

Jörg Reinholz
Hafenstr. 67
34125 Kassel
☎ 0561 317 22 77
☒ 0561 217 22 76

Jörg Reinholz, Hafenstr. 67, 34125 Kassel

Kassel, am 04.07.2014

Landgericht Düsseldorf
Kammern für Handelssachen
-- Rechtspfleger / Rechtsantragsstelle --

E i l a n t r a g

In Sachen

Jörg Reinholz
Hafenstr. 67
34125 Kassel

- Antragsteller -

gegen die

Euroweb Internet GmbH
vertreten durch den Geschäftsführer Christoph Preuß
Hansaallee 299
40594 Düsseldorf

- Antragsgegnerin -

beauftragte ich die Rechtsantragsstelle / den Rechtspfleger des Gerichtes für mich folgenden Antrag zu stellen:

Dringender Antrag auf den Erlass einer einstweiligen Verfügung

Ich beantrage der Dringlichkeit wegen gemäß § 944 ZPO ohne mündliche Verhandlung durch den Vorsitzenden der Kammer wie folgt zu beschließen

1.)

Der Antragsgegnerin und allen von dieser formell und/oder faktisch beherrschten Tochterunternehmen wird aufgegeben, es zu unterlassen,

1. a)

bei der Werbung von gewerblichen Kunden mündlich ein Rücktrittrecht zu versprechen, welches sich nicht im Vertrag fixiert findet, und dieses dann nachfolgend insbesondere auch

nicht zu gewähren wenn die so geworbenen Kunden zurück treten wollen.

1.b)

dem durch Ihre Werber angesprochenen Verkehr wahrheitswidrig vorzumachen: die Euroweb Intrenet GmbH (oder die jeweilige Tochterfirma) suche zeitlich und örtlich begrenzt Unternehmen als "Referenzkunden".

1.c)

dem durch Ihre Werber angesprochenen Verkehr wahrheitswidrig vorzumachen: als Referenzkunden würden die Angesprochenen erhebliche Preisvorteile erhalten.

1.d)

dem durch Ihre Werber angesprochenen Verkehr wahrheitswidrig vorzumachen: diese würden insbesondere für die Webseitenerstellung nichts, für die Betriebskosten (Hosting, Mails, Updates) nur einen etwa hälftigen Anteil der Kosten zahlen müssten und, um den angeblichen Preisvorteil wahrnehmen zu können, noch am selben Tag unterschreiben müssten.

1.e)

dass der Besuch Ihrer Vertreter den Zweck habe zu prüfen, ob die angesprochenen Kunden als Partner in Frage kämen.

2.)

Der Antragsgegnerin wird für jeden Fall der Übertretung des Verbotes eine Ordnungsstrafe in Höhe von 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft von bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Euroweb Internet GmbH oder des verstoßenden Tochterunternehmens angedroht.

3.)

Die Antragsgegnerin trägt die Kosten des Verfahrens aus einem Streitwert von 17.000.000 (17 Mio) €.

Begründung

1. Wettbewerbsverhältnis

Die Antragsgegnerin und der Antragsteller sind Wettbewerber im Sinne des UWG, denn beide bieten die Erstellung von Webseiten für gewerbliche Kunden an. Ich verweise darauf, dass dieses zuletzt das OLG Düsseldorf in Sache I-20 U 66/13 durch Urteil vom 3. Juni in der Berufung zur Sache 34 O 32/12 rechtskräftig fest gestellt hat. Zur Vermeidung von Wiederholungen, die lediglich zu einer Belastung des Gerichts und der Parteien führen, nehme ich Bezug auf dieses Verfahren und füge das Urteil als Anlage bei.

2. Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht:

Die Werber der Antragsgegnerin treten in diesem Vorgehen geschult und gewohnheitsmäßig dem Verkehr gegenüber mit genau den Aussagen, welche sich aus dem verlangtem Verbotstenor ergeben, auf. Das Vorgehen ist insgesamt als „Referenzkundenmasche“ inzwischen nicht nur Düsseldorfer Gerichten aus mindestens 2000 Fällen bekannt und insoweit durch Gerichtsakten belegt. Das OLG Frankfurt am Main

hat diese Praxis, insbesondere hinsichtlich der versprochenen Einsparungen, als „unseriös“ wahr genommen:

„Im übrigen kann der Senat nicht nachvollziehen, dass die Kunden der Verfügungsbeklagten, zumeist Gewerbetreibende, ernsthaft annehmen, ihnen würde für die Abgabe von positiven Erfahrungsberichten oder ähnlichem ein Preisvorteil von 24.800 Euro auf die Dauer von 4 Jahren gewährt, weil sie an Stelle von an sich zu zahlenden 29.799 Euro nur 4.999 Euro zu zahlen hätten. Das eine solche Preisgestaltung unseriös wäre liegt auf der Hand.“

... schreibt der verwundert wirkende 15. Senat des Oberlandesgerichtes Frankfurt am Main in der Sache 15 U 10/12, in welcher die Antragsgegnerin Verfügungsbeklagte war.

1. Die Werber der Antragsgegnerin versprechen in zumindest vielen Einzelfällen zunächst mündlich ein Rücktrittrecht. Bei der Wahrnehmung dieses nur mündlich versprochenen Rücktritts beruft sich die Antragsgegnerin dann jedoch auf den schriftlichen Vertrag, welcher das Rücktrittsrecht dem Versprechen zu wider nicht, dafür aber eine Klausel enthält, dass mündliche Nebenabreden nicht wirksam sind. Dieses ergibt sich höchst zweifelsfall aus dem Schreiben der Frau Klose vom „Service Center“ der Antragsgegnerin (Anlage)

Die Antragsgegnerin und deren Methoden sind bundesweit „*gerichtsbekannt*“. Insbesondere wurde in einer enormen Zahl von Fällen, in welchen die Antragsgegnerin die so geworbenen „Partner“ vor den Düsseldorfer und anderen Gerichten auf Zahlung verklagte, von den Beklagten vorgetragen, dass diesen jeweils ein Rücktrittrecht versprochen wurde. Auf Grund der Vielzahl und der Häufigkeit dieses Vortrags der jeweiligen Beklagten ist davon auszugehen, dass dieses Versprechen den Beklagten gegenüber auch getätigt wurde.

In den, den Verkäufern der Euroweb zumindest 2013 übergebenen und hier vorliegenden „Verhaltensstandards für den Vertrieb von Euroweb-Produkten“ heisst es:

„Vermittelt ein Media Consultant einen Vertrag zwischen einem Geschäftskunden und der Euroweb Internet GmbH, der kein Widerrufsrecht beinhaltet wird dieser Umstand auf Anfrage wahrheitsgemäß mitgeteilt.“

Und, weiter unten:

„Die Unternehmen und Media Consultant werden alles unterlassen, was den Geschäftskunden dazu bringen könnte, anzunehmen, dass ihm ein Widerrufsrecht zustehen könnte.“

(Beweis bei Bestreiten durch Vorlage)

Dies zeigt auf, dass das Problem im Antragsgegnerin bekannt ist. Dennoch tragen die Werber weiter so vor, was die Antragsgegnerin durch die Prozesse unzweifelhaft erfährt. Diese Werber sind weiter für die Euroweb tätig, wie es sich aus deren Auftreten als nach wie vor bei der Euroweb beschäftigte Zeugen ergibt. Dieses zeigt auf dass das monierte Verhalten dennoch toleriert wird. Die „Verhaltensstandards für den Vertrieb von Euroweb-Produkten“ sind lediglich ein Feigenblatt, mit welchem die Antragsgegnerin sich aus der Verantwortung stehlen will. Dennoch haftet diese für das Vorgehen der Werber.

Das Vorgehen der Werber der Antragstellerin ist gemäß § 5 Absatz 1 Nr. 1 und 2 irreführend, denn der angesprochene Verkehr verspricht sich einen schadlosen Rücktritt (Nr. 1 „Risiko“) und zudem wird er hinsichtlich der Vertragsbedingungen („Bedingungen, unter denen die Ware geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird“) erheblich getäuscht.

