

Oberlandesgericht München

Az.: 6 U 6599/20
1 HK O 701/20 LG Kempten (Allgäu)



In dem Rechtsstreit

Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V., vertreten durch d.
Vorstand Philipp Butzbach u.a., Hohenzollernring 12, 50672 Köln
- Kläger und Berufungsbeklagter -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **Anwaltskanzlei Zain**, Am Römerturm 1, 50667 Köln, Gz.: 123-20-01

gegen

erlässt das Oberlandesgericht München - 6. Zivilsenat - durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht Retzer, den Richter am Oberlandesgericht Lehner und die Richterin am Oberlandesgericht Dr. Ruhwinkel am 16.02.2021 folgenden

Hinweisbeschluss:

1. Der Senat beabsichtigt, die Berufung der Beklagten gegen das Endurteil des Landgerichts Kempten vom 29.10.2020, Az.:1 HKO 701/20, gemäß § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen, weil er einstimmig der Auffassung ist, dass die Berufung offensichtlich keine Aussicht auf Erfolg hat, der Rechtssache auch keine grundsätzliche Bedeutung zukommt und weder die Fortbildung des Rechts noch die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des

Berufungsgerichts erfordert. Auch die Durchführung einer mündlichen Verhandlung über die Berufung ist nicht geboten.

2. Hierzu besteht Gelegenheit zur Stellungnahme **innen zwei Wochen** nach Zustellung dieses Beschlusses.

Gründe:

I.

Der Kläger begehrt von der Beklagten die Unterlassung seiner Auffassung nach unlauterer Werbeaussagen sowie die Erstattung von Abmahnkosten.

Der Kläger ist ein eingetragener Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs. Die Beklagte vertreibt bundesweit über das Internet ein Hand- und Flächendesinfektionsmittel unter der Bezeichnung „ “ das sie Ende März 2020 im Kölner Raum in dem Werbeblatt „EINKAUFAKTUELL“ beworben hatte, wie aus Anlage 4 ersichtlich.

Das Landgericht hat die Beklagte mit dem angefochtenen Endurteil antragsgemäß verurteilt,

es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, wie im Urteilstenor und in der Anlage 4 (letzte Seite) wiedergegeben, gegenüber Verbrauchern

a)
mit dem Hinweis „im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet!“

und/oder

„Dermatest sehr gut“

zu werben

und/oder

b)
zu werben, ohne den Namen und die Anschrift des Anbieters mitzuteilen.

Weiterhin hat das Landgericht die Beklagte verurteilt, an den Kläger 220,15 EUR nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit 08.06.2020 zu zahlen.

Zur Begründung hat das Landgericht ausgeführt, der nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG klagebefugte Kläger habe gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2 i.V.m. §§ 3, 5 a UWG, sowie einen Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten aus § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG (a.F.). Die von der Beklagten verwendete Werbeaussage „Im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet!“ sei als unlauter anzusehen, da sie keinen Hinweis auf eine Veröffentlichung enthalte, anhand derer sich der Verbraucher über das Prüfverfahren informieren könne. Es handele sich bei dieser Angabe zwar nicht um ein Prüfzeichen, jedoch sei hiermit die gleiche Wirkung verbunden, denn es könne nicht darauf ankommen, ob die Aussage durch ein Zeichen oder in Textform getroffen werde, sodass die gegenständliche Werbeaussage die gleichen Anforderungen erfüllen müsse, wie ein Prüfzeichen. Nicht nur bei der Werbung mit einem Testergebnis, sondern auch bei der Werbung mit einem Prüfzeichen oder Gütesiegel oder ähnlichen Bezeichnungen, die sich auf die Produktqualität und/oder -sicherheit bezögen, sei zu fordern, dass der Werbende eine leicht auffindbare Fundstelle angeben müsse, unter der sich der Verbraucher über die angewandten Prüfkriterien, insbesondere auch die Prüfungsbreite und -tiefe, informieren könne. Denn der Verbraucher erwarte, dass ein mit einem solchen Zeichen versehenes Produkt von einer neutralen und fachkundigen Stelle auf die Erfüllung von Mindestkriterien anhand objektiver Kriterien geprüft worden sei und bestimmte, von ihm für die Güte und Brauchbarkeit als wesentlich angesehene Eigenschaften aufweise, und wolle dies anhand einer Fundstellenangabe überprüfen können. Da die Beklagte mit der vorgenannten Angabe geworben habe, ohne dem Verbraucher die Prüfkriterien oder zumindest eine Fundstelle mitzuteilen, habe sie dem Verbraucher wesentliche Informationen gemäß § 5 a Abs. 2 UWG vorenthalten. Der Auffassung der Beklagten, dass die Aussage selbst bereits die erforderlichen Informationen für die Verbraucher liefere, könne nicht gefolgt werden. Insbesondere werde keine Aussage über die technischen Standards etc. getroffen, welche der Prüfung zugrunde gelegen haben sollten. Die Beklagte habe auch nicht vorgetragen, dass eine Einholung der Einwilligung des Labors zur Veröffentlichung des Privatgutachtens mit einem unzumutbaren Aufwand verbunden gewesen wäre. Desweiteren hätte es ausgereicht,

die Prüfkriterien darzulegen, ohne dass es einer Veröffentlichung des vollständigen Gutachtens bedurft hätte. Das Vorenthalten der wesentlichen Informationen sei vorliegend geeignet, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung, den Kauf des Produkts, zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte.

Die von der Beklagten verwendete Werbeaussage „Dermatest Sehr gut“ sei ebenfalls als unlauter anzusehen, da sie keinen Hinweis auf eine Veröffentlichung enthalte, anhand derer sich der Verbraucher über das Prüfverfahren informieren könne. Durch die Werbeaussage nehme die Beklagte für das von ihr vertriebene und beworbene Produkt in Anspruch, dass ein neutraler Dritter die Waren in Bezug auf die Hautverträglichkeit geprüft habe. Damit solle dem potentiellen Kunden eine bestimmte Qualität des Produkts versprochen werden. Dies erfordere aber auch, dass die Testkriterien für den Verbraucher zumindest abrufbar seien.

