

Gericht:	OLG Stuttgart 4. Zivilsenat
Entscheidungsdatum:	11.06.2025
Aktenzeichen:	4 U 50/25
ECLI:	ECLI:DE:OLGSTUT:2025:0611.4U50.25.00
Dokumenttyp:	Urteil
Quelle:	
Normen:	§ 2 Abs 1 UWG, § 3 UWG, § 6 Abs 1 UWG, § 6 Abs 2 Nr 5 UWG, § 8 Abs 1 UWG ... mehr

Herabsetzung und Verunglimpfung von Gaming-Stühlen in einem Testbericht

Orientierungssatz

1. Auch bei vorgeblich rein journalistischen Tätigkeiten im Rahmen von Produkttests kann es sich um geschäftliche Handlungen handeln, wenn der Schwerpunkt der Tätigkeit im Bereich der Absatzförderung von Produkten liegt und die Tester durch Affiliate-Links wirtschaftlich profitieren, obgleich sie sich gleichzeitig als neutrale Tester präsentieren. Entscheidend ist, dass es sich um Geschäftspraktiken handelt, die nicht vorrangig anderen Zielen als der Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung von Verbrauchern in Bezug auf Produkte dienen und sich lediglich reflexartig auf die Absatz- oder Bezugsförderung auswirken (Anschluss BGH, Urteil vom 11. Dezember 2014 - I ZR 113/13).(Rn.86) (Rn.87)
2. Vergleichende Werbung ist jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern. Das Vorliegen von vergleichender Werbung wird nur verneint, wenn unabhängige Dritte (z.B. Verbraucherverbände) Vergleiche mit dem Ziel der Information und Aufklärung der Verbraucher anstellen und die Tests neutral und sachkundig sind. Dies gilt gerade nicht, wenn die Testenden wirtschaftliche Vorteile durch Affiliate-Links erhalten.(Rn.91) (Rn.93)
3. Auch wenn ein Vergleich als solcher wegen der transparenzfördernden Eigenschaften vergleichender Werbung grundsätzlich hinzunehmen ist, wird die Grenze des Zumutbaren überschritten, sobald die Herabsetzung über dasjenige hinausgeht, was für den Vergleich wesens-typisch ist. Geschützt sind insbesondere der geschäftliche Ruf und die von ihm abhängigen Wettbewerbschancen.(Rn.105) (Rn.106)
4. Eine Herabsetzung oder Verunglimpfung ist anzunehmen, wenn zu der durch den Vergleich bewirkten Verringerung der Wertschätzung besondere Umstände hinzutreten, die ihn als ab-fällig, abwertend oder unsachlich erscheinen lassen (Anschluss BGH, Urteil vom 7. März 2019 - I ZR 254/16). In diesen Fällen fehlt es an einem sachlichen Grund und die Werbung ist unlau-ter im Sinne des Art. 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG.(Rn.109)
5. Verschiedene ironische und sarkastische Aussagen, die im Kern die Botschaft enthalten, dass es sich bei einem bestimmten Produkt um eine Mogelpackung handle und letztlich nicht das enthalten sei, was darauf gedruckt sei und dem Hersteller zudem Insolvenz drohe, sind herabsetzende und verunglimpfende Äußerungen, wenn es weder Anhaltspunkte noch Tatsa-chen gibt, die diese Äußerungen rechtfertigen könnten.(Rn.133) (Rn.134) (Rn.135) (Rn.136)

Tenor

1.

Auf die Berufung der Verfügungsklägerin wird das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 23.10.2024 (Az.: 38 O 35/24 KfH), dahingehend abgeändert, dass die Verfügungsbeklagten im Wege des einstweiligen Verfügungsverfahrens - zusätzlich - wie folgt verurteilt werden,

a.

Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Gaming Stühle folgende Aussagen zu verbreiten:

(4) Rxxx hat am A... bestenfalls aus dem „i“ des Axxx Axxx ein „e“ gemacht und ein eigenes Logo draufgestickt. Entwickelt wurde der Stuhl ganz sicher aber nicht von Rxxx.

(5) Den Vogel schießt Rxxx ab, indem sie den Rxxx A... als ihre eigene Entwicklung verkaufen, in die ach so viel Rxxx-DNA & Expertise eingeflossen ist. Dabei stammt das Kind von anderen Eltern ab: Denn den A... gab's schon unter dem Namen Axxx, nur kam der Stuhl wegen Geschäftsaufgabe nie auf den Markt. Entwickelt hat Rxxx da also nicht viel. Das ist schlicht unehrlich.

(6) 5 Jahre Nicht-Garantie.

(7) Rxxx bewirbt eine rein werbewirksame Garantie, um die Leute zum Kauf zu überzeugen: Wer liest sich schon die Garantiebedingungen durch?

(8) Die Garantie gilt nur auf Käufe aus dem Webshop von Rxxx, was für eine Herstellergarantie schon mal unsinnig ist.

(12) Rxxx hat bei den Einstellmöglichkeiten „D“s (directions) für die Armlehnen überall 1D hinzugemogelt.

(13) Ein hinzugemogeltes „D“ bei den Armlehnen.

(15) Man kann ja mal in die Flunkerkiste greifen.

(17) Rxxx sorgt für schlechte Vergleichbarkeit mit anderen Herstellern.

(18) Rxxx gibt sich beste Mühe, den Stuhl für dich möglichst schlecht vergleichbar mit anderen Stühlen zu machen & einige Features hinzuzudichten, die gar nicht existieren oder zumindest nicht korrekt dargestellt werden.

(19) Rxxx wirbt mit hinzugedichteten Funktionen & Marketinggeschwafel.

(24) Eine Menge Werbegewäsch.

(27) Mit dem Rxxx A... wurde der Vogel nun völlig abgeschossen.

(28) Rxxxs Webshop ist voller fantastischer Texte & Werbefloskeln, die dem Schreiber dieser Texte ein solides Maß an Fantasie attestieren.

(29) Genauso wie der Bulletpoint „Unser Anspruch: Best in Class“ (...). Mehr als Gewäsch sehe ich hier nicht. Das ist aber nur die Spitze des Eisbergs.

wenn dies geschieht wie in dem Testbericht auf der Webseite <https://g...s....de/Rxxx-A...-test/> geschehen und aus Anlage ASt 1 ersichtlich.

b.

Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Gaming-Stühle die Aussagen gem. Antrag Ziffer I. sowie folgende Aussage zu verbreiten:

(32) Rxxx hat mich persönlich verarscht.

wenn dies geschieht wie im Video zu dem Testbericht gemäß Antrag Ziffer I. geschehen, zuvor abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?xxx> und vorgelegt als Anlage ASt 2.1.

c.

Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Gaming-Stühle folgende Aussagen zu verbreiten:

(35) Bitterer Beigeschmack ist das Marketing von RXXX. (...) Da wurden wirklich Sachen dazu gedichtet. Es wirkt schon so wie, wir erzählen irgendeinen vom Pferd, Hauptsache die kaufen unsern Stuhl. Für mich hat das so ein bisschen „Verarschen-Vibes“, so als ob die ihre Kunden wirklich verarschen wollten, Hauptsache sie kaufen den Stuhl irgendwie.

wenn dies geschieht wie im Video zu dem Testbericht auf der Webseite <https://stxxx.de/Rxxx-A...-test/> geschehen, abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?xxx> und vorgelegt als Anlage ASt 2.2.

d.

Den Verfügungsbeklagten wird angedroht, dass für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen die in den Buchstaben a., b. oder c. ausgesprochene Verpflichtung ein Ordnungsgeld bis zu EUR 250.000,00 und für den Fall, dass dieses nicht beigetrieben werden kann, Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Fall der Verfügungsbeklagten zu 1) zu vollziehen am Geschäftsführer der persönlich haftenden Gesellschafterin der Verfügungsbeklagten zu 1), nämlich am Verfügungsbeklagten zu 2), festgesetzt werden kann.

2.

Die Berufung der Verfügungsbeklagten wird zurückgewiesen.

3.

Die Verfügungsbeklagten haben als Gesamtschuldner die Kosten des Rechtsstreits in beiden Instanzen zu tragen.

4.

Der Streitwert wird für das Berufungsverfahren auf bis 80.000,00 € festgesetzt.

Gründe

I.

