

Kammergericht

Az.: 4 UKI 1/26



Im Namen des Volkes

Urteil

In Sachen

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch d. Vorstand
ke-Straße 17, 10696 Berlin
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

Trade Republic Bank GmbH, vertreten durch d. Geschäftsführer
,
und , Brunnenstraße 19-21, 10119 Berlin
- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

hat das Kammergericht - 4. Zivilsenat - durch den Vorsitzenden Richter am Kammergericht
, die Richterin am Kammergericht und die Richterin am Kammergericht
aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 22.09.2026 für Recht erkannt:

- I. Der Beklagten wird untersagt, gegenüber Verbrauchern gemäß § 13 BGB die nachfolgenden oder inhaltsgleichen Klauseln in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Zusammenhang mit Verträgen über die Teilnahme an der Weihnachtslotterie zu verwenden oder sich auf diese Klauseln zu berufen:

1. (7.1.) Trade Republic ist berechtigt, den Verkauf und die Übertragung des Preises für einen Zeitraum von maximal 365 Tagen zu sperren. In Bezug auf den Bonus aus der

Promo-Code-Aktion kann eine Sperre für den Verkauf und die Übertragung für einen Zeitraum von maximal 90 Tagen verhängt werden. Dies geschieht ebenfalls, um Betrug und Missbrauch zu verhindern. Das bedeutet, dass der Gegenwert des ursprünglichen Wertes des Preises/Boni in Form der jeweiligen Aktie/des jeweiligen ETF (im Folgenden: „Share Blocker“) auf dem Kundenkonto verbleiben muss. Der genaue Betrag und die Dauer des Share Blockers werden im Kundenkonto angezeigt. Nach Ablauf dieser Frist wird der Share Blocker aufgehoben und der Kunde kann frei über den Preis/Bonus verfügen. Im Falle einer wesentlichen Änderung des Preis-/Bonuswertes kann sich der Kunde an den Trade Republic-Kundenservice wenden, um die Sperre vor Ablauf der festgelegten Dauer aufzuheben. Der Kunde kann sich auch an den Kundenservice wenden, wenn die Sperre zu einer übermäßigen Belastung für den Kunden führt.

2. (7.2) Der Share Blocker hat keine negativen Auswirkungen auf andere Kundenrechte oder Verbraucherrechte, wie z.B. das Recht, ihr Konto zu kündigen. Wenn Kunden jedoch beschließen, ihr Trade Republic-Konto während der Dauer des Share Blockers zu schließen, ist Trade Republic berechtigt, den gewährten Bonus/Preis zurückzufordern. Je nach verstrichener Zeit wird die Forderung von Trade Republic angemessen angepasst.

II. Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung ein Ordnungsgeld bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, angedroht.

III. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger einen Betrag in Höhe von 350,00 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 09.05.2026 zu zahlen.

IV. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

V. Von den Kosten des Rechtsstreits tragen der Kläger 1/3 und die Beklagte 2/3.

VI. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

VII. Die Revision wird nicht zugelassen.

Tatbestand

Die Parteien streiten um die Rechtmäßigkeit von Teilnahmebedingungen eines durch die Beklagte angebotenen Gewinnspiels. Der Kläger nimmt die Beklagte nach dem Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen (UKlaG) auf Unterlassung in Anspruch und begehrt zudem die Erstattung von Abmahnkosten.

Der Kläger ist der Dachverband der 16 Verbraucherzentralen und weiterer verbraucherpolitischer Verbände und als solcher in die Liste der qualifizierten Verbraucherverbände nach § 4 UKlaG eingetragen. Zu seinen satzungsmäßigen Aufgaben gehört die Unterbindung von Verstößen gegen das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Die Beklagte betreibt Bankgeschäfte. Für den Aktionszeitraum 01.12.2025 bis 06.01.2026 veranstaltete sie eine Werbeaktion in Form einer Weihnachtslotterie, der sie die in ihrer App und unter <https://assets.traderepublic.com/assets/files/termsxmasgiveaway2025de.pdf> abrufbaren sowie als Anlage K 4 vorgelegten Bedingungen (im Folgenden: Teilnahmebedingungen) zugrunde legte.

Teilnahmeberechtigt waren danach Neukunden sowie Bestandskunden, die ihrerseits einen Neukunden warben. Die Teilnahme selbst war freiwillig und unentgeltlich. Um eine Gewinnchance - sowohl für sich als auch für den werbenden Bestandskunden - auszulösen, musste der Neukunde im Aktionszeitraum ein Kundenkonto bei der Beklagten eröffnen, mindestens 100 € auf dieses einzahlen und drei Investitionen in Finanzinstrumente tätigen, wobei Sparpläne ausdrücklich ausgeschlossen waren (Ziff. 3.1.2 der Teilnahmebedingungen). Alternativ konnten Neukunden auch über einen sog. „Promo-Code“ an der Lotterie teilnehmen (Ziff. 5 der Teilnahmebedingungen).

Unter den gewinnberechtigten Teilnehmern vergab die Beklagte nach dem Zufallsprinzip jeweils eine Aktie bzw. den Bruchteil einer Aktie oder einen börsengehandelten Fonds („ETF“) mit einem Wert zwischen 5 € und 500 € zum Zeitpunkt der Zuteilung („Preis“). Das Gesamtbudget war auf 3.000.000 € limitiert (Ziff. 2 der Teilnahmebedingungen). Bei Verwendung eines „Promo-Codes“ konnten die Teilnehmer aus einem bestimmten Pool eine zufällig ausgewählte Aktie oder einen ETF mit einem zuvor durch die Beklagte festgelegten Wert zwischen 5 € und 200 € („Bonus“) zum Zeitpunkt der Zuteilung erhalten (Ziff. 5 der Teilnahmebedingungen).

Die Teilnahmebedingungen der Beklagten enthielten weiter folgende, durch den Kläger als mit dem Recht der allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht vereinbar beanstandete Regelungen, wobei sich der Kläger hinsichtlich der Ziffer 8.1 nur gegen den dortigen ersten Satz wendet:

„7. Einschränkungen für Preise und Boni

7.1 Trade Republic ist berechtigt, den Verkauf und die Übertragung des Preises für einen Zeitraum von maximal 365 Tagen zu sperren. In Bezug auf den Bonus aus der Promo-Code-Aktion kann eine Sperre für den Verkauf und die Übertragung für einen Zeitraum von maximal 90 Tagen verhängt werden. Dies geschieht ebenfalls, um Betrug und Missbrauch zu verhindern. Das bedeutet, dass der Gegenwert des ursprünglichen Wertes der Preise/Boni in Form der jeweiligen Aktie/des jeweiligen ETF (im Folgenden: „Share Blocker“) auf dem Kundenkonto verbleiben muss. Der genaue Betrag und die Dauer des Share Blockers werden im Kundenkonto angezeigt. Nach Ablauf dieser Frist wird der Share Blocker aufgehoben und der Kunde kann frei über den Preis/Bonus verfügen. Im Falle einer wesentlichen Änderung des Preis-/Bonuswertes kann sich der Kunde an den Trade Republic-Kundenservice wenden, um die Sperre vor Ablauf der festgelegten Dauer aufzuheben. Der Kunde kann sich auch an den Kundenservice wenden, wenn die Sperre zu einer übermäßigen Belastung für den Kunden führt.

7.2 Der Share Blocker hat keine negativen Auswirkungen auf andere Kundenrechte oder Verbraucherrechte, wie z.B. das Recht, ihr Konto zu kündigen. Wenn Kunden jedoch beschließen, ihr Trade Republic-Konto während der Dauer des Share Blockers zu schließen, ist Trade Republic berechtigt, den gewährten Bonus/Preis zurückzufordern. Je nach verstrichener Zeit wird die Forderung von Trade Republic angemessen angepasst.