Weiterhin habe die Beklagte entgegen § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG in der streitgegenständlichen Werbung nicht ihren Namen und ihre Anschrift mitgeteilt. Die Angabe der Internetadresse, bei deren Aufruf die erforderlichen Informationen im Impressum genannt würden, genüge insoweit nicht. Das Aufrufen eines Verkaufsportals im Internet stelle nach der Rechtsprechung des BGH (Urteil vom 14.09.2017, Az. I ZR 231/14 – MeinPaket.de II) bereits eine geschäftliche Entscheidung im Sinne von § 5a Abs. 3 UWG dar. Die in der gegenständlichen Werbeanzeige gegebenen Informationen könnten und sollten die Verbraucher dazu veranlassen, die Internetseite der Beklagten aufzurufen und dort die beworbenen Produkte zu bestellen. Wie der Besuch eines stationären Geschäfts hänge das Aufsuchen eines Internetportals unmittelbar mit dem Erwerb der dort jeweils angebotenen Produkte zusammen. Damit treffe die Beklagte eine Informationspflicht nach § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG betreffend ihre Identität und ihre Anschrift, die sie nicht dadurch zur Genüge erfüllt habe, dass sie in der Anzeige ihre Homepage angegeben habe, unter der die maßgeblichen Daten aufgerufen werden könnten. Wie sich aus Art. 7 Abs. 2 RL 2005/99/EG ergebe, stehe das nicht rechtzeitige Bereitstellen dem Vorenthalten einer Information im Sinne von § 5 a Abs. 2 UWG gleich. Im Fall des § 5 a Abs. 3 UWG erreiche den Verbraucher eine wesentliche Information grundsätzlich nur rechtzeitig, wenn er sie erhalte, bevor er aufgrund der Aufforderung zum Kauf eine geschäftliche Entscheidung treffen könne, hier also, bevor er das Verkaufsportale der

Beklagten im Internet aufsuche, um das in der Anzeige beworbene Produkt zu erwerben oder sich damit näher zu befassen. Vorliegend greife auch nicht die Ausnahme nach § 5 a Abs. 5 UWG, denn die Beklagte habe nicht dargelegt, dass die Mitteilung des Firmennamens und der Anschrift aufgrund der Gestaltung der Anzeige räumlich nicht möglich gewesen wäre. Vielmehr biete die gegenständliche Werbeanzeige hinreichende Möglichkeiten, um die Anschrift und Identität der Beklagten aufzuführen. Die Beklagte habe auch nicht dargelegt, dass damit unverhältnismäßige Einschränkungen ihrer Werbefreiheit verbunden gewesen wären.

Die Verstöße seien geeignet, die Interessen von Verbrauchern spürbar zu beeinträchtigen.

Die bereits erfolgten Verletzungen begründeten die tatsächliche Vermutung einer Wiederholungsgefahr. Soweit die Beklagte der Auffassung sei, dass die klägerische Abmahnung (Anlage 5) in Bezug auf die Aussage „Dermatest Sehr gut“ einen anderen Streitgegenstand als die nunmehrige Klage betreffe, weil die Abmahnung auf das Ergebnis eines vergleichenden Warentests und nicht auf die Wiedergabe eines Testsiegels gestützt worden sei, führe dies jedenfalls nicht dazu, dass eine Wiederholungsgefahr verneint werden könnte. Eine vorherige Abmahnung sei keine zwingende Voraussetzung für eine Klageerhebung, sondern obliege dem Kläger nur zur Vermeidung der Kostentragungspflicht im Falle eines sofortigen Anerkenntnisses.

Der Anspruch auf Ersatz der Abmahnkosten ergebe sich aus § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG (a. F.). Der Zinsanspruch folge aus §§ 286 Abs. 1 Satz 2, 288 Abs. 1 BGB.

Die Beklagte führt zur Begründung ihrer Berufung Folgendes aus: Bei der Angabe „Im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet!“ handele es sich – wie das Landgericht richtig ausführe – nicht um ein Prüfzeichen. Entgegen der Ansicht des Landgerichts sei dieser Sachverhalt aber nicht mit demjenigen zu vergleichen, der der Entscheidung des Bundesgerichtshofs „LGA testet“ zugrunde gelegen habe (Urteil vom 21.07. 2016, Az. I ZR 26/15), denn dort habe es sich um ein Prüfzeichen gehandelt, das nach einer Zertifizierung vergeben worden sei, wohingegen es vorliegend lediglich um die Mitteilung gehe, dass das streitgegenständliche Produkt gegen Corona-Viren getestet worden sei. Es handele sich dabei nur um die Mitteilung,

dass eine Laboruntersuchung stattgefunden habe. Soweit der Bundesgerichtshof in der vorzitierten Entscheidung meine, dass der Verbraucher Anspruch darauf habe, dass ihm entsprechende Prüfkriterien mitgeteilt würden, sei dies vorliegend sogar der Fall gewesen, denn mit den Worten „gegen Corona Viren getestet“ werde eindeutig mitgeteilt, nach welchen Prüfkriterien das streitgegenständliche Produkt untersucht worden sei. Die entsprechenden Prüfkriterien würden also nachvollziehbar dargelegt. Dabei komme es nicht darauf an, wie eine solche Überprüfung technisch im Einzelnen ablaufe, denn für den Verbraucher sei lediglich interessant und entscheidungserheblich, ob das streitgegenständliche Produkt auch gegen Corona-Viren wirke. Wie und auf welche Weise dies chemisch, mechanisch oder physikalisch geschehe, sei für den normal informierten Durchschnittsverbraucher, auf den hier maßgeblich abzustellen sei, unwesentlich, zumal er im Zweifelsfall den technischen Vorgang der Überprüfung auch nicht nachvollziehen könne. Es komme also, anders als das Landgericht in der mündlichen Verhandlung dargestellt habe, nicht darauf an, dass dem Verbraucher mitgeteilt werde, dass eine Prüfung gemäß europäischer Prüfnorm DIN EN 14476: 2013+A2:2019 durchgeführt worden sei (vgl. Anlage B 1). Mit derartigen fachspezifischen Angaben könne der Durchschnittsverbraucher nichts anfangen. Ebenso wenig relevant sei der Name des Fachlabors, das die Überprüfung vorgenommen habe. Denn der Durchschnittsverbraucher werde ebenfalls nicht beurteilen können, ob es sich bei diesem Fachlabor um ein seriöses akkreditiertes Labor handele. Eine solche Beurteilung wäre ebenfalls nur informierten Fachkreisen möglich.