Beweise:

- Email der Zeugin Angela [Z1] (Anlage)
 - Anfechtungsschreiben der Angela [Z1] (Anlage)
 - Stellungnahme des Zeugen [Z2], Steuerberater, gegenüber der Euroweb (Anlage)
 - Im Falle des Bestreitens: Zeugenaussage der vorstehenden
 - Schreiben der Frau Klose vom „Service Center“ der Antragsgegnerin (Anlage)
 - zahlreiche Akten, insbesondere der 22. Berufungskammer des Landgerichts Düsseldorf
 - zahlreiche Akten, insbesondere der 5. Zivilkammer des Oberlandesgerichts Düsseldorf
 - zahlreiche Akten des AG Düsseldorf
 - zahlreiche Akten weiterer Gerichte
2. Auch der Zeugin [Z1] wurde – zur Begründung des nur angeblich erniedrigten, tatsächlich enorm hohen Preises, vorgemacht, suche pro Branche und Gebiet nur ein oder zwei Unternehmen als "Referenzkunden" um im Gebiet bzw. der Branche aktiv zu werden. Die Werber der Antragsgegnerin wurden darin geschult, dieses so vorzutragen.

In den Schulungsunterlagen wird den Werbern aufgegeben diese haben wörtlich(!) auszusagen:

„Herr/Frau [...], Webstyle ist die führende Designagentur für kleine und mittelständige Unternehmen im Bereich professioneller Komplettlösungen rund um das Internet. Wir haben in _____ eine neue Vertriebsagentur eröffnet in der unsere Außendienstmitarbeiter neue Kunden akquirieren. Um unseren Mitarbeitern den Einstieg hier am Markt zu erleichtern benötigen wir vorab regionale Unternehmen in verschiedenen Designrichtungen.“

[Schulungsunterlage der Werber der Tochter Webstyle GmbH, Seite 6], im Original gelb markiert

bzw.

„Wir haben langfristig vor, im Raum [...] größer Kunden zu gewinnen und Projekte zu realisieren. Dafür benötigen wir vorab regionale Referenzen, um hier am Markt Fuß fassen zu können“

[Schulungsunterlage der Werber der Euroweb Internet GmbH, Jahr 2009, Seite 6] und [Schulungsunterlage der Werber der Euroweb Internet GmbH, Jahr 2009, Seite 6]

Zugleich sollen die Werber vormachen, es handele sich um eine einmalige Marketingaktion.

Dieser Vortrag ist aber unwahr.

Die Antragsgegnerin hat in der Vergangenheit in der Presse und auf den eigenen Webseiten damit geworben, diese habe „20.000 zufriedene Kunden“, bzw. 24.000 Kunden hätten dieser Firma das Vertrauen geschenkt.

Nicht mehr glaubhaft ist aber, dass im Angesicht dieser enormen Zahlen weitere „Referenzkunden“ benötigt würden, weil das Unternehmen neu in den Markt einsteige.

Zudem ist die gerade die Erstellung von Webseiten kleiner und mittelständischen (und leichter zu täuschenden!) Unternehmen der Geschäftszweck der Antragstellerin. Größere Projekte will diese also gar nicht erbringen.

Auch der Vortrag hinsichtlich der angeblichen Marketingaktion wird z.B. in der Schulungsunterlage für die Eurowebmitarbeiter aus dem Jahr 2007 wie folgt als auswendig zu lernen aufgeführt:

„Herr/Frau... Da die Marketingaktion nur HEUTE für Sie gilt“

(Seite 10)

„Die Marketingaktion findet hier und jetzt statt, und lässt sich nicht mit anderen Angeboten vergleichen.“

(Seite 21)

„Sie haben natürlich Recht – Sie können jedoch nur identische Serviceangebote vergleichen, um zu einem Resultat zu kommen.Hier handelt es sich um eine Marketingaktion ...“

(Seite 21)

„Es handelt sich bei meinem Besuch um eine Marketingaktion.“

(Seite 28)

„Im Bereich ‚Portfolio‘ finden Sie dort jede Menge Referenzen. Dort finden Sie auch unsere normalen Preise.Lassen Sie sich davon nicht irritieren- wie ich bereits sagte, handelt es sich um eine Marketingaktion, und da haben diese Preise für Sie keine Bedeutung!“

(Seite 31)

In den anderen Schulungsunterlagen lässt sich ähnliches finden. So wird in der Einwandbehandlung aus dem Jahr 2011 ist als wörtlich zu sagen aufgeführt:

„Ich rufe momentan ganz gezielt kleine Firmen an, da wir unser Marktgebiet auf kleinere bis mittlere Unternehmen erweitern wollen. Ich weiß auch das vielen kleineren Firmen nicht die Finanziellen Mittel zur Verfügung stehen um 15.000 € für ihren Erfolg im Internet auszugeben.

