

U 15002-1 (2)

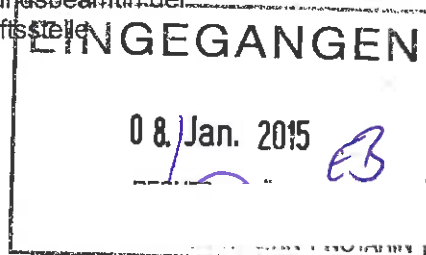
015 O 31/14

Abschrift



Verkündet am 30.12.2014

Justizbeschäftigte  
als Urkundsbeamtin der  
Geschäftsstelle



Landgericht Münster

IM NAMEN DES VOLKES

Urteil

verbraucherzentrale

Bundesverband

13. Jan. 2015

EINGEGANGEN

In dem Rechtsstreit

des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände -  
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., gesetzlich vertreten durch den Vorstand  
Herrn Andreas Eichhorst, Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin,

Klägers,

Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt

g e g e n

die LR Health & Beauty Systems GmbH, gesetzlich vertreten durch den  
Geschäftsführer Herrn Dr. Jens M. Abend, Kruppstraße 55, 59227 Ahlen,

Beklagte,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

hat die 15. Zivilkammer des Landgerichts Münster  
im schriftlichen Verfahren mit Schriftsatzfrist bis zum 09.12.2014  
durch die Richterin am Landgericht Dr. [Name] als Einzelrichterin

**für Recht erkannt:**

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, das Produkt "Mind Master"  
im Rahmen geschäftlicher Handlungen auf der Internetseite

<http://www.lrworld.com/de/produktwelt/nahrungsergaenzung/mind-master/>  
mit den Aussagen

"Mind Master – weniger Stress, mehr Leistung",

"Mind Master ist das weltweit erste Produkt, das sich ganzheitlich dem Thema Stress widmet!",

"Körperlicher Stress wird neutralisiert und neue, frische Energie für Körper und Geist bereitgestellt.",

"Länger durchhalten, mehr Leistungsfähigkeit, mehr Energie – jetzt ganz einfach mit Mind Master!",

"Mehr Leistung",

"Länger durchhalten",

"Besser konzentrieren",

"Die Wirkung der Green Energy Formula\*: Neutralisiert oxidativen Stress, schützt die Körperzellen, Mehr Energie für Körper und Geist

\* Durch wissenschaftliche LR Studie belegt",

"Weniger Stress durch Mind Master; Durch Stress entsteht in unserem Körper negative Energie in Form von gefährlichen Freien Radikalen. Diese Freien Radikale werden effektiv neutralisiert von speziell aufeinander abgestimmten Antioxidantien." und

"Mehr Leistung durch Mind Master; Die Mikronährstoffe in der Green Energy Formula sorgen dafür, dass die Produktion von körperlicher und mentaler Energie angekurbelt wird."

zu bewerben.

Der Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung Ordnungsgeld von bis zu 250.000,00 Euro, ersatzweise bis zu sechs Monate Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, angedroht.

Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger einen Betrag von 214,00 Euro nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozenpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 01.04.2014 zu zahlen.

Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 30.0000,00 Euro wegen der Unterlassungsverpflichtung, im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 Prozent des jeweils zu vollstreckenden Betrags.

### **Tatbestand**

Der Kläger nimmt die Beklagte auf Unterlassung bestimmter Werbeangaben in Anspruch.

Der Kläger ist ein Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Förderung des Verbraucherschutzes und die Stärkung der Verbraucher gehören. Dieses Ziel sucht der Kläger unter anderem dadurch zu erreichen, dass er Verstöße gegen Verbraucherschutznormen unterbindet. Das Bundesamt für Justiz hat den Kläger in die Liste qualifizierter Einrichtungen nach § 4 UKlaG aufgenommen.