In Bezug auf die Angabe „Dermatest-Sehr gut“ sei der Kläger in der Abmahnung vom 20.04.2020 von einer Werbung mit Testergebnissen ausgegangen und habe die Werbung der Beklagten ausschließlich deshalb als wettbewerbswidrig moniert, weil es an einer Fundstelle der Testveröffentlichung fehlte. Erst im Rahmen der Klage habe der Kläger nunmehr beanstandet, dass gegenüber dem Verbraucher keine Angabe gemacht werde, wo er Testkriterien einsehen könne. Von einer Fundstelle von Testveröffentlichungen, die gegebenenfalls zeitlich überholt sein könnten, sei in der Klage dagegen nicht mehr die Rede. Damit unterscheide sich die Begründung der Abmahnung gegenüber der Klagebegründung wesentlich. Ein Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten entfalle insoweit. Im Übrigen komme es darauf gar nicht an. Denn bei der Angabe „Dermatest - Sehr gut“ handele es sich um Worte im Fließtext und nicht

um ein Siegel. Insofern sei auch in diesem Fall die Entscheidung des Bundesgerichtshofs „LGA testet“ nicht einschlägig. Es handele sich bei der Angabe lediglich um eine Produktbeschreibung und nicht um die Bezugnahme auf ein Testergebnis oder ein Testsiegel wie sich auch aus den darunter folgenden Angaben „ohne Alkohol“ und „ohne Chemie“ ersehen lasse.

Zu Unrecht habe das Landgericht auch moniert, dass weder Name, noch Anschrift des Anbieters in der streitgegenständlichen Anzeige zu erkennen seien. Dies sei zum einen nicht richtig und zum anderen sei keine Verpflichtung gegeben, zusätzlich zu dem Namen der Beklagten in der Anzeige auch noch die Anschrift anzugeben. Unstreitig enthalte die beanstandete Anzeige die Angaben „Solenal“ sowie „www.solenal.com“. Das bedeute, dass der Firmenname der Beklagten schlagwortartig wiedergegeben worden sei. Die zusätzliche Angabe der Gesellschaftsform der Beklagten „GmbH“ sei zwar nicht in der Anzeige wiedergegeben, sie sei aber unschwer im Impressum der Webseite „www.solenal.com“ aufzufinden gewesen. Das gleiche gelte auch für die Anschrift der Beklagten. Der vorliegende Fall unterscheide sich deshalb auch erheblich von dem Sachverhalt, der der Entscheidung des Bundesgerichtshofs „MeinPaket.de II“ (Urteil vom 14.09.2017, Az. I ZR 231/14) zugrunde gelegen habe, bei dem in einer Zeitungsanzeige unterschiedliche Produkte von unterschiedlichen Anbietern unter Angabe des Preises beschrieben worden seien, ohne dass im Rahmen der Anzeige auf die unterschiedlichen Identitäten der Anbieter hingewiesen worden sei. Vorliegend habe die Beklagte ausschließlich ihre eigenen Produkte unter Angabe ihres Firmennamens beworben, sodass für den interessierten Verbraucher klar zu erkennen gewesen sei, um welches Unternehmen es sich gehandelt habe. Die weiteren Angaben wie Rechtsform und Anschrift seien in solchen Fällen nicht entscheidungserheblich, denn sie dienten allein der technischen Abwicklung des Bestellvorgangs. Da die Beklagte selbst und nicht ein Händler die streitgegenständlichen Produkte zum Kauf angeboten habe, wären weitere Angaben nur einem Formalismus geschuldet. Ein interessierter Käufer habe auch ohne langes Suchen den Anbieter herausfinden können, denn die Beklagte habe als Hersteller des beworbenen Produkts ihr „Verkaufsgeschäft“ mit der Angabe „www.solenal.com“ klar und unmissverständlich mitgeteilt.

Nachdem die Abmahnung des Klägers aus vorgenannten Gründen unberechtigt gewesen sei, schulde die Beklagte auch nicht die Erstattung der geltend gemachten Abmahnkosten. In Bezug auf die Beanstandung der Angabe „Dermatest - Sehr gut“ komme hinzu, dass die Begründung der Abmahnung und die Klagebegründung sich auf zwei völlig unterschiedliche Beanstandungen stützten.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Landgerichts Kempten vom 29.10.2020 wird abgeändert und die Klage abgewiesen.

II.

Die mit der Berufungsbegründung vorgebrachten Einwände verhelfen der Berufung der Beklagten nach derzeitiger Beurteilung des Senats nicht zum Erfolg.

Das Landgericht hat den klägerischen Anträgen mit eingehender Begründung, auf die vollumfänglich Bezug genommen wird, ohne erkennbaren Rechtsfehler stattgegeben.

Auch unter Berücksichtigung des Vorbringens der Beklagten in ihrer Berufungsbegründung ist eine abweichende Beurteilung nicht angezeigt.

1.

Das Landgericht hat die Prozessführungs-/Klagebefugnis des Klägers gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG a.F. (der aufgrund der Übergangsregelung in Art. 9 Abs. 2, Gesetz vom 26.11.2020, BGBl. I S. 2568, weiter anzuwenden ist, vgl. § 15a Abs. 1 UWG) eingehend und mit zutreffenden Gründen bejaht (vgl. LGU Seiten 10 ff.). Dies wird von der Berufung auch nicht mehr beanstandet.

2.