8. Änderung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Ausschlüsse

8.1 Trade Republic behält sich das Recht vor, die Werbeaktionen jederzeit ohne vorherige Ankündigung und ohne Angabe von Gründen zu ändern oder zu beenden, insbesondere im Falle eines erheblichen Missbrauchs einer bestimmten Werbeaktion. Änderungen oder die Beendigung von Werbeaktionen gelten nicht für Neukunden, die den Registrierungsprozess begonnen und sich für die jeweilige Werbeaktion angemeldet haben, bevor die Änderung oder Beendigung in Kraft getreten ist.

[...]“.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf die als Anlage K4 vorgelegten Teilnahmebe-

dingungen verwiesen.

Der Kläger mahnte die Beklagte mit Schreiben vom 13.02.2026 diesbezüglich ab und forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung sowie zur Erstattung pauschaler Abmahnkosten in Höhe von € 350,00 auf. Wegen der Einzelheiten wird auf die Ablichtung dieses Schreibens (Anlage K6) verwiesen. Die Beklagte bot die Abgabe einer auf die Ziffern 7.1 und 7.2 der Teilnahmebedingungen eingeschränkten Unterlassungserklärung an (Anlage K8), eine Einigung konnten die Parteien indes nicht erzielen. Mit seiner der Beklagten am 08.05.2026 zugestellten Klage verfolgt der Kläger sein Begehren weiter.

Er meint, auch vorformulierte Bedingungen für werbliche Zusatzleistungen müssten sich an den §§ 305 ff. BGB messen lassen. Dies gelte insbesondere dann, wenn sie Verbraucher - wie hier - zu Dispositionen veranlassten, an eine Kundenbeziehung bänden oder ihnen wirtschaftliche Nachteile bei der Ausübung vertraglicher Rechte auferlegten. Die Klausel in Ziffer 7.1 schränke die in Ziffer 2 der Teilnahmebedingungen zunächst vorbehaltlos ausgelobte Leistung ein. Als nachgelagerte Nebenbestimmung über die Verwendung des Gewinns unterliege sie daher der gerichtlichen Inhaltskontrolle.

Durch die bei einem Aktienerwerb nicht erwartbare Verpflichtung, den Gewinn für 365 Tage bzw. den Bonus für 90 Tage zu halten, werde der Teilnehmer überrascht und unangemessen benachteiligt. Zudem könne er anhand der unbestimmten Rechtsbegriffe nicht hinreichend klar erkennen, ob und wann er eine vorzeitige Aufhebung der Sperre erfolgsversprechend verlangen könne. Vielmehr bestehe ein intransparenter Beurteilungsspielraum der Beklagten. Die Klausel zielen zudem einseitig darauf ab, die Interessen der Beklagten missbräuchlich auf Kosten der Kunden durchzusetzen, ohne deren Belange angemessen zu berücksichtigen oder für einen fairen Ausgleich zu sorgen. Anders als in der durch die Beklagte herangezogenen Entscheidung des BGH zu „Miles & More“ (Urteil v. 28.10.2014 - X ZR 79/13), berge die hiesige Freigabesperre das Risiko, dass der Teilnehmer seinen Gewinn im Zeitpunkt des Zugriffs bereits wieder verloren habe. Er laufe daher Gefahr, „leer auszugehen“, obwohl er seinerseits die ihm obliegende Gegenleistung mit der eingegangenen Kundenbeziehung vollständig erbracht habe. Die Verpflichtung der Neukunden, eigenes Geld zu investieren, biete der Beklagten bereits eine hinreichende Gewähr gegen ein bloßes „Abgreifen“ der Gewinne. Im Übrigen bestreite sie die durch die Beklagte angeführten Gründe für den eingebrachten Share Blocker mit Nichtwissen.

Auch die Klausel zum Rückforderungsanspruch der Beklagten in Ziffer 7.2 sei kontrollfähig. Sie

statuiere keine aufschiebende oder auflösende Bedingung für den Erhalt des Gewinns, sondern begründe ein einseitiges Bestimmungsrecht der Beklagten, den Gewinn zu nicht näher konkretisierten Konditionen zurückzufordern. Darin liege eine unangemessene Benachteiligung der Kunden, insbesondere werde das Kündigungsrecht durch die Verknüpfung mit dem Entzug des Gewinns - entgegen der dortigen Behauptung - beeinträchtigt.

Schließlich verstoße der Änderungsvorbehalt in Ziffer 8.1 Satz 1 der Teilnahmebedingungen gegen § 308 Nr. 4 BGB, da für den Kunden nicht hinreichend erkennbar sei, unter welchen Voraussetzungen eine Änderung erfolgen könne.

Der Kläger beantragt,

- I. es der Beklagten zu untersagen, gegenüber Verbrauchern gemäß § 13 BGB die nachfolgenden oder inhaltsgleichen Klauseln in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Zusammenhang mit Verträgen über die Teilnahme an der Weihnachtslotterie zu verwenden oder sich auf diese Klauseln zu berufen:
 1. (7.1.) Trade Republic ist berechtigt, den Verkauf und die Übertragung des Preises für einen Zeitraum von maximal 365 Tagen zu sperren. In Bezug auf den Bonus aus der Promo-Code-Aktion kann eine Sperre für den Verkauf und die Übertragung für einen Zeitraum von maximal 90 Tagen verhängt werden. Dies geschieht ebenfalls, um Betrug und Missbrauch zu verhindern. Das bedeutet, dass der Gegenwert des ursprünglichen Wertes des Preises/Boni in Form der jeweiligen Aktie/des jeweiligen ETF (im Folgenden: „Share Blocker“) auf dem Kundenkonto verbleiben muss. Der genaue Betrag und die Dauer des Share Blockers werden im Kundenkonto angezeigt. Nach Ablauf dieser Frist wird der Share Blocker aufgehoben und der Kunde kann frei über den Preis/Bonus verfügen. Im Falle einer wesentlichen Änderung des Preis-/Bonuswertes kann sich der Kunde an den Trade Republic-Kundenservice wenden, um die Sperre vor Ablauf der festgelegten Dauer aufzuheben. Der Kunde kann sich auch an den Kundenservice wenden, wenn die Sperre zu einer übermäßigen Belastung für den Kunden führt.
 2. (7.2) Der Share Blocker hat keine negativen Auswirkungen auf andere Kundenrechte oder Verbraucherrechte, wie z.B. das Recht, ihr Konto zu kündigen. Wenn Kunden jedoch beschließen, ihr Trade Republic-Konto während der Dauer des Share Blockers zu schließen, ist Trade Republic berechtigt, den gewährten Bonus/Preis zurückzufor-

dern. Je nach verstrichener Zeit wird die Forderung von Trade Republic angemessen angepasst.

3. (8.1) Trade Republic behält sich das Recht vor, die Werbeaktionen jederzeit ohne vorherige Ankündigung und ohne Angabe von Gründen zu ändern oder zu beenden, insbesondere im Falle eines erheblichen Missbrauchs einer bestimmten Werbeaktion.
[[...]]

- II. der Beklagten für jeden Fall der Zuwiderhandlung ein Ordnungsgeld bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, anzudrohen.
- III. die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger einen Betrag in Höhe von 350,00 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen,

Sie wendet ein, die beanstandeten Klauseln seien als Leistungsbeschreibungen der richterlichen Inhaltskontrolle entzogen, jedenfalls aber transparent und interessengerecht.

Ziffer 7.1. der Teilnahmebedingungen lege ihre Hauptleistung erstmals fest; sie definiere den ausgelobten Gewinn - in zeitlicher Hinsicht - als Wertpapierposition, deren Verkauf und Übertragung von vornherein für einen klar begrenzten Zeitraum eingeschränkt sei. Mit einem regulären Aktien-erwerb sei der hier in Rede stehende unentgeltliche Gewinn nicht vergleichbar. Da für Kundenbindungsprogramme ein gesetzliches Leitbild fehle, könne sie autonom entscheiden, welche Bindungsanreize sie setzen wolle. Die Regelung zur vorzeitigen Aufhebung der Sperre lege ergänzend die Voraussetzungen fest, unter denen die Sperrfrist entfalle, und sei daher Teil der Leistungsbeschreibung.