Die Beklagte bewirbt und vertreibt ein Nahrungsergänzungsmittel namens „Mind Master“. Auf ihrer Homepage im Internet macht sie zu dem Produkt die folgenden werbenden Angaben:

1. Mind Master – weniger Stress, mehr Leistung
  2. Mind Master ist das weltweit erste Produkt, das sich ganzheitlich dem Thema Stress widmet!
  3. Körperlicher Stress wird neutralisiert und neue, frische Energie für Körper und Geist bereitgestellt.
  4. Länger durchhalten, mehr Leistungsfähigkeit, mehr Energie – jetzt ganz einfach mit Mind Master!
  5. Mehr Leistung
  6. Länger durchhalten
  7. Besser konzentrieren
  8. Die Wirkung der Green Energy Formula\*: Neutralisiert oxidativen Stress, schützt die Körperzellen, Mehr Energie für Körper und Geist
- \* Durch wissenschaftliche LR Studie belegt
9. Weniger Stress durch Mind Master; Durch Stress entsteht in unserem Körper negative Energie in Form von gefährlichen Freien Radikalen.

Diese Freien Radikale werden effektiv neutralisiert von speziell aufeinander abgestimmten Antioxidantien.

10. Mehr Leistung durch Mind Master; Die Mikronährstoffe in der Green Energy Formula sorgen dafür, dass die Produktion von körperlicher und mentaler Energie angekurbelt wird.

Für die im Januar 2014 hergestellte Charge des Produktes "Mind Master" erstellte die Beklagte ein Etikett mit den folgenden ergänzenden Angaben: "Vitamin B1 und B12 tragen zu einem normalen Energiestoffwechsel bei." "Vitamin B12 trägt zur normalen Funktion des Nervensystems bei." "Vitamin B12 trägt zu einer normalen psychologischen Funktion bei." "Vitamin B12 und Eisen tragen zu einer Reduzierung von Müdigkeit und Erschöpfung bei." "Eisen trägt zu einer normalen kognitiven Funktion bei." sowie "Vitamin E trägt zum Schutz der Zellen vor oxidativem Stress bei."

Mit Schreiben vom 12.02.2014 forderte der Kläger die Beklagte unter Hinweis auf Art. 10 der EG-Verordnung Nr. 1924/2006, der sog. Health-Claim-Verordnung (im Folgenden HCVO), in Verbindung mit der EU-Verordnung Nr. 432/2012 (Liste) zur Unterlassung der dargestellten Werbeaussagen auf der Internetseite und zur Abgabe einer entsprechenden strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. Dieser Aufforderung kam die Beklagte nicht nach.

Der klagende Verband vertritt die Rechtsauffassung, bei den streitgegenständlichen Werbeaussagen handle es sich spezifische gesundheitsbezogene Angaben im Sinne der Art. 13 und 14 HCVO, so dass sie unzulässig seien, da sie nicht in die Liste zu Art. 13 und 14 der Verordnung aufgenommen sind. Für den Fall, dass es sich bei den Werbeaussagen lediglich um unspezifische gesundheitsbezogene Angaben im Sinne des Art. 10 Abs. 3 HCVO handelt, ist der Kläger der Meinung, die Aussagen seien unzulässig, da ihnen keine in einer der Listen nach den Art. 13 und 14 der Verordnung enthaltenen gesundheitsbezogenen Angaben beigelegt seien.

Der Kläger beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis 250.000,00 Euro, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, diese zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Zusammenhang mit der Werbung für das Produkt „Mind Master“ auf der Internetseite

<http://lrworld.com/de/produktwelt/nahrungsergaenzung/mind-master/> mit den Aussagen

- "1. Mind Master – weniger Stress, mehr Leistung
  2. Mind Master ist das weltweit erste Produkt, das sich ganzheitlich dem Thema Stress widmet!
  3. Körperlicher Stress wird neutralisiert und neue, frische Energie für Körper und Geist bereitgestellt.
  4. Länger durchhalten, mehr Leistungsfähigkeit, mehr Energie – jetzt ganz einfach mit Mind Master!
  5. Mehr Leistung
  6. Länger durchhalten
  7. Besser konzentrieren
  8. Die Wirkung der Green Energy Formula\*: Neutralisiert oxidativen Stress, schützt die Körperzellen, Mehr Energie für Körper und Geist
- \* Durch wissenschaftliche LR Studie belegt
9. Weniger Stress durch Mind Master; Durch Stress entsteht in unserem Körper negative Energie in Form von gefährlichen Freien Radikalen. Diese Freien Radikale werden effektiv neutralisiert von speziell aufeinander abgestimmten Antioxidantien.
  10. Mehr Leistung durch Mind Master; Die Mikronährstoffe in der Green Energy Formula sorgen dafür, dass die Produktion von körperlicher und mentaler Energie angekurbelt wird."

