

Aktenzeichen:  
21 O 121/23 KfH



Landgericht Heilbronn

## Im Namen des Volkes

### Urteil

In dem Rechtsstreit

**Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e.V.**, vertreten durch d. Vorsitzenden, Paulinenstraße 47, 70178 Stuttgart  
- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte [REDACTED]

gegen

**LIDL Dienstleistung GmbH & Co. KG**, vertreten durch d. persönl. haft. Gesellschafter, Bonfelder Str. 2, 74206 Bad Wimpfen  
- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte [REDACTED]

wegen Unterlassung

hat das Landgericht Heilbronn - 1. Kammer für Handelssachen - durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht [REDACTED] aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 19.03.2024 für Recht erkannt:

I.

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern in einem Werbeprospekt

ein Produkt als Käse („Weißkäse“) zu bezeichnen, obwohl bei dessen Herstellung das natürliche Milchfett durch Pflanzenfett ersetzt wurde, wenn dies geschieht wie aus Anlage K 2, Seite 2, ersichtlich.

II.

Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffern I. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken an den Geschäftsführern der Komplementär-GmbH der Beklagten, angedroht.

III.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

IV.

Die Kosten des Rechtsstreits werden gegeneinander aufgehoben.

V:

Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von EUR 10.000,00 vorläufig vollstreckbar.

Beschluss:

Der Streitwert wird auf EUR 44.000,00 festgesetzt.

## Tatbestand

Der Kläger macht wettbewerbliche Ansprüche geltend.

Der Kläger ist als qualifizierte Einrichtung klagebefugt gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG. Die Beklagte gehört zum bundesweit größten Lebensmittelkonzern Lidl und hat einen Werbeprospekt mit Gültigkeitszeitraum vom 31.07.2023 bis 05.08.2023 herausgegeben (Anlage K 2).

Der Kläger beanstandet die Werbung für das auf Seite 2 des Prospekts abgebildete Produkt „Ömür Böreklik Weißkäse“:



Das Produkt ist nach der – bezogen auf die Angaben zum Inhalt unstreitig zutreffenden – Herstellerbeschreibung (Anlage K 3) eine „Lebensmittelzubereitung aus Magermilch und Palmöl mit einer herrlich cremigen Konsistenz. Der Combi-Artikel ist ebenfalls ein Kuhmilchprodukt, nur wird bei der Herstellung zusätzlich das Milchfett durch Pflanzenfett ersetzt.“

Zum hochgestellten Hinweissternchen („\*“) findet sich auf Seite 5 des Prospekts am unteren Seitenrand folgende Erläuterung:

\*Dieser Artikel kann aufgrund begrenzter Vorratsmenge bereits im Laufe des ersten Angebotstages ausverkauft sein. Alle Preise ohne Deko. Für Druckfehler keine Haftung. <sup>4)</sup>Angebot ausschließlich für Nutzer der Lidl Plus App. Es gelten die Couponbedingungen in der Lidl Plus App. Mehr Infos unter [lidlplus.de](https://www.lidlplus.de) <sup>5)</sup>Preisvorteil gegenüber dem Preis einer Standardverpackung

Der Kläger sieht in der Bezeichnung des Produkts als „Weißkäse“ eine Verbrauchertäuschung:

Werde einem Verbraucher ein Käse angeboten, so rechne er damit, dass dieses Produkt in Gänze aus tierischen Inhaltsstoffen bestehe. Umgekehrt gebe es Verbraucher, die Produkte aus Palmöl wegen der insoweit problematischen Agrarkultur ablehnten.