Selbst bei Annahme einer kontrollfähigen Nebenabrede werde der Kunde nicht unangemessen benachteiligt und sei das Transparenzgebot gewahrt. Der Kunde erhalte nach klar kommunizierten und fairen Bedingungen einen zusätzlichen Vermögensvorteil geschenkt und könne daher objektiv nur besser und keinesfalls schlechter stehen, als wenn er ihr Angebot ungenutzt gelassen hätte. Die Investition des Neukunden stelle keine Gegenleistung für den Gewinn dar, sondern sei

Voraussetzung für die regulären Broker-Leistungen der Beklagten. Der Kunde erhalte - unabhängig vom Gewinn - mit den erworbenen Wertpapieren einen adäquaten Gegenwert und einen entsprechenden Herausgabeanspruch. Da der Gewinn als Auslobung einzuordnen sei, könne die Kundenbindung nicht zugleich als synallagmatische Gegenleistung gewertet werden. Das jeder Lotterie inhärente Risiko „leer auszugehen“, werde vorliegend gerade durch die vorgesehenen Freigabeoptionen abgemildert. Dass sich der Wert eines börsennotierten Wertpapiers innerhalb von maximal 365 Tagen auf null reduziere, sei zudem ein theoretisches Extremszenario, das bei der gebotenen generalisierenden Betrachtung nicht maßgebend sein dürfe. Dem - in Anbetracht der Unentgeltlichkeit - geringwertigen Kundeninteresse an einer unmittelbaren Verfügbarkeit des Gewinns stünden ihrerseits erhebliche eigene Interessen an der vorgesehenen Haltefrist gegenüber, insbesondere zur Betrugs- und Missbrauchsprävention. Soweit die Boni als Hauptanreiz für die Kontoeröffnung ein gesteigertes Interesse der Kunden an deren schneller Verfügbarkeit begründeten, habe sie diesem Umstand, wie auch dem tendenziell erhöhten Missbrauchsrisiko in den Fällen der Kunden-werben-Kunden-Aktion, bereits mit der Regelung unterschiedlich langer Sperrfristen hinreichend Rechnung getragen. Die durch den Kläger beanstandeten Freigabeoptionen wirkten gerade zugunsten des Kunden. Diese unter Transparenzaspekten zu beanstanden, verengte den Schutz der Kunden und verkehrte damit den Zweck des Transparenzgebots in sein Gegenteil.

Die Regelung in Ziffer 7.2. der Teilnahmebedingungen, die den Geschenk-Vorteil an das Bestehen einer Kundenbeziehung knüpft, sei ebenfalls Teil der Leistungsbeschreibung und bereits als solche kontrollfrei. Sie berühre gerade nicht das Kündigungsrecht selbst, sondern bestimme in Form einer objektivierbaren Berechnungsregel lediglich, in welchem Umfang der Kunde bei dessen Ausübung den unentgeltlichen Gewinn behalten darf. Der Wert des - in Natur - zurückzugewährenden Papiers ergebe sich - wie bei jeder Wertpapiertransaktion - aus dessen Marktpreis zum Zeitpunkt der Rückübertragung. Die verständige Auslegung im Sinne einer linearen Reduktion finde ihre dogmatische Bestätigung in § 628 Abs. 1 Satz 1 BGB. Gegenstand der Klausel sei daher keine Einschränkung des Kündigungsrechts, sondern die inhaltliche Ausgestaltung des gewährten Vorteils. Da die Rückzahlung von Gewinnen aus einer freiwilligen Lotterie in Fällen einer Kündigung gesetzlich nicht geregelt sei, unterliege die Klausel zudem auch nach § 307 Abs. 3 Satz 1 BGB keiner Inhaltskontrolle.

Gehe man von einer Kontrollfähigkeit der Klausel aus, genüge diese jedenfalls den Anforderungen des § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB. Sie eröffne keinen intransparenten Sanktionsmechanismus, sondern beschreibe in für den Durchschnittskunden verständlicher Weise einen zeitanteiligen Vertrauensschutz. Die Koppelung eines gewährten finanziellen Vorteils an den Vertragserhalt sei zu-

dem ein übliches Mittel der Kundenbindung. Diese sei durch ihr berechtigtes Interesse an einer Mindestvertragslaufzeit wie auch den ausdrücklich benannten Zweck der Betrugs- und Missbrauchsprävention gerechtfertigt, welche das Kundeninteresse überwögen. Ziffer 7.2 der Teilnahmebedingungen komme schließlich auch keiner Vertragsstrafe gleich. Im Fall einer - ohnehin nur fakultativ ausgestalteten - Herausgabepflicht werde der Kunde lediglich so gestellt, wie er ohne seine Teilnahme an der Aktion stünde. Die Beklagte behalte durch die flexible Ausgestaltung gerade die Möglichkeit, Besonderheiten auf Kundenseite zu berücksichtigen und etwa im Fall einer Kündigung aus wichtigem Grund auf die Rückforderung zu verzichten.

Der in Ziffer 8.1 der Teilnahmebedingungen enthaltene Vorbehalt, die freiwillige und unentgeltliche Werbeaktion überhaupt anzubieten, jederzeit zu ändern oder vorzeitig zu beenden, sei ebenfalls nach § 307 Abs. 3 BGB der Inhaltskontrolle entzogen. Da bereits eingebundene Teilnehmer nach Satz 2 der Klausel ausdrücklich ausgenommen seien, betreffe die Klausel nicht die Ausgestaltung einer bestehenden Hauptleistung, sondern die Frage des Vertragsschlusses selbst. Darin liege kein Änderungsvorbehalt im Sinne des § 308 Nr. 4 BGB. Die Norm greife nicht bei Klauseln, die - wie hier - lediglich den Umfang einer freiwilligen Leistung definierten oder deren künftige Bereitstellung steuerten.

Jedenfalls sei der Vorbehalt auch unter Berücksichtigung schutzwürdiger Kundeninteressen gerechtfertigt. Da die Beklagte ihre finanziellen Ressourcen kontrollieren müsse, den Verlauf der Aktion ex ante aber nicht sicher einschätzen könne, stehe ihr ein legitimes Änderungsinteresse zu. Unter Berücksichtigung der Ausnahme von Neukunden in Satz 2 der Klausel betreffe der Vorbehalt auch für den Durchschnittsverbraucher klar erkennbar lediglich potentielle Teilnehmer, deren Interesse am Fortbestand der Werbeaktion mangels Anspruchs hierauf (noch) nicht schutzwürdig sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird ergänzend auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist im Wesentlichen begründet. Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus § 1 UKlaG i.V.m. § 307 BGB hinsichtlich der Ziffern 7.1 und 7.2 der Teilnahmebedingungen zu. Folglich kann er von der Beklagten auch die Erstattung der beanspruchten Abmahnkosten verlangen. Demgegenüber verstößt die Regelung in Ziffer 8.1 Satz 1 der Teil-

nahmebedingungen nicht gegen das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Insoweit war die Klage abzuweisen.

Im Einzelnen:

I. Die Klage ist zulässig.

1. Der Senat ist nach §§ 1, 5, 6 UKlaG zur Entscheidung über die Streitsache nach den für erstinstanzliche Verfahren geltenden Regelungen zuständig. Der Klageantrag entspricht den Vorgaben des § 8 Abs. 1 UKlaG.