Die vom Kläger angegriffene Werbeaussage „Im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet!“, wie in Anlage 4 (letzte Seite) wiedergegeben, hat das Landgericht zu Recht als Verstoß gegen §§ 3, 5 a Abs. 2 UWG angesehen.

a)

Gemäß § 5 a Abs. 2 UWG handelt unlauter, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, die dieser je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (Nr. 1), und deren Vorenthalten geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (Nr. 2). Eine Information ist wesentlich im Sinne von § 5 a Abs. 2 UWG, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann und ihr für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers ein erhebliches Gewicht zukommt (BGH GRUR 2017, 295 Rn. 17 – Entertain; BGH GRUR 2016, 1076 Rn. 31 – LGA tested; BGH GRUR 2012, 1275 Rn. 36 - Zweigstellenbriefbogen). Die Frage, ob eine Information für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers von besonderem Gewicht ist, ist nach dem Erwartungs- und Verständnishorizont des Durchschnittsverbrauchers zu beurteilen (BGH a.a.O. Rn. 37 – LGA tested).

b)

Das Landgericht hat seiner Beurteilung zutreffend zugrunde gelegt, dass es sich bei der Angabe „Im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet!“, wie in Anlage 4 (letzte Seite) wiedergegeben, nicht um ein Prüfzeichen handelt, für das der Bundesgerichtshof in der Entscheidung „LGA tested“ (GRUR 2016, 1076 Rn. 39 f.) die zur Werbung von Testergebnissen entwickelten Grundsätze (GRUR 2010, 248 – Kamerakauf im Internet; GRUR 1991, 679 – Fundstellenangabe) ebenfalls für anwendbar erklärt hat. Nach Auffassung des Landgerichts ist mit der beanstandeten Angabe allerdings die gleiche Wirkung wie mit einem Prüfzeichen verbunden (LGU S. 14 2. Abs.), so dass die Beklagte verpflichtet gewesen wäre, dem Verbraucher die Prüfkriterien oder zumindest eine Fundstelle mitzuteilen. Die eingehend begründete Beurteilung des Landgerichts wird vom Senat geteilt. Zwar wird ein derartiger Prüfbericht im Auftrag eines einzelnen Unternehmens für ein von ihm vertriebenes Produkt (vgl. Anlage B 1) in der Regel nicht veröffentlicht sein und ist insoweit nicht zu fordern, dass der Werbende den Prüfbericht selbst – etwa auf seinem Internetauftritt bereithält – und hierauf in der Anzeige verweist. Erforderlich ist es aber, anzugeben, anhand welcher Prüfkriterien und technischen Standards das beworbene

Untersuchungsergebnis zustande gekommen ist (vgl. BGH a.a.O. Rn. 22 - LGA tested). Hiervon ist auch das Landgericht ausgegangen (vgl. LGU, Seite 14, 4. und 5. Abs., Seite 15 vorletzter Abs., letzter Satz). Bei einem Hinweis auf einen Produkttest durch ein „Sicherheitslabor“ wird der Verkehr ebenso wie bei einer Werbung mit einem Prüfzeichen davon ausgehen, dass die Prüfung des beworbenen Produkts nach objektiven Kriterien auf seine Wirksamkeit zum Schutz gegen Corona-Viren erfolgt ist. Daher müssen dem Verbraucher die notwendigen Informationen zugänglich gemacht werden, anhand derer er sich über die angewandten Prüfkriterien, insbes. auch die Prüfungsbreite und -tiefe, informieren kann (s.a. Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler, UWG, 39. Aufl. 2021, UWG, § 5a Rn. 3.21).

c)

Nach dem Dafürhalten der Beklagten in ihrer Berufungsbegründung (Seite 2, 2. Abs.) erhalte der angesprochene Durchschnittsverbraucher mit der Angabe „Im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet“ bereits die gebotenen Informationen. Wie eine solche Prüfung technisch durchgeführt werde, sei für den Durchschnittsverbraucher, der den technischen Vorgang im Zweifel nicht nachvollziehen könne, nicht von Interesse (Berufungsbegründung Seite 2, 3. Abs.). Hierzu hat der Bundesgerichtshof in der Entscheidung LGA-tested Folgendes festgestellt (a.a.O. Rn. 43): *„Der fachunkundige Durchschnittsverbraucher kann anhand der Angabe von technischen Normen und Kriterien womöglich nicht selbst erkennen, ob das Prüfunternehmen – wie hier die Streithelferin – die Einhaltung der gesetzlichen Mindestanforderungen überprüft oder strengere technische Anforderungen gestellt hat (vgl. Franz, WRP 2016, 439 Rn. 40). Die Mitteilung der von der Prüfstelle zu Grunde gelegten Anforderungen ermöglicht es dem Verbraucher aber immerhin, sich kundig zu machen, welche Aussagekraft dem erfolgreich durchgeführten Test zukommt.“* So liegt der Fall auch hier. Wenn man mit dem Landgericht – aus den vorgenannten Gründen zutreffend - die streitgegenständliche Werbung entsprechenden Anforderungen wie einem Prüfzeichen unterzieht, kann die Angabe der Prüfkriterien über das bloße Prüfergebnis hinaus für den Verbraucher nicht mit der Begründung für entbehrlich gehalten werden, dass er die technischen Einzelheiten der Prüfung in der Regel ohnehin nicht nachvollziehen könne. Mit einer derartigen Argumentation - den Verbraucher interessierten die Einzelheiten nicht bzw. könne er die Durchführung des Tests ohnehin nicht nachvollziehen - könnte man

ebenso dem Erfordernis der Fundstellenangabe bei der Werbung mit Testergebnissen und Prüfzeichen die Grundlage entziehen. Tatsächlich sind die im Streitfall dem Prüfbericht gemäß Anlage B 1 zugrunde liegenden Prüfkriterien auch für den nicht fachkundigen Durchschnittsverbraucher durchaus von Interesse, insbesondere kann er dem entnehmen, dass die Prüfung gemäß einer Europäischen Norm (E DIN EN 14476:2013A2:2019) erfolgt sei, dass das Produkt in einer unverdünnten Prüfkonzentration unter geringer Belastung nach 60 Minuten das „Modifizierte Vaccinavirus Ankara“ inaktiviert habe, wobei diese festgestellte Wirksamkeit einer Wirksamkeit gegen alle behüllte Viren, also auch gegen Corona Viren, entspreche, woraus der Schluss gezogen werden könne, dass das Produkt gegen alle behüllten Viren, einschließlich des Coronavirus SARS-CoV-2, wirksam sei (Anlage B 1). Derartige Informationen sind für die Kaufentscheidung des angesprochenen Verbrauchers von wesentlichem Interesse, denn sie ermöglichen ihm die Überprüfung der Hintergründe und damit die eigenständige Einschätzung, ob die Angabe „Im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet“ belastbar und zuverlässig ist. Dies ist aus der Sicht des angesprochenen Verbrauchers gerade im hier betroffenen sensiblen Gesundheitsbereich von besonders hoher Bedeutung.

3.

Die weiter angegriffene Angabe „Dermatest Sehr gut“ hat das Landgericht ebenfalls zu Recht als unlauter erachtet, da sie keinen Hinweis auf eine Veröffentlichung enthält, anhand derer sich der Verbraucher über das Prüfverfahren bzw. die Testkriterien informieren kann (§§ 3, 5 a Abs. 2 UWG).

a)

Die Berufung beanstandet, dass der Kläger in der Abmahnung (Anlage A 5, Seite 2) von einer Werbung mit Testergebnissen ausgegangen sei und dabei moniert habe, dass eine Fundstelle der Testveröffentlichung fehle; erst in der Klage sei dann bemängelt worden, dass eine Angabe fehle, wo der Verbraucher die Testkriterien

einsehen könne. Da sich die Begründung der Abmahnung und der Klage wesentlich unterschieden, sei die Abmahnung insoweit unberechtigt gewesen.

Unabhängig von der Frage, ob mit der Abmahnung tatsächlich auf andere die Unlauterkeit begründende Umstände abgestellt wurde als in der Klage, handelt es sich bei der Abmahnung im Sinne von § 12 Abs. 1 S. 1 UWG a. F. (i.V.m. § 15 a Abs. 2 UWG n.F.) nicht um eine Zulässigkeitsvoraussetzung für ein anschließendes Klageverfahren, sondern lediglich um eine Obliegenheit des Gläubigers zur Vermeidung einer negativen Kostenfolge bei einem – hier nicht vorliegenden – sofortigen Anerkenntnis durch den Schuldner nach § 93 ZPO (vgl. Köhler/Bornkamm/Feddersen, 39. Aufl. 2021, UWG, § 13 Rn. 7, 8)

b)

Die Angabe

„Dermatest

Sehr gut“

findet sich auf den drei in der Anzeige (Anlage 4, letzte Seite) wiedergegebenen Produktverpackungen als dritter Punkt einer Aufzählung nach „Sofort wirksam“, „Ökologisch für Mensch Tier & Umwelt“ und vor „ohne Alkohol“ und „ohne Chemie“. Hierzu macht die Berufung geltend (Berufungsbegründung, Seite 4 oben), die Angabe sei lediglich im Fließtest enthalten, es handele sich nicht um ein Siegel, sondern lediglich um eine Produktbeschreibung, sodass die Entscheidung des Bundesgerichtshofs „LGA tested“ nicht einschlägig sei. Demgegenüber hat das Landgericht zutreffend das Verkehrsverständnis dahingehend zugrunde gelegt, dass eine Bewertung der Ware von einem neutralen Dritten in Bezug auf die Hautverträglichkeit geprüft worden sei (LGU, Seite 16 Mitte). Die Angabe beschränkt sich nämlich gerade nicht auf die produktbeschreibende Bezeichnung „Sehr gut“. Die Beklagte möchte mit ihrer Berufungsbegründung insoweit das vorangestellte Wort „Dermatest“ ausblenden, während sie vorprozessual (Schreiben vom 30.04.2020, Anlage 6, Seite 2 unten/3 oben) und in der ersten Instanz (Bl. 22 unten/23 oben) die Angabe selbst noch als Werbung mit einem Prüfsiegel eingestuft hat.

Bei der Bewerbung eines Produkts mit einem solchen Qualitätsurteil besteht regelmäßig ein erhebliches Interesse des Verbrauchers zu erfahren, anhand welcher Normen und Kriterien diese Prüfung erfolgt ist (BGH a.a.O. Rn. 43 – LGA tested). Dabei wird das Informationsbedürfnis des Verbrauchers nicht dadurch vermindert, dass vorliegend nicht mit einem Prüfzeichen oder Testsiegel, sondern mit einer reinen Wortangabe „Dermatest – Sehr gut“ geworden wird, denn der Aussagegehalt ist aus der Sicht des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers auch hier, dass das Produkt von einer neutralen, fachkundigen Stelle einer Qualitätsprüfung unterzogen wurde (s.a. OLG München, Urt. vom 14.11.2019, Az. 29 U 1507/19, Anlage 33). Die notwendigen Informationen über die dem Test zugrundeliegenden Prüfkriterien und das Testverfahren hat die Beklagte dem angesprochenen Durchschnittsverbraucher in der beanstandeten Werbeanzeige unter Verstoß gegen § 5 a Abs. 2 UWG vorenthalten.

4.

Das Landgericht hat die Anzeige (Anlage 4, letzte Seite) von der Berufung unbeanstandet mit eingehender und zutreffender Begründung (vgl. LGU Seiten, 16 ff.) als Aufforderung zum Kauf qualifiziert. Daraus folgt, dass die Beklagte gem. § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG verpflichtet war, sowohl ihre Identität, als auch ihre Anschrift anzugeben. Dies ergibt sich bereits unzweideutig aus dem Wortlaut der Regelung des § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG. Die Angaben dienen dazu, den anbietenden Unternehmer zu identifizieren. Der Verbraucher benötigt diese Angaben, um eine informierte geschäftliche Entscheidung treffen zu können. Er soll wissen, wer sein potentieller Geschäftspartner ist und wie er zu ihm Kontakt aufnehmen und über ihn Informationen einholen kann, ohne weitere Nachforschungen anstellen zu müssen (BGH GRUR 2013, 1169 Rn. 13, 15 – Brandneu von der IFA; Köhler/Bornkamm/Feddersen, a.a.O., § 5a Rn. 4.32). Die von der Beklagten vertretene Auffassung (vgl. Berufungsbegründung Seite 4, viertletzter Abs.), die Angabe der Anschrift bedürfe es neben dem Namen nicht, ist nicht nachvollziehbar. Auch die Auffassung der Beklagten, über die schlagwortartige Angabe des Firmennamens „Solenal“ bzw. www.solenal.de hinaus habe es der Angabe der Rechtsform der Beklagten (GmbH) nicht bedurft, da sie die Herstellerin des Produkts sei und nicht lediglich eine Händlerin, jedenfalls sei es aufgrund der Angabe der Internetadresse nicht erforderlich gewesen, die Rechtsform und die Anschrift in der Anzeige zu nennen, da die Angaben auf der

Homepage enthalten gewesen seien, ist unzutreffend. Eine derartige Sichtweise ist mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (GRUR 2013, 1169 LS und Rn. 11 ff. - Brandneu von der IFA: Erfordernis der Angabe der Rechtsform) nicht zu vereinbaren, unabhängig davon, dass sich aus den Angaben in der Anzeige nicht erschließt, dass es sich bei dem Produktnamen „Solenal“ auch um das Firmenschlagwort des Herstellers/Anbieters handelt. Bei einer Aufforderung zum Kauf kann der Verbraucher nicht auf Angaben an anderer Stelle verwiesen werden, wenn die Angaben – wie auch die Beklagte nicht in Abrede stellt – ohne Weiteres bereits in der Anzeige gemacht werden könnten (BGH GRUR 2017, 1269 Rn. 22 ff. - Meinpaket.de II).

5.

Das Landgericht hat dem Kläger auch rechtsfehlerfrei die geltend gemachten Abmahnkosten aus § 12 Abs. 1 S. 2 UWG a. F. (i.V.m. § 15 a Abs. 1 UWG) einschließlich Zinsen (§§ 286 Abs. 1 S. 2, 288 Abs. 1 BGB) zugesprochen, da die klägerische Abmahnung vom 20.04.2020 (Anlage 5) berechtigt war. Selbst wenn man mit dem Dafürhalten der Berufung in Bezug auf die Beanstandung „Dermatest – Sehr gut“ in der Abmahnung eine von der Klage abweichende Beanstandung sehen wollte, könnte dies im Rahmen der Beurteilung der Erstattungspflicht der geltend gemachten Abmahnpauschale des klagenden Verbandes – anders als bei nach dem Gegenstandswert berechnete Abmahnkosten – unbeachtet bleiben, denn die Kostenpauschale wäre selbst dann in voller Höhe zu zahlen, wenn die Abmahnung nur teilweise berechtigt war (BGH GRUR 2009, 413 Rn. 31 – Erfokol-Kapseln; BGH GRUR 2010, 744 Rn. 51 – Sondernewsletter; s.a. Köhler/Bornkamm/Feddersen, a.a.O., § 13 Rn. 133 m.w.N.). Insoweit unterscheidet sich der vorliegende Fall auch von der mit der Berufung in Bezug genommenen Entscheidung des OLG München, (Urteil vom 05.11.2020, Az. 29 U 7195/19, Anlage B 8), in der die klägerische Abmahnung insgesamt als unberechtigt anzusehen war (siehe dort Seite 15 unter c)).

III.

Nachdem die Berufung keine Aussicht auf Erfolg hat, legt der Senat aus Kostengründen **die Rücknahme der Berufung** nahe. Im Falle der Berufungsrücknahme ermäßigen sich vorliegend die Gerichtsgebühren von 4,0 auf 2,0 Gebühren (vgl. Nr. 1222 des KV zum GKG).

Retzer
Vorsitzender Richter
am Oberlandesgericht

Lehner
Richter
am Oberlandesgericht

Dr. Ruhwinkel
Richterin
am Oberlandesgericht



Für die Richtigkeit der Abschrift
Oberlandesgericht München, den 16.2.2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rabah, JAnge", is written over a circular stamp or seal.

Rabah, JAnge
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



OBERLANDESGERICHT MÜNCHEN

Beglaubigte Abschrift

Az.: 6 U 6599/20
1 HKO 701/20 LG Kempten (Allgäu)



In dem Rechtsstreit

Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V., vertreten durch d. Vorstand Philipp Butzbach u.a., Hohenzollernring 12, 50672 Köln
- Kläger und Berufungsbeklagter -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte **Anwaltskanzlei Zain**, Am Römerturm 1, 50667 Köln, Gz.: 123-20-01

gegen

wegen unlauteren Wettbewerbs

erlässt das Oberlandesgericht München - 6. Zivilsenat - durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht Retzer, den Richter am Oberlandesgericht Lehner und die Richterin am Oberlandesgericht Dr. Ruhwinkel am 15.04.2021 folgenden einstimmigen

Beschluss:

1. Die Berufung der Beklagten gegen das Endurteil des Landgerichts Kempten vom 29.10.2020, Az.: 1 HKO 701/20, wird zurückgewiesen (§ 522 Abs. 2 ZPO).
2. Die Beklagte hat die Kosten des Berufungsverfahrens zu tragen.
3. Der Streitwert des Berufungsverfahrens wird auf 23.000,- € festgesetzt.

Gründe:

I.

Der Kläger begehrt von der Beklagten die Unterlassung seiner Auffassung nach wettbewerbswidriger Werbung sowie die Erstattung von Abmahnkosten.

Der Kläger ist ein eingetragener Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs. Die Beklagte vertreibt bundesweit über das Internet ein Hand- und Flächendesinfektionsmittel unter der Bezeichnung , [REDACTED] , das sie Ende März 2020 im Kölner Raum in dem Werbeblatt „EINKAUFAKTUELL“ beworben hatte, wie aus Anlage 4 ersichtlich.

Das Landgericht, auf dessen tatsächliche Feststellungen gemäß § 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO Bezug genommen wird, hat die Beklagte mit dem angefochtenen Endurteil antragsgemäß verurteilt, es bei Meidung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu unterlassen, gegenüber Verbrauchern

- a)
mit dem Hinweis „im Sicherheitslabor gegen Corona Viren getestet!“

und/oder

„Dermatest sehr gut“

zu werben

und/oder

b)

zu werben, ohne den Namen und die Anschrift des Anbieters mitzuteilen

[es folgt Ablichtung der Werbeanzeige, siehe LGU Seite 3].

Weiterhin hat das Landgericht die Beklagte verurteilt, an den Kläger 220,15 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit 08.06.2020 zu zahlen.

Hinsichtlich der Begründung des Landgerichts wird auf die Ausführungen in dem Hinweisbeschluss des Senats vom 16.02.2021 (Bl. 99/114 d. A.) auf Seiten 3 bis 5 Bezug genommen.

Die Beklagte hat gegen das ihr am 06.11.2020 zugestellte Endurteil mit Schriftsatz vom 17.11.2020 (Bl. 77/78 d. A.) Berufung eingelegt, die sie nach antragsgemäßer Fristverlängerung (vgl. Bl. 82 d. A.) mit Schriftsatz vom 04.02.2021 (Bl. 88/93 d. A.) begründet hat.

Hinsichtlich der Ausführungen in der Berufungsbegründung wird auf den Hinweisbeschluss des Senats vom 16.02.2021 (Bl. 99/114 d. A.) auf Seiten 5 bis 8 Bezug genommen.

Die Beklagte beantragt,

das Urteil des Landgerichts Kempten vom 29.10.2020 wird abgeändert und die Klage abgewiesen.

Der Kläger hat mit Schriftsatz vom 11.02.2021 (Bl. 94/98 d. A.), auf den inhaltlich Bezug genommen wird, auf die Berufung erwidert.

II.

Die gemäß § 511 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 ZPO statthafte und auch im Übrigen zulässige, insbesondere gemäß §§ 519 Abs. 1, Abs. 2, 517 ZPO form- und fristgerecht eingelegte und gemäß § 520 Abs. 2, Abs. 3 ZPO begründete Berufung der Beklagten ist gemäß § 522 Abs. 2 Satz 1 ZPO als unbegründet zurückzuweisen. Sie hat nach einstimmiger Auffassung des Senats keine Aussicht auf Erfolg.

Das Endurteil des Landgerichts Kempten vom 29.10.2020, Az.: 1 HKO 701/20, auf das Bezug genommen wird, beruht nicht auf einer Rechtsverletzung; die nach § 529 ZPO zugrunde zu legenden Tatsachen rechtfertigen keine andere Entscheidung. Die Rechtssache hat auch keine grundsätzliche Bedeutung; weder die Fortbildung des Rechts noch die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erfordern eine Entscheidung des Senats. Auch die Durchführung einer mündlichen Verhandlung über die Berufung ist nicht geboten.

1. Zur Begründung nimmt der Senat zunächst vollumfänglich auf seinen Hinweisbeschluss vom 16.02.2021 (Bl. 99/114 d. A.) Bezug.
2. Zum weiteren Vorbringen der Beklagten mit Schriftsatz vom 06.04.2021 (Bl. 117/132 d. A.) ist ergänzend Folgendes auszuführen:
 - a. Soweit die Beklagte vorbringt, Erwägungsgrund 6 der Richtlinie 2005/29/EG (UGP-Richtlinie) verlange neben der Prüfung, ob eine geschäftliche Handlung dazu geeignet sei, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen, auch die Berücksichtigung, ob die Auswirkungen für den Verbraucher nicht unerheblich seien, führt dies zu keiner abweichenden Beurteilung. Denn in dem hier betroffenen sensiblen Gesundheitsbereich stellt sich das Vorenthalten einer wesentlichen Information gemäß § 5a Abs. 2 UWG in seinen Auswirkungen für den Verbraucher grundsätzlich als nicht unerheblich dar. Weshalb dies vorliegend nicht der Fall sein sollte, erschließt sich

auch aus den Ausführungen der Beklagten nicht.

- b. Den Umstand, dass der Entscheidung des Bundesgerichtshofs „LGA testet“ (BGH GRUR 2016, 1076) – anders als im vorliegenden Fall – die Werbung mit einem Prüfzeichen bzw. Prüfsiegel zugrunde lag, hat der Senat bereits in seinem Hinweisbeschluss vom 16.02.2021 gewürdigt (vgl. Seite 9, Ziffer 2b). Auf die dortigen Ausführungen wird insoweit Bezug genommen. Soweit die Beklagte darauf abstellt, dass mit der Verwendung derartiger Testsiegel gerade zum Ausdruck gebracht werden solle, dass das so beworbene Produkt nicht von dem Werbenden, sondern von einem Dritten überprüft und bewertet worden ist, geht der vorliegend angesprochene, durchschnittlich aufmerksame und informierte, situationsadäquat aufmerksame Durchschnittsverbraucher bei einer Werbung mit einem Produkttest durch ein „Sicherheitslabor“ ebenfalls davon aus, dass die Prüfung des beworbenen Produkts nach objektiven Kriterien durch einen Dritten erfolgt ist. Dies gilt auch unabhängig davon, ob zugleich eine vergleichende Bewertung anderer Produkte vorgenommen wurde.

Dabei ist entgegen der Interpretation der Beklagten im Streitfall nicht zu fordern, dass der Werbende es dem Verbraucher ermöglicht, „den Laborbericht anzufordern“ (vgl. Schriftsatz vom 06.04.2021, Seite 9, 5. Absatz). Wie der Senat bereits in seinem Hinweisbeschluss vom 16.02.2021 ausgeführt hat (siehe Seite 10, erster Absatz), ist dem Verbraucher vielmehr mitzuteilen, anhand welcher Prüfkriterien und technischen Standards das beworbene Untersuchungsergebnis zustande gekommen ist.