Weiter wird dem Verkehr von Seiten der Antragstellerin unwahr vorgemacht, es sei ein

Budget für die kostenlose Erstellung der Webseiten reserviert worden. Das geschieht nach der Schulungsunterlage aus dem Jahr 2007 mit folgenden Sätzen:

„Wenn Sie bereits zu Beginn der Partnerschaft über ihr Ende nachdenken, ist das vielleicht nicht das richtige Konzept für Sie, und ich sollte mein Budget lieber in einem anderen Unternehmen investieren...“

(Seite 22)

„Ich kann Ihnen sagen, was morgen anders ist: ich bin nicht mehr da, und das Budget ist dann anderswo untergebracht.“

(Seite 23)

In bemerkenswerter, unbestreitbar eindeutiger Weise sollen die potentiellen Kunden hier zu einem sofortigen Vertragsabschluss gedrängt werden, ohne dass diese nochmals Rücksprache mit Dritten halten. Es wird regelrecht damit gedroht, dass diese eines (abgeblichen) Preisvorteils in Höhe von mehreren tausend Euro verlustig gehen. Damit wird auf die Kunden unsachgemäßer Einfluß ausgeübt. Auf Grund des enormen Abstandes zu den Marktreisen, die tatsächlich bei etwa 25% bis 30% des von der Antragsgegnerin geforderten Preises (über 4 Jahre hinweg) liegen ist sich die Antragsgegnerin auch dessen bewusst, dass diese anders als durch diese Lügen, die hier zu einem regelrechten Beschiss führen, kaum etwas verkaufen würde. Das die Allgemeinkosten der Antragsgegnerin enorm hoch sind hat diese mehrfach vor den Düsseldorfer Gerichten im Streit um die Kosten nach § 649 BGB selbst ausgeführt. Die enormen Allgemeinkosten ergeben sich aber auch aus deren eigenen Geschäftsberichten. Ohne den Beschiss würde die Antragsgegnerin pleite gehen.

Aus den extrem zahlreichen Verfahren um die Kosten nach § 649 BGB nach der Kündigung ergibt sich, dass die Webseiten keineswegs kostenlos sein soll.

Das Vorgehen ist gemäß § 5 Absatz 1 Nr. 2 irreführend, denn der angesprochene Verkehr wird über den Anlass des Verkaufs sowie nachfolgend den Grund und das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils getäuscht. Denn diese angebliche Marketingaktion ist der gewöhnliche Vertriebsalltag und tatsächlich also gerade weder zeitlich noch örtlich beschränkt. Auch in den zahlreichen Verfahren vor den Düsseldorfer Gerichten ging es in jedem Einzelfall um Referenzkunden, welche mit genau dieser Masche, nämlich dem vorsätzlich unwahren Vormachen eines Preisvorteiles in einer zeitlich und örtlich beschränkten Marketingaktion geworben, genauer „beschissen“ wurden.

Der Unterlassungsanspruch ergibt sich dann aus §8 i.V.m. §3 UWG. Die Eilbedürftigkeit ist deshalb begründet, weil der Antragsteller am 19.6.2014 durch das Email der Zeugin [Z1] vom 19.6.2014 von dem hier monierten Verstoß, mit dem die Eilbedürftigkeit wieder eintritt, erstmals Kenntnis erhielt.

Beweise:

- Email der Zeugin Angela [Z1] (Anlage)
- zahlreiche Akten der Gerichte (wie vor)
- Schulungsunterlage der Werber der Euroweb Internet GmbH aus dem Jahr 2007
- Schulungsunterlage der Werber der Euroweb Internet GmbH aus dem Jahr 2009
- Schulungsunterlage der Werber der Euroweb Internet GmbH aus dem Jahr 2011
- Schulungsunterlage der Werber der Tochter Webstyle GmbH, welche an die Euroweb Internet GmbH durch die Eigentumsverhältnisse und einen Gewinnabführungs- und

Beherrschungsvertrag gebunden ist und sich der gleichen Methoden bedient.

