

6 O 139/23

Verkündet am

[] durch Zustellung (§ 310 III ZPO)

als Urkundsbeamtin/er der
Geschäftsstelle



Verbraucherzentrale

Bundesverband

06. Juni 2024

EINGEGANGEN

Landgericht Itzehoe

Urteil

Im Namen des Volkes

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände, vertreten durch
die Vorständin , -Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., Rudi-Dutschke-Stra-
ße 17, 10969 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

Fitmart GmbH & Co. KG, vertreten durch die The Quality Group GmbH, diese vertreten durch
die Geschäftsführer und , Werner-von-Siemens-Straße 8,
25337 Elmshorn

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

wegen Verstoßes gegen das UWG

hat die 6. Zivilkammer des Landgerichts Itzehoe durch den Richter als Einzelrichter
auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 06.05.2024 für Recht erkannt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen

Vertretern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen für das Produkt ESN Gaba Giga Caps mit den nachstehenden Aussagen wie in Anlage K 5 abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen:

- a) „GABA ist da anders, es macht nicht müde, aber ruhiger. Da ich einen Schlafracker benutze, sehe ich, dass ich längere Tiefschlafphasen habe und somit erholt aufwache. Ein Wundermittel ist es natürlich nicht, aber das Beste, was ich bis jetzt ausprobiert hab. Im übrigen sind die Träume lebhafter, zumindest bei mir.“,
- b) „Ich nehme 1 Stunde vor dem schlafen 2 Kapsel und hiermit hat sich meine Schlafqualität nachweislich (per Fitnesstracker) verbessert“,
- c) „Gab's hilft schneller einschlafen und tiefer schlafen.“,
- d) „Wirkt wie es soll und bringt einen super Schlaf“.

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 260,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 19.07.2023 zu zahlen.

3. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

4. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags vorläufig vollstreckbar.

Beschluss

Der Streitwert wird auf 30.000,00 € festgesetzt.

Tatbestand

Der Kläger macht gegen die Beklagte Unterlassungsansprüche nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb geltend.

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen, dessen Zweck darin liegt, Verbraucherinteressen wahrzunehmen und den Verbraucherschutz zu fördern. Die Beklagte betreibt die Webseite <https://www.esn.com>, über welche sie Nahrungsergänzungsmittel und funktionelle Lebensmittel anbietet.

Am 21. April 2023 bot die Beklagte auf ihrer Webseite unter der URL <https://www.esn.com/products/esn-gaba-giga-caps-90-kaps> das Produkt „ESN Gaba Giga Caps“ zum Preis von 19,90 € an (Anlage K 4). Unterhalb der Angaben zu dem streitgegenständlichen Produkt befanden sich in einem optisch abgetrennten Bereich unterhalb der Einblendung des Amazon-Logos und der amazontypischen Grafik zur Bewertung Kundenrezensionen, die von der Plattform Amazon übernommen wurden.

Die Beklagte nutzt zur Auswahl und Anzeige der Bewertungen und Erfahrungsberichte von Amazon eine Software, ein sogenanntes „Product-Review-Tool“. Dieses Tool ist mit dem Amazon-Account der Beklagten verbunden. Es übernimmt die Bewertungen von Amazon und zeigt sie unter dem Angebot der Beklagten auf ihrer Webseite an. Dabei organisiert das Tool die Reihenfolge der Beiträge auf der Webseite der Beklagten automatisch nach der individuellen Relevanz.

Die Rezensionen auf der ersten Seite der von der Beklagten wiedergegebenen Bewertungen enthalten u.a. die folgenden streitgegenständlichen Angaben:

„[Als Schichtarbeiter bin ich auf diverse Hilfsmittel angewiesen. Melatonin hilft zwar beim Einschlafen, aber man wacht nach wenigen Stunden wieder auf.] GABA ist da anders, es macht nicht müde, aber ruhiger. Da ich einen Schlafracker benutze, sehe ich, dass ich längere Tiefschlaf-Phasen habe und somit erholt aufwache. Ein Wundermittel ist es natürlich nicht, aber das Beste, was ich bis jetzt ausprobiert hab. Im Übrigen sind die Träume lebhafter, zumindest bei mir.“

„Ich nehme 1 Stunde vor dem schlafen 2 Kapsel und hiermit hat sich meine Schlafqualität nachweislich (per Fitnessstracker) verbessert“

„Gab's hilft schneller einschlafen und tiefer schlafen.“

„Wirkt wie es soll und bringt einen super Schlaf“

Bezüglich der weiteren Einzelheiten des Produktangebots einschließlich der enthaltenen Bewertungen wird auf die Anlage K 5 Bezug genommen.

