

Volltext zu:	MIR 2021, Dok. 047
Veröffentlicht in:	MIR 06/2021
Gericht:	OLG Frankfurt a.M.
Aktenzeichen:	6 U 212/19
Entscheidungsdatum:	25.03.2021
ECLI:	ECLI:DE:OLGHE:2021:0325.6U212.19.00
Vorinstanz(en):	LG Frankfurt a.M., 04.09.2021 – 6 U 212/19
Bearbeiter:	Rechtsanwalt Thomas Ch. Gramespacher
Permanenter Link MIR-Dok.:	http://medien-internet-und-recht.de/volltext.php?mir_dok_id=3088

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 FRANKFURT a.M.
Im Namen des Volkes
URTEIL

In dem Rechtsstreit (...)

für Recht erkannt:

Auf die Berufung der Beklagten wird das Urteil der 8. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Frankfurt am Main vom 4.9.2019 teilweise abgeändert.

Die Klage wird auch abgewiesen, soweit das Gericht die Beklagte verurteilt hat, es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Whirlpools mit einer langjährigen Erfahrung mit der Formulierung: „Unsere jahrelange Erfahrung im Bereich der Whirlpools...“ und/oder „... unserer jahrelangen Erfahrung im Wellness-Bereich...“ zu werben und/oder werben zu lassen, wenn dies geschieht wie in der Anlage CF 8 wiedergegeben (Tenor I. 2. des angegriffenen Urteils).

Die Klage wird auch abgewiesen, soweit die Beklagte zur Zahlung eines Betrages verurteilt wurde, der 681,19 € nebst Zinsen in titulierter Höhe übersteigt.

Im Übrigen wird die Berufung zurückgewiesen.

Die Anschlussberufung wird zurückgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits erster Instanz hat die Klägerin zu 32%, die Beklagte zu 68% zu tragen.

Die Kosten des Berufungsverfahrens hat die Klägerin zu 23%, die Beklagte zu 77% zu tragen.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Die Beklagte kann die Vollstreckung der Klägerin durch Sicherheitsleistung in Höhe von 120.000,- € abwenden, wenn nicht die Klägerin vor der Vollstreckung in gleicher Höhe leistet.

Die Klägerin kann die Zwangsvollstreckung der Beklagten durch Sicherheitsleistung in Höhe von 120% des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 120% des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Gründe

I. Die Parteien vertreiben u.a. Whirlpools. Die Beklagte ist Inhaberin der Domain (a).de. Gegenstand dieser Klage sind ein von der Klägerin behaupteter Verstoß der Beklagten gegen ihre Impressumspflicht. Darüber hinaus rügt die Klägerin mehrere Angaben der Beklagten auf ihrer Internetseite als irreführend und beanstandet weiterhin eine Werbeanzeige der Beklagten in der Zeitschrift „b“.

Das Landgericht, auf dessen tatsächliche Feststellungen im angefochtenen Urteil Bezug genommen wird (§ 540 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 ZPO), hat der Klage teilweise stattgegeben.

Die Beklagte ficht das Urteil mit der vorliegenden Berufung an, soweit sie verurteilt wurde. Die Klägerin verfolgt im Wege der Anschlussberufung ihre erstinstanzlich erfolglos gebliebenen Anträge weiter. Eine erstinstanzlich von der Beklagten erhobene Widerklage hat das Landgericht rechtskräftig abgewiesen.

Die Beklagte beantragt,

das angefochtene Urteil abzuändern und die Klage abzuweisen.

Die Klägerin beantragt,

die Berufung der Beklagten zurückzuweisen.