Aus der Werbung gehe ferner nicht hinreichend hervor, dass die Warenbevorratung bezogen auf das fragliche Produkt beschränkt sei. Das werde namentlich nicht durch den „Sternchenhinweis“ deutlich. Der Verbraucher rechne weitab von der Werbung für das Produkt, nämlich mehrere Seiten entfernt, nicht mehr mit einem entsprechenden Hinweis. Daher werde der Verbraucher den Hinweistext regelmäßig nicht (mehr) zur Kenntnis nehmen bzw. nicht mit dem streitgegenständlichen Angebot auf Seite 2 des Prospekts in Verbindung bringen. Eine Auflösung erwarte er auf derselben oder allenfalls auf der nächsten Seite einer Doppelseite, also gleichsam „auf einen Blick“. Hingegen erwarte er nicht, dass es ihm vom Werbetreibenden zugemutet werde, im Prospekt nach einem Auflösungstext zu „suchen“.

Der Kläger verlangt schließlich Ersatz der Abmahnkosten in Höhe von EUR 243,51 brutto.

Der Kläger hat mit Schreiben vom 04.09.2023 (Anlage K 4) die Beklagte abmahnen und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auffordern lassen. Die Beklagte hat mit Schreiben vom 10.10.2023 (Anlage K 5) die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung zur Produktbezeichnung unter der Bedingung in Aussicht gestellt, dass „damit der Rechtsstreit bzw. die Abmahnung vom 4. September 2023 insgesamt erledigt ist und nicht zusätzlich noch ein Gerichtsverfahren im Hinblick auf den Sternchenhinweis geführt werden muss.“, was der Kläger mit E-Mail-Nachrichten vom 13.10.2023 und vom 25.10.2023 (Anlage K 6) abgelehnt hat.

Der Kläger trägt vor, in Bezug auf Antrag Ziffer I. ergebe sich der Anspruch aus §§ 8, 3, 3a UWG i.V.m. Art. 78 Abs. 2 VO (EU) Nr. 1308/2013, Art. 7 Abs. 1 lit. a), Abs. 4 VO (EU) 2011/1169 („LMIV“) bzw. gegen § 1 KäseVO bzw. aus §§ 8, 3, 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG und hinsichtlich Unterlassungsantrag aus §§ 8, 3, 5a Abs. 1, Abs. 2 UWG. Die Werbung sei irreführend. Gemäß Art. 78 Abs. 2 VO (EU) Nr. 1308/2013 dürften die in Anhang VII der Verordnung aufgelisteten Begriffsbestimmungen ausschließlich für Erzeugnisse verwendet werden, die den in Anhang VII genannten Anforderungen genügen. Die Bezeichnung „Käse“ sei gemäß Anhang VII Teil III Ziffer 2 Satz 2 lit. a) viii) VO (EU) Nr. 1308/2013 ausschließlich „Milcherzeugnissen“ vorbehalten. Milcherzeugnisse wiederum definiere die VO (EU) Nr. 1308/2013 in ihrem Anhang VII Teil III Ziffer 2 Satz 1 als „ausschließlich aus Milch gewonnene Erzeugnisse, wobei jedoch für die Herstellung erforderliche Stoffe zugesetzt werden können, sofern diese nicht verwendet werden, um einen der Milchbestandteile vollständig oder teilweise zu ersetzen.“ Das aber sei hier der Fall, indem ein natürlicher Bestandteil der Milch, namentlich das Milchfett, durch Pflanzenfett ersetzt worden sei. Bei den le-

bensmittelrechtlichen Kennzeichnungsvorschriften handele es sich um Marktverhaltensregelungen zum Schutz der Verbraucher. Darüber hinaus sei die Werbung irreführend i.S.v. § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG, da mit dem Begriff „Weißkäse“ Eigenschaften suggeriert werden (tierische Inhaltsstoffe), die das Produkt nicht aufweise.