Mit Schreiben vom 15. Mai 2023 mahnte der Kläger die Beklagte ab und forderte die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf (Anlage K 7). Die Beklagte nahm hierzu mit Schreiben ihrer Prozessbevollmächtigten vom 29. Mai 2023 Stellung und lehnte die Abgabe einer Unterlassungserklärung ab (Anlage K 8).

Der Kläger behauptet, dass die Rezensionen auf der Website der Beklagten nicht vollumfänglich

mit den auf der Plattform Amazon veröffentlichten Rezensionen übereinstimmen. Die von der Beklagten übernommenen Rezensionen seien von der Beklagten zwar nicht inhaltlich bearbeitet, aber offenbar ausgewählt und nach eigenen Kriterien der Beklagten geordnet worden.

Der Kläger ist der Ansicht, dass ihm gegen die Beklagte ein Anspruch auf Unterlassung nach dem UWG und dem UKlaG sowie ein Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten zukomme. Bei den streitgegenständlichen Aussagen handele es sich um gesundheitsbezogene Angaben, die nicht erlaubt seien, da sie ohne zugelassenen Health Claim den Eindruck vermitteln würden, dass sich das Produkt positiv auf die Schlafqualität auswirke. Die auf der Webseite der Beklagten veröffentlichten Amazon-Bewertungen seien der Beklagten zuzurechnen, da die Beklagte auf ihrer Webseite mit diesen Bewertungen unter dem konkret ausgewählten Produkt aktiv werbe.

Der Kläger beantragt,

1. die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen für das Produkt ESN Gaba Giga Caps mit den nachstehenden Aussagen wie in Anlage K 5 abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen:

a) „[Als Schichtarbeiter bin ich auf diverse Hilfsmittel angewiesen. Melatonin hilft zwar beim Einschlafen, aber man wacht nach wenigen Stunden wieder auf.] GABA ist da anders, es macht nicht müde, aber ruhiger. Da ich einen Schlafracker benutze, sehe ich, dass ich längere Tiefschlafphasen habe und somit erholt aufwache. Ein Wundermittel ist es natürlich nicht, aber das Beste, was ich bis jetzt ausprobiert hab. Im übrigen sind die Träume lebhafter, zumindest bei mir.“

und/oder

b) „Ich nehme 1 Stunde vor dem schlafen 2 Kapsel und hiermit hat sich meine Schlafqualität nachweislich (per Fitnessstracker) verbessert“

und/oder

c) „Gab's hilft schneller einschlafen und tiefer schlafen.“

und/oder

d) „Wirkt wie es soll und bringt einen super Schlaf“

2. die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger 260,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte behauptet, dass die Reihenfolge der angezeigten Beiträge nicht von ihr beeinflusst werde, sondern sich vielmehr an den vom Product-Review-Tool etablierten „nützlich“-Kriterien orientiere.