Im Wege der Anschlussberufung beantragt die Klägerin,

I. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung von Ordnungsgeld bis zu 250.000,- €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten für jeden Fall der zu wieder Handlung zu unterlassen,

1. Im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Whirlpools mit einer allein - beziehungsweise Spitzenstellung mit der Formulierung

„... Europas größtem Spa - und Wellness - Anbieter...“

zu werben, insbesondere, wenn dies geschieht wie in der Anlage CF 5 wiedergegeben;

und/oder

2. im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Zusammenhang mit Whirlpools diese zu bewerben/bewerben zu lassen und/oder in den Verkehr zu bringen/in den Verkehr bringen zu lassen, soweit das entsprechende Whirlpoolmodell die grundlegenden Anforderungen des § 7 des Medizinproduktegesetzes nicht erfüllt und/oder für das entsprechende Whirlpoolmodell kein vorgeschriebenes Konformitätsbewertungsverfahren nach Maßgabe der Rechtsverordnung nach § 37 Abs. 1 MPG (hier: gemäß § 7 Abs. 4 MPV) durchgeführt worden ist, insbesondere indem der Nachweis der Übereinstimmung mit den grundlegenden Anforderungen keine klinische Bewertung gemäß Anhang X der Richtlinie 93/42/EWG umfasst, wenn dies geschieht, wie in Anlage CF 10 wiedergegeben;

II. die Beklagte weiter zu verurteilen, der Klägerin Auskunft darüber zu erteilen, in welchem Umfang sie die vorstehend in Ziffer I. bezeichneten Handlungen begangen hat, und zwar unter Angabe der Art, des Zeitpunktes und der Anzahl der Werbemaßnahmen;

III. festzustellen, dass die Beklagte verpflichtet ist, der Klägerin allen Schaden zu ersetzen, der dieser durch die vorstehend in Ziffer I. bezeichneten Handlungen entstanden ist und künftig noch entstehen wird;

IV. die Beklagte weiter zu verurteilen, an die Klägerin weitere 982,66 € nebst Zinsen in Höhe von 5 %-Punkten über dem Basiszinssatz seit dem 15.9.2018 zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Anschlussberufung zurückzuweisen.

II. A) Die Berufung der Beklagten ist zulässig und hat in der Sache teilweise Erfolg.

1. Der Unterlassungsantrag zu I. 1. ist begründet gemäß §§ 8 Abs. 1 und 3 Nr. 1, 3, 3a UWG i.V.m. § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG.

Mit diesem Antrag will die Klägerin es der Beklagten verbieten lassen, im Internet geschäftsmäßig Leistungen im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Whirlpools anzubieten oder Werbung für ihre Leistungen mit dem Vertrieb von Whirlpools zu machen und dabei im Impressum eine Firma anzugeben, die nicht existiert, wenn

dies geschieht, wie in Anlage CF 3 wiedergegeben. Dort ist noch die mittlerweile erloschene abc 1 GmbH & Co. KG genannt.

a) Hierin liegt ein Verstoß gegen § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG. Danach müssen Diensteanbieter ihren Namen und die Rechtsform angeben. Der Einwand der Beklagten, sie habe nicht gegen § 5 TMG verstoßen, da sie über die betreffende Webseite keine Whirlpools vertreibe und auch keine Werbung für solche Vertriebstätigkeiten mache, verfängt nicht. Diensteanbieter im Sinne von § 2 Abs. 1 Nr. 1 TMG ist jede Person, die Telemedien zur Nutzung bereithält. Nach der Rechtsprechung des Senats ist auch eine bloße Werbung für Waren auf Webseiten im Internet ohne unmittelbare Bestellmöglichkeit und sonstige Interaktionsmöglichkeiten als Teledienst anzusehen (OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 6.3.2007 - 6 U 115/06).

b) Bei der Bestimmung des § 5 Abs. 1 Nr. 1 TMG handelt es sich um eine Marktverhaltensregelung im Sinne von § 3a UWG (BFGH GRUR 2016, 957 - Mehrwertdienstenummer). Der Verstoß der Beklagten ist auch geeignet, die Interessen der Verbraucher spürbar im Sinne dieser Vorschrift zu beeinträchtigen. Nach der Rechtsprechung des Senats besteht an der Beachtung der Impressumspflicht ein nicht unerhebliches Allgemeininteresse, da der Rechtsverkehr auf diese Weise in die Lage versetzt wird, sich über die Identität eines gewerblichen Anbieters in elektronischen Medien Klarheit zu verschaffen (OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 23.10.2008 - 6 U 139/08).