- 1 Die Verfügungsklägerin begehrt im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes Unterlassung von Aussagen, die von den Verfügungsbeklagten im Rahmen eines sogenannten „Testberichts“ über den Gaming-Stuhl „Rxxx A...“ veröffentlicht wurden, sowie von Äußerungen, die im Zusammenhang mit dem Text in Videos geäußert wurden.
- 2 Die Verfügungsklägerin ist Herstellerin sogenannter Gaming-Stühle (Bürostühle, die speziell auf die Bedürfnisse von Computerspielern zugeschnitten sind). Die Verfügungsbeklagte zu 1) veröffentlicht auf ihren Portalen Testberichte über Gaming-Stühle wie auch den hier streitgegenständlichen Gaming-Stuhl „Rxxx A...“ der Verfügungsklägerin. Der Verfügungsbeklagte zu 2) ist für die Inhalte der Portale verantwortlich.
- 3 Das Landgericht ging bei seiner Entscheidung davon aus, dass der Anwendungsbereich des UWG eröffnet ist, verneinte aber das verfügungsklägerseits vorgebrachte Vorliegen von vergleichender Werbung nach § 6 UWG. Das Landgericht hat die angegriffenen Aussagen vielmehr am Maßstab der Irreführung des § 5 Abs. 1 S. 1 UWG gemessen und davon ausgehend – unter Zurückweisung des Antrags im Übrigen – rund die Hälfte der Aussagen durch Erlass einer einstweiligen Verfügung unter Androhung von Ordnungsmitteln mit folgendem Inhalt untersagt:
 - 4 I. Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Gaming-Stühle folgende Aussagen zu verbreiten
 - 5 1. Rxxx hat den A... gar nicht entwickelt, behauptet es aber stolz.
 - 6 2. Der Rxxx A... wird als Eigenentwicklung dargestellt, obwohl er keine ist.
 - 7 3. Den heutigen Rxxx A... gab es ebenfalls schon im Sommer letzten Jahres.
 - 8 4. 5 Jahre Pseudo-Garantie: Auf den A... bekommst du 5 Jahre „Garantie“, die gemäß Garantienausschlüssen wohl nur auf's Fußkreuz und den Rahmen gilt. Eine echte Nicht-Garantie.
 - 9 5. Eine 5-Jahres-Garantie, die fast jedes Bauteil ausschließt.
 - 10 6. Die beworbene 5-Jahres-Garantie deckt nur das Fußkreuz ab und ist nicht mehr als ein leeres Instrument zur Verkaufsförderung.

- 11 7. Hier werdet ihr als Kaufinteressierte belogen.
- 12 8. Irreführende Werbung & schlicht falsche Aussagen.
- 13 9. Rxxx flunkert hier mit der Armlehnenverstellung.
- 14 10. Abgesehen von dem Geschummel
- 15 11. Ein echter SchummliA....
- 16 12. Dreistigkeit, mit der Rxxx seine potenziellen Kunden belügt oder in die Irre führt.
- 17 13. Der unehrliche SchummliA...-Stuhl von Rxxx.
- 18 14. Es geht auch darum, wie Rxxx euch zur Entwicklung des Stuhls anflunkert und einige Funktionen mindestens irreführend bewirbt.
- 19 15. Rxxxs Irreführung: Wie bei Entwicklung & Funktionen geflunkert wird.
- 20 16. Wenn dich die versuchten Schummeleien nicht stören, ... Ich persönlich halte aber vor allem eins von Firmen, die mich auf so vielen Ebenen über's Ohr hauen wollen, ...
- 21 wenn dies geschieht wie in dem Testbericht auf der Webseite <https://g...-s....de/Rxxx-A...-test/> geschehen und aus Anlage ASt 1 ersichtlich.
- 22 II. Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Gaming-Stühle folgende Aussagen zu verbreiten
- 23 17. Aber! Jetzt hat Rxxx Auxxx Insolvenz angemeldet. Ja, nicht Rxxx Gaming, aber ich denk mir, es hängt eh alles miteinander zusammen. Also ob ihr jetzt in den nächsten 5 Jahren noch Garantieansprüche stellen könnt, ist fraglich. Mal schauen wie es sich noch mit Rxxx in der nächsten Zeit entwickeln wird.
- 24 wenn dies geschieht wie in dem Testbericht auf der Webseite <https://stuhlio.de/Rxxx-A...-test/> geschehen und aus Anlage ASt 3 ersichtlich.
- 25 III. Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Gaming-Stühle folgende Aussagen zu verbreiten
- 26 18. Jetzt ist eben so das Ding, dass RXXX Insolvenz angemeldet hat. Also nicht RXXX Gaming, sondern die Autofirma, RXXX Auxxx heißt die glaube ich. An sich ist es ja alles irgendwie aus einem Topf, Tochterfirma von RXXX Auxxx. Aber das ist halt so das Ding, ich weiß es nicht, wie das in Zukunft weiterlaufen wird, wenn ihr jetzt den Stuhl kauft, ob ihr in 5 Jahren, was bis dahin passiert ist, ob dann noch die Garantie funktioniert oder nicht.

- 27 wenn dies geschieht wie im Video zu dem Testbericht gemäß Antrag Ziffer III.
geschehen, abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?xxx> und vorgelegt
als Anlage ASt 2.2.
- 28 Wegen des Vorbringens der Parteien in erster Instanz, des Verfahrensganges und des Ur-
teilsinhalts wird im Übrigen auf den Tatbestand und die Entscheidungsgründe der ange-
fochtenen Entscheidung Bezug genommen (§ 540 Abs. 1 Nr. 1 ZPO).
- 29 Gegen die Entscheidung haben beide Parteien Berufung eingelegt. Die Verfügungskläge-
rin begehrt eine Abänderung des landgerichtlichen Urteils und den vollumfänglichen Er-
lass der beantragten einstweiligen Verfügung, demgegenüber verfolgen die Verfügungs-
beklagten ihr erstinstanzliches Ziel der vollständigen Zurückweisung des Antrages wei-
ter.
- 30 Die Verfügungsklägerin beantragt:
- 31 *das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 23.10.2024 (Az.: 38 O 35/24 KfH), so-
weit der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen wurde,
abzuändern und die Verfügungsbeklagten wie folgt weiter zu verurteilen:*
- 32 *I. Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr
im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Ga-
ming Stühle folgende Aussagen zu verbreiten:*
- 33 *(4) Rxxx hat am A... bestenfalls aus dem „i“ des Axxx Axxx ein „e“ gemacht
und ein eigenes Logo draufgestickt. Entwickelt wurde der Stuhl ganz sicher aber
nicht von Rxxx.*
- 34 *(5) Den Vogel schießt Rxxx ab, indem sie den Rxxx A... als ihre eigene Entwick-
lung verkaufen, in die ach so viel Rxxx-DNA & Expertise eingeflossen ist. Dabei
stammt das Kind von anderen Eltern ab: Denn den A... gab's schon unter dem
Namen Axxx, nur kam der Stuhl wegen Geschäftsaufgabe nie auf den Markt. Ent-
wickelt hat Rxxx da also nicht viel. Das ist schlicht unehrlich.*
- 35 *(6) 5 Jahre Nicht-Garantie.*
- 36 *(7) Rxxx bewirbt eine rein werbewirksame Garantie, um die Leute zum Kauf zu
überzeugen: Wer liest sich schon die Garantiebedingungen durch?*
- 37 *(8) Die Garantie gilt nur auf Käufe aus dem Webshop von Rxxx, was für eine Her-
stellergarantie schon mal unsinnig ist.*
- 38 *(12) Rxxx hat bei den Einstellmöglichkeiten „D“s (directions) für die Armlehnen
überall 1D hinzugemogelt.*
- 39 *(13) Ein hinzugemogeltes „D“ bei den Armlehnen.*
- 40 *(15) Man kann ja mal in die Flunkerkiste greifen.*
- 41 *(17) Rxxx sorgt für schlechte Vergleichbarkeit mit anderen Herstellern.*

- 42 (18) Rxxx gibt sich beste Mühe, den Stuhl für dich möglichst schlecht vergleich-
bar mit anderen Stühlen zu machen & einige Features hinzuzudichten, die gar
nicht existieren oder zumindest nicht korrekt dargestellt werden.
- 43 (19) Rxxx wirbt mit hinzugedichteten Funktionen & Marketinggeschwafel.
- 44 (24) Eine Menge Werbegewäsch.
- 45 (27) Mit dem Rxxx A... wurde der Vogel nun völlig abgeschossen.
- 46 (28) Rxxxs Webshop ist voller fantastischer Texte & Werbefloskeln, die
47 dem Schreiber dieser Texte ein solides Maß an Fantasie attestieren.
- 48 (29) Genauso wie der Bulletpoint „Unser Anspruch: Best in Class“ (...).
- 49 Mehr als Gewäsch sehe ich hier nicht. Das ist aber nur die Spitze des Eis-
50 bergs.
- 51 wenn dies geschieht wie in dem Testbericht auf der Webseite <https://gxxx->
52 [sxxx.de/Rxxx-A...-test/](https://gxxx-sxxx.de/Rxxx-A...-test/) geschehen und aus Anlage ASt 1 ersichtlich.
- 53 II. Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr
im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Ga-
ming-Stühle die Aussagen gem. Antrag Ziffer I. sowie folgende Aussage zu ver-
breiten
- 54 (32) Rxxx hat mich persönlich verarscht.
- 55 wenn dies geschieht wie im Video zu dem Testbericht gemäß Antrag Ziffer I. ge-
schehen, zuvor abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?xxx>
56 und vorgelegt als Anlage ASt 2.1.
- 57 III. Die Verfügungsbeklagten haben es zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr
im Bereich von Gaming-Stühlen über die Verfügungsklägerin und/oder deren Ga-
ming-Stühle folgende Aussagen zu verbreiten
- 58 (35) Bitterer Beigeschmack ist das Marketing von RXXX. (...) Da wurden wirk-
lich Sachen dazu gedichtet. Es wirkt schon so wie, wir erzählen irgendeinen
vom Pferd, Hauptsache die kaufen unsern Stuhl. Für mich hat das so ein biss-
chen „Verarschen-Vibes“, so als ob die ihre Kunden wirklich verarschen wollten,
Hauptsache sie kaufen den Stuhl irgendwie.
- 59 wenn dies geschieht wie im Video zu dem Testbericht auf der Webseite
<https://stxxx.de/Rxxx-A...-test/> geschehen, abrufbar unter <https://www.y->
[outube.com/watch?xxx](https://www.youtube.com/watch?xxx) und vorgelegt als Anlage ASt 2.2.
- 60 IV. Den Verfügungsbeklagten wird angedroht, dass für jeden Fall der Zuwider-
handlung gegen die in Ziffern I., II. oder III. ausgesprochene Verpflichtung ein
Ordnungsgeld bis zu EUR 250.000,00 und für den Fall, dass dieses nicht beige-
trieben werden kann, Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Fall

der Verfügungsbeklagten zu 1) zu vollziehen am Geschäftsführer der persönlich haftenden Gesellschafterin der Verfügungsbeklagten zu 1), nämlich am Verfügungsbeklagten zu 2), festgesetzt werden kann.

