

Volltext zu: MIR 2020, Dok. 022
Veröffentlicht in: MIR 03/2020
Gericht: OLG Hamm
Aktenzeichen: 4 U 66/19
Entscheidungsdatum: 18.02.2020
ECLI: ECLI:DE:OLGHAM:2020:0218.4U66.19.00
Vorinstanz(en): LG Siegen, 30.04.2019 - 6 O 3/19
Bearbeiter: Rechtsanwalt Thomas Ch. Gramespacher
Permanenter Link MIR-Dok.: http://medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=2963

medien-internet-und-recht.de

ISSN: 1861-9754

MEDIEN INTERNET und RECHT und alle in der Publikation/Zeitschrift enthaltenden Inhalte, Beiträge, Abbildungen und Veröffentlichungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Verlagsrechte erstrecken sich auch auf die veröffentlichten Gerichtsentscheidungen und deren Leitsätze, die urheberrechtlichen Schutz genießen, soweit sie vom Einsender oder von der Schriftleitung/Redaktion redigiert bzw. erarbeitet sind. Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Nutzungs-/Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechtsübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM, Dateikopien oder andere Verfahren in Online- und Printmedien etc.) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Haftung übernommen. Mit Namen (Autor/Gericht/Quelle) gekennzeichnete Beiträge stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Inhaltliche/redaktionelle Fehler vorbehalten.

OBERLANDESGERICHT HAMM Im Namen des Volkes URTEIL

In dem Rechtsstreit (...)

für Recht erkannt:

Auf die Berufung des Klägers wird das am 30.04.2019 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Siegen abgeändert.

Der Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, wie nachstehend wiedergegeben gegenüber Verbrauchern zu werben, ohne die Identität des Anbieters klar und eindeutig mitzuteilen:



Dem Beklagten wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung die Verhängung eines Ordnungsgeldes von bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zu sechs Monaten angedroht, wobei die Ordnungshaft insgesamt zwei Jahre nicht übersteigen darf.

Der Beklagte wird ferner verurteilt, an den Kläger 208,25 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz p.a. seit dem 27.01.2019 zu zahlen.

Der Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits beider Instanzen.

Das Urteil ist ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar.

Gründe:

A. Vereinszweck des klagenden Vereins ist nach § 1 seiner Satzung (Anlage 1 = Blatt 17-18 der Gerichtsakte) u.a. die Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs im Zusammenwirken mit den zuständigen Organen der Rechtspflege. Zu seinen unmittelbaren Mitgliedern gehören diverse Unternehmen, die im Bereich des Handels mit Kraftfahrzeugen tätig sind (Auflistung Blatt 11-12 der Gerichtsakte), sowie die Kreishandwerkerschaft Bergisches Land, deren Mitglied die örtliche Kraftfahrzeuginnung ist, der wiederum 305 örtliche Betriebe aus der Kraftfahrzeugbranche angehören.

Der Beklagte ist Gesellschafter einer Personengesellschaft – nach den Angaben des Beklagten handelt es sich um eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts –, die in E einen Betrieb unterhält, der sich mit dem Handel mit Kfz-Reifen und deren Montage befasst. Die Gesellschaft ist nicht im Handelsregister eingetragen.

Am 07.11.2018 erschien in dem Anzeigenblatt „Anzeigenmarkt-Rheinland.de“ (Ablichtung [auszugsweise] Anlage 2 = Blatt 19 der Gerichtsakte) die nachfolgend abgebildete, von der vorbezeichneten Gesellschaft in Auftrag gegebene Werbeanzeige:



Der Kläger versandte daraufhin unter dem 27.11.2018 ein an die „S T & U, H-Straße, E“, adressiertes Abmahn schreiben (Anlage 3 = Blatt 20-22 der Gerichtsakte). Er führte darin aus, die vorstehend abgebildete Werbeanzeige enthalte eine „Aufforderung zum Kauf“ im Sinne des § 5a Abs. 3 UWG. Nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG sei der werbende Unternehmer in einem solchen Fall verpflichtet, seine Identität anzugeben. Der Hinweis „S T & U“, der nicht einmal erkennen lasse, ob es sich hierbei um eine natürliche Person oder um eine Gesellschaft handle, reiche hierzu nicht aus. Neben einer entsprechenden Unterlassungsaufforderung enthielt das Abmahnschreiben die Forderung, dem Kläger Abmahnkosten in Höhe von 208,25 € (Abmahnkostenpauschale) zu erstatten.