Sie ist der Ansicht, dass der Klageantrag zu Ziff. 1a) aufgrund des Klammerzusatzes schon nicht hinreichend bestimmt und insoweit bereits nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 Alt. 2 ZPO unzulässig sei. Darüber hinaus stellten die streitgegenständlichen Aussagen für die angesprochenen Verbraucher auch keine gesundheitsbezogenen Angaben, sondern ganz offensichtlich lediglich subjektive Meinungsäußerungen von Privatpersonen dar. Die Aussagen nähmen lediglich Bezug auf die individuell erfahrene Schlafqualität, wiesen aber keinen Bezug zur Gesundheitsförderung oder Krankheitslinderung im Allgemeinen auf. Die Beklagte mache sich diese Aussagen auch nicht durch die Darstellung auf der Webseite zu eigen, da sie für jedermann erkennbar als Bewertungen und Erfahrungsberichte gekennzeichnet seien und sich auf der streitgegenständlichen Webseite getrennt von der Produktbeschreibung und dem Angebot der Beklagten wiederfänden. Für Kundenbewertungen auf Amazon habe der Bundesgerichtshof bereits entschieden, dass Händler für sie grundsätzlich keine wettbewerbsrechtliche Haftung tragen. Insofern dürfe für Amazon-Bewertungen auf der eigenen Website nichts anderes gelten.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf die eingereichten Schriftsätze und Anlagen sowie auf das Protokoll der öffentlichen Sitzung vom 06.05.2024 (Bl. 57 d. A.) Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist begründet.

I. Die Klage ist zulässig, auch hinsichtlich des Klageantrags zu Ziffer 1a). Es fehlt insofern entgegen der Ansicht des Beklagten nicht an der erforderlichen hinreichenden Bestimmtheit.

1. Nach § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO darf ein Unterlassungsantrag – und nach § 313 Abs. 1 Nr. 4 ZPO eine darauf beruhende Verurteilung – nicht derart undeutlich gefasst sein, dass der Streitgegenstand und der Umfang der Prüfungs- und Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 Abs. 1 ZPO) nicht erkennbar abgegrenzt sind, sich der Beklagte deshalb nicht erschöpfend verteidigen kann und die Entscheidung darüber, was dem Beklagten verboten ist, letztlich dem Vollstreckungsgericht überlassen bleibt (BGH, Urteil vom 21.05.2015 – I ZR 183/13, GRUR 2015, 1237; Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Auflage 2014, § 12 Rn. 1.35). Die zu unterlassende Verletzungshandlung ist dabei so genau wie möglich zu beschreiben. Unter Umständen lässt sich die ausreichende Bestimmtheit eines Unterlassungsantrags auch durch Auslegung anhand der Klagebegründung oder des sonstigen Sachvortrags erreichen (BGH, Urteil vom 17.07.2003 - I ZR 259/00, GRUR 2003, 958).

2. Nach diesen Grundsätzen ist der Klageantrag zu 1a) als hinreichend bestimmt anzusehen. Der Kläger hat dasjenige, was er untersagt haben will, textlich genau und unterscheidbar bezeichnet. So begehrt er hinsichtlich der diesbezüglichen Kundenrezension allein ein Verbot derjenigen Textpassagen, die sich auf das streitgegenständliche Produkt der Beklagten mit dem Neurotransmitter Gamma-Amino-Buttersäure-Pulver (GABA) beziehen, nicht jedoch derjenigen Aussagen, die den Stoff Melantonin zum Gegenstand haben. Der Kläger wollte dadurch dem Umstand Rechnung tragen, dass das streitgegenständliche Produkt der Beklagten kein Melantonin beinhaltet und für den rezensierenden Kunden insoweit lediglich als Vergleichsreferenz diente. Hierdurch wollte der Kläger einer zu weiten Antragsfassung entgehen. Der Klammerzusatz dient somit ausschließlich zum besseren Verständnis des Inhalts der monierten Angaben in den Bewertungen, ist allerdings nicht Gegenstand des Unterlassungsbegehrens. Das hat der Kläger in seinem Schriftsatz vom 02.05.2024 ausdrücklich klargestellt (Bl. 50 d. A.).

II. Die Klage ist auch begründet.

1. Dem nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG i.V.m. § 4 UKlaG aktivlegitimierten Kläger steht gegen die Beklagte ein Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 UWG i.V.m. §§ 3, 3a UWG, Art. 3, 10, 13 VO(EG) Nr.1924/2006 (HCVO) zu. Die angegriffenen Kundenbewertungen enthalten unzulässige gesundheitsbezogene Angaben.

a) Gemäß § 3a UWG handelt unlauter, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, und der Ver-

stoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen. Bei Art. 3, 10, 13 VO(EG) Nr.1924/2006 (HCVO) handelt es sich um Marktverhaltensregelungen im Sinne von § 3a UWG (Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Auflage 2024, § 3a Rn. 1.242).