zu werben bzw. werben zu lassen sowie

2. die Beklagte zu verurteilen, an ihn 214,00 Euro nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie vertritt die Rechtsauffassung, es handle sich bei sämtlichen streitgegenständlichen Angaben um unspezifische gesundheitsbezogene Angaben im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCVO, für die eine Zulassung nicht erforderlich sei. In diesem Zusammenhang ist die Beklagte der Rechtsmeinung, diese allgemeinen Verweise seien bis zur Verabschiedung der Listen zu den Art. 13 und 14 der

Verordnung ohne Beifügung einer speziellen gesundheitsbezogenen Angabe zulässig. Solange die Listen nicht erstellt seien, könne Art. 10 Abs. 3 HCVO nicht vollzogen werden. Im Übrigen seien durch die Angaben auf dem Etikett für die Charge ab Januar 2014 noch vor Abmahnung durch den Kläger spezielle Angaben gemacht worden, die - zwischen den Parteien unstreitig - in der Liste, EU-Verordnung Nr. 432/2012 enthalten sind.

Zur Ergänzung des Streitstandes wird auf den Inhalt der gewechselten Schriftsätze verwiesen.

### **Entscheidungsgründe**

I. Die Klage ist zulässig. Insbesondere ist der Kläger gem. § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG klagebefugt.

II. Die Klage ist auch begründet.

1. Dem Kläger steht aufgrund der aus dem Tenor ersichtlichen Werbeaussagen der Beklagten zu dem Nahrungsergänzungsmittel "Mind Master" ein Unterlassungsanspruch gem. §§ 3, 4 Nr. 11 UWG i. V. m. § 10 HCVO zu. Diese geschäftlichen Handlungen sind unlauter. Denn sie erfüllen die Rechtsbruchtatbestände des § 4 Nr. 11 UWG in Verbindung mit Art. 10 Abs. 3 HCVO bzw. mit Art. 10 Abs. 1 HCVO.

Zwar ist vorliegend eine Differenzierung der zehn beanstandeten Angaben dahingehend vorzunehmen, ob in ihnen spezifische gesundheitsbezogene Angaben im Sinne der Art. 10 Abs. 1, 13 und 14 HCVO oder lediglich Verweise im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCVO zu sehen sind. Im Ergebnis führt dies jedoch nicht zu abweichenden Rechtsfolgen, da das Gericht ebenso wie die Berufungsinstanz von einer Anwendbarkeit des Art. 10 Abs. 3 HCVO ausgeht und die Beklagte dem sog. Koppelungsgebot nicht genüge getan hat.

Im Einzelnen ergibt sich folgendes:

a) Zunächst handelt es sich bei den herangezogenen Vorschriften aus der HCVO um Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 4 Nr. 11 UWG (vgl. OLG Hamm, Urteil vom 07.10.2014, Az. I-4 U 138/13 [gefunden bei juris, Rn.56] unter Hinweis auf OLG Hamm, Urteil vom 20.05.2014, Az. I U 19/14 = NJW-RR 1454, Rn. 34).

b) Auch stellen die zehn streitgegenständlichen Angaben zu dem Produkt "Mind Master" - zwischen den Parteien rechtlich unstreitig - gesundheitsbezogene Angaben im Sinne des Art. 2 Nr. 5 HCVO dar. Nach der in der Vorschrift enthaltenen (weiten) Legaldefinition ist eine gesundheitsbezogene Angabe jede Angabe, mit der erklärt, suggeriert oder auch nur mittelbar zum Ausdruck gebracht wird, dass ein Zusammenhang zwischen einer Lebensmittelkategorie, einem Lebensmittel oder einem seiner Bestandteile einerseits und der Gesundheit andererseits besteht. Der Begriff "gesundheitsbezogene Angabe" erfasst jeden Zusammenhang, der eine Verbesserung des Gesundheitszustands dank des Verzehrs des Lebensmittels impliziert (BGH, Urteil vom 17.01.2013, Az. I ZR 5/12 = NJW-RR 2013, 1262 [Rn. 10]). Danach handelt es sich bei sämtlichen durch den Kläger angegriffenen Werbeaussagen der Beklagten um gesundheitsbezogene Angaben. Durch sie wird jeweils zum Ausdruck gebracht, dass durch den Konsum des Produktes "Mind Master" negative Erscheinungen wie Stress reduziert und positive Fähigkeiten wie Leistungs-, Durchhalte- und Konzentrationsvermögen verbessert sowie Energie bereitgestellt würden.