In Bezug auf den Antrag Ziffer I. 2. verstoße die Beklagte gegen §§ 3, 5a Abs. 1, Abs. 2 UWG. Die Art und Weise der Hinweiserteilung sei irreführend. Nach der Rechtsprechung des BGH (BGH, Urteil vom 17.09.2015, Az.: I ZR 92/14) müsse dem Verbraucher die Einschränkung der Verfügbarkeit eines Angebots stets hinreichend transparent vor Augen geführt werden, was vorliegend nicht der Fall sei. Grundsätzlich gehe der Verbraucher davon aus, dass eine in einem Werbeprospekt der Beklagten beworbene Ware in den einzelnen LIDL-Filialen auch vorhanden sei, was infolge des begrenzten Vorrats nicht den Tatsachen entspreche. Würde entgegen der Ankündigung, dass die vorgehaltene Menge an Waren voraussichtlich nicht der Nachfrage standhalte, sehr wohl eine ausreichende Warenmenge vorhanden sein, so würde es sich um eine unzulässige Lockwerbung mit einer wahrheitswidrig behaupteten Angebotsknappheit handeln. Denn ein Verbraucher werde umso eher von einem Angebot Gebrauch machen wollen, je mehr er der (irrigen) Meinung sei, das Warenangebot sei knapp, weshalb er sich mit einem Kauf beeilen müsse.

Die Pflicht zur Zahlung der Abmahnpauschale (Klageantrag Ziffer III.) folge aus § 13 Abs. 3 UWG, nachdem die Abmahnung begründet sei. Die Höhe entspreche dabei dem durchschnittlichen Personalkostenaufwand, wie in der Abmahnung auf Seiten 4 dargelegt sei. Sie mache diejenigen Kosten geltend, die ihr aufgrund einer mit uns getroffenen Pauschalvergütungsvereinbarung wegen des Ausspruchs dieser Abmahnung in jedem Fall entstanden seien. Mit im Termin vom 19.03.2024 (Bl. 90 d.A.) nachgelassenem Schriftsatz vom 02.04.2024 hat der Kläger geltend gemacht, die Abmahnpauschale entspreche dem durchschnittlichen Personalkostenaufwand, der bei eigens verfassten Abmahnungen für einen Referenten mit Stundenlohn nach TV-L: € 44,20 bei Ansatz von 3 Stunden bzw. für eine Sachbearbeiterin mit Stundenlohn nach TV-L: € 25,91 bei Ansatz von 1,75 Stunden und Personalgemeinkosten von 15% = € 26,69 anfalle. Insgesamt belaufe sich damit der durchschnittliche Mindestaufwand pro Abmahnung auf € 204,63 netto, mithin auf € 243,51 brutto.

Der Kläger beantragt:

I.

Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern in einem Werbeprospekt

1.

ein Produkt als Käse („Weißkäse“) zu bezeichnen, obwohl bei dessen Herstellung das natürliche Milchfett durch Pflanzenfett ersetzt wurde,

wenn dies geschieht wie aus Anlage K 2, Seite 2, ersichtlich (rote Umrahmung durch uns);

und/oder

2.

für ein Lebensmittelprodukt (Weißkäse) zu werben, das nach der Darstellung der Beklagten in einzelnen Filialen nur eingeschränkt verfügbar sein soll, wenn auf diese eingeschränkte Verfügbarkeit durch ein Hinweissternchen in Verbindung mit einem Hinweistext hingewiesen wird und sich der Hinweistext nicht auf derselben Seite oder der nachfolgenden Seite befindet wie das Hinweissternchen selbst,

wenn dies geschieht wie aus Anlage K 2, Seiten 2 und 5, ersichtlich (rote Umrahmung durch uns).

II.

Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffern I. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken an den Geschäftsführern der Komplementär-GmbH der Beklagten, angedroht.

III.

Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 243,51 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hinaus seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte bringt zum Antrag Ziffer I. vor, der Durchschnittsverbraucher werde durch die Benennung des Produkts nicht irreführt. Da „Böreklik“ bei der Herstellung von Börek nur für die Füllung verwendet werde, sei die genaue Zusammensetzung des Produkts nach der türkischen Tradition zweitrangig. Dem hier angesprochenen türkischsprachigen Verkehrskreis sei bekannt, dass „Böreklik“ nicht nur aus Milch hergestellt werde. Dem Verbraucher sei bewusst, dass in Käse-Produkten auch andere Inhaltsstoffe enthalten seien. So hätten sich beispielsweise Käsesorten mit beigefügten Kräutern oder Chili sowie Analogkäse am Markt längst durchgesetzt und etabliert. Auch Kultprodukte wie Schmelzkäseecken bestünden nicht ausschließlich aus Käse und seien beim Verbraucher dennoch beliebt und allgemein bekannt. Unzutreffend sei auch die kläge-

rische Behauptung, Verbraucher lehnten Produkte aus Palmöl wegen ihrer angeblich problematischen Agrarkultur ab.