b) Das streitgegenständlich beworbene Produkt ist ein Nahrungsergänzungsmittel i. S. v. Art. 2 Abs. 1b) HCVO und gilt damit als Lebensmittel gem. Art. 2 Abs. 1a) der HCVO. Es handelt sich gem. Art. 2 der VO (EG) 2002/46/EG um Lebensmittel, die dazu bestimmt sind, die normale Ernährung zu ergänzen und die aus Einfach- oder Mehrfachkonzentraten von Nährstoffen oder sonstigen Stoffen mit ernährungsspezifischer oder physiologischer Wirkung bestehen und in dosierter Form in den Verkehr gebracht werden. Die Beklagte bewirbt das Produkt selbst als Nahrungsergänzungsmittel (Supplement).

c) Bei den beanstandeten Kundenrezensionen handelt es sich um gesundheitsbezogene Angaben i.S.v. Art. 2 Abs. 2 Nr. 5, Art. 10 HCVO.

Mit dem Merkmal der Angabe will der Ordnungsgeber alle in der Etikettierung und Bewerbung von Lebensmitteln in irgendeiner Weise zum Ausdruck gebrachten nicht obligatorischen Aussagen oder Darstellungen erfassen, die bei einem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher den Eindruck hervorrufen können, ein bestimmtes Lebensmittel besitze besondere Eigenschaften (BGH, Urteil vom 10.12.2015 - I ZR 222/13, GRUR 2016, 412). Die Weite der Definition zeigt, dass der Anwendungsbereich der HCVO möglichst umfassend sein sollte (Holle/Hüttebräuer/Conte-Salinas, HCVO, 1. Auflage 2018, Art. 2 Rn. 55).

aa) Grundsätzlich handelt es sich bei der Verwendung von Kundenbewertungen in Online-Shops um ein verbreitetes und effektives Werbemittel, da sie der Förderung des eigenen Absatzes dienen (Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 42. Auflage 2024, § 5 Rn. 2.153a; Gräbig, GRUR-Prax 2019, 197). Gleichwohl hat die Beklagte mit den Kundenbewertungen nicht selbst geworben, sondern wurden diese von den Kunden auf der Verkaufsplattform Amazon getätigt und von dort auf die eigene Website übernommen. Die Verantwortlichkeit für solche Kundenbewertungen muss jeweils im Einzelfall betrachtet werden. Es kommt entscheidend auf die Gestaltung des Bewertungssystems, die Gestaltung des Angebots, die Kennzeichnung der Bewertungen, den Aufbau der Internetseite und eventuelle Einflussnahmen sowie Einflussnahmemöglichkeiten von Anbietern an (Grisse, NJW 2020, 1520, 1525).

Der Bundesgerichtshof hat sich in einem Urteil aus dem Jahr 2020 ausdrücklich mit der Frage beschäftigt, inwieweit ein Händler für Kundenbewertungen auf Amazon verantwortlich gemacht

werden kann. Zwar haftet der Anbieter eines Online-Marktplatzes hiernach nicht für Kundenbewertungen, die er sich nicht zu eigen gemacht hat, weil er nicht nach außen erkennbar die inhaltliche Verantwortung für die Äußerungen Dritter übernommen oder den zurechenbaren Anschein erweckt hat, sich mit den Kundenbewertungen zu identifizieren (BGH, Urteil vom 20.02.2020 – I ZR 193/18, GRUR 2020, 543; ebenso LG Heilbronn, Urteil vom 11.07.2017 – 21 O 5/17 KfH, BeckRS 2017, 148471). Dabei ist zugunsten der Beklagten mit dem Bundesgerichtshof auch zu berücksichtigen, dass Kundenbewertungssysteme gesellschaftlich erwünscht sind und im Interesse von Verbraucherinnen und Verbrauchern, sich zu Produkten zu äußern und sich vor dem Kauf über Eigenschaften, Vorzüge und Nachteile eines Produkts aus verschiedenen Quellen, zu denen auch Bewertungen anderer Kunden gehören, zu informieren oder auszutauschen, nach Art. 5 Abs. 1 GG verfassungsrechtlichen Schutz genießen (BGH, Urteil vom 20.02.2020 – I ZR 193/18, GRUR 2020, 543).