2. Mit dem Unterlassungsantrag zu I. 2. verfolgt die Klägerin das Ziel, es der Beklagten untersagen zu lassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Whirlpools mit einer langjährigen Erfahrung mit der Formulierung „... unsere jahrelange Erfahrung im Bereich der Whirlpools...“ und/oder „... unsere jahrelange Erfahrung im Wellness-Bereich ...“ zu werben und/oder werden zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage CF 8 wiedergegeben.

Hintergrund dieser Beanstandung ist die Tatsache, dass die Beklagte erst am 23.7.2018 in das Handelsregister eingetragen worden ist. Gestützt ist der Unterlassungsanspruch auf §§ 3, 5 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 UWG. Insoweit hat die Berufung auch in der Sache Erfolg.

Die Antragsfassung ist bereits in sich nicht stimmig, weil im abstrakten Teil des Antrages von einer „langjährigen Erfahrung“ die Rede ist, während die Beklagte tatsächlich mit einer „jahrelangen Erfahrung“ geworben hat. Das ist kein Versehen der Klägerin. Die Klägerin steht auf den Standpunkt, dass „langjährig“ und „jahrelang“ synonym zu verwenden seien und bezieht sich insoweit auf die Onlineausgabe des Duden. Das Landgericht hat sich dem angeschlossen.

Diesem Sprachverständnis kann nicht beigetreten werden. „Langjährig“ umschreibt eine längere Zeitspanne als „jahrelang“. Von einer jahrelangen Dauer kann schon bei einer Dauer zwei Jahren gesprochen werden, langjährig bezeichnet dagegen eine lange Reihe von Jahren.

Der Duden besagt nichts anderes. Dort werden verschiedene Synonyme für langjährig angeboten, etwa auch stetig, treu, kontinuierlich. Diese Begrifflichkeiten mögen im Einzelfall synonym verwendet werden können, das bedeutet aber nicht, dass ihr Bedeutungsgehalt identisch wäre.

Da die Klägerin die Werbung der Beklagten auf eine unzulässige Weise interpretiert, ist der Antrag schon deshalb unbegründet.

Aber auch, wenn die Klägerin ihre Antragstellung insoweit korrigieren und das Wort langjährig durch das „jahrelang“ ersetzen würde, hätte der Antrag keinen Erfolg.

Entscheidend ist, ob der Verkehr die angegriffenen Aussagen ausschließlich zu der Beklagten in Bezug setzt. Dann wäre der Antrag jedenfalls zum Zeitpunkt der Klageerhebung im Dezember 2018, wenige Monate nach Eintragung der Beklagten im Handelsregister, begründet gewesen.

Der Hinweis auf Alter und Tradition eines Unternehmens suggeriert Kontinuität. Daher muss eine wirtschaftliche Fortdauer vorliegen. Das gegenwärtige Unternehmen muss trotz aller im Laufe der Zeit eingetretenen Änderungen noch mit dem früheren Unternehmen als wesensgleich angesehen werden können. Ist die wirtschaftliche Kontinuität gegeben, so ist es unerheblich, ob Inhaberwechsel, Rechtsnachfolger, Änderung des Firmennamens oder Rechtsform erfolgt sind. Allerdings können sich im Falle der Rechtsnachfolge Einschränkungen ergeben, etwa wenn der Erwerber das Unternehmen auflöst (Köhler/Bornkamm/Feddersen UWG, § 5 Rz 4.62, 4.65).

Dem Senat ist aus dem ebenfalls zwischen den hiesigen Parteien geführten Verfahren (...) bekannt, dass die Firma A1 GmbH und Co. KG im Juli 2018 erloschen ist und deren Kommanditanteile auf die hiesige Beklagte

übertragen worden sind; sodann ist die Komplementären der GmbH & Co. KG ausgeschieden. Die „handelnden Personen“ sind nach den Angaben der Beklagten gleichgeblieben. Dass jedenfalls die Geschäftsführerin der GmbH & Co. KG, Frau D, auch Geschäftsführerin der Beklagten ist, ergibt sich aus dem Passivrubrum. Es wäre daher an der Klägerin gewesen, Umstände vorzutragen, aus der sich die fehlende wirtschaftliche Kontinuität herleiten ließe, mit der Folge, dass der Tatbestand einer Irreführungsgefahr erfüllt wäre. Das hat die Klägerin nicht getan; sie argumentiert rein formal mit dem Gründungsdatum der Beklagten. Da die Beklagte eine Kontinuität bei den handelnden Personen behauptet hat, ist sie einer etwa bei ihr liegenden sekundären Darlegungslast nachgekommen.

