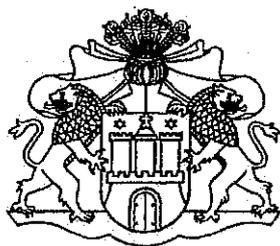


Landgericht Hamburg

Az.: 312 O 162/20

Verkündet am 15.4.2021

JOSekr'in
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



EINGEGANGEN

23. APR. 2021

Rechtsanwältin

Urteil

IM NAMEN DES VOLKES

In der Sache

Verbraucherzentrale Brandenburg e.V., vertreten durch d. Vorstand, dieser vertreten durch den Vorstandsvorsitzenden Jochen Resch, Babelsberger Straße 12, 14473 Potsdam

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwältin

Gz.: :

gegen

PE Digital GmbH, vertreten durch d. Geschäftsführer Tim Schiffers, Henning Rönneberg und Marc Schachtel, Speersort 10, 20095 Hamburg

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

Gz.: :

erkennt das Landgericht Hamburg - Zivilkammer 12 - durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht , die Richterin am Landgericht und den Richter am Landgericht am 15.4.2021 auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 9.2.2021 für Recht:

- I. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu EUR 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollstrecken an den gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, in Partnervermittlungsverträgen die nachfolgenden oder inhaltsgleichen Bestimmungen kumulativ als Allgemeine Geschäftsbedingungen einzubeziehen sowie sich auf die Bestimmungen bei der Abwicklung derartiger Verträge zu berufen
1. *[Kündigungsfrist] Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.*
 2. *[Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen] Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate.*

wie aus Anlage K 2a und/oder K 2b und/oder K 2c ersichtlich.

- II. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger EUR 220,00 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 7.7.2020 zu zahlen:
- III. Die Kosten des Rechtsstreits hat die Beklagte zu tragen.
- IV. Das Urteil ist hinsichtlich Ziffer I. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von EUR 5.000,00 und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des jeweils vollstreckbaren Betrages vorläufig vollstreckbar.

Tatbestand

Die Parteien streiten über Verlängerungsklauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Partnerschaftsvermittlungsverträge.

Der Kläger ist in der vom Bundesamt für Justiz in Bonn geführten Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG eingetragen.

Die Beklagte unterhält auf der Internetseite www.parship.de ein Onlineportal zur Partnerschaftsvermittlung. Im Rahmen der Mitgliedschaft können sich Verbraucher bei der Suche nach einem Partner entsprechende Vorschläge unterbreiten lassen. Dabei gibt es eine kostenlose Basis-Mitgliedschaft und eine kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaft.

Im Rahmen der kostenpflichtigen Premium-Mitgliedschaft verwendet die Beklagte die in Anlage K 1 enthaltenen AGB (Stand: 29.3.2019). Ferner verwendet die Beklagte bei der Vertragsanbahnung für die Produkte „Premium lite“ (Laufzeit 6 Monate), „Premium classic“ (Laufzeit 12 Monate) und „Premium comfort“ (Laufzeit 24 Monate) die im Anlagenkonvolut K 2 enthaltenen „produktbezogenen Vertragsinhalte“, die im Rahmen des Bestellvorganges auf der Webseite der Beklagten vom Kunden bestätigt werden müssen. Ziffer 5.2 der AGB verweist hinsichtlich der Frist für die ordentliche Kündigung auf die produktbezogenen Vertragsinhalte.

Die produktbezogenen Vertragsinhalte (Anlage K 2) enthalten jeweils die folgenden streitgegenständlichen Regelungen:

*„**Kündigungsfrist** Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.*

***Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen** Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von [...], es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende.“*

Die monatlichen Preise im Falle der vorgenannten Verlängerung betragen EUR 74,90 (Premium lite), EUR 69,90 (Premium classic) und EUR 49,90 (Premium comfort).

Der Kläger ist der Meinung, die Beklagte verstoße mit der Kombination der beiden Klauseln gegen § 307 Abs. 1 BGB, so dass ihm ein Unterlassungsanspruch nach § 1 UKlaG sowie ein Anspruch auf Ersatz der Abmahnpauschale nach § 5 UKlaG i.V.m. § 12 Abs.1 S. 2 UWG a.F. nebst Zinsen zustehe. Die beiden angegriffenen Klauseln seien in ihrer Gesamtschau unwirksam. Denn die Kombination beider Klauseln führe dazu, dass der Kunde etwa eine „Premium classic“-Mitgliedschaft mit vereinbarter Erstlaufzeit von 12 Monaten bereits 12 Wochen vor Ablauf dieser ursprünglich vereinbarten Mitgliedschaft – also bereits nach 9 Monaten Laufzeit – kündigen müsse, um eine Verlängerung des Vertrages um weitere 12 Monate zu verhindern. Kündige er zu diesem Zeitpunkt nicht, verlängere sich der Vertrag um