bb) Vorliegend ist jedoch festzustellen, dass der hiesige Sachverhalt in entscheidenden Punkten von dem durch den Bundesgerichtshof entschiedenen Fall abweicht. Während sich die BGH-Entscheidung auf Kundenrezensionen auf der Amazon-Verkaufsplattform selbst bezog, wurden vorliegend die Amazon-Kundenbewertungen gezielt in den eigenen Online-Shop übernommen. In diesem Falle ist die Kundenbewertung unweigerlich mit dem Angebot verbunden und der Unternehmer entscheidet frei über ihren Einsatz (Löwer, VuR 2020, 222). Die Kundenbewertungen dienen nämlich dem Zweck, Vertrauen in die Leistungen des Produkts zu schaffen und sollen den Absatz des Produktes fördern (vgl. OLG Köln, Urteil vom 24.05.2017 – 6 U 161/16, MMR 2017, 842; ebenso hinsichtlich zu Werbezwecken eingestellten Erfahrungsberichten von Produktnutzern auf der Homepage des Herstellers OLG Celle, Urteil vom 22.10.2015 – 13 U 47/15, GRUR-RR 2016, 213).

cc) Gegen eine Haftung der Beklagten könnte man zwar anführen, dass diese das Kundenbewertungssystem von Amazon lediglich übernommen und auf dessen Inhalt keinerlei Einfluss hat. So befinden sich die Rezensionen auf der Produktwebsite etwa auch in einem optisch abgetrennten Bereich unterhalb der Einblendung des Amazon-Logos und der amazontypischen Grafik zur Bewertung. Die Beklagte hat diesbezüglich vorgetragen, dass sie zur Auswahl und Anzeige der Bewertungen und Erfahrungsberichte von Amazon ein sog. „Product-Review-Tool“ nutzt, welches die Reihenfolge der Beiträge auf ihrer Website nach der individuellen Relevanz organisiert, diese also nicht von der Beklagten beeinflusst wird. Es würden aber sowohl positive als auch negative Bewertungen eingestellt und diese auch nicht bearbeitet oder entfernt werden.

Dem ist jedoch entgegenzuhalten, dass die Ermöglichung der Bewertung allein in der Hoffnung

erfolgt, dass die positiven Bewertungen überwiegen werden. Anderenfalls wäre es aus unternehmerischer Sicht sinnlos, den Kunden ein solches Portal zur Verfügung zu stellen (vgl. OLG Köln, Urteil vom 24.05.2017 – 6 U 161/16, MMR 2017, 842). Die Beklagte räumt zudem selbst ein, dass nicht alle der 169 auf Amazon vorhandenen Rezensionen, sondern lediglich 28 davon auf ihrer Website angezeigt werden, worin sich der hiesige Sachverhalt abermals von dem der BGH-Entscheidung zugrundeliegenden Fall unterscheidet. Ein weiterer Unterschied liegt darin, dass die Beklagte zwar keinen Einfluss auf die konkreten Bewertungen hat, allerdings jederzeit entscheiden kann, das Bewertungssystem entweder wieder abzuschalten oder aber gänzlich anders zu gestalten, weil es sich eben auf ihrer eigenen Webseite befindet (vgl. zu dieser Überlegung Gräbig, MMR 2020, 306, 310). Die Beklagte allein entscheidet somit darüber, ob und wie sowie welche Kundenrezensionen sie auf ihrer Website einbindet.

Soweit die Beklagte meint, sie hätte sich die Darstellung nicht zu eigen gemacht, führt auch dies zu keinem anderen Ergebnis. Denn indem die Beklagte die Kundenbewertungen von Amazon auf ihrer eigenen Website präsentiert, lässt die Beklagte eine Werbung für ihr eigenes Produkt veröffentlichen, obwohl sie deren Inhalt nicht vollständig beherrscht. Bei wertender Betrachtung ist es auch nicht unwahrscheinlich, dass Kunden den Werbeversprechen der Beklagten Glauben schenken und auch nach dem Kauf von deren Richtigkeit überzeugt sind und daher entsprechende Bewertungen auf die Seite der Beklagten einstellen (vgl. OLG Köln, Urteil vom 24.5.2017 – 6 U 161/16, MMR 2017, 842).

c) Die Angaben weisen auch einen Gesundheitsbezug auf. „Gesundheitsbezogene Angabe“ ist nach Art. 2 Abs. 2 Nr. 5 HCVO „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.“ Für die in diesem Zusammenhang vorzunehmende Beurteilung ist es nach dem Erwägungsgrund des Art. 16 S. 3 HCVO entscheidend, in welchem Sinne der normal informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher die Angaben über Lebensmittel versteht (BGH, Urteil vom 26.02.2014 – I ZR 178/12, GRUR 2014, 500). Der Begriff „Zusammenhang“ ist dabei weit zu verstehen (EuGH, Urteil vom 06.09.2012 – C-544/10, GRUR 2012, 1161) und erfasst daher jeden Zusammenhang, der eine Verbesserung des Gesundheitszustands dank des Verzehrs des Lebensmittels impliziert (BGH, Urteil vom 26.02.2014 – I ZR 178/12, GRUR 2014, 500). Nicht erforderlich ist die ausdrückliche Behauptung einer Auswirkung auf den Gesundheitszustand; ausreichend ist, dass eine Angabe bei dem angesprochenen Verkehr einen solchen Eindruck hervorrufen kann (vgl. EuGH, Urteil vom 18.07.2013 – C-299/12, GRUR 2013, 1061).

Unter Berücksichtigung dieser Vorgaben hat die Beklagte vorliegend mit gesundheitsbezogenen Angaben geworben. Die Kundenrezensionen der Ziffern 1a) bis 1d) sind geeignet, bei dem angesprochenen Verkehr den Eindruck hervorzurufen, dass sich die Einnahme der Kapseln positiv auf die Ein- und Durchschlaffähigkeit auswirkt. Die Angaben "einschlaffördernd" und "durchschlaffördernd" sind als gesundheitsbezogene Angaben i.S.v. Art. 10 Abs.1 HCVO zu klassifizieren, da der Durchschnittsverbraucher sie im konkreten Zusammenhang jeweils dahin verstehen wird, dass das beworbene Produkt bei Einnahme dazu beiträgt, die entsprechenden Symptome und damit einen pathologischen Zustand im Gestalt von Schlafstörungen zumindest zu verbessern oder gar vollständig zu beseitigen (OLG Koblenz, Urteil vom 28.06.2023 – 9 U 1947/22, GRUR-RR 2024, 217; vgl. auch OLG Celle, Hinweisbeschluss vom 12.09.2016 – 13 U 109/16, BeckRS 2016, 108500; LG Stuttgart, Urteil vom 11.01.2021 – 37 O 40/20 KfH, GRUR-RS 2021, 7216). Das ist aber eine sehr konkrete Wirkung, die ohne Weiteres Gegenstand einer klinischen Studie und daher auch Gegenstand eines Zulassungsverfahrens sein könnte (OLG Düsseldorf, Urteil vom 20.07.2017 – 20 U 120/16, BeckRS 2017, 127204).

d) Die streitgegenständlichen Aussagen verstoßen gegen Art. 10 HCVO. Hiernach sind gesundheitsbezogene Angaben verboten, sofern sie nicht den allgemeinen Anforderungen in Kap. II und den speziellen Anforderungen in Kap. IV HCVO entsprechen, nach ihr zugelassen und in die Liste der zugelassenen Angaben gemäß den Art. 13, 14 HCVO aufgenommen sind. Ein zugelassener Health-Claim für Gaba-Amino-Buttersäure existiert jedoch nicht.