61 Die Verfügungsbeklagten beantragen:

62 *1. Die Berufung der Verfügungsklägerin wird zurückgewiesen.*

63 *2. Das Urteil des Landgerichts Stuttgart vom 23.10.2024, Az. 38 O 35/24 KfH, wird abgeändert und der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen.*

64 Die Verfügungsklägerin beantragt,

65 *die Zurückweisung der Berufung der Verfügungsbeklagten*

66 Wegen des weiteren Vortrags der Parteien wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vor dem Senat vom 07.05.2025 Bezug genommen.

II.

67 Die Berufungen sind jeweils zulässig, insbesondere form- und fristgerecht eingelegt und ordnungsgemäß begründet worden.

68 Die Berufung der Verfügungsklägerin ist begründet, die Berufung der Verfügungsbeklagten ist dagegen nicht erfolgreich. Die Verfügungsklägerin hat gegen die Verfügungsbeklagten einen Anspruch auf Unterlassung sämtlicher beanstandeter Äußerungen aus § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1, § 3, § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG.

1.

69 Die Antragsstellung durch die Verfügungsklägerin ist hinreichend bestimmt. Richtet sich die Klage gegen die sog konkrete Verletzungsform, also das konkret umschriebene (beanstandete) Verhalten, so ist darin der Lebenssachverhalt zu sehen, der den Streitgegenstand bestimmt (BGHZ 194, 314 Rn. 24 – Biomineralwasser). Dass der vorgetragene Lebenssachverhalt die Voraussetzungen nicht nur einer, sondern mehrerer Verbotsnormen erfüllt, ist unerheblich. Vielmehr umfasst der Streitgegenstand in diesem Fall alle Rechtsverletzungen, die durch die konkrete Verletzungsform verwirklicht wurden (BGH GRUR 2012, 184 Rn. 15 – Branchenbuch Berg; BGHZ 194, 314 Rn. 24 – Biomineralwasser; BGH GRUR 2018, 203 Rn. 18 – Betriebspsychologie; OLG Köln GRUR-RR 2013, 24; OLG Düsseldorf WRP 2019, 899 Rn. 19). Dies gilt unabhängig davon, ob der Kläger sich auf bestimmte Rechtsverletzungen gestützt hat. Denn er überlässt es in diesem Fall dem Gericht, auf welche rechtlichen Gesichtspunkte es das beantragte Unterlassungsgebot stützt („iura novit curia“; BGHZ 194, 314 Rn. 24 – Biomineralwasser; BGH GRUR 2020, 1226 Rn. 24 – LTE-Geschwindigkeit; GRUR 2021, 1400 Rn. 21 – Influencer I). Das Gericht kann daher ein Verbot auch auf Anspruchsgrundlagen stützen, die der Kläger gar nicht vorgetragen hat (OLG Köln WRP 2013, 95). Soweit der Kläger sein Begehren auf mehrere Anspruchsgrundlagen stützt, begründet dies nicht eine Mehrheit von Streitgegenständen. Auch ist das Gericht nicht gehalten, alle vom Kläger angeführten Verbotstatbestände und noch dazu in der von ihm angegebenen Reihenfolge zu prüfen. Das Gericht hat insoweit ein Wahlrecht. Das gilt auch für das Berufungsgericht, unabhängig davon,

wie das Landgericht das Verbot begründet hat (OLG Frankfurt WRP 2015, 755 (756)). Hält das Gericht eine Anspruchsgrundlage für gegeben, kann es sich daher damit begnügen, das Verbot darauf zu stützen (OLG Stuttgart GRUR-RS 2013, 00436). Die Klage ist nur dann abzuweisen, wenn die konkrete Verletzungsform unter keinem rechtlichen Gesichtspunkt, für den der Kläger die tatsächlichen Grundlagen vorgetragen hat, untersagt werden kann (vgl. BGH GRUR 2020, 1226 Rn. 24 – LTE-Geschwindigkeit; OLG Hamburg WRP 2012, 1594 Rn. 30–32; KG WRP 2023, 606 Rn. 11–13). Im Hinblick auf die Dispositionsmaxime darf das Gericht aber ein Verbot nur auf solche Beanstandungen stützen, die der Kläger vorgetragen hat (BGH GRUR 2018, 431 Rn. 16 – Tiegelgröße; OLG Frankfurt WRP 2014, 1482; OLG Hamm WRP 2023, 617 Rn. 5 f. – Köhler/Feddersen/Köhler/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 12 Rn. 1.23e, 1.23f)

- 70 Vorliegend wendet sich die Verfügungsklägerin nicht gegen die gesamte Testung ihres Produkts, sondern beantragt die Unterlassung von bestimmten Äußerungen und definiert damit gleichzeitig den zu prüfenden Streitgegenstand.

2.

- 71 Ein Verfügungsgrund ist gegeben. Das Landgericht hat zutreffend die Eilbedürftigkeit bejaht. Aufgrund der Bestimmung des § 12 Abs. 1 UWG wird das Vorliegen eines Verfügungsgrundes (widerleglich) vermutet, sodass der Antragsteller im Regelfall zu den tatsächlichen Voraussetzungen des Verfügungsgrundes nicht weiter vortragen muss. (OLG Hamm GRUR-RS 2021, 31137 Rn. 23). Ein Fall der Selbstwiderlegung der Dringlichkeit ist nicht gegeben.

3.

- 72 Die Verfügungsklägerin hat einen Unterlassungsanspruch aus §§ 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 1, 6 Abs. 2 Nr. 5 gegen die Verfügungsbeklagten wegen herabsetzender und verunglimpfender Werbung und damit einen Verfügungsanspruch glaubhaft gemacht.

- 73 a) Aktivlegitimation der Verfügungsklägerin nach § 8 Abs. 3 Nr. 1 UWG

- 74 Die Verfügungsklägerin ist Mitbewerberin im Sinne von §§ 8 Abs. 3 Nr. 1, 2 Abs. 1 Nr. 4 UWG. Die Parteien stehen mangels gleichartigem Warenangebot (Gaming-Stühle versus Testberichterstattung) zwar nicht in einem unmittelbaren Wettbewerbsverhältnis. Jedoch ist ein mittelbares Wettbewerbsverhältnis gegeben, da die Verfügungsbeklagten ein Unternehmen fördern, das mit dem Anspruchsinhaber in unmittelbarem Wettbewerb steht.

- 75 Ein mittelbares Wettbewerbsverhältnis wirkt unter dem Gesichtspunkt der Förderung fremden Wettbewerbs dann anspruchsbegründend, wenn der Anspruchsgegner den Wettbewerb eines Unternehmens fördert, das mit dem Anspruchsteller in unmittelbarem Wettbewerb steht. Dieser kann gegen den Fördernden vorgehen, sofern er durch die Förderung des dritten Unternehmens in eigenen wettbewerbsrechtlich geschützten Interessen berührt ist (vgl. BGH GRUR 2014, 573 Rn. 19 – Werbung für Fremdprodukte; BGH GRUR 2021, 497 Rn. 16 = WRP 2021, 184 – Zweitmarkt für Lebensversicherungen I, mwN). Da es für die wettbewerbsrechtliche Beurteilung regelmäßig nur um die konkret beanstandete Wettbewerbshandlung geht, genügt es, dass das Wettbewerbsverhältnis erst durch diese Wettbewerbshandlung begründet worden ist, auch wenn die Parteien unterschiedlichen Branchen angehören (vgl. BGH GRUR 2014, 1114 Rn. 30 – nickel-frei; BGH GRUR 2022, 729 Rn. 21 – Zweitmarkt für Lebensversicherungen II). Die Verfügungsbeklagten stellen unstreitig auf ihren Testportalen Tests für Gaming-Stühle un-

terschiedlicher Hersteller bereit, darunter auch ein Testbericht über den Gaming-Stuhl „Bxxx V Pxxx“ der Marke Bxxx der Firma Ixxx. Dieses Unternehmen bietet - wie die Verfügungsklägerin - Gaming-Stühle an. Aufgrund der Gleichartigkeit der Waren (Stühle für das Spielen am Computer) und desselben Endverbraucherkreises (Personen, die gerne am Computer spielen und hierfür eine geeignete Sitzgelegenheit benötigen) besteht unproblematisch ein unmittelbares Wettbewerbsverhältnis zwischen der Verfügungsklägerin und der am Verfahren nicht beteiligten Fa. Ixxx.