Auch Klageantrag Ziffer I.2. sei mangels Schlüssigkeit unbegründet. Der Kläger verfolge in der Sache einen Kontrollanspruch losgelöst davon, ob die Information wesentlich im Sinne des klaren Wortlauts des § 5a Abs. 1 UWG sei. Dem Kunden werde durch die beanstandete Platzierung des „Sternchenhinweises“ keine wesentliche Information vorenthalten. Informationen über die Warenverfügbarkeit seien nur dann wesentlich, wenn die Warenverfügbarkeit auch (unstreitig oder nachweislich) beschränkt sei. Der Kläger trage indes nicht zu einer beschränkten Vorratsmenge des Produkts oder einer mengenmäßigen Beschränkung des beworbenen Angebotspreises vor. Nach ihrer Kenntnis sei das Produkt in allen Lidl-Supermärkten in ausreichender Menge vorhanden und für angemessenen Vorrat war selbstverständlich gesorgt gewesen. Ferner nehme der Durchschnittsverbraucher den „Sternchenhinweis“ gut wahr und ordne ihn auch der streitgegenständlichen Werbung zu.

Schließlich sei auch der Klageantrag Ziffer III. unbegründet. Zum einen fehle es bereits an einer berechtigten Abmahnung, denn der geltend gemachte Unterlassungsanspruch bestehe nicht. Zum andern sei die Klage auch insoweit unsubstantiiert. Für den Kläger komme allenfalls der Ersatz der Personal- und Sachkosten in Form einer Kostenpauschale in Betracht. Um diese geltend zu machen, würde die Klägerin in der Klageschrift die Parameter offenlegen müssen, welche der Pauschalisierung zugrunde lägen, um sie einer Prüfung zugänglich zu machen (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, UWG § 13 Rn. 132). Hieran fehle es ebenso wie an einem Verweis auf eine konkrete Anlage. Die Beklagte hat mit Schriftsatz vom 10.04.2024 weitergehenden Vortrag gehalten: Sie rüge die Verspätung des Vorbringens und bestreite die Ansätze zu den Abmahnkosten im Schriftsatz vom 02.04.2024. Der Vortrag sei nicht relevant, da es sich um eine anwaltliche Abmahnung gehandelt habe. Schließlich gehörten die Existenz eines Verbandes und für die Erreichung des Satzungszwecks erforderlichen Mittel nicht zu den erstattungsfähigen Ausgaben, sondern lediglich die für die Abmahntätigkeit erforderliche zusätzliche Ausstattung. Personalgemeinkosten, also die Kosten, die für seine personelle Existenz anfielen, könne der Kläger gerade nicht geltend machen.

Wegen des weitergehenden Sachvortrags wird auf die Schriftsätze Bezug genommen.

## Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist teilweise begründet.

1.