3. Auch der Zeugin [Z1] wurde vorsätzlich unwahr vorgemacht, als „Referenzkunde“ würden diese im Rahmen der Marketingaktion einen erheblichen Preisvorteil von einigen tausend Euro erhalten.

Wie dieses unwahre, täuschende Versprechen abgegeben wird lässt sich insbesondere aus den Schulungsunterlagen entnehmen. Dort ist von einem „T-Konto“ die Rede, welches wie folgt auszufüllen sei:

A) Schulungsunterlage Euroweb, 2007, Seite 13:

Kosten eines normalen Kunden	Sie als Partner
Investitionskosten für die Erstellung eines professionellen Internetauftritts: 3.000 bis 6.000 €.	und nun zu Ihnen Herr/ Frau ... Die Firma Euroweb übernimmt die vollen Erstellungskosten
Monatliche Kosten für die Dienstleistungen, die Ihren Erfolg sichern: <ul style="list-style-type: none"> • regelmäßige Aktualisierung Ihrer Webseiten • Pflege, Wartung, und Sicherung Ihrer Domain und Ihrer E-Mail-Adressen • der professionelle Umgang mit den Suchmaschinen insgesamt € ...	Sie nehmen 36 Monate (und darüber hinaus) unseren Service in Anspruch und beteiligen sich lediglich mit C ... (das sind C ... im Jahr) an unserer Dienstleistung. Natürlich werden Sie diese Beträge steuerlich absetzen.
36 Monate Laufzeit einmalige Anschlussgebühr : € 99,00	
	Ich merke schon, Sie suchen nach einem Haken. Gut, das alles machen wir natürlich nicht nur aus Nächstenliebe, sondern unsere Partner erfüllen drei Bedingungen: <ul style="list-style-type: none"> • Aufnahme in die Referenzliste (OK?) • Nach drei Monaten: ein Empfehlungsschreiben (OK?) • 8 bis 10 Geschäftsempfehlungen (OK?)

Die angebliche, nur vorgemachte Ersparnis ergibt sich hier wie folgt:

Erstellung der Webseite:

~ 6000 EUR

36 Monate nur hälftige laufende Kosten: ~ 3600 EUR
Gesamt ~ **9600 EUR**

Das wurde später intensiviert:

Schulungsunterlage Euroweb, 2009, Seite 15:

Kosten eines normalen Kunden	Sie als Partner
Investitionskosten für die Erstellung eines professionellen Internetauftritts: 6.000 bis 8.000 €.	Und nun zu Ihnen Herr / Frau [...]. Falls wir uns für eine Partnerschaft entscheiden, übernimmt die Firma Euroweb die vollen Erstellungskosten
Jährliche Kosten für die Suchmaschinenoptimierung: 1.500 €	Wir wollen mit Ihnen als Vorzeigobjekt arbeiten, deshalb muss das Ganze auch im Netz auffindbar sein. Auch die Kosten der Suchmaschinenoptimierung tragen wir.
Monatliche Kosten für die Dienstleistungen, die Ihren Erfolg sichern : <ul style="list-style-type: none"> • regelmäßige Aktualisierung Ihrer Webseiten • Pflege, Wartung, und Sicherung Ihrer Domain und Ihrer E-Mail-Adressen • etc. insgesamt € ...	Sie nehmen 48 Monate (und darüber hinaus) das komplette Konzept in Anspruch und beteiligen sich lediglich mit € ... pro Monat (das sind € ... im Jahr) an unserer Dienstleistung.
Für ein professionelles Unternehmensvideo rechnen Sie mit 3.000 €	Auch hier steht für Partner 0,- €
Es gibt eine Laufzeit von 48 Monaten und einmalige Anschlusskosten von 199,00 €	
	Ich merke schon, Sie suchen nach einem Haken und die gibt es auch. Marketingpartner erfüllen bei uns fünf Bedingungen: <ul style="list-style-type: none"> • Wir nutzen Ihre Internetpräsenz als Vorzeigobjekt (OK?) • Sie machen Ihre Internetpräsenz im Rahmen Ihrer Möglichkeiten bekannt (OK?) • Sie erstellen nach 3-monatiger Nutzung einen detaillierten Erfahrungsbericht (OK?) • Sie stehen nach Fertigstellung für einen Erfahrungsbericht bereit (OK?) • Sie geben mir heute mindestens 10 gute geschäftliche Kontakte (OK?)