c) Die durch den Kläger angegriffenen Werbeaussagen "Mind Master - weniger Stress, mehr Leistung", "Mind Master ist das weltweit erste Produkt, das sich ganzheitlich dem Thema Stress widmet!", "Körperlicher Stress wird neutralisiert und neue, frische Energie für Körper und Geist bereitgestellt.", "Länger durchhalten, mehr Leistungsfähigkeit, mehr Energie - jetzt ganz einfach mit Mind Master!", "Mehr Leistung", "Länger durchhalten", "Besser konzentrieren" sind Verweise auf allgemeine, nicht spezifische Vorteile eines Lebensmittels für die Gesundheit im Allgemeinen oder das gesundheitsbezogene Wohlbefinden im Sinne des Art. 10 Abs. 3 HCVO. Die Vorschrift erfasst Werbeaussagen, die wegen ihrer allgemeinen und unspezifischen Formulierungen nicht Gegenstand eines Zulassungsverfahrens nach den Art. 13 ff. HCVO sein können (BGH, aaO, Rn.13). Dies ist in Bezug auf die vorstehend aufgeführten Angaben der Fall. Sie sind derart allgemein gehalten, dass im Rahmen eines Zulassungsverfahrens kein Anhaltspunkt dafür zu finden wäre, was Gegenstand der Überprüfung sein soll.

Die durch die benannten sieben Werbeaussagen vorgenommenen Verweise auf nichtspezifische Vorteile des Produktes "Mind Master" für die Gesundheit im Allgemeinen beziehungsweise das gesundheitsbezogene Wohlbefinden sind gem. Art. 10 Abs. 3 HCVO unzulässig.

Art. 10 Abs. 3 HCVO ist entgegen der Auffassung der Beklagten anwendbar (so auch OLG Hamm, Urteil vom 07.10.2014, Az. I-4 U 138/13 [juris, Rn. 67-77; OLG Hamm,

Urteil vom 20.05.2014, Az. I-4 U 19/14 = NJW-RR 2014, 1454, Rn. 49-59; LG Bielefeld, Urteil vom 27.08.2013, Az. 15 O 59/13 [juris, Rn. 33-34]; anders noch LG Arnsberg, Urteil vom 19.12.2013, Az. 8 O 99/13 [juris, Rn. 15]). Die Anwendbarkeit der Vorschrift wird nicht dadurch gehindert, dass die Listen nach Art. 13 HCVO oder Art. 14 HCVO noch nicht (vollständig) erstellt sind (OLG Hamm und LG Bielefeld, jeweils aaO). Es ist von einer uneingeschränkten Anwendbarkeit der Vorschrift auszugehen.

Zum einen lässt sich dem Wortlaut des Art. 10 Abs. 3 HCVO nicht entnehmen, dass die Erstellung der Listen zugelassener gesundheitsbezogener Angaben nach den Art. 13, 14 HCVO zwingende Voraussetzung ist (vgl. auch zu den folgenden Ausführungen OLG Hamm, aaO). Auch aus der Übergangsvorschrift Art. 28 HCVO folgt keine Einschränkung der Anwendbarkeit des Art. 10 Abs. 3 HCVO, da die Vorschrift insoweit keine einschränkende Regelung enthält. Der Entstehungsgeschichte des Art. 10 Abs. 3 HCVO lässt sich ebenfalls keine eingeschränkte Anwendbarkeit der Norm entnehmen. Nach Art. 11 Nr. 1 Buchst. a) des ursprünglichen Verordnungsentwurfs sollten Angaben, die auf allgemeine, nichtspezifische Vorteile des Nährstoffs oder Lebensmittels in Bezug auf allgemeine Gesundheit und Wohlbefinden verweisen, generell nicht zulässig sein. Da dieses Verbot als zu weit empfunden wurde, hat es nur in einer eingeschränkten Form Eingang in den Art. 10 Abs. 3 der HCVO gefunden (vgl. zur Entstehungsgeschichte der Norm BGH, Urteil vom 17.01.2013, Az. I ZR 5/12 [Vitalpilze]). Im Rahmen des Normgebungsverfahrens hat der Ordnungsgeber die durch Art. 10 Abs. 3 HCVO bewirkten Härten durchaus gesehen. Eine ausdrückliche Regelung, dass Art. 10 Abs. 3 HCVO erst mit der vollständigen Erstellung der Listen nach den Art. 13, 14 HCVO anwendbar sein soll, hat er gleichwohl nicht getroffen.