2. Da der Unterlassungsanspruch besteht, hat der Kläger gegen die Beklagte nach § 13 Abs. 3 UWG auch einen Anspruch auf Zahlung von 260,00 € Abmahnkosten nebst Prozesszinsen. Nach den obigen Ausführungen war der Kläger zum Zeitpunkt des Ausspruchs der Abmahnung anspruchsberechtigt und bestand auch der geltend gemachte Unterlassungsanspruch. Die Abmahnung genügte zudem den inhaltlichen Anforderungen des § 13 Abs. 2 UWG. Gegen die geltend gemachte Höhe der Kostenerstattung bestehen keine Bedenken.

Der diesbezüglich geltend gemachte Zinsanspruch ergibt sich aus §§ 288 Abs. 1 S. 2, 291 BGB.

III. Die Androhung der Ordnungsmittel hat ihre Grundlage in § 890 Abs. 2 ZPO. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit ergibt sich aus § 709 S. 1 und 2 ZPO. Die Streitwertbemessung richtet sich nach § 51 Abs. 2 GKG.

Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen die Entscheidung, mit der der Streitwert festgesetzt worden ist, kann Beschwerde eingelegt werden,

wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 200 Euro übersteigt oder das Gericht die Beschwerde zugelassen hat.

Die Beschwerde ist binnen **sechs Monaten** bei dem

Landgericht Itzehoe
Theodor-Heuss-Platz 3
25524 Itzehoe

einzu legen.

Die Frist beginnt mit Eintreten der Rechtskraft der Entscheidung in der Hauptsache oder der anderweitigen Erledigung des Verfahrens. Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf der sechsmonatigen Frist festgesetzt worden, kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden. Im Fall der formlosen Mitteilung gilt der Beschluss mit dem dritten Tage nach Aufgabe zur Post als bekannt gemacht.

Die Beschwerde ist schriftlich einzulegen oder durch Erklärung zu Protokoll der Geschäftsstelle des genannten Gerichts. Sie kann auch vor der Geschäftsstelle jedes Amtsgerichts zu Protokoll erklärt werden; die Frist ist jedoch nur gewahrt, wenn das Protokoll rechtzeitig bei dem oben genannten Gericht eingeht. Eine anwaltliche Mitwirkung ist nicht vorgeschrieben.

Rechtsbehelfe können auch als **elektronisches Dokument** eingereicht werden. Eine einfache E-Mail genügt den gesetzlichen Anforderungen nicht.

Rechtsbehelfe, die durch eine Rechtsanwältin, einen Rechtsanwalt, durch eine Behörde oder durch eine juristische Person des öffentlichen Rechts einschließlich der von ihr zur Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben gebildeten Zusammenschlüsse eingereicht werden, sind **als elektronisches Dokument** einzureichen, es sei denn, dass dies aus technischen Gründen vorübergehend nicht möglich ist. In diesem Fall bleibt die Übermittlung nach den allgemeinen Vorschriften zulässig, wobei die vorübergehende Unmöglichkeit bei der Ersatzeinreichung oder unverzüglich danach glaubhaft zu machen ist. Auf Anforderung ist das elektronische Dokument nachzureichen.

Elektronische Dokumente müssen

- mit einer qualifizierten elektronischen Signatur der verantwortenden Person versehen sein oder
- von der verantwortenden Person signiert und auf einem sicheren Übermittlungsweg eingereicht werden.

Ein elektronisches Dokument, das mit einer qualifizierten elektronischen Signatur der verantwortenden Person versehen ist, darf wie folgt übermittelt werden:

- auf einem sicheren Übermittlungsweg oder
- an das für den Empfang elektronischer Dokumente eingerichtete Elektronische Gerichts- und Verwaltungspostfach (EGVP) des Gerichts.

Wegen der sicheren Übermittlungswege wird auf § 130a Absatz 4 der Zivilprozessordnung verwiesen. Hinsichtlich der weiteren Voraussetzungen zur elektronischen Kommunikation mit den Gerichten wird auf die Verordnung über die technischen Rahmenbedingungen des elektronischen Rechtsverkehrs und über das besondere elektronische Behördenpostfach (Elektronischer-Rechtsverkehr-Verordnung - ERVV) in der jeweils geltenden Fassung sowie auf die Internetseite www.justiz.de verwiesen.

Richter