Der Anspruch gem. Klageantrag Ziffer I. 1. ergibt sich aus §§ 8 Abs. 2, 3 Nr. 3, 3, 3a UWG iVm Anhang VII Teil III Ziffer 2 Satz 1, 2 lit. a) viii) VO (EU) Nr. 1308/2013. Demnach darf als „Käse“ nur ein Produkt benannt werden, das aus Milch hergestellt wird, ggf. mit Zusätzen, die aber die Milch nicht ersetzen dürfen, wie es vorliegend unstreitig der Fall ist. Die EU-Vorschrift ist auch Verbraucherschützend. Das Gericht verweist nochmals auf das bereits in Bezug genommene Urteil der Kammer vom 20.12.2018 – 21 O 34/18 KfH – zum Parallelfall der Verwendung des Begriffs „Butter“ für ein pflanzliches Erzeugnis. Die Auffassung wird auch nach erneuter Prüfung für zutreffend erachtet. Sie wird auch von anderen Gerichten vertreten (vgl. OLG Celle, Hinweisbeschluss vom 06.08.2019 – 13 U 35/19, – in dem zwar ein Verstoß verneint wird, dies aber nur, weil die dort beurteilte Werbung eine Abgrenzung zu „Käse“ beinhaltet hat, sowie LG Konstanz, Urteil vom 22.06.2017 – 7 O 25/16 KfH –). Das Verbot gilt auch für eine Produktbezeichnung in Gestalt eines zusammengesetzten Wortes wie vorliegend „Weißkäse“, da die Benennung als „Käse“ nicht in Fortfall gerät und nur eine bestimmte Sorte oder Gattung von Käse definiert wird. Auf ein abweichendes Verkehrsverständnis kommt es daher nicht an, abgesehen davon, dass sich die Werbung nicht allein an den „türkischsprachigen Verkehrskreis“ richtet, sondern zweifellos alle Verbraucher gleichermaßen ansprechen soll.

2.

Die Klage ist hinsichtlich des Klageantrages Ziffer I. 2. nicht begründet. Der Kläger hat gegen die Beklagte keinen Anspruch auf Unterlassung §§ 8, 3, 5a Abs. 1, Abs. 2 UWG. Offenbleiben kann, ob die Information des Kunden zur Bedeutung des „Sternchenhinweises“ die notwendige Aufklärung darstelle für den Fall, dass zumindest gleichwertige Waren für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zu dem genannten Preis bereitgestellt seien. Hierauf kommt es nicht an, weil der Verbraucher die Information nicht benötigt, um eine Kaufentscheidung zu treffen, weil es an der hinreichenden Darlegung eines Mangelfalles fehlt.

a.

Der Entscheidung ist nach Würdigung des Sach- und Streitstandes in tatsächlicher Hinsicht zugrunde zu legen, dass keine Hinweise darauf bestehen, das beworbene Produkt sei in einem Markt von LIDL vor Ablauf des zweiten Gültigkeitstages des Prospekts nicht mehr erhältlich gewesen. Der Kläger hat keine konkrete Behauptung zu im vorgenannten Sinne ungenügenden Bevorratungsmengen oder Verfügbarkeitsdefiziten in bestimmten Märkten aufgestellt. Nach den Grundsätzen des Wechselspiels von Kläger- und Beklagtenvortrag (vgl. BGH, Urteil vom 22.07.2021 – I ZR 123/20 –, juris-Rn. 22; OLG Stuttgart, Urteil vom 12.04.2022 – 1 U 205/18 –, juris-Rn. 42) obläge es zunächst dem Kläger, hierzu substantiierte Behauptungen aufzustellen. Entgegen der Ansicht des Klägers ist die Beklagte auf unspezifischen Vortrag hin auch gem. § 138 Abs. 3, 4 ZPO nicht verpflichtet, zu der Bevorratung und zum Absatz in den Märkten näher vorzutragen. Hierzu bedarf es auch keines weitergehenden Hinweises. Zu den Erfordernissen hat das Gericht gem. Verfügung vom 21.02.2024 (Bl. 66 d.A.) einen Hinweis erteilt, ohne dass der Kläger weitergehenden Vortrag gehalten haben würde.

b.

Voraussetzung für die Einordnung einer Information als „wesentlich“ ist nach der zutreffenden Zusammenfassung bei Köhler/Bornkamm/Feddersen/Feddersen, 42. Aufl. 2024, UWG § 5a Rn. 2.12:

Mit der Rspr. des BGH ist davon auszugehen, dass eine Information nicht schon dann wesentlich ist, weil sie für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers möglicherweise von Bedeutung sein kann, sondern nur dann, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann und ihr für die vom Verbraucher zu treffende geschäftliche Entscheidung erhebliches Gewicht zukommt (BGH WRP 2016, 1221 Rn. 31 – LGA tested; WRP 2017, 303 Rn. 17 – Entertain; GRUR 2017, 1265 Rn. 19 – Preisportal; WRP 2021, 895 Rn. 13 mAnm Franz = GRUR 2021, 979 Rn. 13 – Testsiegel auf Produktabbildung mAnm. Fritzsche; MüKoUWG/Alexander Rn. 215). Die Information muss einerseits ein solches Gewicht haben, dass sie für die Entscheidung des durchschnittlichen Verbrauchers voraussichtlich und für den Unternehmer erkennbar von maßgebender Bedeutung ist (BGH WRP 2016, 1221 Rn. 46 – LGA tested). Andererseits soll der Unternehmer durch die Informationspflicht nicht unzumutbar belastet werden. Dies gebietet der Grundsatz der Verhältnismäßigkeit (ErwGr. 6 S. 2 UGP-RL; OLG Köln WRP 2020, 234 Rn. 53). Was wesentlich iSv Art. 7 I UGP-RL und damit auch von § 5a I ist, steht, von den verbindlichen Festlegungen in Art. 7 IV und V UGP-RL abgesehen, nicht von vornherein fest, sondern hängt von einer Interessenabwägung unter Berücksichtigung der Umstände des konkreten Falls ab.

Das Gericht hat zu den konkreten Anforderungen einer „Sternchen-Werbung“ nach der Rechtsprechung des BGH bereits auf das Urteil vom 10.02.2011 – I ZR 183/09 –, hingewiesen, in dem es heißt (juris-Rn. 26):

Die der Bestimmung der Nr. 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG 2008 zugrunde liegende Regelerwartung, dass eine einschränkungslos angebotene Ware in sämtlichen in die Werbung einbezogenen Filialen in ausreichender Menge erworben werden kann, kann nur dadurch ausgeräumt werden, dass sie durch einen aufklärenden Hinweis wirksam neutralisiert wird (Fezer/Peifer aaO Anhang UWG Nr. 5 Rn. 17 f. mwN). Ein solcher aufklärender Hinweis muss daher klar formuliert, leicht lesbar und gut erkennbar sein (Fezer/Peifer aaO Rn. 18).

Ferner führt der BGH im ebenfalls bereits angeführten Urteil vom 17.09.2015 – I ZR 92/14 – zum Leitsatz über eine „verbotene Irreführung über die unzureichende Bevorratung“ aus (juris-Rn. 20):

Nach Nr. 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG, durch die Nr. 5 des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken umgesetzt worden ist, stellt es eine stets irreführende geschäftliche Handlung dar, wenn ein Unternehmer zum Kauf von Waren auffordert (§ 5a Abs. 3 UWG), ohne darüber aufzuklären, dass er hinreichende Gründe hat anzunehmen, er werde nicht in der Lage sein, diese oder gleichwertige Waren oder Dienstleistungen für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zu dem genannten Preis bereitzustellen oder bereitstellen zu lassen. Nach dieser Vorschrift ist nicht die unzulängliche Bevorratung der beworbenen Ware, sondern die unzureichende Aufklärung über eine unzulängliche Bevorratung zu beanstanden. Dies entspricht der Sache nach der Regelung in § 5 Abs. 5 Satz 1 UWG 2004. Nach dieser Vorschrift stellte es eine irreführende Werbung dar, wenn für eine Ware geworben wurde, die nicht in angemessener Menge zur Befriedigung der zu erwartenden Nachfrage vorgehalten war (vgl. BGH, Urteil vom 10. Februar 2011 - I ZR 183/09, GRUR 2011, 340 Rn. 21 = WRP 2011, 459 - Irische Butter; Urteil vom 15. März 2012 - I ZR 128/10, GRUR-RR 2012, 475 Rn. 20). Die der Bestimmung der Nr. 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG 2008 zugrundeliegende Regelerwartung, dass eine einschränkungslos angebotene Ware in sämtlichen in die Werbung einbezogenen Filialen in ausreichender Menge erworben werden kann, kann nur dadurch ausgeräumt werden, dass sie durch einen aufklärenden Hinweis wirksam neutralisiert wird, der daher klar formuliert, leicht lesbar und gut erkennbar sein muss (BGH GRUR 2011, 340 Rn. 26 - Irische Butter; Fezer/Peifer, UWG, 2. Aufl., Anhang UWG Nr. 5 Rn. 17 f. mwN). Maßgeblich ist insoweit das Verständnis des durchschnittlich informierten, verständigen und situationsadäquat aufmerksamen Durchschnittsverbrauchers (BGH, Urteil vom 24. Oktober 2002 - I ZR 50/00, GRUR 2003, 163, 164 = WRP 2003, 273 - Computerwerbung II; Bornkamm in Köhler/Bornkamm, UWG, 33. Aufl., § 5 Rn. 8.7).

Demnach kommt es auf die Erwartung einer Mangellage an, wie das OLG Stuttgart in seinem Urteil vom 13.03.2014 – 2 U 90/13 –, juris-Rn. 43, formuliert:

Nach Nummer 5 des Anhangs zu § 3 Abs. 3 UWG, durch die Nummer 5 des Anhangs I der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken umgesetzt worden ist, stellt es eine stets irreführende geschäftliche Handlung dar, wenn ein Unternehmer zum Kauf von Waren auffordert (§ 5a Abs. 3 UWG), ohne darüber aufzuklären, dass er hinreichende

Gründe hat anzunehmen, er werde nicht in der Lage sein, diese oder gleichwertige Waren oder Dienstleistungen für einen angemessenen Zeitraum in angemessener Menge zu dem genannten Preis bereitzustellen oder bereitstellen zu lassen. Nach dieser Vorschrift ist nicht die unzulängliche Bevorratung der beworbenen Ware, sondern die unzureichende Aufklärung über eine unzulängliche Bevorratung zu beanstanden. Dies entspricht der Sache nach der Regelung in § 5 Abs. 5 Satz 1 UWG 2004. Denn nach dieser Vorschrift stellte es eine irreführende Werbung dar, wenn für eine Ware geworben wurde, die nicht in angemessener Menge zur Befriedigung der zu erwartenden Nachfrage vorgehalten war (vgl. BGH, Urteil vom 10. Februar 2011 - I ZR 183/09, GRUR 2011, 340, Rn. 18 = WRP 2011, 459 - Irische Butter). Darf der Unternehmer hingegen erwarten, dass der angeschaffte Vorrat für zwei Verkaufstage ausreichen würde, so ist ein Warnhinweis überhaupt nicht geboten.

c.

Hiervon ausgehend erkennt das Gericht vorliegend keine Hinweispflichtverletzung der Beklagten.

aa.

Die Hinweispflicht steht in unmittelbarem Zusammenhang mit (mindestens) der Gefahr einer Mangelbevorratung. Von einer solchen ist – wie oben ausgeführt – nicht auszugehen. Für den Verbraucher, der damit nicht in die Gefahr gerät, einen LIDL-Markt wegen des fraglichen Produkts irrtümlich vergeblich aufzusuchen, was mit dem Hinweis bezweckt wird, ist die mangelnde Information über eine gar nicht gegebene Verknappung ohne Belang.

bb.

Entgegen der Auffassung des Klägers handelt es sich auch nicht um eine unzulässige Lockwerbung wegen einer scheinbaren Verknappung, die einen besonderen Kaufanreiz bewirke. Abgesehen davon, dass dieselbe Werbung schwerlich gleichzeitig ein „zu wenig“ und ein „zu viel“ an Information beinhalten kann (entweder der Verbraucher nimmt die Information wahr und ordnet sie als Hinweis auf eine Verknappung ein oder nicht), ist aus Verbrauchersicht der „Sternchenhinweis“ nicht als Werbeaussage zu verstehen, die Verknappung sei konkret zu befürchten. Der Verbraucher kennt aus der Erfahrung der vielfachen Verwendung der Formulierung durch zahlreiche Anbieter seit vielen Jahren den Hinweis und dessen Bedeutung, nämlich letztlich „pro forma“ die „Freizeichnung“ für den Fall der Angebotsverknappung vom Vorwurf der irreführenden Werbung zu bewirken. Dass tatsächlich eine Verknappung in dem eingangs als relevant aufgeführten Umfang zu befürchten sei, ist aus der Verbrauchersicht nicht anzunehmen.