Auch aus teleologischen Gründen kann eine eingeschränkte Anwendbarkeit des Art. 10 Abs. 3 HCVO nicht erfolgen (vgl. OLG Hamm, Az. I-4 U 138/13, aaO, Rn. 74). Schließlich gehen auch die Organe der Europäischen Union von einer Anwendbarkeit des Art. 10 Abs. 3 HCVO aus. Das OLG Hamm hat in den beiden in Bezug genommenen Entscheidungen hierzu wörtlich ausgeführt:

"( ... ) Für eine Anwendbarkeit und Vollzugsfähigkeit des Art. 10 Abs. 3 HCVO schon vor vollständiger Erstellung der Listen nach Art. 13 und 14 HCVO sprechen auch die Leitlinien zur Umsetzung von Art. 10 HCVO, die die Kommission nach Art. 10 Abs. 4 HCVO mit Durchführungsbeschluss vom 24.01.2013 erlassen hat (DB 2013/63/EU). In der Einleitung der Leitlinien heißt es mit näheren Ausführungen einschränkungslos, dass Art. 10 HCVO zu beachten ist. Die Leitlinien beziehen sich zu Punkt 3. zudem explizit auf Art. 10 Abs. 3 HCVO. Von einer Unanwendbarkeit der Vorschrift bis zur vollständigen Erstellung der Listen ist dort keine Rede. ( ... ) Auch



der Gerichtshof der Europäischen Union zieht in seinem Urteil vom 10.04.2014 - C-609/12 - (BeckRS 2014, 80708) eine Anwendbarkeit des Art. 10 Abs. 3 HCVO jedenfalls in Betracht, obwohl die Liste nach Art. 13 Abs. 3 HCVO noch nicht vollständig vorliegt. So heißt es unter Rdnr. 36 des Urteils: "Unbeschadet einer etwaigen Anwendung von Art. 10 Abs. 3 der Verordnung Nr. 1924/2006 ..."

(OLG Hamm, jeweils aaO, Rn. 76 und 53-55).

Vorliegend reicht der Aufdruck der Zusatzangaben auf dem Etikett des Produkts *seit* (so versteht das Gericht den Vortrag der Beklagten) der Charge aus 2014 nicht dazu aus, um dem Koppelungsgebot des Art. 10 Abs. 3 HCVO zu genügen. Ausweislich der Vorschrift sind die dort bezeichneten Verweise zulässig, wenn ihnen eine in einer der Listen nach den Art. 13, 14 der Verordnung enthaltene spezielle gesundheitsbezogene Angabe beigefügt ist. Dies ist nach dem Sach- und Streitstand auf der Werbeplattform, der Internetseite, unstreitig nicht der Fall, so dass eine Entscheidung der Frage entbehrlich ist, ob die Angaben den Voraussetzungen genügen.

d) Nach Ansicht des erkennenden Gerichts handelt es sich bei den folgenden Werbeaussagen

"Die Wirkung der Green Energy Formula\*: Neutralisiert oxidativen Stress, schützt die Körperzellen, Mehr Energie für Körper und Geist

\* Durch wissenschaftliche LR Studie belegt",

"Weniger Stress durch Mind Master; Durch Stress entsteht in unserem Körper negative Energie in Form von gefährlichen Freien Radikalen. Diese Freien Radikale werden effektiv neutralisiert von speziell aufeinander abgestimmten Antioxidantien." und

"Mehr Leistung durch Mind Master; Die Mikronährstoffe in der Green Energy Formula sorgen dafür, dass die Produktion von körperlicher und mentaler Energie angekurbelt wird."

der Beklagten um gesundheitsbezogene Angaben im Sinne von Art. 10 Abs. 1 HCVO. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist das maßgebliche Abgrenzungskriterium zur Einordnung von speziellen gesundheitsbezogenen Angaben im Sinne der Art. 10 Abs. 1, 13, 14 HCVO, ob die Angabe in einem Zulassungsverfahren als ausreichend spezifisch erachtet würde, um dieses durchlaufen zu können (vgl. BGH, Urteil vom 17.01.2013, Az. I ZR 5/12 [gefunden bei juris, Rn. 13]). Dies ist nach Ansicht des erkennenden Gerichts vorliegend der Fall: Die Wirkungsweise der genannten "Green Energy Formula" könnte - sofern ihre Zusammensetzung bekannt gegeben wird - im Rahmen eines Zulassungsverfahrens

untersucht werden; hier könnte auch überprüft werden, ob wissenschaftliche LR Studien (gemeint sind wohl Studien der Beklagten selber) die Neutralisierung des oxidativen Stresses, den Schutz der Körperzellen und die Angabe "Mehr Energie für Körper und Geist" wie angegeben bestätigen. Auch könnte überprüft werden, ob durch die in dem Produkt enthaltenen "Antioxidantien" die benannten "gefährlichen Freien Radikale (...) effektiv neutralisiert" werden können und die Aussage mithin zulassungsfähig ist. Auch die Angabe, dass die in der Green Energy Formula enthaltenen Mikronährstoffe die Produktion von körperlicher und mentaler Energie "ankurbeln" würden, könnte im Rahmen des Zulassungsverfahrens überprüft werden, so dass der Anwendungsbereich des Art. 10 Abs. 1 HCVO eröffnet ist.

Dies führt dazu, dass die Angaben den allgemeinen Anforderungen der Art. 3 bis 7 HCVO sowie den speziellen Anforderungen der Art. 10 bis 19 HCVO genügen müssen. Gemessen an den dort normierten Voraussetzungen sind die Angaben nicht zulässig. Aus den Art. 3 bis 7 HCVO ergibt sich, dass sich die gesundheitsbezogenen Angaben auf anerkannte wissenschaftliche Grundsätze stützen können und wissenschaftlich abgesichert sein müssen. Darlegungspflichtig ist insoweit gem. Art. 6 Abs. 2 HCVO derjenige, der die gesundheitsbezogene Angabe vornimmt. Vorliegend ist durch die Beklagte nicht vorgetragen, dass ihre Angaben in irgend einer Weise wissenschaftlich abgesichert sind. Die in den Angaben selbst enthaltene Information, die Wirkung der Green Energy Formula sei "durch wissenschaftliche LR Studie belegt" bleibt pauschal und ohne Substanz. Auch ist nichts dafür vorgetragen, dass eine Zulassung nach der HCVO beantragt sei oder dass dies beabsichtigt sei.

Im Ergebnis führt die Einordnung der drei letztgenannten Angaben als gesundheitsbezogene Angaben im Sinne von Art. 10 Abs. 1 HCVO zu keiner anderen Rechtsfolge. Hielte man sie für Verweise im Sinne von Art. 10 Abs. 3 HCVO, wären auch sie unzulässig (vgl. die Ausführungen unter c)).

Damit verstößt die Beklagte mit sämtlichen streitgegenständliche Angaben gegen die HCVO, so dass ein wettbewerbsrechtlich unlauteres Verhalten vorliegt.

e) Gründe, die geeignet sind, eine Wiederholungsgefahr auszuschließen, sind nicht ersichtlich, da die Beklagte eine strafbewehrte Unterlassungserklärung nicht abgegeben hat und weiterhin mit den beanstandeten Angaben wirbt.

Die Androhung der gesetzlich vorgesehenen Ordnungsmittel beruht auf § 890 ZPO.

2. Der Anspruch des Klägers auf Zahlung einer Kostenpauschale in Höhe von 214,00 Euro ergibt sich aus § 5 UKlaG i. V. m. § 12 Abs. 1 S. 2 UWG. Die Kostenpauschale ist auch in der beantragten Höhe angemessen (vgl. OLG Hamburg, Urteil vom 25.06.2008, Az. 5 U 13/07 [gefunden bei juris, Rn. 45-48]). Die Entscheidung über die Zinsen folgt aus den §§ 291, 288 BGB.

3. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit des Urteils hat ihre Grundlage in § 709 ZPO.

Der Streitwert wird auf 25.000,00 EUR festgesetzt.

als Einzelrichterin