Mit anwaltlichem Schriftsatz vom 01.12.2018 (Anlage 4 = Blatt 23 der Gerichtsakte) meldete sich der Beklagte beim Kläger, bestätigte den Erhalt des Abmahnschreibens vom 27.11.2018 und wies den darin erhobenen lauterkeitsrechtlichen Vorwurf zurück. „T & U“ sei „erkennbar und unzweifelhaft eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR)“. Lediglich Einzelkaufleute, die im Handelsgesetzbuch (HGB) aufgeführten Personengesellschaften, Partnerschafts- und Kapitalgesellschaften sowie Genossenschaften seien verpflichtet, einen Rechtsformzusatz als Bestandteil ihrer Firma anzugeben. Er, der Beklagte, und sein Mitgesellschafter U seien hierzu nicht verpflichtet. Nichtsdestotrotz würden er, der Beklagte, und sein Mitgesellschafter U unverzüglich einen Hinweis auf ihre „GbR“ in ihre Werbemaßnahmen aufnehmen.

Der Kläger wandte sich daraufhin mit Schreiben vom 14.12.2018 (Anlage 5 = Blatt 24-26 der Gerichtsakte) an den anwaltlichen Vertreter des Beklagten und erklärte, er richte seine Abmahnung vom 27.11.2018 nunmehr gegen den Beklagten persönlich. Dieser sei offenkundig für die Werbung verantwortlich. Die Bezeichnung „S T & U“ sei keine ausreichende Identitätsangabe. Die Gesellschaftsform liege nicht auf der Hand. Zudem sei es im vorliegenden Fall keineswegs zwingend, dass die Gesellschaft eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts sei; angesichts des Angebotsumfangs könne es auch sein, dass die Gesellschaft bereits eine offene Handelsgesellschaft sei. Der Beklagte reagierte auf dieses Schreiben nicht mehr.

Der Kläger hat gegenüber dem Landgericht seine vorgerichtliche Argumentation wiederholt und vertieft. Zu der von § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG geforderten Identitätsangabe gehöre auch die Angabe der Rechtsform. Die Angabe „T & U“ sei insofern nicht eindeutig und nicht ausreichend. Sollte eine Gesellschaft bürgerlichen

Rechts vorliegen, bestehe ein besonderes Informationsbedürfnis des Verbrauchers. Die Angabe eines „GbR“-Zusatzes stelle für den Verbraucher klar, dass es sich um ein kleines Unternehmen handle, das nach Art oder Umfang noch keinen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb erfordere. Es sei im Übrigen für den Verbraucher auch unklar, welche natürlichen Personen mit der Bezeichnung „T & U“ gemeint seien: Es gebe viele Menschen mit den Familiennamen „T“ oder „U“. Der Beklagte habe nicht einmal im vorliegenden Rechtsstreit mitgeteilt, wer sich konkret hinter dem Namen „U“ verberge. Es ließe sich sogar die Auffassung vertreten, im Falle einer Gesellschaft bürgerlichen Rechts seien stets auch die Gesellschafter mit Vor- und Familiennamen anzugeben.

Der Kläger hat beantragt,

1. den Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen, wie nachstehend wiedergegeben gegenüber Verbrauchern zu werben, ohne die Identität des Anbieters klar und eindeutig mitzuteilen:

Die Entscheidung enthält an dieser Stelle ein Bild oder eine Grafik.;

2. den Beklagten zu verurteilen, an ihn, den Kläger, 208,25 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Der Beklagte hat beantragt,

die Klage abzuweisen.

Der Beklagte hat die Auffassung vertreten, Gesellschaften bürgerlichen Rechts seien nicht verpflichtet, einen Rechtsformzusatz in ihrem Namen zu führen. Bereits die Bezeichnung „T & U“ mache deutlich, dass zwei natürliche Personen gemeinsam ein Geschäft betrieben und insofern auch nichts anderes als eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts darstellen könnten. Der Verbraucher könne aus dem fehlenden Rechtsformzusatz mittelbar ableiten, dass es sich nur um eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts handeln könne. Eine Irreführung sei ausgeschlossen. Im Übrigen habe er, der Beklagte, in dem vorgerichtlichen Schriftsatz vom 01.12.2018 verbindlich zugesagt, zukünftig einen „GbR“-Zusatz zu verwenden; damit sei eine etwaige Wiederholungsfahr weggefallen.

Mit dem angefochtenen, am 30.04.2019 verkündeten Urteil hat die 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Siegen die Klage abgewiesen. In den Entscheidungsgründen des Urteils hat das Landgericht ausgeführt, Gesellschaften bürgerlichen Rechts seien gesetzlich nicht dazu verpflichtet, in ihren Namen einen Rechtsformzusatz als Namensbestandteil aufzunehmen. Wenn eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts unter ihrem gesellschaftsrechtlich zulässigen Namen auftrete, könne dies auch lauterkeitsrechtlich nicht beanstandet werden.

Gegen dieses Urteil wendet sich der Kläger mit seiner form- und fristgerecht eingelegten und begründeten Berufung.

Der Kläger wiederholt und vertieft sein erstinstanzliches Vorbringen. Unabhängig davon, welchen Namen eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts nach den Regelungen des Gesellschaftsrechts führen dürfe, sei eine solche Gesellschaft lauterkeitsrechtlich dazu verpflichtet, in ihrer Werbung klar und eindeutig erkennbar und von anderen Anbietern unterscheidbar aufzutreten.

Der Kläger beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern und

1. den Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln zu verurteilen, es zu unterlassen, wie nachstehend wiedergegeben gegenüber Verbrauchern zu werben, ohne die Identität des Anbieters klar und eindeutig mitzuteilen:

SOMMERREIFEN „TOP“ ANGEBOT	
175/65R14 H Neureifen	31.50 €
185/60R14 H Neureifen	33.00 €
195/65R15 H Neureifen	36.50 €
205/55R16 V Neureifen	39.50 €
225/45R17 W Neureifen	46.50 €
225/40R18 Y Neureifen	47.50 €
Montagestation:	

2. den Beklagten zu verurteilen, an ihn, den Kläger, 208,25 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

Der Beklagte beantragt,

die Berufung zurückzuweisen.

Der Beklagte verteidigt das angefochtene Urteil unter Wiederholung und Vertiefung seines erstinstanzlichen Vorbringens. Die streitgegenständliche Werbeanzeige stelle bereits keine „Aufforderung zum Kauf“ im Sinne des § 5a Abs. 3 UWG dar. Es handele sich lediglich um die Darstellung verfügbarer Reifengrößen.

Soweit in den Gründen dieses Urteils Fundstellen in der Gerichtsakte angegeben sind, wird wegen der Einzelheiten auf die dort befindlichen Dokumente verwiesen.

B. Die – zulässige – Berufung des Klägers hat auch in der Sache Erfolg. Die Klage ist zulässig und in vollem Umfang begründet.

I. Zulässigkeit der Klage

Die Klage ist zulässig. Insbesondere ist der Kläger im Hinblick auf den geltend gemachten Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugt. Mittelbare Mitglieder des Klägers sind 305 Betriebe aus der Kraftfahrzeugbranche aus dem Bezirk der Kreishandwerkerschaft Bergisches Land. E grenzt unmittelbar an den Oberbergischen Kreis, der zum Bezirk der Kreishandwerkerschaft Bergisches Land gehört. Dem Kläger gehört damit eine erhebliche Zahl von Unternehmern an, die Waren und Dienstleistungen gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben wie die Gesellschaft, deren Gesellschafter der Beklagte ist, und deren Interessen das hier beanstandete Verhalten dieser Gesellschaft berührt.

II. Begründetheit der Klage

Die Klage ist in vollem Umfang begründet.

1. Unterlassungsanspruch

Der geltend gemachte Unterlassungsanspruch findet seine Grundlage in § 8 Abs. 1 Satz 1, § 3 Abs. 1, § 5a Abs. 2 Satz 1 und Abs. 3 Nr. 2 UWG.

a) Die Veröffentlichung der streitgegenständlichen Werbeanzeige stellt eine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG dar.

b) Diese geschäftliche Handlung war nach § 5a Abs. 2 Satz 1 und Abs. 3 Nr. 2 UWG unlauter. Nach § 5a Abs. 2 Satz 1 UWG handelt unlauter, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, die der Verbraucher je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und deren Vorenthalten geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

aa) In der streitgegenständlichen Werbeanzeige fehlt es an einer wesentlichen Information. Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preis in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen Weise so angeboten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft ab-

schließen kann („Aufforderung zum Kauf“), gelten nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG Informationen über die Identität und Anschrift des Unternehmers als wesentlich.

(1) Die streitgegenständliche Werbeanzeige stellt eine „Aufforderung zum Kauf“ im Sinne des § 5a Abs. 3 UWG dar. Sie enthält die Preise für Sommerreifen in sechs verschiedenen Ausführungen, die jeweils durch die Angabe der Reifengröße, der Reifenbauweise und der Geschwindigkeitskategorie näher beschrieben sind. Dass die Werbeanzeige keine Angaben zu den Herstellern der angebotenen Reifen enthält, ist unschädlich. Die Anwendbarkeit des § 5a Abs. 3 UWG setzt nicht voraus, dass alle wesentlichen Merkmale der Ware oder Dienstleistung angegeben sind; dies folgt denotwendig bereits aus der Existenz der Regelung in § 5a Abs. 3 Nr. 1 UWG (vgl. BGH, Urteil vom 18.10.2017 – I ZR 84/16 – [Kraftfahrzeugwerbung] <juris>, Rdnr. 16; Büscher, UWG, 1. Aufl. [2019], § 5a Rdnr. 81). Erforderlich ist lediglich, dass der Verbraucher sich eine Meinung über die Beschaffenheit und die Merkmale des Produkts bilden kann, um eine geschäftliche Entscheidung treffen zu können (Bücher, UWG, 1. Aufl. [2019], § 5a Rdnr. 81 m.w.N.). Diesen Anforderungen genügen die Produktbeschreibungen in der streitgegenständlichen Werbeanzeige. Für einen nicht unerheblichen Teil der von der Werbeanzeige angesprochenen Verbraucher sind beim Erwerb von neuen Kfz-Reifen die Reifengröße und der Preis ohnehin die wesentlichen Gesichtspunkte für eine Kaufentscheidung. Nicht erforderlich ist, dass das Angebot selbst bereits – wie z.B. ein Produktangebot in einem Online-Shop – die Möglichkeit zum Vertragsschluss bietet (Bücher, UWG, 1. Aufl. [2019], § 5a Rdnr. 83).

(2) Die Werbeanzeige enthält keine vollständigen Informationen über die Identität des Anbieters.

(a) Zur Identität des Unternehmers gehört jedenfalls dessen Name (Bücher, UWG, 1. Aufl. [2019], § 5a Rdnr. 101 ff.). Hierin erschöpft sich indes der Begriff der „Identität“ nicht. Zur Identität gehört ebenfalls – sogar mehr noch als der Name – die Rechtsform des Unternehmers. Während Namen nämlich nur „Schall und Rauch“ (Goethe, Faust I, Vers 3457), mithin lediglich ein oberflächliches Merkmal zur Identitätsbestimmung sind, berührt die Frage nach der Rechtsform das innere Wesen oder – anders ausgedrückt – den Kern der Identität des Unternehmers. Damit ist auch die Rechtsform des Unternehmers Bestandteil seiner Identität, über die nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG zu informieren ist. Dieses Verständnis des Begriffes der Identität steht auch im Einklang mit dem Sinn und Zweck der Regelung in § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG: Der Verbraucher soll in die Lage versetzt werden, den Ruf des Unternehmers sowie seine wirtschaftliche Bonität und Haftung einzuschätzen (BGH, Urteil vom 18.10.2017 – I ZR 84/16 – [Kraftfahrzeugwerbung] <juris>, Rdnr. 18). Jedenfalls die beiden letztgenannten Umstände können von der Rechtsform des Unternehmens abhängen (vgl. BGH, Urteil vom 18.10.2017 – I ZR 84/16 – [Kraftfahrzeugwerbung] <juris>, Rdnr. 18 a.E.). Der Verbraucher soll erfahren, was für ein rechtliches Gebilde bzw. was für ein Rechtssubjekt ihm in der „Aufforderung zum Kauf“ gegenübertritt.

(b) Im Falle von Einzelkaufleuten, den im Handelsgesetzbuch (HGB) aufgeführten Personengesellschaften, Partnerschafts- und Kapitalgesellschaften sowie Genossenschaften erfolgt die erforderliche Information des Verbrauchers über die Rechtsform in der Regel bereits dadurch, dass diese gesetzlich dazu verpflichtet sind, in ihren Namen (ihre Firma) einen Rechtsformzusatz als Namensbestandteil (Firmenbestandteil) mitaufzunehmen (vgl. § 19 Abs. 1 HGB, § 2 Abs. 1 Satz 1 PartGG, § 4 Satz 1 GmbHG, § 4 AktG, § 3 Satz 1 GenG), und § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG die Angabe des vollständigen Namens (der vollständigen Firma) verlangt (vgl. Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 38. Aufl. [2020], § 5a Rdnr. 4.33 a.E.).

(c) Gesellschaften bürgerlichen Rechts dürfen ebenfalls einen eigenen Namen führen (Palandt/Sprau, BGB, 79. Aufl. [2020], § 705 Rdnr. 25). Es ist dabei allerdings umstritten, ob die Gesellschaft – gesellschaftsrechtlich – dazu verpflichtet ist, in einen solchen Namen auch einen Rechtsformzusatz mitaufzunehmen (vgl. zum Streitstand: MüKoBGB/Schäfer, 7. Aufl. [2017], § 705 Rdnr. 274). Einer Beantwortung dieser gesellschaftsrechtlichen Frage bedarf es hier nicht. Sollte es Gesellschaften bürgerlichen Rechts gesellschaftsrechtlich erlaubt sein, einen Namen ohne Rechtsformzusatz zu führen, und führt eine Gesellschaft einen solchen Namen ohne Rechtsformzusatz, ist sie jedenfalls lauterkeitsrechtlich dazu verpflichtet, in den Fällen des § 5a Abs. 3 UWG – also im Falle einer „Aufforderung zum Kauf“ – zusätzlich zu ihrem Namen auch in geeigneter Form auf ihre Rechtsform hinzuweisen.

(d) Die streitgegenständliche Werbeanzeige enthält keine Angaben zur Rechtsform der „S T & U“. Die Rechtsform ergibt sich auch nicht (im Sinne des § 5a Abs. 3 UWG) „unmittelbar aus den Umständen“. Der Auffassung des Beklagten, der angesprochene Verkehr könne aus der vorerwähnten Bezeichnung ableiten, dass es sich bei dem Anbieter um eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts handele (handeln müsse), vermag der Senat nicht zu folgen. Die Auffassung des Beklagten setzt voraus, dass der Verkehr bei einer Bezeichnung wie der hier vorliegenden vom Bestehen eines – zunächst einmal wie auch immer gearteten – Gesellschaftsverhältnisses ausgeht, dass der Verkehr in rechtlicher Hinsicht davon ausgeht, dass eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts anders als alle sonstigen Gesellschaftsformen nicht zur Aufnahme eines Rechtsformzusatzes in ihren Namen verpflichtet ist, und dass der Verkehr schließlich davon ausgeht, dass Gesell-

schaften aller anderen Gesellschaftsformen stets ihrer Verpflichtung zur Angabe ihrer Rechtsform nachkommen. Ein derartiges – von komplexen Vorüberlegungen zur Rechtslage und Rechtswirklichkeit getragenes – Verkehrsverständnis existiert nicht.

bb) Die Information über die Rechtsform wird dem Verbraucher auch vorenthalten. Es ist insbesondere nicht ersichtlich, dass die streitgegenständliche Werbeanzeige keinen ausreichenden Platz bot, um einen Hinweis auf die Rechtsform des Anbieters anzubringen (vgl. § 5a Abs. 5 Nr. 1 UWG).

cc) Das Vorenthalten der Information ist auch geschäftlich relevant im Sinne des § 5a Abs. 2 Satz 1 Nrn. 1 und 2 UWG. Wird dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthalten, ist regelmäßig vom Vorliegen der geschäftlichen Relevanz auszugehen (Büscher, UWG, 1. Aufl. [2019], § 5a Rdnr. 72). Den Unternehmer, der geltend machen will, dass das Vorenthalten ausnahmsweise nicht geschäftlich relevant ist, trifft eine sekundäre Darlegungslast (Büscher, UWG, 1. Aufl. [2019], § 5a Rdnr. 72). Umstände, die hier gegen die geschäftliche Relevanz sprechen könnten, sind vom Beklagten weder nachvollziehbar dargelegt worden noch sonst ersichtlich.

c) Der Beklagte haftet für den begangenen Wettbewerbsverstoß. Nach dem Erhalt der Abmahnung des Klägers hat sich nicht die Gesellschaft als solche, sondern der Beklagte persönlich bei dem Kläger gemeldet. Dieser Umstand ist ein bedeutendes Indiz dafür, dass der Beklagte innerhalb der Gesellschaft für die streitgegenständliche Werbeanzeige persönlich verantwortlich war. Da eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts nur dann vorliegt, wenn das Unternehmen nach Art oder Umfang einen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb nicht erfordert (anderenfalls wäre die Gesellschaft kraft Gesetzes auch ohne Handelsregistereintragung – automatisch – eine offene Handelsgesellschaft, vgl. § 1 Abs. 2, § 105 Abs. 1 HGB), spricht ohnehin viel dafür, dass das Unternehmen nur über eine sehr einfache Organisationsstruktur verfügt, in der die im Unternehmen mitarbeitenden Gesellschafter auch Einzelfallentscheidungen des laufenden Geschäftsbetriebs selbst treffen. Umstände, die gegen die persönliche Verantwortlichkeit des Beklagten für die streitgegenständliche Werbeanzeige sprechen könnten, sind weder vorgetragen worden noch sonst ersichtlich.

d) Umstände, die geeignet wären, die aufgrund des begangenen Wettbewerbsverstoßes tatsächlich zu vermutende Wiederholungsgefahr auszuräumen, sind ebenfalls nicht ersichtlich. Eine strafbewehrte Unterlassungserklärung hat der Beklagte nicht abgegeben. Die – nicht strafbewehrte – vorgerichtliche Zusage, zukünftig in der Werbung auf die Rechtsform hinzuweisen, lässt die Wiederholungsgefahr nicht entfallen.

2. Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten

Der Anspruch findet seine Grundlage in § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG. Bedenken gegen die Höhe der geforderten Abmahnkostenpauschale bestehen nicht.

Der Zinsanspruch beruht auf § 291, § 288 Abs. 1 Satz 2 BGB. Die Klageschrift ist dem Beklagten am 26.01.2019 zugestellt worden (Zustellungsurkunde Blatt 31 der Gerichtsakte). Zinsbeginn ist damit der 27.01.2019.

C. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 Abs. 1 Satz 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf § 708 Nr. 10, § 713 ZPO.

Anlass für die Zulassung der Revision (§ 543 Abs. 2 Satz 1 ZPO) besteht nicht. Die für die im vorliegenden Rechtsstreit zu treffende Entscheidung wesentlichen Fragen zur Auslegung und zum Sinn und Zweck des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG sind in der höchstrichterlichen Rechtsprechung bereits geklärt (vgl. insbesondere BGH, Urteil vom 18.10.2017 – I ZR 84/16 – [Krafffahrzeugwerbung] <juris>, Rdnr. 18 a.E.).