

Werbung mit "SMS-Flatrate" wettbewerbswidrig?

Die Werbung mit einer „Flatrate“ ist regelmäßig Gegenstand von Beschwerden an die Wettbewerbszentrale. Vorliegend hatte sich das Landgericht Kiel mit der Frage zu beschäftigen, ob mit einer "SMS-Flat" geworben werden darf, wenn die die Anzahl der kostenfreien SMS mengenmäßig begrenzt ist.

Ein Mobilfunkunternehmen bewarb auf seiner Internetseite einen Mobilfunktarif mit dem Zusatz „inkl. SMS Flat“. Die Anzahl der kostenfreien SMS war bei dem beworbenen Mobilfunktarif aber auf 3.000 SMS im Monat begrenzt. Nach Verbrauch der freien SMS fielen beim Nutzer verbrauchsabhängige Kosten an.

Die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V. beanstandete die Werbeaussage als Verstoß gegen das wettbewerbsrechtliche Irreführungsverbot, da eine "Flatrate" vom Verkehr so verstanden werde, dass mit der Zahlung eines Pauschalpreises eine unbegrenzte Nutzungsmöglichkeit erworben werde.

Nach erfolgloser Abmahnung wurde der Rechtsstreit zur gerichtlichen Klärung dem LG Kiel vorgelegt.

Entscheidung des Gerichts

Wie die Wettbewerbszentrale in einer [Pressemitteilung](#) mitteilt, gab das Landgericht Kiel mit Anerkenntnisurteil vom 24.10.2014 den Wettbewerbshütern recht.

Das Landgericht untersagte die Bewerbung einer SMS-Flat, wenn der Tarif nur die Versendung einer zahlenmäßig begrenzten Anzahl an SMS im Monat gewährt. Die Werbung mit einer "Flatrate" erwecke beim Verbraucher den Eindruck einer umfassenden und uneingeschränkten Nutzungsmöglichkeit des SMS-Dienstes ohne Entstehung weiterer Kosten. Daher sei die mengenmäßige Beschränkung der erlaubten SMS durch den Telekommunikationsanbieter vorliegend irreführend und damit auch wettbewerbswidrig.

Fazit

Der Verkehr versteht eine "Flatrate" immer als Pauschale, bei der keine weiteren (versteckten) Kosten anfallen. Ist dies nicht der Fall, darf das Angebot auch nicht mit einer solchen Flatrate beworben werden, da sonst wettbewerbsrechtliche Abmahnungen wegen irreführender Werbung drohen.