Die angebliche, nur vorgemachte Ersparnis ergibt sich hier wie folgt:

Erstellung der Webseite: ~ 6000 EUR
 48 Monate nur hälftige laufende Kosten: ~ 4800 EUR
 Video ~ 3000 EUR
Gesamt ~ 13800 EUR

Aktuell hält die Antragsgegnerin an dieser Praxis fest, wie sich aus dem Vertrag mit der Zeugin [Z1] zeigt

Kunde

Leistungsumfang (Webpaket):	<input type="text"/>	
Designleistung:	<input type="text"/>	€
Programmierung:	<input type="text"/>	€
SEO-Leistung:	<input type="text"/>	€
Zusatz:	<input type="text"/>	€
Erstellungskosten gesamt:	<input type="text"/>	€ netto*
Hosting (12 Monate):	<input type="text"/>	€ netto*

Zahlweise:
 Bei Unterzeichnung dieser Vereinbarung werden 30% der Erstellungskosten sofort zur Zahlung fällig. Restzahlung bei Abnahme, jedoch spätestens 3 Monate nach Fertigstellung der Internetpräsenz.

*zzgl. zurzeit 19% USt.

Den Kunden wird von den Werbern variierend in den Zahlen aber dennoch stets vorsätzlich unwahr vorgemacht, dieser ersparen beispielsweise:

Designleistungen in Höhe von 10.000 Euro
 Programmierung
 SEO-Leistung 1.500 Euro
 Hosting (4 Jahre nur hälftige laufende Kosten) 4.800 Euro
Gesamt 16300 Euro

In den bereits erwähnten zahlreichen Prozessen hat die Antragsgegnerin keinen einzigen Kunden benannt der jemals das so unvergleichlich teurere Angebot gekauft hat. Das LG Düsseldorf selbst hat in der Sache 40 C 15526/11 bereits durch Urteil fest gestellt, dass der Vertragsvermittler der Euroweb Internet GmbH gar kein anderes Angebot machen durfte und das deshalb sämtliche Kunden der Euroweb Internet GmbH „Referenzkunden“ sind. Das angebliche Kaufkundenangebot ist auch längst von der Webseite verschwunden. Demnach handelt es sich weder um eine Marketingaktion noch sind die von den Werbern der

Antragsgegnerin versprochenen Preisvorteile mit der Realität auch nur irgendwie in Übereinstimmung zu bringen.

Ein weiterer Hinweis darauf, dass das zum Vergleich herangezogene Verkaufskundenangebot Mondpreise enthält liefern die von der Antragstellerin zum Zweck der Täuschung des verkehrs veröffentlichte Preisübersichten aus dem Januar 2010 und dem Juli 2010 beim genauen Hinschauen und ermitteln der Differenzen selbst. So hat sich in einem Umfeld sinkender Marktpreise der angebliche Preis für die „Suchmaschinenanmeldung und Optimierung auf der Startseite“ von 567 Euro auf 1460 Euro fast verdreifacht. Diese enorme Diskrepanz, die höchst unvernünftig wäre und die kein Kaufmann je vornehmen würde spricht dafür, dass diese Preisliste nur Mondpreise enthält, welche dazu dienen, das Angebot der Werber im Verkaufsgespräch schmackhaft zu machen, wie dieses auch laut den Vorgaben aus den Schulungsunterlagen der Antragsgegnerin durch die Verkäufer zu machen ist.

Weiter wird den Kunden, wie sich bei einem Studium der Schulungsunterlagen der Antragsgegnerin zweifelsfrei ergibt, vorgemacht, dass diese die enormen Preisnachlässe als Gegenleistung erhielten. Insbesondere wollte die Euroweb angeblich mit diesen als „Referenzkunden“ werben – woraus sich in der Presse der Begriff der „Referenzkundenmasche“ entwickelt hat. Zugleich wird als Bedingung für Partnerschaft – und den Preisnachlass – auch genannt, dass die Kunden „Referenzschreiben“ erstellen, welche die Antragsgegnerin für Ihre Werbung benötige.

Aus der Versicherung an Eides statt des Geschäftsführers der Antragstellerin, Christoph Preuß (vom 20.11.2011 gegenüber dem LG Kassel in der Sache 11 O 4177/11) ergibt sich jedoch insbesondere aus dem letzten Absatz:

Solche Erfahrungsberichte werden auf www.euroweb-erfahrung.de veröffentlicht. Ein Kunde, der einen solchen Bericht abgibt, erhält keine Vergünstigungen. Ihm werden auch keine Nachteile zuteil, wenn er einen solchen Bericht nicht abgibt. Der Vertrag mit dem Kunden ist bereits geschlossen. Die Konditionen stehen fest. Eine Verpflichtung zur Abgabe eines Erfahrungsberichts besteht nicht. Wir veröffentlichen auch ...

zweifelsfrei dass diese „Partnerschaftsbedingungen“ gerade nicht die Voraussetzung für die angebliche, enorme Erniedrigung des Preises ist. Demnach wird auch hier hinsichtlich des Anlasses des Verkaufs, das Vorhandensein eines besonderen Preisvorteils und die Bedingungen, unter denen die Dienstleistung erbracht und der Preis angeblich erniedrigt wird, schlicht gelogen. (§5 Absatz 1 Nr. 2 UWG)

Die Zeugin [Z1] führt in der Kündigung vom 11.03.2014 wie folgt an:

1. Ihr Werber hat mir vorgemacht, ich erhielte als Gegenleistung für von mir zu erbringende Leistungen (Referenzschreiben, tel. Interview, Empfehlung weiterer potentieller Kunden) einen erheblichen Preisvorteil in Höhe von mehreren tausend Euro. Insbesondere würde meine Webseite kostenlos erstellt.

Das stimmt mit dem von den Werber der Antragstellerin von dieser verlangten Vorgehensweise überein.

Das hier zweifelsfrei geschehene Vormachen eines Preisvorteils und der Vergleich mit einem Mondpreis zu welchen die Antragsgegnerin zu keinem Zeitpunkt ernsthaft verkaufen wollte. Daneben findet sich trotz der Vielzahl der Verfahren vor den Gerichten, die immerhin 10% der Kundschaft der Antragsgegnerin betreffen, kein einziger Fall in welchem hinsichtlich eines solchen, doppelt so teuren „Kaufkundenangebotes“ verhandelt wurde. Das lässt nur den Schluss zu, dass dieses nicht ein einziges Mal verkauft wurde. Das Landgericht Düsseldorf muss nur in die eigenen Akten schauen.

Damit ist diese Weise des Vorgehens der Antragstellerin irreführend, denn diese wirbt mit der Herabsetzung eines Preises, der niemals ernsthaft gefordert worden ist. Die Beweislast liegt hier bei Antragsgegnerin – und nach den vielen erweislichen Lügen, welche diese den Düsseldorfer Gerichten auch in dieser Frage – in klarer Betrugsabsicht – vortrug, darf der Antragsteller und das Gericht auf den Vortrag hierzu äußerst gespannt sein.

Beweismittel:

- Kündigung der Zeugin [Z1]
- Schulungsunterlagen der Euroweb Internet GmbH 2007
- Schulungsunterlagen der Euroweb Internet GmbH 2009
- Schulungsunterlagen der Euroweb Internet GmbH 2011
- Schulungsunterlagen der Tochter Webstyle GmbH, welche an die Euroweb Internet GmbH durch die Eigentumsverhältnisse und einen Gewinnabführungs- und Beherrschungsvertrag gebunden ist und sich der gleichen Methoden bedient.
- Urteil des LG Düsseldorf, Az. 40 C 15526/11
- Versicherung an Eides statt des Geschäftsführers der Antragstellerin, Christoph Preuß (vom 20.11.2011)