3.

Die Klage ist hinsichtlich des Klageantrages Ziffer III. ebenfalls nicht begründet. Der Kläger hat gegen die Beklagte keinen Anspruch auf Erstattung von Abmahnkosten aus § 13 Abs. 3 UWG. Zwar würde der Anspruch auch bei einer nur teilweise berechtigten Abmahnung bestehen, also vorliegend selbst in Ansehung dessen, dass nur einer der beiden Ansprüche tatsächlich begründet ist, weil es sich um eine Verbandsabmahnung handelt (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Bornkamm/Feddersen, 42. Aufl. 2024, UWG § 13 Rn. 122). Indes fehlt es an der schlüssigen im Sinne der nachvollziehbaren (BGH, Urteil vom 04.07.2019 – I ZR 149/18 –, juris-Rn. 49) Darlegung der Tatsachen, dass die Pauschale lediglich ihre Kosten decke. Insofern mangelt es dem Gericht selbst an Schätzgrundlagen als Voraussetzung für die Anwendung des § 287 ZPO. Es mag sein, dass – worauf der Kläger bereits in der Klageschrift unter Bezugnahme auf das Abmahnschreiben vom 04.09.2023 (Anlage K 4) abgehoben hat – für einen Referenten mit Stundenlohn nach TV-L: EUR 44,20 bei Ansatz von 3 Stunden bzw. für eine Sachbearbeiterin mit Stundenlohn nach TV-L: EUR 25,91 bei Ansatz von 1,75 Stunden und Personalgemeinkosten von 15% = EUR 26,69 anfallen. Die Abmahnung aber ist nicht durch einen Bediensteten des Klägers verfasst, sondern durch die Klägervertreter. Dass folglich für die Abmahntätigkeit beim Kläger überhaupt Aufwand entstanden ist, ist nicht gesichert, zumal die Vereinbarungen im Innenverhältnis zwischen der Klägerin und den Klägervertretern vielgestaltig sein können, jedenfalls nicht zwingend beim Kläger der geltend gemachte Aufwand auch nur annähernd entstanden sein muss.

4.

Die Kostenentscheidung beruht auf der Anwendung der § 92 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit hat ihre Rechtsgrundlage in § 709 ZPO.

#### **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 Heilbronn  
Wilhelmstraße 8  
74072 Heilbronn

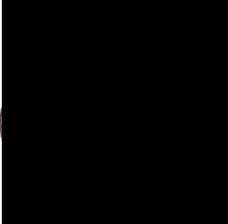
einzulegen.

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 eingelegt werden. Eine Einlegung per E-Mail ist nicht zulässig. Wie Sie bei Gericht elektronisch einreichen können, wird auf [www.ejustice-bw.de](http://www.ejustice-bw.de) beschrieben.

Schriftlich einzureichende Anträge und Erklärungen, die durch einen Rechtsanwalt, durch eine Behörde oder durch eine juristische Person des öffentlichen Rechts einschließlich der von ihr zu Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben gebildeten Zusammenschlüsse eingereicht werden, sind als elektronisches Dokument zu übermitteln. Ist dies aus technischen Gründen vorübergehend nicht möglich, bleibt die Übermittlung nach den allgemeinen Vorschriften zulässig. Die vorübergehende Unmöglichkeit ist bei der Ersatzeinreichung oder unverzüglich danach glaubhaft zu machen; auf Anforderung ist ein elektronisches Dokument nachzureichen.



ichter am Landgericht