weitere ca. 15 Monate. Noch drastischer sei dies bei der „Premium lite“-Mitgliedschaft mit vereinbarter sechsmonatiger Laufzeit, wo der Verbraucher bereits nach drei Monaten kündigen müsse, wenn er eine automatische Verlängerung für ein ganzes Jahr vermeiden wolle. Beim Produkt „Premium comfort“ müsse der Verbraucher ebenfalls bereits sehr frühzeitig die Kündigung aussprechen, um eine Verlängerung zu vermeiden. Der Kläger beruft sich insoweit u.a. auf zwei Entscheidungen des AG Hamburg (20a C 281/18 und 32 C 102/18). Ein Partnervermittlungsvertrag sei nach seinem objektiv ersichtlichen Zweck nicht auf eine Dauerinanspruchnahme der Dienstleistung, sondern auf einen Erfolgseintritt angelegt. Dass gerade dieser Erfolg von der Beklagten beabsichtigt sei, gehe aus ihrer Werbung hervor. Der Kläger verweist insoweit auf die Startseite der Webseite der Beklagten, auf der die Beklagte – unstreitig – ihr Angebot u.a. mit der Aussage „9 von 10 Parship-Paaren bleiben zusammen – Parship Paarbefragung 2013 in Koop. mit der Uni Duisburg Essen“ bewirbt. Darüber hinaus nimmt der Kläger Bezug auf die – ebenfalls unstreitige – Werbung der Beklagten bei YouTube, wo unter der Kategorie „PARSHIP-Paar“ mit Erfolgsgeschichten von Paaren geworben wird, die eine langjährige Beziehung eingegangen sind und anschließend geheiratet haben. Der Verbraucher könne regelmäßig drei Monate vor Ablauf der Vertragslaufzeit nicht wissen, ob bis dahin die Vermittlung eines Partners gelungen sein werde. Lerne er 10 oder 11 Wochen vor Laufzeitende einen Partner kennen, wäre er dennoch weitere 14 ½ Monate sinnlos an den Vertrag gebunden. Dadurch werde die Dispositionsfreiheit der Verbraucher in erheblicher Weise eingeschränkt, wobei dem kein legitimes Interesse der Beklagten gegenüberstehe.

Der Kläger mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 12.3.2020 wegen der vorgenannten Klauseln ab (Anlage K 3). Die Beklagte ließ die geltend gemachten Ansprüche des Klägers mit anwaltlichem Schreiben vom 30.04.2020 zurückweisen.

Der Kläger hat ursprünglich die Anträge angekündigt.

- I. Die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines vom Gericht für den Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu EUR 250.000,00, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollstrecken an den gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, in Bezug auf Partnervermittlungsverträge die nachfolgenden oder inhaltsgleichen Bestimmungen als Allgemeine Geschäftsbedingungen einzubeziehen sowie sich auf die Bestimmung bei der Abwicklung derartiger Verträge zu berufen
 1. *[Kündigungsfrist]* Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.

2. [Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen] Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate.

- II. Die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger EUR 220,00 nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Der Kläger beantragt nunmehr,

wie erkannt.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Meinung, dass der Klageantrag zu Ziffer I. infolge der Verwendung der Formulierungen „in Bezug auf“ und „inhaltsgleichen Bestimmungen“ bereits wegen Unbestimmtheit unzulässig sei. Ferner sei unklar, ob das beantragte Verbot nur die kumulative oder auch die alternative Verwendung der beiden angegriffenen Klauseln umfasse. Außerdem seien vom Antrag auch Klauseln in unentgeltlichen Verträgen umfasst, wo eine unangemessene Benachteiligung der Verbraucher ohnehin ausscheide.

Darüber hinaus meint die Beklagte, dass dem Kläger die geltend gemachten Ansprüche nicht zustünden. Maßstab für die Zulässigkeit der Klauseln sei § 309 Nr. 9 BGB, dem die Klauseln gerecht würden. Nur in Ausnahmefällen könne bei solchen Klauseln ein Verstoß gegen § 307 BGB vorliegen, nämlich wenn die Besonderheiten des Vertragsverhältnisses es geböten oder der Vertragspartner außerordentlich belastet werde. Keine dieser beiden Alternativen sei im Streitfall jedoch einschlägig.

Den Feststellungen der vom Kläger zitierten amtsgerichtlichen Entscheidungen liege die zugleich antiquierte wie auch romantisierte Vorstellung zugrunde, die Plattformnutzer der Beklagten würden einen Partner fürs Leben suchen, wüssten es sogleich, sobald sie den oder die „Richtige/n“ gefunden hätten und lebten fortan in glücklicher Zweisamkeit bis an ihr Ende. Diese Vorstellung gehe jedoch an der Lebenswirklichkeit vorbei. Zutreffend sei vielmehr, dass heute kaum jemand einen lebenslänglichen Partner suche, sondern in der Regel vielmehr einen Lebensabschnittspartner oder auch nur ein mehr oder weniger „befristetes“ Verhältnis. Und auch dann, wenn ein Partner gefunden worden sei, schaue sich der eine oder andere gerne weiter um, ob sich nicht etwas Besseres finde- was im Übrigen durchaus auch und gerade dann vernünftig sei, wenn tatsächlich ein „lebenslänglicher“ Partner gesucht werde.