- 76 b) Passivlegitimation der Verfügungsbeklagten nach § 8 Abs. 1 UWG
- 77 Mit dem Landgericht ist die für einen Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG notwendige geschäftliche Handlung gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 2 UWG anzunehmen.
- (1)
- 78 Nach § 2 I Nr. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung im Sinne dieses Gesetzes jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens, das mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt. Der Begriff der geschäftlichen Handlung gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG ist nicht enger als der der Wettbewerbshandlung iSd § 2 I Nr. 1 UWG 2004 (vgl. BGH, GRUR 2013, 301 Rn. 22 = WRP 2013, 491 – Solarinitiative; GRUR 2018, 196 Rn. 22 = WRP 2018, 186 – Eigenbetrieb Friedhöfe, mwN). Zur Bestimmung einer geschäftlichen Handlung kann daher auf die Rechtsprechung des BGH zum Begriff der Wettbewerbshandlung iSd § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG 2004 zurückgegriffen werden (vgl. Ohly in Ohly/Sosnitza, UWG, 7. Aufl., Einf. D Rn. 24; GK UWG/Schünemann, 2. Aufl., Einl. F Rn. 47). (BGH Urteil vom 19.04.2018, I ZR 154/16 - Keine aggressive geschäftliche Handlung durch Werblocker mit Whitelisting-Funktion - Werblocker II – veröffentlicht GRUR 2018, 1251).
- 79 Gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung jedes Verhalten einer Person zugunsten des eigenen oder eines fremden Unternehmens vor, bei oder nach einem Geschäftsabschluss, der mit der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder mit dem Abschluss oder der Durchführung eines Vertrags über Waren oder Dienstleistungen objektiv zusammenhängt. Das Merkmal des objektiven Zusammenhangs ist funktional zu verstehen und setzt voraus, dass die Handlung bei objektiver Betrachtung darauf gerichtet ist, durch Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer den Absatz oder Bezug von Waren oder Dienstleistungen des eigenen oder eines fremden Unternehmens zu fördern (vgl. BGH GRUR 2013, 945 Rn. 17 = WRP 2013, 1183 – Standardisierte Mandatsbearbeitung; GRUR 2015, 694 Rn. 20 = WRP 2015, 856 – Bezugsquellen für Bachblüten; GRUR 2019, 1202 Rn. 13 = WRP 2019, 1471 – Identitätsdiebstahl; GRUR 2020, 886 Rn. 32 = WRP 2020, 1017 – Preisänderungsregelung, BGH, Urteil vom 09.09.2021 – I ZR 125/20 – Influencer II – veröffentlicht in MMR 2021, 886, 887).
- 80 Ein Indiz für eine geschäftliche Handlung zugunsten eines fremden Unternehmens kann darin liegen, dass zu diesem eine geschäftliche Beziehung besteht (vgl. BGH GRUR 2021, 497 Rn. 25 – Zweitmarkt für Lebensversicherungen). Dient die Handlung vorrangig anderen Zielen als der Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung von Verbrauchern in Bezug auf Produkte und wirkt sie sich lediglich reflexartig auf die Absatz- oder Bezugsförderung aus, so stellt sie keine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1

UWG dar (vgl. BGH GRUR 2013, 945 Rn. 18 u. 29 – Standardisierte Mandatsbearbeitung; GRUR 2015, 694 Rn. 22 – Bezugsquellen für Bachblüten; GRUR 2016, 710 Rn. 12 u. 16 = WRP 2016, 843 – Im Immobiliensumpf; GRUR 2021, 497 Rn. 27 – Zweitmarkt für Lebensversicherungen).

- 81 Die Frage, ob eine Handlung vorrangig der Förderung des eigenen oder fremden Absatzes oder Bezugs von Waren oder Dienstleistungen oder aber anderen Zielen dient, ist entgegen der Auffassung der Verfügungsbeklagten nicht anhand einzelner Aussagen, sondern vielmehr auf Grund einer Würdigung der gesamten Umstände des Einzelfalls zu beurteilen (vgl. u.a. BGH, a.a.O. – Bezugsquellen für Bachblüten, BGH Urteil vom 09.09.2021 – I ZR 126/20 – Influencer III, veröffentlicht MMR 2021, 892, 893).

(2)

- 82 Die Verfügungsbeklagten nehmen für sich in Anspruch, journalistisch und völlig unabhängig von irgendwelchen Herstellern zu arbeiten. Nach der Selbstdarstellung der Verfügungsbeklagten auf <https://g...-s....de> (Anlage K5 LGA) stellt sich der Verfügungsbeklagte zu Ziffer 2 wie folgt vor:

- 83 „Einen passenden Gaming Stuhl zu finden ist nicht leicht. Ich bin TÜV-zertifizierter Ergonomie-Berater und seit 2014 betreibe ich diese Website. Seitdem sind unzählige Marken & Modelle dazugekommen, sich in diesem Dschungel aus Stühlen zurechtzufinden ist schwer. Ich habe mittlerweile über 50 Gaming Stühle im Test gehabt und kann euch damit sehr gut bei der Auswahl des nächsten Gaming Sessels helfen.“

- 84 Die Verfügungsbeklagten präsentieren sich damit selbst als Experten für Gaming-Stühle und bieten mit ihren Tests Hilfe bei der Kaufentscheidung. Die Handlung ist damit offenkundig darauf gerichtet, durch Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer den Absatz oder Bezug von Waren eines fremden Unternehmens zu fördern.

- 85 Hinzu kommt, dass die Verfügungsbeklagte zu 1 durch die unstreitig getroffenen Affiliate-Vereinbarungen mit verschiedenen Herstellern auch selbst wirtschaftlich profitiert. Die Verfügungsbeklagten sind dabei dem Vortrag der Verfügungsklägerin, dass es (sogar) eine direkte Verlinkung zum Webshop des Wettbewerbers Fa. Ixxx - statt bloßer Verlinkung zum allgemeinen Webshop „amazon.de“ gebe, nicht entgegengetreten.

(3)

- 86 Der Einwand der Verfügungsbeklagten, dass eine - grundrechtlich geschützte - journalistische Tätigkeit gegeben sei und deshalb keine geschäftliche Handlung vorliege, überzeugt nicht. Da die Bestimmung des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG der Umsetzung von Art. 2 lit. d der RL 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken dient, ist sie im Lichte des Wortlauts und des Zwecks dieser Richtlinienbestimmung auszulegen (vgl. BGH GRUR 2014, 682 [= ZD 2014, 469 m. Anm. Terhaag/Laoutoumai], Rdnr. 16 – Nordjob-Messe; GRUR 2014, 1120 [= MMR 2014, 815], Rdnr. 15 – Betriebskrankenkasse II). Nach ihrem Erwägungsgrund 7 bezieht sich die RL nicht auf Geschäftspraktiken, die vorrangig anderen Zielen als der Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung von Verbrauchern in Bezug auf Produkte dienen und sich lediglich reflexartig auf die Absatz- oder Bezugsförderung auswirken (vgl. BGH, a.a.O., Rdnr. 29 – Standardisierte Mandatsbearbeitung; OLG Karlsruhe GRUR-RR 2010, 47, 48) (BGH, Urteil vom 11.12.2014 – I ZR 113/13 - Unzulässig-

ge Produktwerbung durch Verlinkung einer Internetseite – Bezugsquellen für Bachblüten, veröffentlicht MMR 2015, 518, 520).