Im Übrigen ist es aufgrund des Kontextes, in dem die angegriffenen Aussagen stehen, zweifelhaft, ob der Verkehr die behauptete jahrelange Erfahrung allein auf die Beklagte bezieht.

Auf Anlage CF 8 heißt es:

„A ist ein Tochterunternehmen der E GmbH - Europas größtem Spa- und Wellness-Anbieter mit Sitz im schwäbischen Stadt1. Unsere jahrelange Erfahrung im Bereich der Whirlpools hat gezeigt, ...“ und

„A ist das Ergebnis unserer jahrelangen Erfahrung im Wellness-Bereich ...“-

Der Verkehr wird also darauf aufmerksam gemacht, dass die Beklagte kein Einzelunternehmen ist, sondern Teil einer Unternehmensgruppe. Es liegt deshalb nahe, dass er die Behauptung der „jahrelangen Erfahrung“ auf die Unternehmensgruppe und nicht allein auf die Beklagte bezieht.

3. Mit dem Unterlassungsantrag zu I. 5. soll es der Beklagte verboten werden, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Zusammenhang mit Whirlpools mit dem Hinweis CE-geprüft zu werden und/oder erwerben zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage CF 10 wiedergegeben.

Insoweit hat die Berufung der Beklagten keinen Erfolg. Ein Unterlassungsanspruch gemäß §§ 3, 5 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 UWG ist gegeben. Nach der Rechtsprechung des Senates erweckt die Angabe CE-geprüft, unabhängig von der Frage einer Werbung mit Selbstverständlichkeiten, bei dem angesprochenen Verkehr den Eindruck, die beworbene Ware sei einer Überprüfung durch eine vom Hersteller unabhängige Stelle unterzogen. Dieser Eindruck ist jedoch unzutreffend, weil der Verwender mit dem CE-Zeichen lediglich selbst die Konformität eines Produkts mit den einschlägigen Vorschriften bestätigt (OLG Frankfurt am Main, Urteil vom 21.6.2012 - 6 U 24/11).

B) Die Anschlussberufung der Klägerin ist nur teilweise zulässig und im Übrigen unbegründet.

1. Die Anschlussberufung ist nur teilweise zulässig. Ausweislich ihrer Anschlussberufungsanträge hat die Klägerin uneingeschränkt Anschlussberufung eingelegt, soweit ihre Anträge erstinstanzlich keinen Erfolg hatten. Begründet hat sie ihre Anschlussberufung jedoch nur im Hinblick auf die abgewiesenen Unterlassungsanträge. Das führt dazu, dass ihre Anschlussberufung, soweit sie sich auf ihre auf Schadensersatzfeststellung und Auskunft gerichteten Anträge bezieht, unzulässig ist, da sie insoweit ihre Anschlussberufung entgegen §§ 524 Abs. 3, 520 Abs. 3 ZPO nicht begründet hat. Soweit sich ihre Anschlussberufung auf nicht zuerkannte Abmahnkosten bezieht, ergibt sich die Begründung aus der zu den Unterlassungsanträgen mit der Folge, dass die Anschlussberufung auch insoweit zulässig ist.

2. Soweit die Anschlussberufung zulässig ist, ist sie in der Sache nicht begründet.

a) Den Unterlassungsantrag zu I. 3. hat das Landgericht zu Recht abgewiesen. Die diesem Antrag verfolgt die Klägerin das Ziel, es der Beklagten verbieten zu lassen, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Whirlpools mit einer Allein- beziehungsweise Spitzenstellung mit der Formulierung „... Europas größtem Spa- und Wellness-Anbieter ...“ zu werben und/oder werben zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage CF 5 wiedergegeben.

Die Anspruchsgrundlage folgt insbesondere nicht aus §§ 8 Abs. 1 und 3, 3, 5 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 UWG.