Das hier zweifelsfrei vorliegende Vormachen eines (nicht echten) Preisvorteils durch die Heranziehung eines „Mondscheinangebotes“, welches die Werber gar nicht verlaufen dürfen (LG Düsseldorf 40 C 15526/11) zu „Bedingungen“, an denen der Anbieter gar kein tatsächliches Interesse hat und die er auch nicht durchsetzen will, ist ohne Zweifel irreführend und damit unlauter im Sinne des § 5 Absatz 1 Nr. 2 und Absatz 4 UWG

Als weitere Zeugen für dieses Vorgehen benenne ich:

Z3
*
*
*

die nach eigenen Angaben am 3.7.2014 der monierten Referenzkundenmasche nur knapp entkommen sind.

Die besondere Verwerflichkeit und Dreistigkeit des Vorgens der Antragstellerin und deren Geschäftsführer ergibt sich auch daraus, dass dieser aus der Verfügung des LG Salzburg, Az. 7 Cg 179/09 y gegen die österreichische Tochter (Euroweb GmbH, Salzburg) und Christoph Preuß selbst längst bekannt wie amoralisch und rechtswidrig das erkennbar betrügerische und verlogene Vorgehen ist, zu dem diese auch danach noch die Werber angehalten haben. Hier ist die Bezeichnung „assoziale Verhaltensweise“ richtig und korrekt angewendet.

Der Unterlassungsanspruch ergibt hinsichtlich aller vom Antragsteller aufgeführten Unterlassungsverlangen aus §8 i.V.m. §3,5 UWG.

Die Eilbedürftigkeit ist deshalb begründet, weil der Antragsteller am 19.6.2014 durch das Email der Zeugin [Z1] vom 19.6.2014 von dem hier monierten Verstoß, mit dem die Eilbedürftigkeit wieder eintritt, erstmals Kenntnis erhielt.

Der Streitwert liegt im Ermessen des Gerichtes. Nur durch die hier monierten, eigentlich offensichtlich wettbewerbs- und damit rechtswidrigen, womöglich sogar kriminellen Methoden haben die Euroweb Internet GmbH und deren Töchter im Jahr 2012 laut dem eigenem veröffentlichtem Geschäftsbericht einen Umsatz (Rohergebnis) von 17 Mio Euro gemacht. Das ist hinsichtlich einer Bewertung des Interesses der Antragsgegnerin fest zu bedenken.

Die Kosten hat zu tragen, wer das Verfahren verursacht. Die Rechtsverletzungen sind offensichtlich. Die Euroweb Internet GmbH wurde mit Email vom 19.6.2014 ordnungsgemäß aber fruchtlos auf Unterlassung in Anspruch genommen, hat jedoch darauf gar nicht reagiert.

Materielle Prozessleitung:

Falls das Gericht noch Lücken im Vortrag oder der Glaubhaftmachung sieht, so bitte ich ausdrücklich um einen Hinweis und Frist zur Nachbesserung gemäß § 139 ZPO bevor das Gericht den Antrag sachwidrig zurückweist.

Anlagen:

1. Urteil des OLG Düsseldorf I-20 U 66/13
2. Email der Zeugin Angela [Z1]
3. Kündigung der Zeugin [Z1]
4. Schreiben der Frau Klose von „Service Center“ der Antragsgegnerin
5. Schulungsunterlagen der Euroweb Internet GmbH 2007
6. Schulungsunterlagen der Euroweb Internet GmbH 2009
7. Schulungsunterlagen der Euroweb Internet GmbH 2011
8. Schulungsunterlagen der Tochter Webstyle GmbH
9. Vertrag mit Zeugin [Z1]
10. Preisliste Januar 2010
11. Preisliste Juli 2010
12. Urteil des LG Düsseldorf, 40 C 15526/11
13. Versicherung an Eides statt des Christoph Preuß (vom 20.11.2011)
14. Urteil des LG Salzburg, 7 Cg 179/09y
15. Abmahnung vom 19. Juni 2014

Mit freundlichen Grüßen

Jörg Reinholz
Kassel, am 13. Juli 2014