- 87 Der Schwerpunkt der Tätigkeit der Verfügungsbeklagten zu 1 liegt jedoch nach dem eigenen Internetauftritt im Bereich der Absatzförderung von Gaming-Stühlen und damit im Warenabsatz selbst. Unstreitig liegt auch keine Unentgeltlichkeit der Tätigkeit vor, vielmehr erfolgt die Testberichterstattung werbefinanziert, wobei anders als beispielsweise bei Printmedien keine optische und textliche Trennung zwischen Werbeanzeigen und Presseberichterstattung vorgenommen wird, sondern vielmehr im Zusammenhang mit Testberichten mittels Affiliate-Links der entsprechende wirtschaftliche Umsatz erzielt wird.
- 88 c) Unlauterkeit nach § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG
- 89 Die Verfügungsklägerin beruft sich darauf, dass die Verfügungsbeklagten Wettbewerbsverletzungen durch unzulässige herabsetzende und verunglimpfende vergleichende Werbung im Sinne des § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG begangen hätten. Die Verfügungsbeklagten stützten ihre im „Testbericht“ erhobenen Vorwürfe der Schummelei, des Lügens und der Irreführung der Kunden auf unzutreffende Tatsachenannahmen. Ihre eigenen Werbeaussagen seien weder irreführend noch unwahr.
- 90 Das Landgericht hat die Anwendbarkeit des § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG – der im Fall der Annahme einer vergleichenden Werbung § 4 Nr.1 UWG als speziellere Norm verdrängt – mangels einer beabsichtigten Förderung eines fremden Absatzes durch die Aussagen im „Testbericht“ als maßgebliches Kriterium für die Annahme von Werbung verneint. Dem ist nicht zu folgen.
- (1)
- 91 Nach Art. 2 lit. a Werbe-RL ist Werbung jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern. Diese Definition ist auch für den in Art. 2 lit. c Werbe-RL niedergelegten Begriff der vergleichenden Werbung maßgebend (vgl. EuGH GRUR 2009, 756 Rn. 52 – L'Oréal/Bellure; GRUR 2002, 354 Rn. 28 – Toshiba/Katun) und gilt daher auch für § 6 Abs. 1 UWG (BGH GRUR 2019, 631 Rn. 27 – Das beste Netz; GRUR 2008, 628 Rn. 18 – Imitationswerbung). Es handelt sich um eine sehr weite Definition, die sehr unterschiedliche Formen erfasst und insbesondere nicht auf Formen klassischer Werbung beschränkt ist (EuGH GRUR 2013, 1049 Rn. 35 – Belgian Electronic Sorting Technology; GRUR 2009, 756 Rn. 52 – L'Oréal/Bellure; BGH GRUR 2021, 1534 Rn. 58 – Rundfunkhaftung) (BeckOK UWG/Weiler, 27. Ed. 1.1.2025, UWG § 6 Rn. 60). Es ist also nicht erforderlich, dass zwischen dem Werbenden und dem in der Werbung erkennbar gemachten Mitbewerber ein Wettbewerbsverhältnis im Sinne des Mitbewerberbegriffs des § 6 UWG besteht (Köhler/Feddersen/Köhler UWG § 6 Rn. 66; aA OLG München GRUR 2003, 719). Die Vorteile, die mit der Zulassung vergleichender Werbung erreicht werden sollen, hängen nicht davon ab, ob der Werbende selbst in einem Wettbewerbsverhältnis steht, denn vergleichende Werbung eines Dritten ist ebenso wie die eines Mitbewerbers geeignet, die Vorteile der verschiedenen verglichenen Produkte objektiv herauszustellen; umgekehrt ergeben sich die gleichen Gefahren für die Wettbewerbschancen der Mitbewerber und die Entscheidungsfreiheit der Abnehmer.

- 92 Bei Äußerungen Dritter ist aber stets kritisch zu prüfen, ob das Ziel der Absatzförderung gegeben ist. (BeckOK UWG/Weiler, 27. Ed. 1.1.2025, UWG § 6 Rn. 75). Das Betreiben von Bewertungs- und Vergleichsportalen im Internet ist nach inzwischen wohl allgemeiner Auffassung im Lichte der Meinungs- und Äußerungsfreiheit als grundsätzlich zulässig anzusehen. Die (lauterkeits-)rechtliche Beurteilung derartiger Portale hängt aber stets von den genauen Umständen des Einzelfalls ab. Entscheidende Bedeutung kommt dabei dem jeweiligen Geschäftsmodell zu (MüKoUWG/Menke, 3. Aufl. 2020, UWG § 6 Rn. 84a). Die Tatsache, dass es keinen gerechtfertigten Grund gibt, zwischen Werbevergleichen zur Förderung eigenen und fremden Wettbewerbs zu unterscheiden, spricht für die weite Auslegung von § 6 Abs. 1 UWG. Außerdem ist der Begriff der vergleichenden Werbung nach Erwägungsgrund Nr. 8 RL 2006/114/EG in einem weiten Sinne zu verstehen, so dass alle Arten vergleichender Werbung abgedeckt werden (Erw.-Grd. Nr. 8).
- 93 Es ist dagegen keine Werbung anzunehmen, wenn unabhängige Dritte (insbesondere Verbraucherverbände, Zeitschriftenverlage oder neutrale Testinstitute) Vergleiche von Waren und Dienstleistungen mit dem Ziel der Information und Aufklärung der Verbraucher anstellen. Derartige Warentests und Dienstleistungstests sind differenzierend zu beurteilen. Sie sind in hohem Maße geeignet, den Absatz der getesteten Leistungen positiv bzw. negativ zu beeinflussen. Wenn jedoch die Tests neutral und sachkundig sind, sich um objektive Richtigkeit bemühen und bezüglich der Prüfungsmethoden, der Auswahl der Objekte und der Schlussfolgerungen vertretbar („diskutabel“) erscheinen, dann dienen sie grundsätzlich nicht Wettbewerbs- und Werbe Zwecken, so dass § 6 UWG schon aus diesem Grunde nicht anwendbar ist. Dies trifft auf die Verfügungsbeklagte zu 1 aber nicht zu. Diese ist gerade nicht neutral und wirtschaftlich unabhängig von den Herstellern, sondern finanzieren ihre Tätigkeit unstreitig mit Affiliated-Links und daraus resultierenden Vergütungen.
- 94 Der Umstand allein, dass diese dritten Anbieter keine Mitbewerber des den Vergleich publizierenden Unternehmens sind, hindert das Vorliegen der für § 6 Abs. 1 UWG erforderlichen Absatzförderungsabsicht noch nicht. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs besteht grundsätzlich bei objektiver Eignung einer Äußerung eine tatsächliche - wenn auch widerlegliche - Vermutung einer Absatzförderungsabsicht. Für redaktionelle Inhalte dagegen begründet die genannte Eignung - angesichts des allgemeinen Presseprivilegs - keine Vermutung für eine Absatzförderungsabsicht des Presseunternehmens oder des betreffenden Journalisten oder Redakteurs. Der Bundesgerichtshof verlangt vielmehr für derartige Fälle die „Feststellung konkreter Umstände, wonach neben der publizistischen Aufgabe die Absicht des Presseorgans, eigenen oder fremden Wettbewerb zu fördern, eine größere als nur eine notwendigerweise begleitende Rolle gespielt hat.“ (MüKoUWG/Menke, 3. Aufl. 2020, UWG § 6 Rn. 65)
- 95 Bezweckt hingegen ein Warentest die Förderung eines bestimmten Unternehmens bzw. des Absatzes bestimmter getesteter Produkte, dann ist § 6 UWG anwendbar (Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/Sack, 5. Aufl. 2021, UWG § 6 Rn. 62).
- 96 Eine entsprechende Förderungszielsetzung und damit Werbung ist jedenfalls immer dann gegeben, wenn der Vergleichende von dem begünstigten Anbieter nicht unabhängig ist, was dann anzunehmen ist, wenn der Vergleichende von dem Begünstigten für die Werbung Vorteile, etwa Verkaufsprovisionen erhält (Fezer/Büscher/Obergfell/Koos, 3. Aufl. 2016, UWG § 6 Rn. 58).

(2)

- 97 Ausgehend von diesen Grundsätzen ist der Testbericht der Verfügungsbeklagten als Werbung zu qualifizieren.
- 98 Dazu ist zunächst auf die Äußerung im Bericht der Verfügungsbeklagten zu verweisen:
- 99 *„Ich möchte euch den Rxxx A... abschließend nicht zum Kauf empfehlen. Vom Prinzip her ist der Rxxx A... in Vollausstattung für 499 € gar nicht schlecht, auch wenn die (wenige) deutsche Konkurrenz mit dem Bxxx V Pxxx (verlinkt) mehr Funktion & Garantie fürs Geld bietet.*
- 100 *Was mich aber unheimlich triggert, ist die Dreistigkeit, mit der Rxxx seinen potentiellen Kunden belügt und in die Irre führt. [...]“* (Anlage K 1, LGA Bl. 29)
- 101 Die Darstellung der Verfügungsbeklagten unter der Überschrift „Rxxx A... Test – Der unehrliche SchummlA... – Stuhl von Rxxx“ geschieht unter dem sich durch den gesamten Bericht ziehenden Duktus, dass die Verfügungsklägerin mogeln, schummeln, flunkern, lügen, irreführen, hinzudichten und falsche Aussagen treffen würde und darüber hinaus noch die Verfügungsbeklagten „persönlich verarscht“ hätte, also im Markt bewusst wahrheitswidrig agieren würde. Hinsichtlich der Bewertung besteht insgesamt der Eindruck, dass sich die Verfügungsbeklagten auf die Verfügungsklägerin „eingeschossen“ haben, da eine außerordentlich kritische Auseinandersetzung mit der Urheberschaft des Stuhls, den Garantiebedingungen und der Bezeichnung der Armstützenverstellbarkeit stattfindet.
- 102 Der Bericht ist weit von einer neutralen Prüfung und Bewertung des Produkts der Verfügungsklägerin entfernt, da unabhängig von der Einschätzung der tatsächlichen Qualität des Stuhles allein durch die Wortwahl nicht mehr von einer objektiven und vergleichenden Testung ausgegangen werden kann. Dies geschieht in Kombination damit, dass stattdessen der Stuhl des Mitbewerbers lxxx empfohlen wird. Dadurch werden beide Produkte in einen unmittelbaren Wettbewerb zueinander gesetzt. Es wird nicht wie sonst bei Preisportalen eine generelle Marktübersicht gewährt – wobei den Verfügungsbeklagten zuzugeben ist, dass auch andere Stühle getestet werden – sondern es wird ein direktes vergleichendes Verhältnis zwischen der Verfügungsklägerin und der Wettbewerberin lxxx hergestellt. Vergleichende Ausführungen finden sich dabei nicht nur im plakativ herausgestellten Fazit, sondern auch bei der Bewertung der Polsterung und der Lendenwirbelstütze.

(3)

- 103 Nach § 6 Abs. 1 UWG liegt vergleichende Werbung beim Erkennbarmachen des Mitbewerbers oder seiner Waren vor. Nach der bereits zitierten Aussage der Verfügungsbeklagten: *„Ich möchte euch den Rxxx A... abschließend nicht zum Kauf empfehlen. Vom Prinzip her ist der Rxxx A... in Vollausstattung für 499 € gar nicht schlecht, auch wenn die (wenige) deutsche Konkurrenz mit dem Bxxx V Pxxx (verlinkt) mehr Funktion & Garantie fürs Geld bietet“* werden die Produkte der Verfügungsklägerin und der Wettbewerberin Fa. lxxx auch erkennbar gemacht und zueinander ins Verhältnis gesetzt.

(4)

- 104 § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG regelt den Fall einer negativen Bezugnahme. Die Werbung ist unlauter, wenn der Vergleich die Waren, Dienstleistungen, Tätigkeiten oder persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse eines Mitbewerbers herabsetzt oder verunglimpft.
- 105 Die Vorschrift dient dem Schutz des Mitbewerbers. Zwar muss der Mitbewerber den Vergleich als solches wegen der Transparenzfördernden Eigenschaften vergleichender Werbung grundsätzlich hinnehmen. Da vergleichende Werbung oft dazu dient, den Werben den oder seine Produkte als besser darzustellen als den Mitbewerber bzw. dessen Produkte, ist ihr ein gewisser herabsetzender Effekt immanent.
- 106 Die Grenze des Zumutbaren wird aber überschritten, wenn die Herabsetzung über dasjenige hinausgeht, was für den Vergleich gleichsam wesentypisch ist. Ansehensschädigungen, die das Wettbewerbsinteresse des Mitbewerbers über das bei vergleichender Werbung Notwendige hinaus beeinträchtigen, sollen verhindert werden. Geschützt sind folglich der geschäftliche Ruf und die von ihm abhängigen Wettbewerbschancen. Wie bei § 4 Nr. 1 UWG zielt die Norm hingegen nicht auf den Schutz der Geschäftslehre als solche (BeckOK UWG/Weiler, 27. Ed. 1.1.2025, UWG § 6 Rn. 305).
- 107 In Abgrenzung zum Äußerungsrecht erfasst § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG auch wahre Tatsachenbehauptungen sowie Werturteile (BeckOK UWG/Weiler, 27. Ed. 1.1.2025, UWG § 6 Rn. 306), sodass auch die Äußerung einer wahren Tatsache oder eine Meinungsäußerung ein Fall der unlauteren vergleichenden Werbung sein kann.
- 108 Herabsetzung ist die sachlich nicht gerechtfertigte Verringerung der Wertschätzung des Mitbewerbers oder seiner Produkte durch den Vergleich. Die Verunglimpfung ist eine Steigerung der Herabsetzung und liegt vor, wenn der Mitbewerber oder seine Produkte durch den Vergleich ohne sachlichen Grund verächtlich gemacht werden. Eine trennscharfe Unterscheidung zwischen Herabsetzung und Verunglimpfung kann schwierig sein, ist im Ergebnis aber nicht erforderlich, da beide Formen erfasst sind. Aus dem genannten Begriffsverständnis ergeben sich zwei Voraussetzungen, nämlich einerseits die Verringerung der Wertschätzung bzw. ein Verächtlichmachen des Vergleichsprodukts und andererseits das Fehlen eines sachlichen Grundes. Dem entspricht das allgemeine Verständnis, dass die bloße Verringerung der Wertschätzung nicht genügend ist, schon weil sie für die vergleichende Werbung wesentypisch ist und es sonst zu einem per-se-Verbot der kritisierenden vergleichenden Werbung kommen würde (BGH GRUR 2002, 72 (73) – Preisgegenüberstellung im Schaufenster; GRUR 1999, 501 (503) – Vergleichen Sie; Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/Sack UWG § 6 Rn. 207; Ohly/Sosnitza/Ohly UWG § 6 Rn. 68).
- 109 In der Voraussetzung des fehlenden Sachgrundes verwirklicht sich der Sache nach das bei § 6 Abs. 2 Nr. 4 UWG genannte Erfordernis der Unlauterkeit. Zwar haben weder der europäische noch der deutsche Gesetzgeber dieses Kriterium in Art. 4 lit. d Werbe-RL bzw. § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG aufgenommen. Hierzu bestand jedoch auch kein Anlass, weil ja gerade nicht – wie bei Art. 4 lit. f Werbe-RL – die bloße Beeinträchtigung der Wertschätzung genügt; den Begriffen Herabsetzung und Verunglimpfung ist die Voraussetzung der Unlauterkeit vielmehr schon immanent (FBO/Koos UWG § 6 Rn. 245; Ohly/Sosnitza/Ohly UWG § 6 Rn. 68). Vor diesem Hintergrund ist eine Herabsetzung oder Verunglimpfung nur anzunehmen, wenn zu der durch den Vergleich bewirkten Verringerung der Wertschätzung besondere Umstände hinzutreten, die ihn als abfällig, abwertend oder unsachlich erscheinen lassen (BGH GRUR 2019, 644 Rn. 23 – Knochenzement

III; GRUR 2019, 631 Rn. 30 – Das beste Netz; GRUR 2010, 161 Rn. 16 – Gib mal Zeitung; GRUR 2008, 443 Rn. 18 – Saugeinlagen; GRUR 2002, 633 (635) – Hormonersatztherapie; GRUR 2002, 73 – Preisgegenüberstellung im Schaufenster). Wenn dem so ist, fehlt es an einem sachlichen Grund und die Werbung ist unlauter.

- 110 Bei der Beurteilung gelten die gleichen Grundsätze wie bei § 4 Nr. 1 UWG (BGH GRUR 2019, 644 Rn. 23 – Knochenzement III, → § 4 Rn. 47) (BeckOK UWG/Weiler, 27. Ed. 1.1.2025, UWG § 6 Rn. 312-315). Maßgeblich ist demnach, ob die angegriffene Werbeaussage sich noch in den Grenzen einer sachlichen Erörterung hält oder bereits eine pauschale Abwertung der fremden Erzeugnisse darstellt (BGH, GRUR 2002, 72 [73] = WRP 2001, 1441 – Preisgegenüberstellung im Schaufenster; GRUR 2002, 633 [635] = WRP 2002, 828 – Hormonersatztherapie; GRUR 2008, 443 Rdnr. 18 = WRP 2008, 666 – Saugeinlagen; zur wettbewerbswidrigen pauschalen Herabsetzung ungenannter Mitbewerber vgl. BGH, GRUR 2002, 828 [830] – Lottoschein; GRUR 2002, 982 [984f.] = WRP 2002, 1138 – DIE „STEINZEIT“ IST VORBEI!, BGH, Urteil vom 1. 10. 2009 - I ZR 134/07 - Gib mal Zeitung – veröffentlicht GRUR 2010, 161, 163f.).
- 111 Die Unlauterkeit kann auch auf der Art der Darstellung der Nachteile des Mitbewerberprodukts bzw. der Nachteile des eigenen Produkts beruhen. Angesichts der Gepflogenheiten in der Werbung und der daraus folgenden Gewöhnung des Verkehrs ist aber eine ganz nüchterne, für Werbezwecke letztlich ungeeignete Darstellung nicht zu verlangen. Humor und Ironie sind zulässig, solange der Mitbewerber nicht dem Spott oder der Lächerlichkeit preisgegeben wird oder die Aussage so gestaltet ist, dass sie von den Adressaten für bare Münze genommen wird. (BeckOK UWG/Weiler, 27. Ed. 1.1.2025, UWG § 6 Rn. 329-332)
- 112 Bei Aussagen über die Tätigkeit des Mitbewerbers oder seine persönlichen oder geschäftlichen Verhältnisse im Rahmen des Vergleichs ist kritisch zu prüfen, ob sie für die Marktentscheidung der angesprochenen Verkehrskreise nützlich sind. Das setzt bei einem Produkt- oder Preisvergleich voraus, dass die Information für die Marktentscheidung in Bezug auf das konkret verglichene Produkt relevant ist (ähnli. Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig/Sack UWG § 6 Rn. 214; Köhler/Feddersen/Köhler UWG § 6 Rn. 181).
- (5)
- 113 Ob in einem Werbevergleich enthaltene Aussagen eine pauschale Abwertung des fremden Erzeugnisses enthalten, ist nicht anhand einer isolierten Betrachtung der einzelnen Erklärungen, sondern auf Grund des Gesamtzusammenhangs der Angaben zu beurteilen. (BGH, Urteil vom 20. 9. 2007 - I ZR 171/04 – Saugeinlagen, veröffentlicht in GRUR 2008, 443 Leitsatz) Die Beurteilung der Frage, ob eine Werbeaussage eines Wettbewerbers einen Mitbewerber herabsetzt, erfordert daher eine Gesamtwürdigung, die die Umstände des Einzelfalls wie insbesondere den Inhalt und die Form der Äußerung, ihren Anlass, den Zusammenhang, in dem sie erfolgt ist, sowie die Verständnismöglichkeit des angesprochenen Verkehrs berücksichtigt. Dabei kommt es maßgeblich auf die Sicht des durchschnittlich informierten und verständigen Adressaten der Werbung an (vgl. BGH, GRUR 2012, 74 Rn. 22 – Coaching-Newsletter, mwN). Für die Bewertung maßgeblich ist daher der Sinngehalt der Äußerung, wie sie vom angesprochenen Verkehr verstanden wird. (BGH, Urt. v. 17.12.2015 – I ZR 219/13 – Dr. Estrich, veröffentlicht in GRUR-RR 2016, 410, 411).

(a)

- 114 Für den Senat ist im Rahmen dieser Gesamtwürdigung dabei von Bedeutung, dass die Bewertung des Verhaltens der Verfügungsklägerin durch die Verfügungsbeklagten überdeutlich zum Ausdruck bringt, dass diese ihre Kunden belügen und täuschen würde, um Profit zu generieren. Dabei richtet sich die von den Verfügungsbeklagten geäußerte Kritik am Gaming-Stuhl der Verfügungsklägerin in erster Linie auf Gesichtspunkte, die für die Kaufentscheidung der angesprochenen Verbraucher von eher untergeordneter Bedeutung sein dürften. Gleichzeitig wird mit der Bewertung des Produkts der Verfügungsklägerin nach außen zwar der Eindruck einer neutralen Testung suggeriert, in Wirklichkeit aber werden erkennbar und vorrangig eigene wirtschaftliche Ziele verfolgt.

(aa)

- 115 Maßgeblich für eine informierte Nachfrageentscheidung der angesprochenen Verkehrskreise im Hinblick auf Gaming-Stühle dürfte neben dem Preis-Leistungsverhältnis des Produkts zunächst insbesondere die Eignung des Stuhls für den vorgesehenen Verwendungszweck sein. Dieser liegt regelmäßig darin, für einen längeren Zeitraum möglichst komfortabel und ergonomisch zu sitzen, während gleichzeitig Spiele am Computer gespielt werden. Hierbei dürfte auch die Einstellbarkeit des Stuhles auf die jeweilige individuelle körperliche Konstitution eine Rolle spielen, da nur so ergonomisches Sitzen erreicht werden kann. Ebenfalls eine Rolle spielen die Optik und die verwendeten Materialien. Je nach Nutzer kann auch die Erfüllung bestimmter Güte- oder Umweltsiegel oder die Einhaltung bestimmter Produktionsbedingungen oder -orte eine Rolle spielen.
- 116 Die Verfügungsbeklagten kritisieren demgegenüber im Wesentlichen folgende drei Themenbereiche:
- 117 - Behauptete fehlende eigene Entwicklungsleistung und Übernahme der Entwicklungsleistung des Modells „Axxx Hxxx“ eines anderen Herstellers
- 118 - Bepriesene 5-Jahresgarantie, bei der wesentliche Teile ausgeschlossen seien
- 119 - Behauptete irreführende Bezeichnung zur Verstellbarkeit der Armlehnen
- 120 Unter Berücksichtigung der wesentlichen Faktoren für eine informierte Kaufentscheidung des relevanten Kundenkreises dürften diese Punkte nicht entscheidend auf das Ob eines Erwerbs einwirken:
- 121 Informationen über die Identität des Entwicklers eines Stuhles oder den Grad der Eigenentwicklung der Verfügungsklägerin im Verhältnis zur Übernahme bereits vorbestehender Entwicklungsstufen dürften für die Kundenkreise weniger relevant sein. Dies ergibt sich bereits daraus, dass - anders als beispielsweise bei Luxusgütern - kein Designer genannt ist und aufgrund des Einsatzes als ergonomisches Sitzmöbel die Gestaltungsmöglichkeiten qua Nutzungszweck eingeschränkt sind.
- 122 Hinsichtlich der Garantie ist zu berücksichtigen, dass diese als freiwillige zusätzliche Leistung über die gesetzlichen Gewährleistungsrechte hinaus gewährt wird.
- 123 Zu der von den Verfügungsbeklagten kritisierten Bezeichnung der Einstellmöglichkeit der Armlehnen ist zunächst festzuhalten, dass weder vorgetragen noch ersichtlich ist, dass die Bezeichnung der Positionsänderungsmöglichkeiten (directions) der Armlehnen

einer gesetzlichen oder sonstigen Regulierung unterliegt. Die Verfügungsbeklagten behaupten auch nicht, dass die Verfügungsklägerin eine Einstellmöglichkeit bewirbt, die tatsächlich nicht gegeben ist, sondern monieren im Ergebnis lediglich, dass die separat ausgewiesene Einstellmöglichkeit bei anderen Herstellern nicht gesondert beworben wird.

(bb)

- 124 Zwischen den Verfügungsbeklagten und dem Mitbewerber der Verfügungsklägerin lxxx besteht eine sog. Affiliate-Vereinbarung.
- 125 Affiliate-Links unterscheiden sich von klassischer Werbung im Internet wie zum Beispiel Bannerwerbung. Im Rahmen eines Affiliate Links besteht eine engere Verbindung zu dem Produkt, da redaktioneller Teil und Werbeanteil gerade nicht optisch und sprachlich voneinander getrennt und unabhängig sind, sondern untrennbar miteinander verwoben. Der Werbekunde bezahlt auch nicht - wie bei einer Anzeige - für die Platzierung der Werbung unabhängig vom Werbeerfolg, sondern ein Verdienst tritt nur dann ein, wenn Kunden gerade über den bei ihnen platzierten Affiliate-Link auf den Webshop des Werbetreibenden weiterklicken und dort das auf der Webseite der Verfügungsbeklagten vorgestellte Produkt erwerben. Hieraus resultiert eine stärkere Veranlassung, das dargestellte Produkt positiv zu bewerten, da nur bei einem Besuch der Webseite des Anbieters und einem Produkterwerb mit dem Affiliate-Link etwas verdient werden kann. Im Rahmen einer vergleichenden Werbung führt naturgemäß eine schlechtere Bewertung zum „größeren Glanz“ des besser bewerteten Produkts.
- 126 In diesem Zusammenhang fällt besonders ins Gewicht, dass die Verfügungsbeklagten sich als neutrale und sachkundige Tester gerieren, welche zudem einen guten Marktüberblick aufgrund zahlreicher Testungen behaupten und für sich ein Vertrauen in eine neutrale Berichterstattung in Anspruch nehmen. Nach dem Gesamtauftritt soll hier nicht nur eine Einzelmeinung eines Nutzers kundgetan werden, vielmehr wird eine Kaufberatung und Unterstützung des relevanten Kundenkreises angeboten. Die Verfügungsbeklagten stellen dabei jedoch nicht heraus, dass mit den Herstellern unterschiedlich enge wirtschaftliche Verbindungen bestehen, und insoweit gerade keine neutrale Testung wie etwa bei der anerkannten „Stiftung Warentest“ gegeben ist. Das Eigeninteresse der Verfügungsbeklagten an einer Vermarktung insbesondere der Hersteller, mit welchen lukrativere Provisionsabreden bestehen, wird nicht offengelegt.

(b)

- 127 Vor diesem Hintergrund sind die von der Verfügungsklägerin angegriffenen Äußerungen zu bewerten und diese Beurteilung führt im Ergebnis dazu, dass sämtliche dieser Äußerungen jede für sich als herabsetzend bzw. verunglimpfend einzustufen sind.

(aa)

- 128 Die gesamte Berichterstattung über den streitgegenständlichen Stuhl zeichnet sich dadurch aus, dass die Verfügungsbeklagten eine beeindruckende Vielzahl von Synonymen für das Wort „lügen“ verwenden. Eine Lüge ist eine falsche Aussage, die bewusst gemacht wird und jemanden täuschen soll. Entgegen dem Landgericht ist es hierbei unerheblich, ob dieses Lügen verniedlichend als flunkern, schummeln oder mogeln oder als irreführen und „verarschen“ bezeichnet wird. Der vom durchschnittlich informierten und verständigen Adressaten wahrgenommene Kerngehalt der Aussage, wonach die Verfü-

gungsklägerin die Marktteilnehmer bewusst täuschen will, um sie zu einer Kaufentscheidung zu veranlassen, ist jeweils gleich.

- 129 Dieser Vorwurf einer bewussten Täuschung von Verbrauchern wird bereits in der Überschrift „Ein echter SchummelA...“ herausgestellt. Die Aussage in der Überschrift ist das Erste, was ein Leser des Berichts regelmäßig wahrnimmt. Anschließend beginnt das vorangestellte Inhaltsverzeichnis mit den Gliederungspunkten „1.1 Rxxxs Irreführung: wie bei Entwicklung und Funktion geflunkert wird, 1.2 Rxxx hat den A... gar nicht entwickelt, behauptet es aber stolz und 1.3 Irreführende Werbung & schlicht falsche Aussagen“, bevor erst die eigentliche Beschreibung der Eigenschaften und der Funktionsfähigkeit des Produkts folgt. Während die nachfolgende Beschreibung der Funktionen weitgehend sachlich gehalten ist, wird dann im „Fazit“ erneut das Produkt in einer herausgehobenen Zwischenüberschrift als „ein echter SchummelA...“ beschrieben und mündet schließlich in der Aussage, der Stuhl werde nicht zum Kauf empfohlen, während stattdessen dem verlinkten Konkurrenzprodukt Bxxx V Pxxx „mehr Funktionen & Garantie fürs Geld“ zugeschrieben werden (Anlage 1 Bl. 30, LGA).

(bb)

- 130 Zu beanstanden sind auch die Aussagen der Verfügungsbeklagten zur Entwicklung des Produkts. Dabei kann die zwischen den Parteien streitige Frage offenbleiben, ob eine signifikante Weiterentwicklung des streitgegenständlichen Stuhls durch die Verfügungsklägerin stattgefunden hat. Die streitgegenständlichen Aussagen (z.B. „den Vogel schießt Rxxx ab, indem sie den Rxxx A... als ihre eigene Entwicklung verkaufen...“) sind unabhängig von der rechtlichen Einordnung als Meinungsäußerung, Meinungsäußerung mit Tatsachenkern oder Tatsachenbehauptung und damit unabhängig vom Wahrheitsgehalt geeignet, die Marktteilnehmer in die Irre zu führen und aufgrund der in Zweifel gezogenen Entwicklung durch die Verfügungsklägerin selbst, diese vom Erwerbs des Produkts auch abzuhalten.
- 131 Auch eine objektiv richtige Angabe kann die Verkehrskreise täuschen, wenn sie geeignet ist, Fehlvorstellungen hervorzurufen und die Kaufentscheidung des Verkehrs zu beeinflussen. Da Entwicklungsleistungen und Design grundsätzlich schutzfähig sind, können die diesbezüglichen Äußerungen vom durchschnittlich informierten und verständigen Adressaten durchaus dahingehend verstanden werden, dass eine entsprechende Rechtsverletzung durch die Verfügungsklägerin begangen wurde und diese sich zu Unrecht eine fremde Entwicklungsleistung zu eigen gemacht hat und nunmehr diese unter Vorspiegelung falscher Tatsachen – nämlich der eigenen Entwicklungsleistung – am Markt anbietet. Es entsteht der Eindruck, dass die Verfügungsklägerin nicht nur die Entwicklungsleistung, sondern auch die hieraus resultierende Anerkennung zu Unrecht für sich in Anspruch nimmt und sich insoweit „mit fremden Federn schmückt“.
- 132 Auch hierdurch wird wiederum der Eindruck erweckt, die Verfügungsklägerin agiere am Markt rechtswidrig und mit bewusst wahrheitswidrigen Angaben und nehme zu Unrecht eine eigene Entwicklungsleistung für sich in Anspruch. Vor dem Hintergrund, dass die Verfügungsklägerin unstreitig die Rechte an der fremden Entwicklung erworben hat und diese nicht Ergebnis einer unberechtigten Aneignung einer fremden Schöpfung ist, wird das Missverhältnis zu der wiederholt vorgebrachten heftigen Kritik noch deutlicher. Die Aussage beinhaltet daher eine Herabsetzung der Verfügungsklägerin im Sinne des § 6 Abs. 2 Nr. 5 UWG.

(cc)

- 133 Verstärkt wird der Eindruck einer überzogenen und sachlich nicht mehr gerechtfertigten Kritik noch dadurch, dass durch Äußerungen der Verfügungsbeklagten mögliche finanzielle Probleme der Verfügungsklägerin in den Raum gestellt werden, die wiederum in Zusammenhang mit dann ggf. nicht mehr realisierbaren Garantieansprüchen gerückt werden. Zwar weisen die Verfügungsbeklagten darauf hin, dass nicht die Verfügungsklägerin, sondern die Rxxx Auxxx Insolvenz angemeldet habe, um diese Klarstellung dann sogleich dadurch zu relativieren, dass „es eh alles miteinander zusammenhängt“, ohne auch nur ansatzweise irgendwelche Tatsachen oder Anhaltspunkte dafür vorzutragen. Wie vom Landgericht völlig zurecht festgestellt, ist der Hinweis auf finanzielle Probleme oder gar drohende Insolvenz eines Unternehmens nicht nur in besonderer Weise geschäftsschädigend, sondern insbesondere geeignet, mögliche Interessenten von einem Vertragsschluss abzuhalten.

(dd)

- 134 Dasselbe gilt schließlich für die durch das Landgericht im Rahmen des - anders als hier vorgenommenen Bewertungsmaßstabs der Irreführung - als zulässige Werturteil eingestuften Äußerungen wie die Aussagen „Rxxx wirbt mit hinzugedichteten Funktionen & Marketinggeschwafel“, „Ein echter SchummlA...“ oder „Rxxxs Webshop ist voller fantastischer Texte & Werbefloskeln, die dem Schreiber dieser Texte ein solides Maß an Fantasie attestieren“, eine Menge Werbegewäsch“. All diese Äußerungen dienen letztlich nicht sachlicher Kritik, sondern dazu, Stimmung gegen die Verfügungsbeklagte zu machen.

(ee)

- 135 Sämtliche der von der Verfügungsklägerin angegriffenen Äußerungen machen letztlich den Eindruck, als habe man sich auf die Verfügungsklägerin und deren Produkt „eingeschossen“. Der streitgegenständliche Text ist weit entfernt von einer neutralen Information, die man erwarten würde, wenn man sich - wie die Verfügungsbeklagten es tun - als neutraler und sachkundiger Tester geriert. Entgegen der vom Landgericht hinsichtlich einzelner Äußerungen vertretenen Auffassung vermag der Senat eine humorvolle Ironie, welche nicht ernst genommen wird und wie sie der Bundesgerichtshof beispielsweise in der Entscheidung Gib mal Zeitung (I ZR 134/07 - GRUR 2010, 161) angenommen hat, nicht zu erkennen. Selbst wenn man einzelnen Formulierung einen gewissen sarkastischen Wert zugestehen will, steht die Kernbotschaft im Vordergrund, dass es sich bei dem Stuhl um eine Mogelpackung handele und letztlich nicht das enthalten sei, was darauf gedruckt sei.
- 136 All dies führt im Ergebnis dazu, dass sämtliche von der Verfügungsklägerin beanstandeten Äußerungen jede für sich als herabsetzend bzw. verunglimpfend einzustufen sind.

d)

- 137 Aufgrund der außergerichtlichen Weigerung der Verfügungsbeklagten, eine entsprechende Unterlassungserklärung abzugeben, ist eine Wiederholungsgefahr entsprechend § 8 UWG gegeben.

III.

- 138 Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 91, 97 ZPO.
- 139 Eines Ausspruchs zur vorläufigen Vollstreckbarkeit bedarf es nicht, weil das Urteil als Entscheidung über eine einstweilige Verfügung keinem Rechtsmittel mehr unterliegt (§ 542 Abs. 2 ZPO) und daher ohne besonderen Ausspruch endgültig vollstreckbar ist.
- 140 Die Streitwertfestsetzung hat ihre Grundlage in §§ 47, 48 GKG. § 48 Abs. 2 S. 1 GKG schreibt eine Wertfestsetzung unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls vor, wobei insbesondere der Umfang der Sache, die Bedeutung der Sache) sowie die Vermögens- und Einkommensverhältnisse der Parteien zu berücksichtigen sind. In Verfahren des einstweiligen Rechtsschutzes (§ 53 Abs. 1 Nr. 1) ist der Wert regelmäßig niedriger anzusetzen (BeckOK KostR/Toussaint, 48. Ed. 1.2.2025, GKG § 48 Rn. 41, 47). Der Streitwert eines solchen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs bemisst sich allein nach dem gemäß §§ 48 I GKG, 3 ZPO nach freiem Ermessen zu schätzenden Interesse des Antragsstellers. Das maßgebliche Interesse des Antragsstellers richtet sich wesentlich nach dem bereits entstandenen Schaden und den Vorteilen, die er ohne die Rechtsverletzung des Antragsgegners erlangt hätte, wobei die auf Grund des Verstoßes zu befürchtende Umsatzeinbuße einen möglichen Anhaltspunkt darstellt (vgl. Hillaich/Rohs, Hdb. d. Streitwerts in Zivilsachen 9. Aufl. § 90 A.II.1.; Zöller/Herget, ZPO 25. Aufl. § 3 Rdnr. 16 „Gewerblicher Rechtsschutz“). Weitere wertbestimmende Umstände sind unter anderem die Intensität, Aggressivität, Gefährlichkeit, Dauer und Art der Verletzungshandlung sowie deren räumliche Auswirkungen (vgl. etwa Pastor/Ahrens-Ulrich, Der Wettbewerbsprozess 4. Aufl. Kap. 44 Rdnr. 32 m.w. Nachw.). (OLG Zweibrücken Beschl. v. 20.9.2005 – 4 W 52/05, BeckRS 2005, 12019). Die Verfügungsklägerin hat in ihrer erstinstanzlichen Antragsschrift einen Streitwert von 80.000,00 € angegeben, das Landgericht hat dies übernommen und entsprechend mit Beschluss vom 23.10.2024 den Streitwert auf 80.000,00 € festgesetzt. Die Verfügungsbeklagten haben keine Gründe für eine niedrigere Festsetzung vorgetragen und die Festsetzung des Landgerichts nicht mit einer Streitwertbeschwerde oder Gegenvorstellung angegriffen. Mangels anderer Anhaltspunkte war ebenfalls von einem Streitwert von bis 80.000,00 € auszugehen.