2. Der Kläger ist als in die Liste der Verbraucherverbände nach § 4 UKlaG eingetragener Verein gemäß § 3 Abs. 1 UKlaG anspruchsberechtigt und klagebefugt (vgl. zur Doppelnatur der Norm: Köhler/Alexander in: Köhler/Feddersen, UWG, 33. Aufl., § 3 UKlaG Rn. 4). Soweit das Gericht daneben zu prüfen hat, ob die Prozessführung im konkreten Einzelfall vom Satzungszweck des klagenden Verbands umfasst ist (BGH, Urteile v. 04.07.2019, I ZR 149/18, NJW 2019, 3377, *juris* Rn. 28; v. 13.09.2018, I ZR 26/17, NJW 2018, 3581, *juris* Rn. 20; vgl. auch: KG, Urteil v. 18.11.2025, 5 UKI 10/25, *juris* Rn. 23), ist auch diese Voraussetzung erfüllt. Der Kläger beanstandet von der Beklagten gegenüber Verbrauchern verwendete Klauseln als mit dem Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen unvereinbar. Sein Vorgehen entspricht damit seinem unwidersprochen vorgetragenen Satzungszweck, die Interessen der Verbraucher u.a. dadurch wahrzunehmen, etwaige Verstöße gegen das Recht der Allgemeinen Geschäftsbedingungen - ggf. auch mit gerichtlicher Hilfe - zu unterbinden.

II. Die Klage hat in der Sache nur teilweise Erfolg.

1. Nach § 1 UKlaG kann derjenige, der in Allgemeinen Geschäftsbedingungen Bestimmungen verwendet, die nach §§ 307 - 309 BGB unwirksam sind, auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.

Diese Voraussetzungen sind in Bezug auf die Ziffern 7.1 und 7.2 der durch die Beklagte vorgegebenen Teilnahmebedingungen erfüllt. Bei dem beanstandeten Regelwerk handelt es sich um Allgemeine Geschäftsbedingungen im Sinne der §§ 305ff. BGB, § 1 UKlaG (im Folgenden auch nur: AGB). Die Ziffern 7.1 und 7.2 der Teilnahmebedingungen sind auch einer AGB-Kontrolle zugänglich und halten dieser nicht stand. Anders verhält es sich bei dem in Ziffer 8.1 Satz 1 der Teilnahmebedingungen formulierten Vorbehalt. Dieser ist bereits nach § 307 Abs. 3 BGB kontrollfrei.

a) Bei den streitgegenständlichen Klauseln handelt es sich um Allgemeine Geschäftsbedingungen.

aa) Das sind gemäß § 305 Abs. 1 Satz 1 BGB alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (Verwender), der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrages stellt. Anders als der Wortlaut suggeriert, genügt die Verknüpfung mit einem Rechtsgeschäft (Lehmann-Richter in: BeckOGK BGB, Stand: 01.07.2026, § 305 Rn. 81). Zudem ist anerkannt, dass auch einseitige Rechtsgeschäfte den Tatbestand von § 305 Abs. 1 Satz 1 BGB erfüllen können, denn Zweck des AGB-Rechts ist es, einen Ausgleich für die Inanspruchnahme einseitiger Gestaltungsmacht des Verwenders zu gewähren (Lehmann-Richter a.a.O. Rn. 79). Maßgeblich ist mithin, ob der Verwender ausschließlich seine eigene rechtsgeschäftliche Gestaltungsmacht ausübt oder aber zugleich auch eine fremde, indem er - wie bei der Vorformulierung eines Vertragstextes - einseitig über geschützte Rechtspositionen Dritter bestimmt, ohne diesen Einfluss auf den Inhalt zu gewähren (BGH, Urteile v. 25.10.2012, I ZR 169/10, GRUR 2013, 531, juris Rn. 18f.; v. 27.01.2000, I ZR 241/97, NJW 2000, 2677, juris Rn. 17). Der Begriff der Allgemeinen Geschäftsbedingung setzt damit eine Erklärung des Verwenders voraus, die den Vertragsinhalt regeln soll (BGH, Urteil v. 07.07.2026, XI ZR 129/24, WM 2026, 1516, juris Rn. 18 m.w.N.).

bb) Um eine solche Erklärung handelt es sich bei den hier angegriffenen Klauseln.

(1) Zwar liegt in der Veranstaltung eines Preisausschreibens oder Gewinnspiels - als Unterfall der Auslobung (§§ 661, 657 BGB) - im Ausgangspunkt ein einseitiges Rechtsgeschäft und ist der Veranstalter insoweit grundsätzlich frei, Regeln zum Ablauf der Verlosung zu formulieren, mit der Teilnahme wird jedoch zugleich ein Rechtsverhältnis begründet, aus dem Pflichten hinsichtlich der sorgfältigen und ordnungsgemäßen Durchführung des Spiels erwachsen. Hierin liegt - neben dem einseitigen Rechtsgeschäft als solchem - eine schuldrechtliche Sonderverbindung, die jedenfalls ein vertragsähnliches Verhältnis begründet (BGH, Urteil v. 25.10.2012, I ZR 169/10, GRUR 2013, 531, juris Rn. 17-20; vgl. auch BGH, Urteil v. 23.09.2010, III ZR 246/09, NJW 2011, 139, juris Rn. 23f.).

Die Teilnahme an der Weihnachtslotterie der Beklagten setzt nach Ziffer 3.1 der Teilnahmebedingungen zudem zwingend ein (weiteres) Vertragsverhältnis voraus, nämlich den Bestand oder die Eröffnung eines Kundenkontos bei der Beklagten, auf das der spätere Gewinn überwiesen werden sollte (Ziffer 4.4 der Teilnahmebedingungen). Indem die streitgegenständlichen Klauseln Regelungen dazu enthalten, wann der Bestands- oder Neukunde über den auf sein Konto eingezahl-

ten Gewinn verfügen kann (Ziffer 7.1) und was in Fällen einer Kontokündigung gilt (Ziffer 7.2), beschränken diese sich gerade nicht darauf, den reinen Spielablauf an sich festzulegen, sondern bestimmen - den Kontovertrag insoweit ergänzend - zugleich gegenseitige Rechte und Pflichten der (zukünftigen) Vertragsparteien. Die Beklagte hat insoweit mithin dieselbe Gestaltungsmacht ausgeübt wie bei einem klassischen Vertragsschluss.

(2) Dasselbe gilt, soweit die Beklagte sich in Ziffer 8.1 Satz 1 der Teilnahmebedingungen das Recht vorbehält, die Werbeaktionen jederzeit ohne Ankündigung und Angabe von Gründen einseitig zu ändern oder zu beenden.

Nach objektivem Verständnis liegt darin die Erklärung, sich von der getroffenen Zusage, Bestands- und Neukunden nach den Teilnahmebedingungen einen Gewinn zuzulassen, nach freiem Belieben für die Zukunft wieder lösen zu können. Strukturell entspricht dies einem (vorbehaltenen) Widerruf im Sinne des § 658 BGB. Auch einseitige Erklärungen sind indes Vertragsbedingung im Sinne des § 305 Abs. 1 Satz 1 BGB, wenn diese nach ihrem objektiven Wortlaut bei den Empfängern den Eindruck hervorrufen, es solle damit der Inhalt eines vertraglichen oder vorvertraglichen Rechtsverhältnisses bestimmt werden (BGH, Urteile v. 09.04.2014, VIII ZR 404/12, NJW 2014, 2269, juris Rn. 24; v. 03.07.1996, VIII ZR 221/95, NJW 1996, 2574, juris Rn. 18). Als mit der Auslobung verbundener Widerrufsvorbehalt erscheint die Bestimmung damit jedenfalls als Regelung des - vor Erfüllung sämtlicher Teilnahmevoraussetzungen - noch vorvertraglichen Schuldverhältnisses und erlangt insbesondere für solche Bestandskunden Bedeutung, die das ihrerseits Erforderliche für eine Teilnahme, nämlich die Weitergabe ihres persönlichen Empfehlungscode an einen (potentiellen) Neukunden (vgl. Ziffer 3.1.1 der Teilnahmebedingungen), bereits (vollständig) getan haben.