Unter den Kunden der Beklagten befänden sich im Übrigen die unterschiedlichsten Persönlichkeiten mit den unterschiedlichsten Bedürfnissen. Entsprechend unterschiedlich seien ihre Beweggründe, einen Vertrag über die Onlinedienste der Beklagten abzuschließen. Keineswegs sei der Vertrag über die Nutzung der Online-Dienste der Beklagten grundsätzlich auf irgendeinen – gar einmaligen – Erfolgseintritt ausgelegt, sondern sehr wohl auf eine Dauerinanspruchnahme der Dienstleistung. Vor diesem Hintergrund weise der Vertrag über die Online-Dienste der Beklagten auch keine Besonderheiten auf, die ihn von einem BahnCard- oder Fitnessstudiovertrag unterschieden, und die eine andere Beurteilung rechtfertigen könnten. Wer tatsächlich einen einmaligen Erfolg in Form der Vermittlung eines Partners für das Leben suche, der inseriere in der „ZEIT“ oder einer traditionellen Partnerschaftsvermittlung, die man nur ungern mehrfach aufsuche und begeben sich nicht auf eine Onlineplattform wie die der Beklagten.

Der Kläger verknüpfe in unzulässiger Weise den Vertragstyp des Vertrages über Online-Dienste der Beklagten mit einer subjektiven Intention des Plattformnutzers, die ausschließlich auf Mutmaßungen beruhe und jeglicher Tatsachengrundlage entbehre. Weil der Vertragszweck nicht wegfalle, nur weil irgendein Partner gefunden worden sei, liege keine unangemessene Benachteiligung wegen sinnloser Vertragsbindung vor.

Auch habe der Kläger weder dargelegt noch sei es sonst ersichtlich, dass die Einschränkung der Dispositionsfreiheit durch die Vertragsverlängerung besonders gravierende Folgen für den Kunden habe. Nur wenn sich das zusätzlich aufzubringende Entgelt aus Sicht eines durchschnittlichen Kunden als erhebliche Einschränkung seiner wirtschaftlichen Handlungsfreiheit darstelle, könne die Verlängerung um ein Jahr ausnahmsweise unangemessen sein. Dies sei bei den monatlichen Kosten von EUR 49,90 (Premium comfort), EUR 69,90 (Premium classic) und EUR 74,90 (Premium lite) auch angesichts der ergangenen Rechtsprechung nicht der Fall. Die Beklagte beruft sich insoweit u.a. auf Urteile des AG Hamburg (11 C 576/18) und des AG Mettmann (27 C 197/19).

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen sowie auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 9.2.2021 Bezug genommen. Die Schriftsätze vom 12.3.2021 (Kläger) und 19.3.2021 (Beklagte) haben vorgelegen.

Entscheidungsgründe

Die Klage ist zulässig und begründet.

I.

Die Klage ist zulässig, insbesondere sind die Klageanträge hinreichend bestimmt im Sinne von § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO. Die Formulierung „in Bezug auf“ wurde vom Kläger gestrichen, ebenso hat der Kläger durch die Einfügung des Wortes „kumulativ“ und die Bezugnahme auf die Anlagen K 2a, b, c klargestellt, dass die Kombination der beiden Klauseln für kostenpflichtige Angebote wie in den vorgenannten Anlagen untersagt werden soll. Damit bestehen keine Zweifel, was der Beklagten verboten wird. Soweit die Beklagte die Verwendung des Passus „inhaltsgleiche Bestimmungen“ angreift, entspricht dies den Vorgaben von § 9 Nr. 3 UKlaG für die Urteilsformel.

II.

Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch nach den §§ 1 UKlaG, 307 Abs. 1 BGB gegen die Beklagte zu. Denn die Kombination der beiden streitgegenständlichen Klauseln stellt eine unangemessene Benachteiligung der Kunden in Sinne von § 307 Abs. 1 BGB dar.

1.

Das AG Hamburg hat in seinem Urteil vom 18.1.2019 (32 C 102/18) bezüglich zwei inhaltsgleichen Klauseln bei einer ursprünglichen Vertragsdauer von 12 Monaten ausgeführt:

„Zwar haben die Parteien unstreitig am 01.11.2015 einen Vertrag zu einer Laufzeit von 12 Monaten geschlossen. Das Gericht geht nach dem übereinstimmenden Vortrag der Parteien davon aus, dass der Kläger den für diesen Zeitraum vereinbarten Betrag in Höhe von 478,86 € an die Beklagte beglichen hat. Einen darüber hinausgehenden Betrag, welcher den Zeitraum nach Ablauf der genannte 12 Monate betrifft, kann die Beklagte von dem Kläger nicht fordern. Der ursprünglich zwischen den Parteien geschlossene Vertrag hat sich nicht um 12 Monate verlängert. Denn die Klauseln in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten, nach denen sich der zwölfmonatige Vertrag um weitere 12 Monate verlängert, wenn er nicht mit einer Frist von 12 Wochen vor dem Vertragsende gekündigt wird, hält einer AGB-rechtlichen Wirksamkeitsprüfung nicht stand. Nach dem unbestritten gebliebenen Klägervortrag und den eingereichten Anlagen sind die AGB der Beklagten Vertragsbestandteil geworden.

Eine Unwirksamkeit der Klauseln ergibt sich zwar nicht aus § 309 Nr. 9 BGB, da sich die Regelungen isoliert betrachtet (Kündigungsfrist, Verlängerungszeitraum) innerhalb der von dieser Norm gesetzten Grenzen bewegen. Auch handelt es sich bei den streitgegenständlichen Klausel nicht um überraschende im Sinne des § 305c BGB, da es durchaus üblich ist, dass sich Verträge nach Ablauf eines vereinbarten Vertragszeitraums

verlängern können. Jedoch können Klauseln, die in den Anwendungsbereich von § 309 Nr. 9 BGB fallen, aus besonderen von dieser Norm nicht erfassten Gründen gemäß § 307 BGB unwirksam sein (Palandt, BGB, Grüneberg, § 309 Rn. 94).

Im streitgegenständlichen Fall sind die Klauseln betreffend die Kündigungsfrist und den Verlängerungszeitraum in ihrem Zusammenwirken nach § 307 BGB unwirksam, da sie den Vertragspartner entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Nach § 307 BGB sind Bestimmungen in Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam, wenn sie den Vertragspartner des Verwenders entgegen den Geboten von Treu und Glauben unangemessen benachteiligen. Eine unangemessene Benachteiligung kann sich auch daraus ergeben, dass die Bestimmung nicht klar und verständlich ist. Eine unangemessene Benachteiligung ist im Zweifel anzunehmen, wenn eine Bestimmung mit wesentlichen Grundgedanken der gesetzlichen Regelung, von der abgewichen wird, nicht zu vereinbaren ist oder wesentliche Rechte oder Pflichten, die sich aus der Natur des Vertrags ergeben, so einschränkt, dass die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet ist. Eine Bestimmung ist unangemessen, wenn der Verwender durch einseitige Vertragsgestaltung missbräuchlich eigene Interessen auf Kosten seines Vertragspartners durchzusetzen versucht, ohne von vornherein auch dessen Belange hinreichend zu berücksichtigen und ihm einen angemessenen Ausgleich zugestehen. Unangemessenheit liegt nicht vor, wenn die Benachteiligung des Vertragspartners durch höherrangige oder zumindest gleichwertige Interessen des AGB-Verwenders gerechtfertigt ist (BGH, Urteil vom 15.04.2010, Az. Xa ZR 89/09, NJW 2010, 2942).

Gemessen an diesen Grundsätzen ergibt sich hier bei einer Gesamtabwägung aller für und gegen eine automatische Verlängerung sprechenden Umstände die unangemessene Benachteiligung aus der Kombination, dass die Kündigung bereits 12 Wochen vor Ablauf der ursprünglich vereinbarten Mitgliedschaftsdauer erklärt werden muss und sich andernfalls der Vertrag um weitere zwölf Monate verlängert. Die Dispositionsfreiheit des Kunden wird erheblich dadurch eingeschränkt, dass er im Rahmen der Mitgliedschaft bereits nach knapp neun Monaten kündigen muss, will er keine Verlängerung des Vertrages um zu diesem Zeitpunkt weitere 15 Monate. Dabei ist aufgrund des Charakters des streitgegenständlichen Vertrages insbesondere zu berücksichtigen, dass die von der Beklagten angebotene Leistung (Kontaktaufnahmemöglichkeit zu anderen Singles zwecks Beziehungssuche) aus der Sicht des Kunden regelmäßig nicht zu einer dauerhaft benötigten Leistung werden sollte. Vielmehr nimmt der Kunde die Partnerschaftsvermittlungsplattform regelmäßig in der Hoffnung in Anspruch, die Leistung nach erfolgreichem Abschluss der Partnersuche nicht mehr zu benötigen. Insofern ist gerade dieser Art Dienstleistung ein erhöhtes Interesse des Kunden an

einer nicht zu langfristigen vertraglichen Bindung immanent. Der Verbraucher kann regelmäßig drei Monate vor Ablauf der ursprünglichen Vertragslaufzeit nicht wissen, ob bis dahin die Vermittlung eines Partners gelungen sein wird. Grundsätzlich hat der Verbraucher nur so lange ein Interesse an dem Vertrag, bis er einen passenden Partner kennengelernt hat. Die Kündigungsfrist von knapp drei Monaten vor Ablauf der Vertragslaufzeit zulasten des Verbrauchers ist einseitig belastend. Dieser Belastung steht kein legitimes Interesse der Beklagten an der frühzeitigen Verlängerung des Vertrages gegenüber. Allein die Kundenbindung stellt ein solches Interesse nicht dar. Ein solches Interesse kann auch durch eine kürzere Kündigungsfrist, etwa von vier Wochen erreicht werden. Denn die Beklagte hat keinerlei Notwendigkeit, sich auf die weitere Mitgliedschaft vorzubereiten, da die Leistungen der Beklagten durch eine Software erbracht werden.

Dieser erheblichen Beeinträchtigung der Dispositionsbefugnis des Vertragspartners durch die vorliegende Gestaltung der AGB steht - anders als in der von der Beklagtenseite zitierten Entscheidung des BGH (Urteil vom 15.04.2010, a.a.O.) zu der „Fan BahnCard 25“ - kein legitimes Interesse der Beklagten gegenüber, das es rechtfertigen würde, die genannte Bindung des Kunden an den Vertrag hinzunehmen. Während es sich bei der „Fan BahnCard“ um eine Art „Probe-BahnCard“ im Rahmen einer Sonderaktion handelte, die dazu diente, Kunden den Preisvorteil der BahnCard probeweise anzubieten und diejenigen an die BahnCard zu binden, die von einer zügigen Kündigung nicht Gebrauch machten, stellt die zwölfmonatige Mitgliedschaft auf der Online-Partnerschaftsvermittlungsplattform der Beklagten keine für den Kunden ausgewiesene Werbe-Aktion dar, sondern eine von drei zu wählenden regulären Vertragslaufzeiten (6, 12 und 24 Monate). Der Beklagten steht im vorliegenden Fall mithin nicht das Interesse zur Seite, auf ihre Leistung durch eine werbende Aktion aufmerksam zu machen. Anders als in der durch den BGH entschiedenen Konstellation will der Kunde der Beklagten, der die Mitgliedschaft abschließt, nicht ein Angebot der Beklagtenseite testen, sondern einen regulären Vertrag abschließen. Während der Kunde, der an einer Test-Aktion teilnimmt, sich dessen bewusst ist, alsbald kündigen zu müssen, um nicht ein reguläres Abonnement zu erhalten, ist dies für den Kunden der Beklagten, der sich für eine reguläre Premium-Mitgliedschaft entscheidet, nicht ersichtlich. Die automatische Verlängerung eines Vertrages, der eine feste Laufzeit hat, ist zwar auch in vielen anderen Bereichen üblich, etwa bei Mobilfunkverträgen, Fitnessstudioverträgen, Bezahlfernsehverträgen (Sky, Amazon Prime, Netflix). Diese Verträge unterscheiden sich jedoch von dem streitgegenständlichen Partnerschaftsvermittlungsvertrag entscheidend. Denn anders als ein Partnerschaftsvermittlungsvertrag sind diese Verträge grundsätzlich auf Dauer angelegt. Derjenige, der einen Partnerschaftsvermittlungsvertrag abschließt, schließt

schon nach dem objektiven Sinn und Zweck des Vertrages keine auf dauerhaften Nutzen angelegte Vereinbarung.

Nach alledem hat sich die zwölfmonatige Mitgliedschaft des Klägers nicht automatisch um weitere zwölf Monate verlängert, sondern endete zum ursprünglich vereinbarten Zeitpunkt nach Ablauf von zwölf Monaten. Ein Rechtsgrund für den durch die Beklagte geforderten Betrag liegt nicht vor.

Vor diesem Hintergrund kann dahinstehen, ob das jederzeitige Kündigungsrecht aus § 627 BGB auf den zwischen den Parteien abgeschlossenen Vertrag über eine Mitgliedschaft betreffend das von der Beklagten betriebene Online-Partnerschaftsvermittlungsportal Anwendung findet, was dazu führen würde, dass die dem entgegen stehenden Laufzeitregelungen in den AGB bereits aus diesem Grunde unwirksam wären (vgl. Palandt/Grüneberg, BGB, 76. Auflage 2017, § 309 Rn. 94; OLG Dresden, Urteil vom 19.08.2014 - Az. 14 U 603/14 = MMR 2015, 35).“

Die Kammer schließt sich dem vollumfänglich an.

2.

Die vorstehenden Ausführungen gelten erst recht für die ursprünglich kürzere Vertragsdauer von 6 Monaten (Premium lite). Auch für die Verlängerung der ursprünglich 24-monatigen Vertragsdauer (Premium comfort) um weitere 12 Monate wird auf die obigen Ausführungen Bezug genommen. Zwar ist hier die Verlängerung der Vertragslaufzeit im Verhältnis zur ursprünglich gewählten Laufzeit sowie die finanzielle Belastung des Kunden geringer, jedoch besteht auch hier die Problematik, dass der Verbraucher regelmäßig drei Monate vor Ablauf der ursprünglichen Vertragslaufzeit nicht wissen kann, ob bis dahin die Vermittlung eines Partners gelungen sein wird.

3.

Soweit die Beklagte geltend macht, dieser Begründung liege eine zugleich antiquierte wie auch romantisierte Vorstellung zugrunde, die Plattformnutzer der Beklagten würden einen Partner fürs Leben suchen, wüssten es sogleich, sobald sie den oder die „Richtige/n“ gefunden hätten und lebten fortan in glücklicher Zweisamkeit bis an ihr Ende, geht dies fehl. Denn darauf, wie die Beklagte die Absichten und Motive ihrer Kunden sowie die Erfolgsaussichten, über www.parship.de einen Partner fürs Leben zu finden, in Wahrheit beurteilt, kommt es vorliegend nicht an. Entscheidend ist vielmehr bei der Abwägung im Rahmen von § 307 BGB der objektiv erkennbare Vertragszweck, und dabei muss sich die Beklagte an ihrer eigenen Werbung festhalten lassen. So wird auf der Webseite der Beklagten eindeutig mit einem Erfolg, nämlich

einen dauerhaften Partner zu finden, geworben. Wenn – entsprechend der Werbung der Beklagten auf der Startseite von www.parship.de – 9 von 10 Parship-Paaren zusammen bleiben, bedeutet dies, dass diese die angebotene Leistung nicht mehr benötigen. Mithin ist ein Großteil dieser Kunden aufgrund der streitgegenständlichen Klauseln für einen langen Zeitraum – im ungünstigsten Fall weitere 14 ½ Monate – an den kostenpflichtigen Vertrag mit der Beklagten gebunden, ohne die Leistungen weiter sinnvoll nutzen zu können. Dabei stellt die Belastung mit einem für die weiteren 12 Monate zu zahlenden Betrag von insgesamt EUR 898,80 (Premium lite), EUR 838,80 (Premium classic) bzw. EUR 598,80 (Premium comfort) für eine nicht mehr benötigte Leistung eine erhebliche finanzielle Verpflichtung dar, so dass eine unangemessene Benachteiligung im Sinne von § 307 Abs. 1 BGB gegeben ist.

Wie bereits unter Ziffer 1 ausgeführt wurde, sind zumindest gleichwertige Interessen der Beklagten an einer derartigen langfristigen Verlängerung nicht ersichtlich. Soweit die Beklagte aus dem Urteil des AG Hamburg vom 15.4.2019 (11 C 576/18) zitiert, wonach die Beklagte ein legitimes Interesse an den Verlängerungsklauseln habe, da sie ein Portfolio „Suchwilliger“ bereit und „aktiv“ halten müsse, folgt die Kammer dem nicht. Zwar mag ein Interesse der Beklagten an Kundenbindungen grundsätzlich anzuerkennen sein, jedoch sind die streitgegenständlichen Klauseln keine geeignete Maßnahme, um ein derartiges Portfolio sicherzustellen. Denn bei Zugrundelegung der von der Beklagten in ihrer Werbung kommunizierten Annahme, dass 9 von 10 Parship-Paaren zusammen bleiben, ist bei einer automatischen 12-monatigen Vertragsverlängerung und einer Kündigungsmöglichkeit 12 Wochen vor Ablauf der ursprünglichen Vertragsdauer ein erheblicher Teil des Portfolios nicht mehr „suchwillig“, weil er bereits einen Partner gefunden hat.

4.

Soweit sich die Beklagte darauf beruft, dass die aus der Vertragsverlängerung resultierende Belastung sich im Rahmen dessen halte, was von der Rechtsprechung noch für angemessen gehalten werde, geht dies fehl. Die beiden zitierten BGH-Entscheidungen (NJW 1997, 739 und NJW 2016, 3718) betrafen Fitnessstudio-Verträge und damit eine ganz andere Interessenlage. Hinzu kommt, dass Gegenstand der erstgenannten Entscheidung nur eine Verlängerung um 6 Monate war. In der zweiten Entscheidung ging es dagegen um die Frage der Kündigung im Falle des Wohnortwechsels, was in der Sphäre des Kunden liegt. Die Entscheidung des OLG Hamm (MDR 2010, 1175), wonach eine monatliche Belastung von EUR 49,95 für weitere 12 Monate nicht als gravierend angesehen wurde, betraf einen Mobilfunkvertrag. Wie bereits unter Ziffer 1 ausgeführt wurde, ist dem streitgegenständlichen Vertragstyp – anders als einem Mobilfunkvertrag und einem Fitnessstudio-Vertrag – erkennbar ein vorzeitiger Erfolgseintritt immanent, was eine andere Gewichtung der Verbraucherinteressen zur Folge haben muss.

III.

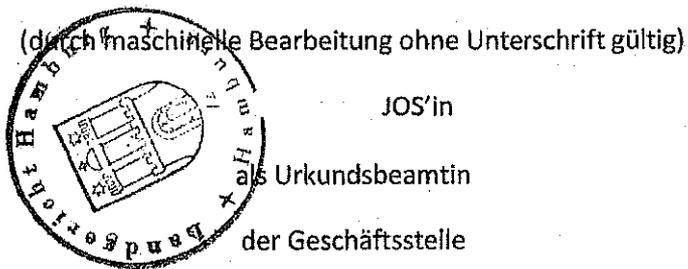
Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnpauschale steht dem Kläger aus § 5 UKlaG i.V.m. § 12 Abs.1 S. 2 UWG a. F. zu. Der Zinsanspruch folgt aus §§ 288, 291 BGB.

IV.

Die Kostenentscheidung basiert auf § 91 ZPO. Soweit der Kläger die Klageanträge geändert hat, stellt dies keine Teilklagerücknahme, sondern lediglich eine Konkretisierung dar.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergeht nach § 709 S. 1 und S. 2 ZPO.

Beglaubigt:



a)

Produktbezogene Vertragsinhalte (bitte scrollen)

Die wesentlichen Produktbestandteile des gewählten Produktes: Premium lite

- 6 Monate Premium-Mitgliedschaft
- Unbegrenzt Nachrichten austauschen
- Ausführliches Portrait Ihrer Partnerschafts-Persönlichkeit als PDF
- Partnervorschläge sortiert zur Entfernung zu Ihrem Wohnort
- Nutzung der regionalen Umkreissuche
- Freigegebene Fotos von anderen Mitgliedern sehen
- Parship-Kontaktgarantie

Zugesicherte Kontaktgarantie Wir möchten, dass Sie mit Parship zufrieden sind und interessante Menschen kennenlernen. Deshalb garantieren wir Ihnen bei der Erstbestellung einer sechs-monatigen Premium-Mitgliedschaft den Kontakt zu mindestens 5 Mitgliedern. Als Kontakt zählt jede von Ihnen gelesene Freitextnachricht auf eine von Ihnen verschickte Nachricht sowie eine von Ihnen erhaltene Nachricht, in dessen weiteren Verlauf Sie mindestens zwei Freitextnachrichten mit einem anderen Mitglied ausgetauscht und gelesen haben. Als Nachricht zählt jede Kommunikation, z.B. Freitextnachricht, Lächeln, Spaßfragen, Fotofreigaben und Kompliment. Sollten Sie am Ende der Laufzeit mit weniger Mitgliedern in Kontakt gestanden haben, verlängern wir Ihre Premium-Mitgliedschaft auf Wunsch kostenlos um sechs Monate. Die Kontaktgarantie kann nur gewährt werden, wenn Sie unseren Service aktiv genutzt haben: Sie haben mindestens 5 Kontaktforderungen versendet, die Seite "Ich über mich" ausgefüllt und mindestens ein Foto hochgeladen. Zudem muss Ihr Profilstatus *sichtbar* sein. Um die Kontaktgarantie in Anspruch zu nehmen, wenden Sie sich bitte im Zeitraum 30 bis 14 Tage vor Ablauf Ihrer Premium-Mitgliedschaft per E-Mail an unseren Kundenservice. Ansprüche, die außerhalb dieses Zeitraums bei uns eingehen, können leider nicht berücksichtigt werden. Die Kontaktgarantie kann jedes Mitglied einmalig nutzen.

Widerruf und Wertersatz Selbstverständlich steht Ihnen Ihr gesetzliches Recht zum Widerruf zu. Die Details zum Widerruf entnehmen Sie bitte unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Wir weisen Sie auf Ihr Widerrufsrecht zudem auf der Seite *Zahlung & Kauf* sowie in der Bestellbestätigung hin, die Ihnen nach Vertragsschluss zugeht. Parship behält sich im Falle eines Widerrufs die Einforderung eines Wertersatzes vor. Hierzu wird geprüft, wie viele der zugesicherten Kontakte innerhalb der Widerrufsfrist von Ihnen realisiert wurden. Auf Basis dieses Werts wird die Höhe des zu leistenden Wertersatzes bestimmt. Dabei ist der Wertersatz begrenzt auf maximal drei Viertel des gesamten Mitgliedsbeitrags.

Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.

Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von 74,90 EUR pro Monat (insgesamt 898,80 EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende. Der Preis bezieht sich auf eine Einmalzahlung zum Anfang der Vertragslaufzeit und versteht sich inklusive gesetzlicher Mehrwertsteuer. Sollten Sie sich für eine halbjährliche, vierteljährliche oder monatliche Zahlungsweise entscheiden, erhöht sich der Preis pro Monat um 3,00 EUR (bei vierteljährlicher Zahlungsweise) oder 6,00 EUR (bei monatlicher Zahlungsweise). Bitte achten Sie darauf: Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich solange automatisch um dieselbe Laufzeit zum vorbenannten Preis, bis Sie fristgerecht kündigen.

Produktbezogene Vertragsinhalte (bitte scrollen)

Die wesentlichen Produktbestandteile des gewählten Produktes: Premium classic

- 12 Monate Premium-Mitgliedschaft
- Unbegrenzt Nachrichten austauschen
- Ausführliches Portrait Ihrer Partnerschafts-Persönlichkeit als PDF
- Partnervorschläge sortiert zur Entfernung zu Ihrem Wohnort
- Nutzung der regionalen Umkreissuche
- Freigegebene Fotos von anderen Mitgliedern sehen
- Parship-Kontaktgarantie

Zugesicherte Kontaktgarantie Wir möchten, dass Sie mit Parship zufrieden sind und interessante Menschen kennenlernen. Deshalb garantieren wir Ihnen bei der Erstbestellung einer zwölf-monatigen Premium-Mitgliedschaft den Kontakt zu mindestens 7 Mitgliedern. Als Kontakt zählt jede von Ihnen gelesene Freitextnachricht auf eine von Ihnen verschickte Nachricht sowie eine von Ihnen erhaltene Nachricht, in dessen weiteren Verlauf Sie mindestens zwei Freitextnachrichten mit einem anderen Mitglied ausgetauscht und gelesen haben. Als Nachricht zählt jede Kommunikation, z.B. Freitextnachricht, Lächeln, Spaßfragen, Fotofreigaben und Kompliment. Sollten Sie am Ende der Laufzeit mit weniger Mitgliedern in Kontakt gestanden haben, verlängern wir Ihre Premium-Mitgliedschaft auf Wunsch kostenlos um sechs Monate. Die Kontaktgarantie kann nur gewährt werden, wenn Sie unseren Service aktiv genutzt haben: Sie haben mindestens 7 Kontaktforderungen versendet, die Seite "Ich über mich" ausgefüllt und mindestens ein Foto hochgeladen. Zudem muss Ihr Profilstatus *sichtbar* sein. Um die Kontaktgarantie in Anspruch zu nehmen, wenden Sie sich bitte im Zeitraum 30 bis 14 Tage vor Ablauf Ihrer Premium-Mitgliedschaft per E-Mail an unseren Kundenservice. Ansprüche, die außerhalb dieses Zeitraums bei uns eingehen, können leider nicht berücksichtigt werden. Die Kontaktgarantie kann jedes Mitglied einmalig nutzen.

Widerruf und Wertersatz Selbstverständlich steht Ihnen Ihr gesetzliches Recht zum Widerruf zu. Die Details zum Widerruf entnehmen Sie bitte unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Wir weisen Sie auf Ihr Widerrufsrecht zudem auf der Seite *Zahlung & Kauf* sowie in der Bestellbestätigung hin, die Ihnen nach Vertragsschluss zugeht. Parship behält sich im Falle eines Widerrufs die Einforderung eines Wertersatzes vor.

Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.

Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von 69,90 EUR pro Monat (insgesamt 838,80 EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende. Der Preis bezieht sich auf eine Einmalzahlung zum Anfang der Vertragslaufzeit und versteht sich inklusive gesetzlicher Mehrwertsteuer. Sollten Sie sich für eine halbjährliche, vierteljährliche oder monatliche Zahlungsweise entscheiden, erhöht sich der Preis pro Monat um 2,00 EUR (bei halbjährlicher Zahlungsweise), 4,00 EUR (bei vierteljährlicher Zahlungsweise) oder 6,00 EUR (bei monatlicher Zahlungsweise). Bitte achten Sie darauf: Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich solange automatisch um dieselbe Laufzeit zum vorbenannten Preis, bis Sie fristgerecht kündigen.

Produktbezogene Vertragsinhalte (bitte scrollen)

Die wesentlichen Produktbestandteile des gewählten Produktes: Premium comfort

- 24 Monate Premium-Mitgliedschaft
- Unbegrenzt Nachrichten austauschen
- Ausführliches Portrait Ihrer Partnerschafts-Persönlichkeit als PDF
- Partnervorschläge sortiert zur Entfernung zu Ihrem Wohnort
- Nutzung der regionalen Umkreissuche
- Freigegebene Fotos von anderen Mitgliedern sehen
- Parship-Kontaktgarantie

Zugesicherte Kontaktgarantie Wir möchten, dass Sie mit Parship zufrieden sind und interessante Menschen kennenlernen. Deshalb garantieren wir Ihnen bei der Erstbestellung einer vierundzwanzig-monatigen Premium-Mitgliedschaft den Kontakt zu mindestens 10 Mitgliedern. Als Kontakt zählt jede von Ihnen gelesene Freitextnachricht auf eine von Ihnen verschickte Nachricht sowie eine von Ihnen erhaltene Nachricht, in dessen weiteren Verlauf Sie mindestens zwei Freitextnachrichten mit einem anderen Mitglied ausgetauscht und gelesen haben. Als Nachricht zählt jede Kommunikation, z.B. Freitextnachricht, Lächeln, Spaßfragen, Fotofreigaben und Kompliment. Sollten Sie am Ende der Laufzeit mit weniger Mitgliedern in Kontakt gestanden haben, verlängern wir Ihre Premium-Mitgliedschaft auf Wunsch kostenlos um sechs Monate. Die Kontaktgarantie kann nur gewährt werden, wenn Sie unseren Service aktiv genutzt haben: Sie haben mindestens 10 Kontaktforderungen versendet, die Seite "Ich über mich" ausgefüllt und mindestens ein Foto hochgeladen. Zudem muss Ihr Profilstatus *sichtbar* sein. Um die Kontaktgarantie in Anspruch zu nehmen, wenden Sie sich bitte im Zeitraum 30 bis 14 Tage vor Ablauf Ihrer Premium-Mitgliedschaft per E-Mail an unseren Kundenservice. Ansprüche, die außerhalb dieses Zeitraums bei uns eingehen, können leider nicht berücksichtigt werden. Die Kontaktgarantie kann jedes Mitglied einmalig nutzen.

Widerruf und Wertersatz Selbstverständlich steht Ihnen Ihr gesetzliches Recht zum Widerruf zu. Die Details zum Widerruf entnehmen Sie bitte unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Wir weisen Sie auf Ihr Widerrufsrecht zudem auf der Seite *Zahlung & Kauf* sowie in der Bestellbestätigung hin, die Ihnen nach Vertragsschluss zugeht. Parship behält sich im Falle eines Widerrufs die Einforderung eines Wertersatzes vor.

Kündigungsfrist Die Premium-Mitgliedschaft ist ordentlich kündbar, und zwar spätestens zwölf Wochen vor Laufzeitende.

Verlängerung Ihrer Premium-Mitgliedschaft und Konditionen Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich künftig automatisch jeweils um weitere zwölf Monate zum Preis von 49,90 EUR pro Monat (insgesamt 598,80 EUR), es sei denn, Sie kündigen ordentlich entsprechend der vorbenannten Kündigungsfrist zum Laufzeitende. Der Preis bezieht sich auf eine Einmalzahlung zum Anfang der Vertragslaufzeit und versteht sich inklusive gesetzlicher Mehrwertsteuer. Sollten Sie sich für eine halbjährliche, vierteljährliche oder monatliche Zahlungsweise entscheiden, erhöht sich der Preis pro Monat um 2,00 EUR (bei halbjährlicher Zahlungsweise), 4,00 EUR (bei vierteljährlicher Zahlungsweise) oder 6,00 EUR (bei monatlicher Zahlungsweise). Bitte achten Sie darauf: Ihre Premium-Mitgliedschaft verlängert sich solange automatisch um dieselbe Laufzeit zum vorbenannten Preis, bis Sie fristgerecht kündigen.