergibt, verzichten lediglich die Anbieter Hansenet („Alice“) und Congstar überhaupt auf eine Mindestvertragslaufzeit. Dabei bietet Congstar keine breitbandgetriebenen Paketangebote, die mit den streitgegenständlichen Angeboten der Beklagten vergleichbar wären. Die ganz überwiegende Anzahl der Mitbewerber, darunter die unbestritten größten Wettbewerber der Beklagten, Arcor, Hansenet, Versatel und auch die Klägerin selbst, bieten ihre Paketprodukte mit Mindestvertragslaufzeiten von 12 und auch 24 Monaten an:

Produkt	Beklagte (in Monaten)	Arcor (in Monaten)	Versatel (in Monaten)	United 1 & 1 (in Monaten)	Klägerin (in Monaten)	Hansenet (Alice) (in Monaten)
DSL 2000	24	24	24	24	12	keine
DSL 6000	24	24	24	24	12	keine
DSL 16.000	24	24	24	24	12	keine

Eine automatische Verlängerung der Mindestlaufzeiten sehen, wie die Beklagte dargelegt hat, über die Hälfte von 20 Anbietern vor. Wegen der Einzelheiten wird auf die Auflistung Anlage K 88 und CC 64 verwiesen. Dem ist die Klägerin nicht substantiiert entgegengetreten. Eine Behinderung der Klägerin durch die Vertragslaufzeiten der Beklagten ist damit nicht zu erkennen. Die Gestaltung der Mindestvertragslaufzeit und deren Verlängerung ist für jeden Wettbewerber nachbildbar und wird von Wettbewerbern auch praktiziert. Soweit die Klägerin vorträgt, dass ihre Kunden in erheblichem Umfang zur Beklagten abwandern, so ist dies unter kartellrechtlichen Gesichtspunkten nicht dem Verhalten der Beklagten anzulasten, sondern ihr eigenes wirtschaftliches Unternehmerrisiko, welches auch sie durch Erweiterung ihrer eigenen Mindestlaufzeit minimieren könnte. Erste Ansätze dazu hat sie mit der Verlängerung der Mindestvertragslaufzeit von 6 auf 12 Monate bereits unternommen (vgl. Schriftsatz vom 11.09.2007, S. 37).

2.

Die Klägerin hat gegen die Beklagte keine Unterlassungsansprüche aus §§ 44, 28 Abs. 1 S. 2 Nr. 2, Abs. 2 Telekommunikationsgesetz (TKG).

Voraussetzung wäre das missbräuchliche Verhalten eines Unternehmens mit beträchtlicher Marktmacht, welches die Wettbewerbsmöglichkeiten anderer Unternehmen auf einem Telekommunikationsmarkt in erheblicher Weise beeinträchtigt.

Aus den unter II. 1 bereits erörterten Gründen liegt eine Beeinträchtigung der Beklagten durch das Verhalten der Klägerin nicht vor. Weitere telekommunikationsrechtliche Ansprüche sind nicht ersichtlich.

3.

Die Klägerin hat gegen die Beklagte keinen Anspruch auf Unterlassung der Gewährung von Anfangsgutschriften gemäß §§ 8, 3 UWG.

Diese Anspruchsgrundlage setzt unlautere Wettbewerbshandlungen voraus, die geeignet sind, den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder der sonstigen Marktteilnehmer nicht nur unerheblich zu beeinträchtigen. Solche liegen im Falle der Gutschriften in Höhe von 40,00 Euro bzw. 60,00 Euro, die die Beklagte im Frühjahr 2007 gewährt hat, nicht vor.

Gutschriften sind nicht grundsätzlich unzulässig. Im Hinblick auf die Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung und Irreführung der Verbraucher sind vor allem solche Angebote unzulässig, die einer Täuschung der Verbraucher über den tatsächlichen Wert des Angebots nicht entgegenwirken und durch mangelnde Transparenz die Rationalität der Nachfrageentscheidung des Verbraucher über Gebühr zurückdrängen (ständige Rechtsprechung, vgl. nur BGH GRUR 2002, S. 981 Kopplungsangebot II).

Aus der Sicht des verständigen Verbraucher ist hier eine unsachliche Beeinflussung oder eine Irreführung ausgeschlossen. Sowohl die Höhe der monatlichen Gebühren als auch der Wert der Anfangsgutschrift sind im Angebot der Beklagten klar definiert. Der interessierte Kunde ist in der Lage, die tatsächliche Ersparnis zu ermitteln und das Ergebnis mit Angeboten anderer Wettbewerber zu vergleichen. Es ist nicht zu beanstanden, dass die Anfangsgutschrift aus Sicht des Kunden ein „Geschenk“ darstellt und einen hohen Kaufanreiz in sich birgt. Aus den von der Beklagten zur Akte gereichten Anlagen ergibt sich, dass Anfangsgutschriften auch von anderen Anbietern gewährt werden, so von der Fa. Vodafone in Höhe von drei Monatsbeiträgen (Anlage CC 72), der Fa. Netcologne in Höhe von zwei Monatsbeiträgen zzgl. 10 € bei online-Bestellung (Anlage CC 73) oder der Fa. Versatel in Höhe von 20 € (Anlage CC 74), der Kunde mithin an Gutschriften gewöhnt ist.

4.

Die Klägerin hat gegen die Beklagte aus keinem rechtlichen Gesichtspunkt einen Anspruch auf Feststellung eines Schadensersatzanspruchs. Eine missbräuchliches Verhalten der Beklagten im Sinne einer Pflichtverletzung, die eine

Schadensersatzpflicht auslösen könnte, ist nicht ersichtlich. Auf die Ausführungen unter 1.-3. wird verwiesen.

III.

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91 Abs. 1, 709 S. 1 ZPO.

Streitwert: 1.000.000,00 Euro.

Brückner-Hofmann
Vorsitzende Richterin am
Landgericht

Pastohr
Richterin am Landgericht

Dr. Dominik
Richterin am Landgericht