(3) Das Vorliegen von Allgemeinen Geschäftsbedingungen stellt letztlich auch die Beklagte nicht in Abrede.

b) Die Klauseln der Ziffern 7.1 und 7.2 unterliegen der gerichtlichen Kontrolle. Der Einschätzung der Beklagten, es handele sich jeweils um eine der Inhaltskontrolle entzogene Leistungsbeschreibung, vermag sich der Senat nicht anzuschließen. Der Vorbehalt in Ziffer 8.1 Satz 1 der Teilnahmebedingungen definiert hingegen den Umfang der Leistungszusage der Beklagten selbst, entspricht dabei dem gesetzlichen Leitbild und unterfällt daher ihrer autonomen Regelungsbefugnis.

aa) Die Inhaltskontrolle ist nach § 307 Abs. 3 Satz 1 BGB auf Klauseln beschränkt, die von Rechtsvorschriften abweichen oder diese ergänzen. Rein deklaratorische Klauseln sowie Klauseln

seln, die Art, Umfang und Güte der vertraglichen Hauptleistung und der hierfür zu zahlenden Vergütung unmittelbar bestimmen (Leistungsbeschreibungen und Preisvereinbarungen), fallen nicht darunter. Vielmehr ist den Vertragsparteien nach dem im Bürgerlichen Recht geltenden Grundsatz der Privatautonomie im Allgemeinen freigestellt, Leistung und Gegenleistung zu bestimmen (st. Rspr. BGH, z.B. Urteile v. 14.01.2025, XI ZR 35/24, NJW 2025, 828, juris Rn. 19; v. 04.05.2023, III ZR 88/22, NJW 2023, 2338, juris Rn. 10; v. 11.07.2019, VII ZR 266/17, NJW 2019, 2997, juris Rn. 19, jew. m.w.N.).

Bei Verbraucherverträgen ist die Vorschrift richtlinienkonform auszulegen. Art. 4 Abs. 2 Klausel-RL ordnet die Kontrollfreiheit der Leistungsbeschreibung an, ist als Ausnahmetatbestand allerdings grundsätzlich eng auszulegen. Dem engen, kontrollfreien Bereich sind daher nur solche Klauseln zuzurechnen, die die Hauptleistung selbst festlegen und charakterisieren. Hierzu akzessorische Klauseln bleiben hingegen der Inhaltskontrolle unterworfen (EuGH, Urteil v. 30.04.2025, C-39/24, BeckRS 2025, 8390, Rn. 34, 30). Die Kontrollfreiheit gilt mithin nur für Abreden über den unmittelbaren Leistungsgegenstand. Dagegen sind Bestimmungen, die die Leistungspflicht des Verwenders einschränken, verändern, ausgestalten oder modifizieren, stets inhaltlich zu kontrollieren. Für die der Überprüfung entzogene Leistungsbeschreibung bleibt damit nur der enge Bereich von Regelungen, ohne deren Vorliegen mangels Bestimmtheit oder Bestimmbarkeit des wesentlichen Vertragsinhalts ein wirksamer Vertrag nicht mehr angenommen werden kann (st. Rspr., BGH, Urteile v. 04.05.2023, III ZR 88/22, NJW 2023, 2338, juris Rn. 10; v. 11.07.2019, VII ZR 266/17, NJW 2019, 2997, juris Rn. 19, jew. m.w.N.).

Die Abgrenzung obliegt dem nationalen Gericht unter Berücksichtigung der Natur, der Systematik und der Bestimmungen des Vertrages sowie des rechtlichen und tatsächlichen Kontexts, in den diese eingebettet sind (EuGH, Urteil v. 10.06.2021, C-776/19 u.a., BeckRS 2021, 13384 Rn. 53 m.w.N.). Welchen Regelungsgehalt eine Allgemeine Geschäftsbedingung enthält, ist dabei durch Auslegung zu ermitteln. Diese hat sich nach dem objektiven Inhalt und typischen Sinn der in Rede stehenden Klausel einheitlich danach zu richten, wie ihr Wortlaut von verständigen und redlichen Vertragsparteien unter Abwägung der Interessen der regelmäßig beteiligten Verkehrskreise verstanden wird (BGH, Urteil v. 14.01.2025, XI ZR 35/24, NJW 2025, 828, juris Rn. 20; EuGH, Urteil v. 30.04.2014, C-26/13, NJW 2014, 2335 Rn. 59).

bb) Nach diesen Vorgaben sind die Klauseln in Ziffer 7 der Teilnahmebedingungen der gerichtlichen Kontrolle zu unterstellen. Sie regeln nicht allein und unmittelbar die charakteristische Vertragspflicht der Beklagten, sondern beschränken - nachträglich - den Zugriff des Kunden auf die

ihm zugesagte Leistung.

(1) Hierfür spricht neben dem Wortlaut auch die Systematik der durch die Beklagte gestalteten Teilnahmebedingungen.

Welche Hauptleistung die Beklagte im Rahmen der angebotenen Weihnachtslotterie den Teilnehmern gegenüber zu erbringen hatte, bestimmt Ziffer 2.2 der Teilnahmebedingungen. Danach *„[vergibt] Trade Republic [...] eine Aktie oder einen Bruchteil einer Aktie (beides im Folgenden als „Aktie“ bezeichnet) oder einen börsengehandelten Fonds (im Folgenden als „ETF“ bezeichnet), mit einem Wert zwischen 5 Euro und 500 Euro zum Zeitpunkt der Zuteilung an die Gewinner ...“*. In gleicher Weise bestimmt Ziffer 5.1 dies für die sog. Promo-Code-Aktion. Danach *„[können] Neukunden [...] bei Verwendung eines Promo-Codes [...] entweder eine zufällig ausgewählte Aktie oder einen ETF aus einem bestimmten Pool mit einem Wert zwischen 5 und 200 Euro zum Zeitpunkt der Zuteilung (auch als „Promo-Code-Bonus“ bezeichnet) erhalten.“*

Diese Leistung der Beklagten gibt der Weihnachtslotterie ihren prägenden Charakter. Sie ist - wie dem zitierten Wortlaut zu entnehmen ist - zunächst vorbehaltlos versprochen und wird regelungssystematisch erst nachfolgend eingeschränkt, nämlich indem Ziffer 7 dem Kunden einen tatsächlichen Zugriff auf den - ihm bereits ausgezahlten - Preis bzw. Bonus erst nach Ablauf einer Haltefrist von 365 Tagen bzw. 90 Tagen erlaubt und die Beklagte im Falle einer Vertragsbeendigung vor Ablauf dieser Frist zur Rückforderung des Gewinns berechtigt. Letzteres entspricht strukturell einer Rückabwicklung des ursprünglichen Leistungsaustauschs. Ein solcher Rückforderungsmechanismus kann schon nach allgemeinen schuldrechtlichen Grundsätzen nicht den ursprünglichen Inhalt des Leistungsversprechens bestimmen.

Entsprechend steht neben der Ziffer 6 (*„Einschränkungen und Ausschlüsse“*) auch die Ziffer 7 der Teilnahmebedingungen ausdrücklich unter der - durch die Beklagte selbst gewählten - Überschrift *„Einschränkungen für Preise und Boni“* [Anm: Hervorhebung nur hier].

(2) Diese Auslegung deckt sich mit dem Verständnis vernünftiger Vertragsparteien.

Ausgehend vom gesetzlichen Leitbild eines Wertpapiererwerbs sowie der allgemeinen Erwartung, einen Gewinn auch tatsächlich und zeitnah zu erhalten, gehen diese im Regelfall von einer unmittelbaren Zugriffsberechtigung des Erwerbers aus. Eine hiervon abweichende Regelung stellt daher aus ihrer Sicht eine Einschränkung der Hauptleistung dar.