Im Kontext lautet die Aussage:

„A ist ein Tochterunternehmen der E GmbH - Europas größtem Spa- und Wellness-Anbieter mit Sitz im schwäbischen Stadt1.“

Wie das Landgericht zutreffend entschieden hat, ist diese Aussage entgegen der Auffassung der Klägerin nicht so zu verstehen, dass die Beklagte sich einer Spitzenstellung berühmt; sie bezieht diese vielmehr auf

ihre Muttergesellschaft. Die Klägerin argumentiert, die Beklagte beziehe sich in diese Spitzenstellung mit ein, weil sie sich als Konzerngesellschaft präsentiere. Die Aussage der Beklagten werde deshalb vom relevanten Verkehrskreis dahingehend verstanden, dass sich diese, als ein Tochterunternehmen der E GmbH, ebenfalls die Angabe „Europas größter Spa- und Wellness-Anbieter“ zurechne und sich diese zu eigen mache. Es sei demzufolge für den durchschnittlich aufmerksamen Verbraucher nicht erkennbar, dass diese Angabe sich auf zwei unterschiedliche voneinander getrennt zu sehende Firmen beziehe.

Dem kann nicht gefolgt werden. Die Aussage ist - so wie sie formuliert ist - eindeutig auf die Muttergesellschaft bezogen. Ob sie insoweit zutreffend ist, kann, wie schon das Landgericht entschieden hat, dahinstehen, weil die Klägerin die Aussage unter diesem Gesichtspunkt (konsequenterweise) nicht angreift. Sie hat insbesondere keine Anhaltspunkte dafür vorgetragen, weswegen die Muttergesellschaft der Beklagten nicht Europas größter Spa- und Wellness-Anbieter sein sollte.

b) Mit dem Unterlassungsantrag zu I. 4. hat die Klägerin erstinstanzlich beantragt, es der Beklagten zu verbieten, im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken im Zusammenhang mit Saunen und Infrarotkabinen diese bewerben/bewerben zu lassen und/oder in den Verkehr zu bringen/in den Verkehr bringen zu lassen, soweit das entsprechende Modell die grundlegenden Anforderungen des § 7 Medizinproduktegesetz nicht erfüllt, wenn dies geschieht wie in der Anlage CF 10 wiedergegeben.

Die Werbung gemäß Anlage CF 10 bezieht sich allerdings ausschließlich auf Whirlpools. Mit dieser Begründung hat das Landgericht die Klage insoweit abgewiesen. Es ergibt sich jedoch bereits aus der Klageschrift, dass die Klägerin die Werbung bezogen auf Whirlpools angreifen will und es sich bei der Formulierung in den Anträgen um einen Schreibfehler handelt. Die Klägerin hat hierzu ausgeführt, sie habe diesen Antrag aus einer anderen Klageschrift kopiert. Zweitinstanzlich hat die Klägerin ihren Unterlassungsantrag korrigiert und auf Whirlpools bezogen. Hierin liegt keine Klageänderung, da die Klage angesichts des Inhalts der Klageschrift von Anfang an als auf Whirlpools bezogen zu verstehen war. Wollte man insoweit eine Klageänderung annehmen, wäre diese jedenfalls sachdienlich.

In der Sache hat der Antrag trotzdem keinen Erfolg.

Die Klägerin verfolgt mit diesem Antrag das Ziel eines Vertriebsverbots für die Whirlpools der Beklagten; sie beanstandet nicht etwa einzelne Aussagen als irreführend.

Die Anspruchsgrundlage kann nur aus §§ 8 Abs. 1 und 3, 3, 3a UWG i.V.m. § 7 MPG folgen. Voraussetzung ist, dass es sich bei den beworbenen Whirlpools der Beklagten um Medizinprodukte handelt.

Medizinprodukte sind gemäß § 3 Nr. 1 MPG unter anderem Vorrichtungen, die vom Hersteller zur Anwendung für Menschen mittels ihrer Funktionen zum Zwecke der Erkennung, Verhütung, Überwachung, Behandlung oder Linderung von Krankheiten zu dienen bestimmt sind. Die Einstufung als Medizinprodukt erfordert die Ausrichtung auf einen medizinischen Zweck (OLG Hamburg, Urteil vom 10.4.2002 - 5 U 63/01, juris Rn 11; OLG München, Urteil vom 22.11.2001 - 6 U 1859/01, juris Rn 45).