- c. Auch unter Berücksichtigung der Positionierung der Angabe „Dermatest sehr gut“ auf den in der Anzeige wiedergegebenen Produktverpackungen, nämlich zwischen verschiedenen beschreibenden Aussagen, wird der angesprochene Durchschnittsverbraucher diese Aussage aufgrund der Bezeichnung „Dermatest“ dahingehend verstehen, dass eine Tes-

tung und Bewertung der Ware von einem neutralen Dritten in Bezug auf die Hautverträglichkeit mit dem Ergebnis „sehr gut“ vorgenommen wurde. Soweit die Beklagte dieser Werbeangabe unter Berücksichtigung der davor stehenden Angabe „ohne Alkohol“ lediglich die Bedeutung zumessen will, dass es sich bei dem streitgegenständlichen Produkt im Gegensatz zu alkoholhaltigen Biozid-Produkten um ein für die Haut wesentlich verträglicheres Produkt handele (vgl. Schriftsatz vom 06.04.2021, Seite 10, vorletzter Absatz), folgt der Senat dem nicht, denn die Verwendung der Bezeichnung „Dermatest“ ist aus der Sicht des angesprochenen Durchschnittsverbrauchers dahingehend zu verstehen, dass die angepriesene Hautverträglichkeit das Ergebnis eines aufgrund objektiver Kriterien durch einen Dritten durchgeführten Test darstellt. Dass diese Angabe – entgegen der Rüge der Beklagten, vgl. Schriftsatz vom 06.04.2021 Seite 10, letzter Abs. - auf den beworbenen Produkten lesbar war, ergibt sich nicht nur aus der als Anlage 4 eingereichten Anzeige im Original, sondern auch aus dem unstreitigen Tatbestand des landgerichtlichen Urteils (LGU Seite 5, 5. Absatz).

- d. Hinsichtlich der Verpflichtung der Beklagten gemäß § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG, ihre Identität und Anschrift anzugeben, wird auf die Ausführungen des Senats in dem Hinweisbeschluss vom 16.02.2021, Seite 13, Ziffer 4., sowie auf die Begründung des Landgerichts (LGU Seite 16 ff.) Bezug genommen. Soweit sich die Beklagte zur Begründung einer angeblichen Üblichkeit, dem Verbraucher als Bezugsquelle lediglich den Firmennamen zu nennen, auf eine Radiowerbung des Unternehmens „Penny“ beruft, handelt es sich im Streitfall schon um ein anderes Kommunikationsmedium, nämlich um eine Printanzeige. Diesbezüglich ist (wie bereits das Landgericht zutreffend festgestellt hat, vgl. LGU Seite 19, letzter Absatz) weder ersichtlich noch vorgetragen, weshalb die Angabe von Anschrift und Identität der Beklagten in dieser Werbeanzeige aufgrund etwaiger räumlicher Beschränkungen nicht möglich gewesen und damit eine unverhältnismäßige Einschränkung der Werbefreiheit verbunden gewesen wäre (vgl. EuGH GRUR 2017, 535, Rn. 27

ff. – VSW/DHL Paket; BGH GRUR 2017, 1269, Rn. 22 ff. – Meinpaket.de II). Vielmehr erlaubt es die Größe und Ausgestaltung der streitgegenständlichen Anzeige ohne weiteres, Anschrift und Identität der Beklagten zu nennen.

Eine abweichende Beurteilung ergibt sich auch nicht daraus, dass der Verbraucher für eine Bestellung der beworbenen Produkte ohnehin die Internetseite der Beklagten aufsuchen müsste, wo er die Anschrift und Identität der Beklagten im Impressum finden würde. Denn die Information über den Vertragspartner gemäß § 5 a Abs. 3 Nr. 2 UWG ist nicht nur erforderlich, damit der Verbraucher ohne Schwierigkeiten Kontakt mit dem anbietenden Unternehmen aufnehmen kann, sondern sie soll den Verbraucher auch in die Lage versetzen, den Ruf des Unternehmers im Hinblick auf Qualität und Zuverlässigkeit der von ihm angebotenen Waren oder Dienstleistungen bzw. dessen wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Bonität und Haftung einzuschätzen. Demzufolge könnten die fehlenden Identitätsangaben in der beanstandeten Werbeanzeige einen Verbraucher dazu veranlassen, das Internetportal der Beklagten aufzusuchen, obwohl er bei Kenntnis von der Identität des anbietenden Unternehmers möglicherweise davon abgesehen hätte, sich näher mit dem beworbenen Angebot zu befassen (BGH, a. a. O., Rn. 29 – Meinpaket.de II).

Die seitens der Beklagten vorgelegte Werbeanzeige der Firma PCO Group GmbH (Printanzeige, Anlage B 10) ist als einzelne Werbung eines Drittunternehmens für die hier vorzunehmende Einzelfallbeurteilung nicht von Belang.

- e. Das Landgericht hat dem Kläger schließlich auch rechtsfehlerfrei die geltend gemachten Abmahnkosten gemäß § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG a. F. (i. V. m. § 15 a Abs. 1 UWG) einschließlich Zinsen (§§ 286 Abs. 1 Satz 2, 288 Abs. 1 BGB) zugesprochen, da die klägerische Abmahnung vom 20.04.2020 (Anlage 5) berechtigt war (vgl. hierzu bereits die Aus-

föhrungen des Senats mit Hinweisbeschluss vom 16.02.2021, Seite 14
Ziff. 5.).

3. Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

4. Die Streitwertfestsetzung folgt aus §§ 47 Abs. 1, 51 Abs. 2 GKG.

Retzer
Vorsitzender Richter
am Oberlandesgericht

Lehner
Richter
am Oberlandesgericht

Dr. Ruhwinkel
Richterin
am Oberlandesgericht



Für die Richtigkeit der Abschrift
Oberlandesgericht München, den 16.4.2021

Rabah, J. Ange
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle