



EINGEGANGEN

Landgericht Berlin

Im Namen des Volkes

Urteil

Geschäftsnummer: 16 O 439/14

verkündet am : 03.11.2015

Justizbeschäftigte

In dem Rechtsstreit

des Verbraucherzentrale Berlin e.V.,
vertreten d.d. Vorstand Eva Bell,
Hardenbergplatz 2, 10623 Berlin,

Klägers,

g e g e n

die Companisto GmbH,
vertreten d.d. Geschäftsführer Tamo Zwinge und Da-
vid Rhotert,
Malteser Straße 74-100, 12249 Berlin,

Beklagte,

hat die Zivilkammer 16 des Landgerichts Berlin in Berlin - Mitte, Littenstraße 12-17, 10179 Berlin,
auf die mündliche Verhandlung vom 03.11.2015 di

f ü r R e c h t e r k a n n t :

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,- €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, letztere zu vollziehen an ihren Geschäftsführern, zu unterlassen,
im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern im Internet unter www.companisto.com für Beteiligungen an Unternehmen in Form partiarischer Nachrangdarlehen in der Weise zu werben bzw. werben zu lassen, dass im Rahmen der konkreten Unternehmensbeschreibung

a) eine Unternehmensbewertung in Euro angegeben ist, ohne darüber zu informieren, von wem und auf welcher Grundlage die Bewertung vorgenommen wurde,

und/oder

b) ein "Maximum" des einzuwerbenden Kapitals angegeben ist, wenn dieses "Maximum" in der Angebotszeit erhöht wird,

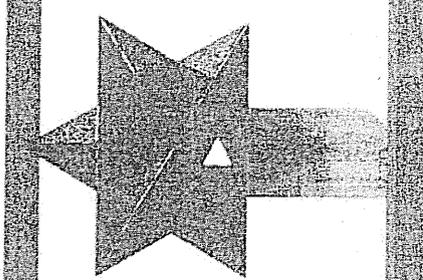
wenn dies geschieht wie in Anlage K1 wiedergegeben.

Über | Beibehalten | Ansicht | Firmen | Erweitern | Extra | Hilfe | [Crowdfunding und Crowdfunder](#) | [companio.com](#)

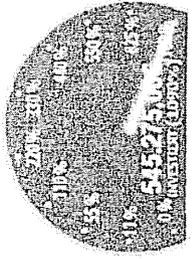
COMPANIO | [Über uns](#) | [Statistik](#) | [Spendenkonto](#) | [Kontakt](#) | [Blog](#) | [Log In](#) | [Registrieren](#)

5.956.435 € investiert | 17.532 Companisten | 30 Startups | 54 Labels

Kyl | [Übersicht](#) | [Überblick](#) | [Firmen](#) | [Spendenkonto](#) | [Companion Card](#)



1397
109.055
545.275€
600.000€
8



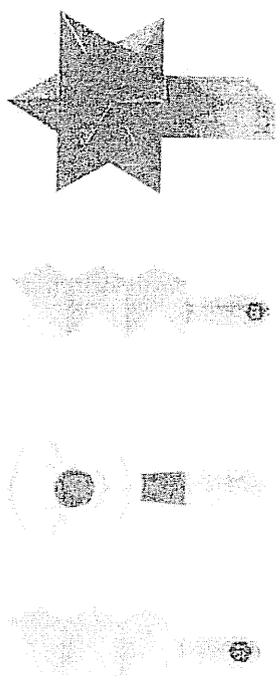
Nach 5 Jahren Entwicklungsarbeit präsentieren wir mit unserem einzigartigen Herstellungsverfahren und eigener Kyl-Technik die wohl größte Eis-Evolution seit der Erfindung des Speiseeises: das Molekyls. Das neue Eis versteht sich als Kombination aus noch nie da gewesener Qualität, Reizur, Präzision und Beschaffenheit.

[Überblick](#) | [Firmen](#) | [Spendenkonto](#) | [Companion Card](#)

© 2015 companio.com

In unseren Handelssystemen fungieren die Software-Komponenten als zentrale Bausteine. Die Produktion und die Distribution der Waren erfolgt über die Software-Komponenten, die die Produktion und die Distribution steuern. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen.

- **ES/24** steht mit seinen zentralen Funktionen für die Produktion und die Distribution der Waren. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen.
- **ES/24** steht mit seinen zentralen Funktionen für die Produktion und die Distribution der Waren. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen.
- **ES/24** steht mit seinen zentralen Funktionen für die Produktion und die Distribution der Waren. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen.



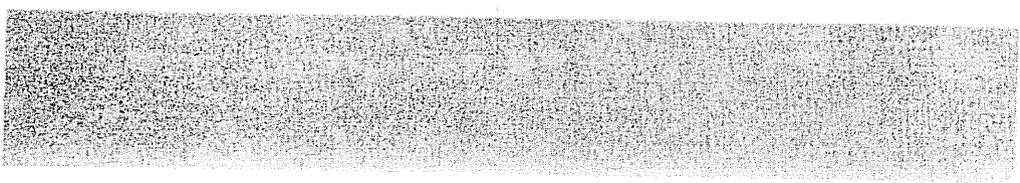
ES/24: Chronik und Ergo

Die Herstellung und Distribution der Waren erfolgt über die Software-Komponenten, die die Produktion und die Distribution steuern. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen.

Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen.

100% Swimmingpool

100% Swimmingpool



Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen. Die Software-Komponenten sind in der Lage, die Produktion und die Distribution zu steuern und zu überwachen.

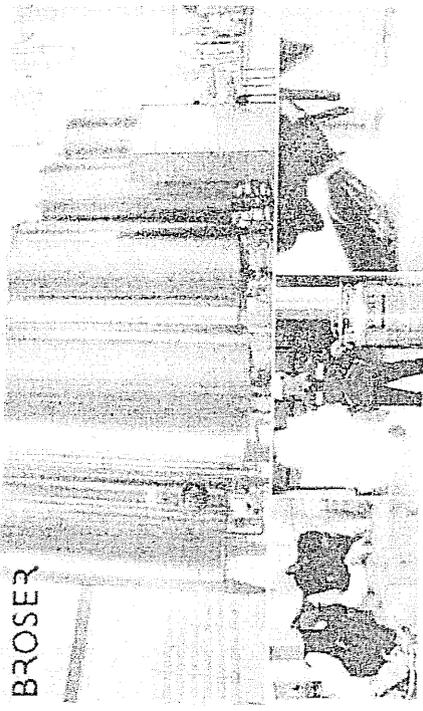
NEUE INVESTITIVS

ES/24: Chronik und Ergo

100% Swimmingpool

100% Swimmingpool

Compasid.com
Hier finden Sie alle Informationen über die Crewfindung und Crewdiva. Die Crewfindung ist ein kostenloses Angebot, das Ihnen die Möglichkeit bietet, Ihre Crew zu finden. Die Crewdiva ist ein kostenloses Angebot, das Ihnen die Möglichkeit bietet, Ihre Crew zu finden.



Ein Workshop-Konzept der Herstellung von 1994

WEITERE INFORMATIONEN, BILDER, BUSINESS PLAN

Ein detaillierte Beschreibung der Crewfindung und Crewdiva. Die Crewfindung ist ein kostenloses Angebot, das Ihnen die Möglichkeit bietet, Ihre Crew zu finden. Die Crewdiva ist ein kostenloses Angebot, das Ihnen die Möglichkeit bietet, Ihre Crew zu finden.



17.532 | 5.956.435 | 30
Registrieren | Anmelden | Hilfe



Facebook.com/crewfindung



Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

2. Von den Kosten des Rechtsstreits tragen der Kläger 1/3 und die Beklagte 2/3.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, für den Kläger jedoch wegen des Tenors zu 1 a) und b) gegen Sicherheitsleistung in Höhe von jeweils 5.000,- € und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe des jeweils beizutreibenden Betrages.

Dem Kläger wird nachgelassen, die Zwangsvollstreckung der Beklagten gegen Sicherheitsleistung in Höhe des vollstreckbaren Betrages zzgl. 10 % abzuwenden, sofern die Beklagte vor der Vollstreckung nicht Sicherheit in Höhe des jeweils beizutreibenden Betrages zzgl. 10 % leistet.

Tatbestand

Der Kläger ist ein anerkannter Verbraucherschutzverein.

Die Beklagte betreibt eine Plattform für crowdfinancing. Sie stellt darin Start-up-Unternehmen vor, in die Interessenten in Form eines partiarischen Nachrangdarlehens investieren können. Dazu schließen sie mit dem Start-Up-Unternehmen einen Beteiligungsvertrag ab. Das Darlehen hat eine feste Laufzeit und wird am Ende mit 1 % p. a. verzinst. Ist das Unternehmen erfolgreich, kommen für die Dauer der Laufzeit gewinnabhängige Bonuszinsen hinzu. Erweist sich das Start-up-Unternehmen als defizitär, erhalten die Investoren ihr Kapital erst nach Befriedigung aller anderen Schuldner zurück. Ziff. 2.5 des Beteiligungsvertrages weist ein sog. Investmentlimit aus. Das ist der Betrag, den das Start-Up-Unternehmen höchstens einsammeln darf, aber nicht einsammeln muss. Es kann sich mit Teilbeträgen begnügen. Ferner ist in Ziff. 2.5 des Beteiligungsvertrages der Gewinnanteil, bezogen auf 5,00 € Darlehensbetrag ausgewiesen, der sich bei voller Ausschöpfung des Investmentlimits ergibt. Im Beispiel des Unternehmens Kyl beträgt er 0,0001667 %. Die Einzelheiten des Beteiligungsvertrages sind der Anlage B 1 zu entnehmen.

Um ein Investment tätigen zu können, müssen sich die Interessenten auf der Plattform der Beklagten registrieren und dabei ihre AGB akzeptieren, die über die Startseite auch ohne Registrierung abrufbar sind. Informationsmöglichkeiten über den Inhalt ihres Geschäftsmodells hält die Beklagte auf ihrer Internetseite unter den Menüpunkten „FAQ“ und „So funktioniert's“ vor. An allen drei Stellen (FAQ, AGB und „So funktioniert's“), sowie auf der Bestellseite und im Beteiligungsvertrag weist sie auf das Risiko eines Totalverlustes hin.

Auf der Seite, auf der sie ein bestimmtes Start-Up-Unternehmen vorstellt (sog. Unternehmensseite), sind am rechten Rand folgende Kästchen angeordnet:

1397 Companisten (*i. e. Investoren*)
 109.55 verkaufte Anteile
 545.275€ investiert
 600.000 Maximum
 8 Tage Fundingzeit übrig

Das Maximum ist veränderlich und bezeichnet den Betrag, den das Unternehmen innerhalb des ihm gesetzten Investmentlimits derzeit einsammeln möchte.

Unter der Auflistung befindet sich eine Anzeige in Form eines Tachometers, in die die bereits investierte Summe und darunter in kleinerer Druckgröße eine Prozentzahl eingeblendet sind. Die Prozentzahl zeigt an, um welchen Faktor der Minimalbetrag des gesuchten Kapitals bereits überschritten ist. Unter dieser Anzeige wiederum hält die Beklagte einen Button „investieren“ vor. Der Anteilspreis ist mit 5,00 € ausgewiesen. In einer nachfolgenden Übersicht ist ihm eine Entsprechung in Prozent des Unternehmenswertes zugeordnet, bezogen auf das Maximum. Im Beispielsfall sind es 0,00017 %. Fährt man mit dem Mauszeiger über das zugeordnete Fragezeichen im Kreis, erscheint folgende Information:

Dies ist die Pre-Money-Bewertung des Startups, also die Bewertung des Startups unmittelbar vor dem Crowdfunding und ohne Berücksichtigung des in dem Crowdfunding investierten Kapitals“.

In den FAQ heißt es zur Unternehmensbewertung u.a.:

„Generell erfolgt die Unternehmensbewertung durch Companisto und wird anhand einer Vielzahl von Faktoren bestimmt, die wir zusammen mit Corporate Finance-Spezialisten entwickelt haben. Dazu gehören unter anderem die Skalierbarkeit der Geschäftsidee, die Qualifikation des Managements, der Businessplan, das Marktpotential, die Wettbewerbssituation etc. „

Wegen des optischen Erscheinungsbildes wird auf die Anlage K 2/8 Bezug genommen.

Der Kläger hält die beschriebene Gestaltung des Internetauftritts der Beklagten für irreführend gemäß §§ 5 Abs. 1 und 5a Abs. 2 UWG.

Er meint:

- 1) Die Beklagte enthalte dem Verbraucher wesentliche Informationen über das mit der Investition verbundene Risiko vor, § 5a Abs. 2 UWG. Die Vorschrift sei unter Berücksichtigung von Art. 7 Abs. 2 der UGP-RL 2005 / 29 / EG dahin auszulegen, dass sich die Unlauterkeit auch auf eine intransparente Darstellung wesentlicher Informationen erstrecke. Die Hinweise in den Menüpunkten „FAQ“ und „So funktioniert’s“ genügten nicht, weil der Verbraucher dort keine Risikohinweise erwarte. Erforderlich sei ein Risikohinweis auf den Unternehmensseiten selbst, weil die Verbraucher bereits bei der ersten Auseinandersetzung mit dem Angebot über das Risiko des Totalverlustes informiert werden müssten. Nur dann könnten sie darüber entscheiden, ob sie sich überhaupt näher mit dem Angebot befassen wollten.
- 2) Bei einer „Unternehmensbewertung“ erwarteten die Verbraucher eine Einschätzung einer unabhängigen Stelle. Dass die Bewertung tatsächlich von der Beklagten selbst stamme, ergebe sich nur aus den FAQ. Sie spiegele auch nicht lediglich die bestehenden Unternehmenswerte wider, sondern beziehe so unbestimmte Faktoren wie „Skalierbarkeit der Geschäftsidee“ mit ein. Darin liege eine Täuschung der Verbraucher im Sinne des § 5 Abs. 1 UWG.
- 3) Unter dem auf der Unternehmensseite aufgeführten „Maximum“ verstünden die Verbraucher den Wert, der für dieses Unternehmen höchstens eingeworben werden solle. Sie rechneten nicht mit einer Erhöhung dieses Betrages, durch die zugleich ihr Verlustrisiko steige. Zudem bestünde die Gefahr, dass die Verbraucher in Verbindung mit der Angabe für die noch übrige Fundingzeit zu einer übereilten Entscheidung verleitet würden.

Der Kläger beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollstrecken an den Geschäftsführern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen gegenüber Verbrauchern im Internet unter www.companisto.com für Beteiligungen an Unternehmen in Form partiarischer Nachrangdarlehen in der Weise zu werben bzw. werben zu lassen, dass im Rahmen der konkreten Unternehmensbeschreibung

- kein Hinweis auf bestehende Risiken der Beteiligungsform erfolgt und / oder
 - eine Unternehmensbewertung in Euro angegeben ist, ohne darüber zu informieren, von wem und auf welcher Grundlage die Bewertung vorgenommen wurde, und / oder
 - ein „Maximum“ des einzuwerbenden Kapitals angegeben ist, wenn dieses „Maximum“ in der Angebotszeit erhöht wird
- wenn dies geschieht wie in Anlage K 1 (*entspricht der Einblendung im Tenor*) wiedergegeben.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie meint:

- 1) Sie weise den Verbraucher vor dem Geschäftsabschluss an sechs verschiedenen Stellen auf das mit der Anlageform verbundene Risiko hin. Jede darüber hinausgehende Anforderung erscheine im Hinblick auf das Kommunikationsmedium „Internet“ unter Berücksichtigung der erforderlichen und wünschenswerten Übersichtlichkeit der Internetseite als überzogen.
- 2) Die vom Kläger behauptete Verbrauchererwartung hinsichtlich der Unternehmensbewertung durch eine unabhängige Stelle sei unsubstantiiert. Die vermisste Information sei außerdem unwesentlich, weil der Verbraucher seine Beteiligungsentscheidung nicht davon abhängig mache, wer die Unternehmensbewertung erstelle. In den FAQ weise sie ausdrücklich darauf hin, dass es sich um ihre eigene Einschätzung handele und auf welchen Faktoren sie beruhe. Mehr verlange auch der Kläger in seinem Antrag nicht. Sofern er in der Begründung die *Auswahl* der Kriterien beanstande, erkenne er, dass das VermAnlG vor dem 10. Juli 2015 nicht gegolten habe. Mithin hätten auch keine gesetzlichen Vorschriften zur Bestimmung des Unternehmenswertes bestanden. § 5 a UWG setze eine Aufklärungspflicht voraus. Die Norm begründe kein generelles Informationsgebot außerhalb gesetzlicher Pflichten. Bei Unternehmen in der Startphase erweise sich die Bewertung ausschließlich anhand von materiellen Werten als realitätsfern. Schließlich zeigten die Rückmeldungen, dass ein Investment umso attraktiver erscheine, je geringer der Unternehmenswert sei, weil dies ein höheres Wachstumspotential verheiße.

- 3) Die Erhöhung des Maximumwertes stelle keinen Automatismus dar, sondern sei vom Verlauf der Kampagne abhängig. Er sie vom Maximalwert zu unterscheiden, der anzeige, bis zu welchem Betrag das Start-up-Unternehmen Mittel einzusammeln dürfe. Zur Ausschöpfung des Maximalwertes seien die Unternehmen indes nicht verpflichtet.

Wegen des übrigen Parteivorbringens wird auf den vorgetragenen Inhalt der gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die Klage hat nur in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang aus §§ 3, 5 Abs. 1, 5a Abs. 2 UWG Erfolg.

Unternehmensbewertung

Dem Kläger steht der geltend gemacht Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte aus § 5a Abs. 2 UWG zu, da sie die Beurteilungsgrundlagen, auf denen die Angabe des Unternehmenswertes beruht, in unlauterer Weise verschwiegen hat. Es handelt sich um eine Information, derer der Verbraucher schon nach dem eigenen Vorbringen der Beklagten bedarf, um eine informierte Entscheidung treffen zu können. Der Unternehmenswert ist nicht nur einer der bestimmenden Faktoren für die Bemessung des Risikos, das der Verbraucher mit seiner Geldanlage eingeht, sondern spiegelbildlich auch einer der bestimmenden Faktoren zur Beurteilung seiner Gewinnchancen. In der Wahrnehmung des Verbrauchers verspricht ein höher bewertetes Unternehmen ein höheres Maß an relativer Investitionssicherheit, während umgekehrt ein gering bewertetes Unternehmen dem risikofreudigeren Verbraucher ein höheres Potential für Gewinne verspricht. In beiden Fällen bedarf der Kunde zur Einschätzung von Chancen und Risiken einer nachvollziehbaren Unternehmensbewertung. Das setzt die Kenntnis der Grundlagen voraus. Der Verbraucher verbindet mit dem Begriff der „Unternehmensbewertung“ die Vorstellung, dass ein unabhängiger Dritter die Expertise erstellt hat. Diese Annahme beruht auf der vielfachen Verwendung des Wortes im Zusammenhang mit Steuern und / oder Unternehmensverkäufen, wie sie dem potentiellen Kunden entweder aus eigener Anschauung oder aus der Wirtschaftsberichterstattung in den Medien bekannt ist. Das Verständnis, das die angesprochenen Verkehrskreise dem Begriff „Unternehmensbewertung“ entgegen bringen, können die Mitglieder der Kammer aus eigener Anschauung beurteilen, weil auch sie diesem Kreis angehören. Der potentielle Investor bringt einer Bewertung, die die Beklagte als die um Investitionen werbende Partei selbst vornimmt, wegen des auf der Hand liegenden Interessenkonfliktes in der Regel ein geringeres Maß an Vertrauen entgegen als derjenigen eines unabhängigen Unternehmens. Dass die Beklagte im vorletzten Punkt

eines 24 Punkte umfassenden Fragekataloges (Anlage K 3 (3/3)) bzw. im letzten Punkt eines 22 Punkte umfassenden Fragekataloges (Anlage B 2) auf der Unterseite FAQ darauf hinweist, dass sie selbst die Unternehmensbewertung vornimmt, rechtfertigt keine andere Beurteilung. Es ist nicht gewährleistet, dass der interessierte Verbraucher überhaupt bis dahin vordringt. Für eine intensive Suche nach den Einzelheiten der Bewertung besteht aus seiner Sicht schon deshalb keine Veranlassung, weil der auf der Unternehmensseite selbst genannte Unternehmenswert mit einem ergänzenden Hinweis versehen ist. Fährt man mit dem Mauszeiger über das zugeordnete Fragezeichen, öffnet sich eine Einblendung mit dem eingangs zitierten Hinweis. Der Verbraucher entnimmt dieser Gestaltung, dass er damit alle Informationen zur Unternehmensbewertung erhalten hat, derer er bedarf. Aber selbst dann, wenn er den entsprechenden Unterpunkt im Fragekatalog der FAQ findet, kann er der erhaltenen Information nicht entnehmen, in welchem Umfang die beispielhaft genannten Faktoren in die Bewertung einfließen. Erst recht hegt er keine Vorstellung darüber, was unter der „Skalierbarkeit der Geschäftsidee“ zu verstehen ist. Ein erläuternder Link zu einer weitergehenden Darstellung fehlt. Solche ergänzenden Informationen zur Ermittlung des Unternehmenswertes sind notwendig, gerade weil es sich um Unternehmen in der Startphase handelt, die noch über vergleichsweise wenig materielle Werte verfügen. Letztlich handelt es sich um eine reine Marktchancenbewertung mit hohen Ermessensspielräumen. Dies ist dem Verbraucher deutlich vor Augen zu führen.

Maximum

Der Unterlassungsanspruch ist aus § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG begründet. Die Angabe eines „Maximums“ auf der Unternehmensseite erweist sich als irreführend. Der Verbraucher versteht darunter den Betrag, der höchstens als Gesamtinvestment aller „Companisten“ eingeworben werden soll. Das ergibt sich schon aus dem Wortsinn. Der Begriff „Maximum“ steht für den Höchstwert oder das Höchstmaß, jenseits dessen keine Steigerung mehr möglich ist. Der Verbraucher entnimmt dieser Angabe daher die Vorstellung einer absoluten Grenze. Dazu steht die tatsächliche Veränderlichkeit dieses Wertes im Widerspruch.

Ziff. 2.5 des Beteiligungsvertrages ist zur Aufklärung des Irrtums ungeeignet. Zwar ist in Ziff. 2.5 ein Investitionslimit benannt; es bleibt aber dem Verbraucher überlassen, dieses „Investitionslimit“ in ein zutreffendes Verhältnis zu dem zuvor herausgestellten „Maximum“ zu setzen und zu erkennen, wie beide Werte zusammenhängen. Eine entsprechende und leicht aufzufindende (!) Information dazu hält die Beklagte auch in ihrem Fragekatalog FAQ nicht vor. Hinzu kommt, dass der Verbraucher, der sich auf der Unternehmensseite befindet, noch im Stadium der Entscheidungsfindung verharrt. Aus seiner Sicht geht es erst um das „Ob“, nicht schon um das „Wie“. In diesem frühen Stadium sieht er typischerweise noch keine Veranlassung, sich mit dem Inhalt des Beteiligungsvertrages und seinen Details zu beschäftigen.

Auch von dem „Tachometer“ geht keine Aufklärung aus. Dem Betrachter erschließt sich schon nicht die Bezugsgröße für die genannte Prozentzahl. Erst recht fehlt jeder Hinweis darauf, dass der „Tachometer“ auch zurückgedreht werden kann, indem sich das „Maximum“ erhöht.

Die Veränderlichkeit des Maximums stellt eine für den Verbraucher erheblich Information dar. Zum einen geht mit ihr die Veränderlichkeit des Gewinnanteils, bezogen auf 5,00 € Investitionssumme einher, wie das Beispiel „Kyl“ zeigt: ist dieser Wert nämlich auf der Unternehmensseite noch mit 0,00017 % ausgewiesen, sinkt er nach Ziff. 2.5 des Beteiligungsvertrages bei voller Ausschöpfung des Investmentlimits auf 0,0001667 %. Darüber hinaus wird der Verbraucher in Verbindung mit der Angabe der verbleibenden Fundingzeit unter Zeitdruck gesetzt, weil aus seiner Sicht gerade dann, wenn der Maximalbetrag wie im Beispiel fast erreicht ist, Eile bei der Investitionsentscheidung geboten erscheint. Dieser Zeitdruck entfällt in gewissem Umfang, wenn der Verbraucher weiß, dass die Möglichkeit einer nachträglichen Erhöhung des „Maximums“ besteht.

Die Wiederholungsgefahr wird aufgrund der eingetretenen Rechtsverletzung vermutet.

Sie kann nur durch die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung beseitigt werden. Die tatsächliche Änderung des Internetauftritts genügt nicht (BGH GRUR 1997, 379, 380 - Wegfall der Wiederholungsgefahr II -; BGHZ 1, 241, 248 - Piek-fein -).

Risikohinweis

Sofern der Kläger einen fehlenden Risikohinweis auf der Unternehmensseite beanstandet, war die Klage abzuweisen. Die Beklagte enthält dem Verbraucher keine für eine informierte Entscheidung wesentliche Information vor, weil sie über das Risiko des Totalverlustes mehrfach an verschiedenen Stellen, darunter in den FAQ und insbesondere auch auf der Bestellseite hinweist. Gerade durch die letztgenannte Wiedergabe auf der Bestellseite ist gewährleistet, dass der Verbraucher rechtzeitig vor Abgabe seiner Willenserklärung deutlich auf die Ungewissheit der Darlehensrückzahlung hingewiesen wird. Darüber hinaus gilt es zu bedenken, dass es sich bei dem partiarischen Nachrangdarlehen um eine komplizierte rechtliche Gestaltung handelt, die dem durchschnittlich informierten Referenzverbraucher nicht geläufig ist. Er ist daher zwangsläufig gehalten, sich zunächst mit der Funktionsweise des Geschäftsmodells vertraut zu machen, was typischerweise (auch) über die FAQ geschieht. Der BGH hat in der Entscheidung „Schlafzimmer komplett“ - GRUR 2015, 698 – für den Fall einer Blickfangwerbung angenommen, dass ein aufklärender Hinweis im Fließtext ausreicht, wenn der Verbraucher den Fließtext zwangsläufig zur Kenntnis nehmen muss, um den vollständigen Inhalt des Angebots (dort insbesondere die Maße der Möbel) zu erfassen. Dieser Gedanke beansprucht auch hier Gültigkeit. Hier wie dort geht es um eine Werbung für eine Investition, mit der sich der Verbraucher eingehend und nicht nur flüchtig befasst. Seine Entscheidung, sich mit der Unternehmensseite näher zu befassen, stellt für sich gesehen

mangels eines unmittelbaren Zusammenhangs mit einem Erwerbsvorgang noch keine geschäftliche Entscheidung dar (BGH aaO Tz. 20).

Die Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 92, 709, 708 Nr. 11, 711 ZPO.