An einer solchen Ausrichtung fehlt es bei den von der Beklagten vertriebenen Whirlpools. Sie ergibt sich insbesondere nicht aus der beanstandeten Werbung. Die Beklagte bewirbt ihre Whirlpools mit einem „Mehr an Wellness und Gesundheit“. Aus folgender Passage in der Werbung will die Beklagte die Eigenschaft als Medizinprodukt herleiten:

„A bietet einen wahren Mehrwert für Ihre Gesundheit und Ihr Wohlbefinden. Features, die bei anderen Herstellern aufpreispflichtig sind, gehören bei uns zur Standard-Ausstattung.

Hydrooxygentherapie

Natürliche Tiefenreinigung und Hydratisierung

Gleichmäßige Wärme erzeugt einen Saunaeffekt, der den Kreislauf anregt

fördert eine tiefe Entspannung und erhöhten Serotoninspiegel durch das Einatmen negativer Ionen

liefert Sauerstoff für einen besseren Stoffwechsel der Haut

kann Krähenfüße sowie feine Linien und Falten glätten

aktiviert das Zellwachstum der Haut

kann Narben und Haut Fehler reduzieren

kann die Symptome von Ekzemen lindern

neutralisiert freie Radikale“

Mit alledem beschreibt die Beklagte einen Zusatznutzen, der mit der Nutzung ihrer Whirlpools verbunden ist. Daraus folgt jedoch nicht, dass die Whirlpools auf einen medizinischen Zweck ausgerichtet sind. Der Hauptzweck der Whirlpools, die die Beklagte vertreibt, liegt im Bereich Wellness und Entspannung. Mit den

gesundheitsbezogenen Angaben, die in der Werbung der Beklagten enthalten sind, soll erkennbar lediglich ein „Mehrwert für die Gesundheit“ beworben werden, ohne dass die Zweckbestimmung der Whirlpools dadurch auf ein medizinisches Gebiet verlagert würde. Der Whirlpool wird insbesondere nicht damit beworben, dass mit seiner Nutzung Krankheiten behandelt werden können.

Eine andere, hier aber nicht streitgegenständliche Frage ist es, ob die Whirlpools tatsächlich das leisten, was in der Werbung behauptet wird. Medizinprodukte sind es jedenfalls nicht.

Selbst wenn man aber in der angegriffenen Passage die Ausrichtung auf einen medizinischen Zweck sehen wollte, würde dies nur das „Feature“ betreffen, das eine Hydrooxygentherapie ermöglicht. Das wäre von der Klägerin darzulegen. Ihr schlechthin auf das Verbot des Vertriebs von Whirlpools gerichteter Antrag kann indes keinen Erfolg haben.

C) Der Anspruch auf Ersatz von Abmahnkosten ist in Höhe von 681,19 € begründet. Die Abmahnung hatte einen Gegenstandswert in Höhe von 105.000,- €. Auf den Unterlassungsantrag zu 1. entfallen dabei 5.000,- € und auf die Unterlassungsanträge zu 2. bis 5. jeweils 25.000,- €. Eine 1,3-Geschäftsgebühr aus 105.000,- € beträgt nach dem RVG (Fassung vom 1.8.2013) 1.953,90 €; einschließlich Auslagenpauschale und Mehrwertsteuer liegen die Kosten der Abmahnung bei 2.348,94 €. Begründet war die Abmahnung mit den Unterlassungsanträgen zu 1. und 5., mithin aus einem Gegenstandswert in Höhe von 30.000,- € - das sind 29 % von 105.000,- €. Demzufolge kann die Klägerin 681,19 € gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG a.F. ersetzt verlangen (zur Berechnung vgl. BGH, Urteil vom 10.10.2009, I ZR 149/07 - Sondernewsletter - juris Rn 52).

D) Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 92 Abs. 1, 708 Nr. 10, 711 ZPO.

Die Voraussetzungen für die Zulassung einer Revision (§ 543 Abs. 2 ZPO) liegen nicht vor.