Dass die Beklagte für die Teilnahme an der Weihnachtslotterie selbst kein (unmittelbares) Entgelt

verlangt hat, ändert an der Erwartungshaltung verständiger Vertragsparteien nichts und steht daher dieser Wertung nicht entgegen. Für die Qualifizierung von Art und Umfang der geschuldeten Hauptleistung hat deren (Un-)Entgeltlichkeit ohnehin keine Bedeutung. Inhalt und Reichweite der von der Beklagten geschuldeten Leistungspflicht bestimmen sich ausschließlich nach dem Gegenstand ihrer eigenen Zusage und dem hiermit verfolgten Vertragszweck. Ob für diese Leistung eine Gegenleistung erbracht wird, betrifft lediglich das Bestehen eines synallagmatischen Austauschverhältnisses, erlaubt jedoch grundsätzlich keine Rückschlüsse auf den inhaltlichen Umfang der geschuldeten Leistung selbst.

(3) Schließlich folgt auch aus der Entscheidung des Bundesgerichtshofs zum „Miles & More“-Programm der Lufthansa (Urteil v. 28.10.2014, X ZR 79/13) nichts anderes. Die der dortigen Entscheidung zugrunde liegenden Teilnahmebedingungen waren strukturell anders ausgestaltet als in der hiesigen Weihnachtslotterie der Beklagten: Die dort in Rede stehenden Bonusmeilen waren dem Kunden von vornherein nur zu ausdrücklich benannten Zwecken gewährt und als grundsätzlich nicht übertragbar definiert. Der Bundesgerichtshof sah die nachfolgende Bestimmung, wonach die gegen Bonusmeilen einzutauschenden Flugprämien dokumente ausschließlich an Personen verschenkt werden durften, denen der Teilnehmer durch eine gegenseitige Beziehung persönlich verbunden war, als Teil der Leistungsbestimmung an und nahm sie deshalb von einer Inhaltskontrolle aus (BGH, a.a.O., NJW 2015, 687, juris Rn. 26). Die dortige Hauptleistung zur Prämierung der Kundentreue bestand von vornherein ausschließlich in dem Versprechen einer bestimmten Beförderung, für die der Teilnehmer kein zusätzliches Entgelt zu entrichten hatte. Dieser Prämiencharakter wurde durch die - insoweit zugunsten des Kunden erweiterte - Möglichkeit der unentgeltlichen Überlassung an einen ihm nahestehenden Dritten nicht wesentlich verändert (so: BGH a.a.O.).

Vorliegend hat die Beklagte hingegen, wie oben ausgeführt, den geschäftsfördernden Kundenvorteil zunächst als - vorbehaltlosen - „Gewinn eines Wertpapiers“ definiert und lediglich nachfolgend den Zugriff des Kunden auf diesen einschränkend geregelt. Zudem enthält Ziffer 7.1 der Teilnahmebedingungen dem Wortlaut nach auch lediglich eine Berechtigung der Beklagten, den Verkauf und die Übertragung des Preises für einen im Einzelnen zu bestimmenden Zeitraum zu sperren. Funktionell bedarf es danach vor einer Einschränkung des Zugriffs noch einer Entscheidung der Beklagten. Damit scheidet jedoch die Annahme einer von vornherein verfügungsbeschränkten Gewinnzusage aus. Dasselbe gilt für die in Ziffer 7.2 der Teilnahmebedingungen vorgesehene Berechtigung der Beklagten, den gewährten Gewinn im Falle einer Beendigung der Kundenbeziehung - ggf. anteilig - zurückzufordern. Entsprechend hat der Bundesgerichtshof in einer nachfolgenden Entscheidung Teilnahmebedingungen, nach denen die Prämienmeilen zunächst vorbe-

haltlos gewährt wurden und erst als Folge einer - nachträglichen - Entscheidung der dortigen Beklagten wegfielen, gerade wegen dieses Vorbehalts der Inhaltskontrolle nach § 307 Abs. 3 BGB unterstellt (BGH, Urteil v. 28.11.2017, X ZR 42/16, NJW 2018, 1157, juris Rn. 12f.).

(4) Aus denselben Gründen geht auch der Vergleich der Beklagten mit der Bestimmung des Leistungsumfangs einer Hausratsversicherung (BGH, Urteil v. 05.07.2023, IV ZR 118/22) fehl. Da die Definition des Versicherungsfalls zum Kern der Leistungsbeschreibung gehört, hat der Bundesgerichtshof diese folgerichtig nicht der Inhaltskontrolle unterstellt. Die dort ausgenommene Tatmodalität sah er indes nur deshalb als Teil der Leistungsbeschreibung an, weil diese - anders als hier - auch nach dem allgemeinen Sprachgebrauch keinen Versicherungsfall (Einbruchsdiebstahl) bildete und die insoweit einschränkende Definition der dortigen Beklagten daher - gleichfalls gegenüber den hiesigen Teilnehmern abweichend - keine schutzwürdigen Erwartungen der Versicherungsnehmer verletzte (BGH a.a.O., NJW-RR 2023, 1073, juris Rn. 17f.).

cc) Anders liegt es bei der Regelung in Ziffer 8.1 Satz 1 der Teilnahmebedingungen. Mit dem dort formulierten Vorbehalt definiert die Beklagte ihre Gewinnzusage als von vornherein widerruflich. Dies entspricht dem gesetzlichen Leitbild in §§ 657 658 BGB. Mangels Abweichung von Rechtsvorschriften ist diese Klausel daher kontrollfrei und war die Klage insoweit als unbegründet abzuweisen.

(1) Der Bundesgerichtshof qualifiziert Gewinnspiele wie das vorliegende als Unterfall der Auslobung gemäß §§ 657ff. BGB (Urteil v. 25.10.2012, I ZR 169/10, GRUR 2013, 531, juris Rn. 17). Nach § 657 BGB setzt ein Gewinnanspruch die Vornahme einer Handlung, insbesondere die Herbeiführung eines Erfolges voraus. Dies erfordert, dass alle Auslobungsbedingungen erfüllt sind (Schäfer in: MüKo BGB, 9. Aufl., § 657 Rn. 37; Lohsse in: BeckOGK BGB, Stand: 01.04.2026, § 657 Rn. 1).

Diese Bedingungen hat die Beklagte hier dahingehend bestimmt, dass Neukunden bei einer Teilnahme über einen sog. Promo-Code die dort benannten Voraussetzungen innerhalb des Aktionszeitraums erfüllen müssen (Ziffer 5.4 der Teilnahmebedingungen). Neukunden, die durch einen Bestandskunden geworben werden, müssen sich - vorbehaltlich der Ausnahme in Ziffer 8.1 Satz 2 der Teilnahmebedingungen - innerhalb des Aktionszeitraums bei ihr registrieren, ein Kundenkonto eröffnen, 100 € in Finanzinstrumente investieren und die Teilnahmebedingungen akzeptieren (Ziffer 3.1.2 der Teilnahmebedingungen). Dies gilt auch für Bestandskunden, die einen solchen Neukunden geworben haben (Ziffer 3.1.1 letzter Spiegelstrich der Teilnahmebedingungen).

Gegenstand der Handlung im Sinne des § 657 BGB war mithin die erfolgreiche vertragliche Bindung eines aktiven Neukunden. Dies entspricht dem typischen Zweck von „Kunden-werben-Kunden“-Programmen, da dem mit dem Gewinnspiel verfolgten geschäftlichen Interesse der Beklagten ersichtlich nur dann gedient ist, wenn sie effektiv einen neuen Kunden gewinnt.

(2) In Ziffer 8.1 Satz 1 der Teilnahmebedingungen behält sich die Beklagte demgegenüber vor, *„die Werbeaktionen jederzeit ohne vorherige Ankündigung und ohne Angabe von Gründen zu ändern oder zu beenden [...]“*. Diese Änderungen treten nach Ziffer 8.3 mit der Anzeige in der App und/oder auf der Webseite der Beklagten unmittelbar in Kraft. Ausgenommen hiervon sind nach Ziffer 8.1 Satz 2 der Teilnahmebedingungen solche Neukunden, die innerhalb des Aktionszeitraums bereits mit der Registrierung begonnen und sich für die Werbeaktion angemeldet haben. Demnach erfasst der Änderungsvorbehalt (nur) solche Neukunden, die sich noch nicht registriert haben, sowie jene Bestandskunden, die entweder ihren persönlichen Empfehlungscode noch nicht weitergegeben haben oder deren - aus eigener Sicht - mit der Weitergabe geworbene Neukunden noch nicht sämtliche Teilnahmebedingungen erfüllen.

Diese Kunden haben zu diesem Zeitpunkt jedoch noch keinen vertraglichen Anspruch auf den ausgelobten Gewinn erworben, denn das Schuldverhältnis der Teilnahme entsteht erst dann, wenn die Handlung den Bedingungen der Auslobung entsprechend vorgenommen wurde (Schäfer a.a.O. Rn. 38). Bis zur Vornahme dieser Handlung ist die Auslobung auch nach dem Gesetz frei widerruflich (§ 658 Abs. 1 Satz 1 BGB), und solange der Auslobende zum Widerruf berechtigt ist, kann er auch die Auslobungsbedingungen ändern (Schäfer a.a.O. § 658 Rn. 12).

Soweit § 658 Abs. 2 Halbsatz 2 BGB die Vermutung aufstellt, dass in einer Fristbestimmung für die Vornahme der Handlung zugleich ein Verzicht auf den Widerruf liegt, greift diese Auslegungsregel nicht, wenn der Auslobende sich trotz Fristsetzung den Widerruf ausdrücklich vorbehält (Schäfer a.a.O. Rn. 8 m.w.N.). Dem entspricht die Regelung in Ziffer 8.1 Satz 1 der Teilnahmebedingungen.

Dass die Beklagte in Ziffer 8.1 Satz 2 der Teilnahmebedingungen Neukunden gegenüber Bestandskunden privilegiert, indem sie diesen bereits vor einer vollständigen Erfüllung der Teilnahmebedingungen einen Gewinnanspruch erhält, ändert nichts daran, dass die Bestimmung in Satz 1 der gesetzlichen Regelung entspricht und folglich von einer gerichtlichen AGB-Kontrolle ausgeschlossen ist.

c) Die Klauseln in Ziffern 7.1 und 7.2 der Teilnahmebedingungen verstoßen jedenfalls gegen das Transparenzgebot des § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB. Sie sind daher im Geschäftsverkehr mit Verbrauchern unzulässig. Dies gälte selbst dann, wenn man die Klauseln - anders als der Senat - mit der Beklagten als grundsätzlich kontrollfreie Leistungsbeschreibung ansähe, denn aus § 307 Abs. 3 Satz 2 BGB folgt, dass das Transparenzgebot auch für Hauptleistungsversprechen gilt (BGH, Urteile v. 04.02.2025, XI ZR 161/23, NJW 2025, 1738, juris Rn. 23, v. 05.10.2023, III ZR 216/22, NJW 2023, 3794, juris Rn. 21 m.w.N.).

aa) Nach § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB kann sich eine unangemessene Benachteiligung des Vertragsgegners auch daraus ergeben, dass eine Bestimmung nicht klar und verständlich ist. Das Transparenzgebot verpflichtet den Verwender im Rahmen des Möglichen zu einer klaren und verständlichen Formulierung. Zwar müssen grundsätzlich nicht alle Eventualitäten erfasst werden, sondern hängen die Anforderungen an eine mögliche Konkretisierung wesentlich von der Komplexität des Sachverhalts, den spezifischen Gegebenheiten des Regelungsgegenstandes und der betroffenen Branche ab. Die Klausel muss aber die wirtschaftlichen Nachteile und Belastungen so weit erkennen lassen, wie dies nach den Umständen gefordert werden kann. Der Verwender muss deshalb die tatbestandlichen Voraussetzungen und Rechtsfolgen so genau beschreiben, dass kein ungerechtfertigter Beurteilungsspielraum entsteht (BGH, Urteil v. 04.02.2025, XI ZR 161/23, NJW 2025, 1738, juris Rn. 24, 66) und der Verbraucher in der Lage ist, die sich für ihn ergebenden wirtschaftlichen Folgen auf der Grundlage genauer und nachvollziehbarer Kriterien einzuschätzen (EuGH, Urteil v. 30.04.2014, C-26/13, NJW 2014, 2335, Leitsatz 2 und Rn. 73). Letzterer muss erkennen können, „was auf ihn zukommt“ (BGH, Urteil v. 05.10.2023, III ZR 216/22, NJW 2023, 3794, juris Rn. 22).

Maßgeblich für die Beurteilung sind die Erwartungen und Erkenntnismöglichkeiten eines durchschnittlichen Vertragspartners des Verwenders im Zeitpunkt des Vertragsschlusses. Bei der gebotenen objektiven Auslegung ist in erster Linie vom Wortlaut auszugehen (st. Rspr., zuletzt: BGH, Urteil v. 16.04.2026, III ZR 152/25, NJW 2026, 1878, juris Rn. 20 m.w.N.) und im Zweifel auch im Verfahren nach § 1 UKlaG die kundenfeindlichste Auslegung der rechtlichen Bewertung zugrunde zu legen (BGH, a.a.O., juris Rn. 21; Urteil v. 10.02.1992, XII ZR 75/91, NJW 1993, 1133, juris Rn. 34 noch zu § 14 AGBG).

bb) Diesen Vorgaben entsprechen die hiesigen Klauseln nicht. Sie räumen der Beklagten die Berechtigung ein, den Zugriff der Teilnehmer auf den ihnen überwiesenen Gewinn nach freiem Ermessen einzuschränken oder im Falle einer Kündigung der Vertragsbeziehung zurückzufordern, ohne jedoch die relevanten Entscheidungskriterien zu benennen. Auch wird eine Maximallänge

der Sperre definiert, ohne dass der Klausel zu entnehmen ist, welche Umstände bei der Bemessung der Dauer im Einzelfall Berücksichtigung finden sollen. Damit entsteht ein für den Verbraucher undurchsichtiger Beurteilungs- und Entscheidungsspielraum der Beklagten.

(1) So heißt es in Ziffer 7.1 der Teilnahmebedingungen: „*[Die Beklagte] ist berechtigt, den Verkauf und die Übertragung des Preises für einen Zeitraum von maximal 365 Tagen zu sperren. In Bezug auf den Bonus aus der Promo-Code-Aktion kann eine Sperre für den Verkauf und die Übertragung für einen Zeitraum von maximal 90 Tagen verhängt werden.*“ Nachfolgend wird zwar die Motivation der Beklagten benannt („um Missbrauch und Betrug zu verhindern“) und die Umsetzung einer etwaigen Sperre erläutert (Einbringung eines Share Blockers mit der Folge, dass der Gegenwert des Wertpapiers für die Zeit der Sperre auf dem Kundenkonto verbleiben muss). Für einen durchschnittlichen Verbraucher wird jedoch nicht erkennbar, nach welchen Kriterien die Beklagte ihre Entscheidung treffen wird. Aus diesem Grunde ist es für ihn auch nicht absehbar, ob die Beklagte in seinem Fall eine Sperre überhaupt verhängen und wie lange sie diese ggf. bemessen wird.

Die Lesart der Beklagten, eine Sperre gelte automatisch für jeden Teilnehmer, mag ihrer praktischen Umsetzung entsprochen haben, widerspricht aber dem ausdrücklichen Wortlaut der Klausel, die gerade keinen Automatismus vorsieht, sondern der Beklagten lediglich das Recht zum Einbringen eines Share-Blockers einräumt. Als fernliegende Deutung ist sie daher der Klauselkontrolle schon nicht zugrunde zu legen (BGH, Urteil v. 20.06.2023, XI ZR 576/21, juris Rn. 14). Sie führte indes auch zu keinem anderen rechtlichen Ergebnis, denn auch nach dieser Lesart blieben die Parameter, nach denen die Beklagte die Dauer des Share-Blockers festlegte, für den Verbraucher im Dunkeln.

Die Unwirksamkeit der geregelten Zugriffs-Sperre erstreckt sich auch auf die in Ziffer 7.1 der Teilnahmebedingungen gleichfalls vorgesehenen Ausnahmeregelungen. Diese stellen nach Wegfall der Sperr-Befugnis keine sinnvolle, aus sich heraus verständliche Regelung mehr dar. Sie bilden vielmehr mit dem unwirksamen Teil eine nicht auflösbare konzeptionelle Einheit (vgl. hierzu: Pfeiffer in: Pfeiffer, AGB-Recht, 8. Aufl., § 307 BGB Rn. 347). Auf die von den Parteien diskutierte Frage, ob diese Ausnahmeregelungen für sich genommen intransparent sind oder sonst zu einer unangemessenen Benachteiligung der Verbraucher führen, kommt es daher nicht entscheidungserheblich an.

(2) Auch die Klausel in Ziffer 7.2 der Teilnahmebedingungen räumt der Beklagten einen solchen intransparenten Beurteilungsspielraum ein. Gleichlautend mit der Regelung in Ziffer 7.1 berechtigt

diese die Beklagte nach freiem Ermessen, den gewährten Gewinn im Falle einer Kündigung des Kundenkontos zurückzuverlangen. Wörtlich heißt es dort: „*Wenn Kunden jedoch beschließen, ihr Trade Republic-Konto während der Dauer des Share Blockers zu schließen, ist Trade Republic berechtigt, den gewährten Bonus/Preis zurückzufordern.*“ Auch diese Regelung enthält keinerlei Angaben dazu, von welchen Umständen die Beklagte ihre Entscheidung - neben der Vertragsbeendigung - abhängig machen wird. Die Teilnehmer können mithin auch insoweit nicht erkennen, „was auf sie zukommt“, ob also die Beklagte in ihrem Fall den gewährten Gewinn zurückverlangen wird und sie damit zur Rückgewähr verpflichtet sein werden. Auf die zwischen den Parteien diskutierte Frage, ob Satz 3 der Klausel eine hinreichend bestimmten Berechnungsformel beschreibt, kommt es insoweit ebenfalls nicht mehr entscheidend an.

d) Der Unterlassungsanspruch aus § 1 UKlaG setzt als ungeschriebenes Tatbestandsmerkmal das Vorliegen einer Wiederholungsgefahr voraus, für deren Vorliegen im Fall einer Verletzungshandlung eine tatsächliche Vermutung spricht. Diese Vermutung hat die Beklagte vorliegend nicht entkräftet.

An die Beseitigung der Vermutung sind strenge Anforderungen zu stellen. Regelmäßig reichen weder die Änderung der beanstandeten Klausel noch die bloße Absichtserklärung des Verwenders, sie nicht weiterzuverwenden, aus, um die Wiederholungsgefahr entfallen zu lassen. Demgegenüber spricht es für das Fortbestehen dieser Gefahr, wenn der Verwender - wie hier die Beklagte - noch im Rechtsstreit die Zulässigkeit der früher von ihm benutzten Klausel verteidigt und nicht bereit ist, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben (vgl. BGH, Urteil v. 14.10.2025, VI ZR 431/24, juris Rn. 27).

e) Die Androhung des Ordnungsmittels beruht auf § 890 Abs. 2 ZPO.

2. Die Beklagte ist dem Kläger daneben aus § 5 UKlaG i.V.m. § 13 Abs. 3 UWG zur Erstattung der mit dem Antrag zu III. beanspruchten Abmahnkosten verpflichtet.

Danach kann der Abmahnende von dem Abgemahnten Ersatz der für die Abmahnung erforderlichen Aufwendungen verlangen, wenn die Abmahnung berechtigt ist und den Anforderungen des § 13 Abs. 2 UWG entspricht. Diese Voraussetzungen sind hier erfüllt.

a) Nach § 13 Abs. 2 UWG sind in jedem Fall klar und unmissverständlich anzugeben: der Name oder die Firma des Abmahnenden, die Voraussetzungen der Anspruchsberechtigung nach § 8 Abs. 3 UWG, ob und in welcher Höhe ein Aufwendungsersatzanspruch geltend gemacht wird und wie sich dieser berechnet sowie die Rechtsverletzung unter Angabe der tatsächlichen Umstände. Das Schreiben des Klägers vom 13.02.2026 (Anlage K6) wird diesen Vorgaben gerecht.

Es benennt neben der beanstandeten Rechtsverletzung und den zugehörigen tatsächlichen Umständen den Kläger als Abmahnenden und führt die Voraussetzungen seiner Anspruchsberechtigung auf. Hierzu weist der Kläger sowohl auf seine - für die Klagebefugnis nach § 8 Abs. 3 UWG konstitutiv wirkende (vgl. BGH, Urteil v. 04.07.2019, I ZR 149/18, NJW 2019, 3377, juris Rn. 38) - Registereintragung als auch auf seinen Satzungszweck hin und zeigt damit sämtliche Umstände auf, die der Beklagten eine Prüfung seiner Anspruchsberechtigung ermöglichen. Auch hat der Kläger im Einzelnen aufgeschlüsselt, wie er die beanspruchte Kostenpauschale berechnet. Einwände hat die Beklagte insoweit auch weder vorgerichtlich noch im Zuge ihrer Rechtsverteidigung erhoben.

b) Soweit eine berechtigte Abmahnung das Bestehen des geltend gemachten Unterlassungsanspruchs voraussetzt, wird auf die obigen Ausführungen zu Ziffer 1. verwiesen.

Dass der Unterlassungsanspruch nicht auch die mit abgemahnte Klausel in Ziffer 8.1 der Teilnahmebedingungen umfasst, führt nicht zu einer Anspruchskürzung. Eine Kostenpauschale, wie der Kläger sie hier beansprucht, ist auch dann in voller Höhe zu erstatten, wenn die Abmahnung nur teilweise berechtigt war (BGH, Urteile v. 04.04.2023, XI ZR 61/23, juris Rn. 35, v. 07.04.2022, I ZR 212/20, WRP 2022, 994, juris Rn. 114, jew. m.w.N.). Da sich die Pauschale nach dem internen Aufwand des Verbandes bemisst, fällt sie in solchen Fällen trotzdem in voller Höhe an (vgl. BGH, Urteil v. 10.12.2009, I ZR 149/07, GRUR 2010, 744, juris Rn. 51).

c) Der Zinsanspruch folgt aus § 291 BGB.

III. Die prozessualen Nebenentscheidungen folgen aus §§ 92 Abs. 1, 709, 713 ZPO.

IV. Es besteht kein Anlass, die Revision zuzulassen.

Die Zulassungsvoraussetzungen nach § 6 Abs. 2 UKlaG i.V.m. § 543 Abs. 2 ZPO liegen nicht vor. Die getroffene Entscheidung folgt der jeweils zitierten höchstrichterlichen Rechtsprechung und

beruht auf den Umständen des hiesigen Einzelfalls.

Vorsitzender Richter
am Kammergericht

Richterin
am Kammergericht

Richterin
am Kammergericht

Verkündet am 22.09.2026

, JSekr'in
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Für die Richtigkeit der Abschrift
Berlin, 06.10.2026

, JSekr'in
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle