

## Landgericht Schweinfurt

Az.: 5 HK O 23/24



**IM NAMEN DES VOLKES**

In dem Rechtsstreit

**Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.**, vertreten durch d. Vorstand [REDACTED]  
[REDACTED] Paulinenstraße 47, 70117 Stuttgart  
- Klägerin -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte [REDACTED]  
[REDACTED]

gegen

**Senzowine GmbH**, vertreten durch d. Geschäftsführer [REDACTED], August-Borsig-Straße 8,  
97526 Sennfeld  
- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

Rechtsanwälte [REDACTED]  
[REDACTED]

wegen Unterlassung

erlässt das Landgericht Schweinfurt - Kammer für Handelssachen - durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht [REDACTED] am 19.03.2025 aufgrund des Sachstands vom 12.02.2025 ohne mündliche Verhandlung mit Zustimmung der Parteien gemäß § 128 Abs. 2 ZPO folgendes

## Endurteil

1. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, Verbrauchern gegenüber im Internet mit der Angabe zu werben und/oder werben zu lassen, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“, wie geschehen gemäß Screenshots nach Anlagen K 4 und K 5.

2. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Ziffer 1. genannte Unterlassungspflicht ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, angedroht.
3. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin 243,51 € zzgl. Zinsen hieraus i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz seit dem 26.09.2024 zu bezahlen.
4. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.
5. Von den Kosten des Rechtsstreits haben die Klägerin 54 % und die Beklagte 46 % zu tragen.
6. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrags vorläufig vollstreckbar.

## Beschluss

Der Streitwert wird auf 47.987,02 € festgesetzt.

## Tatbestand

Die Parteien streiten um wettbewerbsrechtliche Ansprüche.

Die Klägerin ist eine qualifizierte Einrichtung gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG. Bei der Beklagten handelt es sich um einen Anbieter von nach ihren Angaben alkoholfreien Weinen und Schaumweinen, die ihre Produkte Verbrauchern im Internet zum Kauf anbietet. Unter der URL [www.senzo.wine](http://www.senzo.wine) bietet die Beklagte Verbrauchern zahlreiche Weine mit der Besonderheit zum Kauf an, dass diesen Weinen der Alkohol entzogen wurde.

Die Klägerin mahnte die Beklagte mit Anwaltsschreiben vom 20.11.2023 ab und forderte die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. In dem mit diesem Anwaltsschreiben übermittelten Entwurf einer strafbewehrten Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung sollte die Beklagte sich u.a. verpflichten, „es unter Einbeziehung kerngleicher Verletzungsfälle zu unterlassen (...) 3. mit der Angabe zu werben, ein von der Schuldnerin angebotener Wein sei „gesund“ (Anlage 5)“ (...) sowie „für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen die in Zif-

fern I. 1. und/oder 2. und/oder 3. übernommenen Unterlassungspflichten eine nach billigem Ermessen von der Gläubigerin festzusetzende Vertragsstrafe zu bezahlen, deren Höhe im Streitfall durch das zuständige Gericht auf Antrag der Schuldnerin zu überprüfen ist.“

Die Beklagte gab am 13.12.2023 eine strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung ab, in der sich die Beklagte verpflichtete, „es zu unterlassen (...) 2. mit der Angabe zu werben, ein von der Unterlassungsschuldnerin angebotener Wein sei „gesund“.“ sowie „für schuldhaftes Zuwiderhandlungen gegen die in Ziffern I. 1. und/oder I. 2. übernommenen Unterlassungsverpflichtungen eine angemessene, nach billigem Ermessen von der Gläubigerin festzusetzende Vertragsstrafe zu bezahlen. (...)“

Mit Anwaltsschreiben vom 20.12.2023 forderte die Klägerin die Beklagte zur Abgabe einer weiteren strafbewehrten Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung, da die Beklagte auf ihrer Internetseite einen Wein als „komplett alkoholfrei“ bewarb.

Die Klägerin erhob im Verfahren 5 HK O 23/23 am 29.12.2023 Klage gegen die Beklagte vor dem Landgericht Schweinfurt.

Auf der Internetseite der Beklagten hieß es am 10.07.2024: „Alkoholfreier Wein ist der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen. Bestelle jetzt und lass dich überzeugen.“

Die Klägerin mahnte die Beklagte mit Anwaltsschreiben vom 17.07.2024 ab und forderte sie zur Zahlung einer weiteren Vertragsstrafe und zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung auf.

Das Landgericht Schweinfurt verurteilte die Beklagte im Verfahren 5 HK O 23/23 mit Endurteil vom 28.08.2024 u.a., es „zu unterlassen, Verbrauchern im Internet Wein zum Kauf anzubieten und damit zu werben, der angebotene Wein sei „komplett alkoholfrei“, wenn der Wein in Wahrheit Alkohol enthält (< 0,5% Vol.), wie geschehen gemäß Anlage K 10“, sowie zur Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von 2.500,00 € aus der Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung vom 13.12.2023 wegen einer Bewerbung der Weine der Beklagten als „gesund“ nach Abgabe dieser Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung.

Nach dem 28.08.2024 hieß es auf der Internetseite der Beklagten: „Edle Weine mit Wohlfühlfaktor und 0% Alkohol.“

Die Klägerin mahnte die Beklagte mit weiterem Anwaltsschreiben vom 20.09.2024 ab und forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung auf. Die Be-

klage antwortet mit Anwaltsschreiben vom 02.10.2024

Die Klägerin behauptet:

Die Beklagte habe es zu unterlassen, Verbrauchern gegenüber im Internet mit der Angabe zu werben und/oder werben zu lassen, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“, sowie Verbrauchern im Internet alkoholhaltige Getränke („(Schaum-)Wein“) zum Kauf anzubieten und in diesem Zusammenhang damit zu werben, die angebotenen Produkte enthielten „0% Alkohol“, die Beklagte habe eine Vertragsstrafe in Höhe von 3.500,00 € verwirkt und sie habe der Klägerin Abmahnkosten in Höhe von insgesamt 487,02 € (2 x 243,51 €) zu erstatten.

Die Beklagte habe es zu unterlassen, Verbrauchern gegenüber im Internet mit der Angabe zu werben und/oder werben zu lassen, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“.

Diese Werbeaussage stelle eine unzulässige gesundheitsbezogene Angabe („gesund“) dar. Eine gesundheitsbezogene Angabe liege nicht nur dann vor, wenn damit geworben werde, der Verzehr eines Lebensmittels habe eine Verbesserung des Allgemeinzustands des Menschen zur Folge, sondern auch dann, wenn damit zum Ausdruck gebracht werde, dass für die Gesundheit negative oder schädliche Auswirkungen, die in anderen Fällen mit einem Verzehr des Lebensmittels einhergehen oder sich ihm anschließen, fehlen oder geringer ausfallen würden.

Ein neuer Wettbewerbsverstoß begründe trotz strafbewehrter Unterlassungserklärung regelmäßig erneut die Wiederholungsgefahr. In der Sache selbst bestehe der Unterlassungsanspruch unproblematisch aus den in der Abmahnung genannten Gründen. So verstoße die Geschäftspraxis gegen §§ 3, 3a UWG i.V.m. Art. 10 Abs. 1 HCVO. Ein zugelassener Claim für die gesundheitsbezogene Aussage existiere nicht. Darüber hinaus liege eine Irreführung vor. Denn aufgrund des bestehenden Alkoholgehalts könne bestenfalls davon gesprochen werden, dass der angebotene Wein nicht übermäßig ungesund sei. Die gegenteilige Aussage, der sich gesund ernärende Verbraucher möge den Wein der Beklagten konsumieren, sei irreführend, weil selbst einem im Alkoholgehalt reduzierten Wein keine gesundheitsfördernde Wirkung zukomme.

Die Beklagte habe es weiterhin zu unterlassen, Verbrauchern im Internet alkoholhaltige Getränke („(Schaum-)Wein“) zum Kauf anzubieten und in diesem Zusammenhang damit zu werben, die angebotenen Produkte enthielten „0% Alkohol“.

Die streitgegenständliche Werbeaussage, die von der Beklagten angebotenen Weine enthielten „0% Alkohol“, stelle sich als Werbung mit einer „quantifizierbaren Größe“ dar, die vom Verbraucher nur dahingehend verstanden werden könne, dass der so beworbene Wein überhaupt keinen Alkohol enthalte.

Diesem Unterlassungsanspruch stehe nicht entgegen, dass die Beklagte die angegriffene Behauptung („0% Alkohol“) nicht direkt am Wein platziert, sondern quasi vor die Klammer gezogen habe. Gerade Verbraucher, die z.B. aus gesundheitlichen Gründen vollständig auf Alkohol verzichten müssten oder zumindest dringend verzichten sollten (z.B. ein abstinenter Alkoholiker oder eine schwangere Frau), würden von dieser Werbeaussage angelockt und würden sich mit den von der Beklagten beworbenen Produkten im Detail auseinandersetzen und diese anklicken, um zur jeweiligen Produktdetailseite zu gelangen.

Es liege auch keine rechtsmissbräuchliche Anspruchsverfolgung vor. Die Beklagte könne den Einwand des Rechtsmissbrauchs nicht darauf stützen, dass die Klägerin den hier nun streitgegenständlichen Verstoß bereits zum Gegenstand einer ihrer vorangegangenen Abmahnungen habe machen können, da die Beklagte schließlich seit langem mit der Aussage werbe, die von ihr angebotenen Weine enthielten „0 % Alkohol“. Der Vorwurf einer missbräuchlichen sukzessiven Mehrfachabmahnung i.S.d. § 8c Abs. 2 Nr. 6 UWG sei unbegründet. Die streitgegenständliche Werbung betreffe einen anderen Gegenstand als diejenigen Streitgegenstände, über die das Landgericht in seinem Urteil vom 28.08.2024 zu entscheiden gehabt habe. Gegenstand der dortig beanstandeten Verletzungshandlung sei die Werbung der Beklagten an einem ganz konkreten, von ihr angebotenen Wein, dieser sei „komplett alkoholfrei.“ Die hier streitgegenständliche Werbung, die von der Beklagten angebotenen Weine enthielten „0 % Alkohol“, sei vor die Klammer gezogen und beziehe sich auf sämtliche der von der Beklagten angebotenen Weine. Dem begehrten Verbot stehe nicht entgegen, dass der Verbraucher (erst!) auf der Produktdetailseite darüber informiert wird, dass das Werbeversprechen der Beklagten (0 % Alkohol) unzutreffend sei, indem der Verbraucher auf der Produktdetailseite über den tatsächlichen Alkoholgehalt der beworbenen Weine von < 0,5% Alkohol informiert werde. Anders als im vorangegangenen Verfahren habe das Gericht hier somit zu entscheiden, ob sich an der Wettbewerbswidrigkeit der streitgegenständlichen Aussage in ihrer konkreten Verletzungsform etwas dadurch ändere, dass zum einen diese Aussage jedenfalls in Bezug auf einen Wein, der tatsächlich 0% Alkohol enthalte, richtig sei. Und zum anderen müsse das Gericht bewerten, ob der Umstand, dass die Beklagte die angegriffene Aussage allgemein vor die Klammer gezogen habe, der Annahme einer Irreführungsfahr entgegenstehe.

Das Urteil des Landgerichts Schweinfurt vom 28.08.2024 lasse die Wiederholungsgefahr nicht entfallen, da kein kerngleicher Wettbewerbsverstoß vorliege. Es sei zwar richtig, dass die hier beanstandete Aussage vom Verkehr wie die Aussage „komplett ohne Alkohol“ ebenfalls dahingehend verstanden werde, ein derart beworbener Wein enthalte überhaupt keinen Alkohol. Eine Ausweitung des landgerichtlichen Verbots auf sämtliche Werbeaussagen, die ein solches Verkehrsverständnis begründeten, sei jedoch angesichts des Sanktionscharakters der Ordnungsmittel des § 890 ZPO und dem rechtsstaatlichen Bestimmtheitsgebot nicht statthaft. Der Streitgegenstand des vorangegangenen Verfahrens habe sich ausschließlich auf die dort gegenständliche konkrete Verletzungshandlung beschränkt.

Die Beklagte habe eine weitere Vertragsstrafe aus der strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung vom 13.12.2023 jedenfalls in Höhe des durch Teilklage geltend gemachten Betrages von 3.500,00 € verwirkt.

Die Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung erfasse auch kerngleiche Verletzungsfälle, obwohl die Beklagte in Abweichung vom Entwurf des Klägers dies in ihrer Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung vom 13.12.2023 nicht ausdrücklich aufgenommen habe. Nach ständiger Rechtsprechung sei die Reichweite einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auszulegen und zwar hauptsächlich mit Blick auf Sinn und Zweck einer solchen Erklärung, die Wiederholungsgefahr vollständig zu beseitigen. Wenn die Beklagte in Reaktion auf die Abmahnung sogar mehr erklärt habe, indem noch nicht einmal eine Bezugnahme auf die konkrete Verletzungshandlung erfolgt sei, sei das Argument, sie hätte sich mit der Erklärung in Wahrheit zu weniger verpflichten wollen, nämlich unter Ausklammerung kerngleicher Verletzungsfälle, widersprüchlich und verstoße gegen § 242 BGB (*venire contra factum proprium*).

Die Werbeaussage, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“, sei ein kerngleicher Verletzungsfall, da es hierfür ausreiche, dass das Charakteristische der Verletzungshandlung zum Ausdruck komme. Das Charakteristische des Unterlassungsversprechens der Beklagten liege darin, den Weinen der Beklagten eine gesundheitsfördernde Wirkung beizumessen, also beim Verbraucher den Eindruck zu erwecken, dieser tue seiner Gesundheit etwas Gutes, wenn er einen der Weine der Beklagten konsumiere.

Auch unabhängig von der Frage der Kerngleichheit erfasse die Unterlassungsverpflichtung der Beklagten jegliche Werbung, die zum Ausdruck bringe, der von der Beklagten angebotene Wein sei gesund. Der Wortlaut der Unterlassungserklärung sei insoweit eindeutig und unmissverständlich.

Die in offener Teilklage verlangte Vertragsstrafe von 3.500,00 € sei offensichtlich erforderlich, um die Beklagte zur Einhaltung des Unterlassungsversprechens anzuhalten.

Der Anspruch auf Zahlung der Abmahnpauschalen folge aus § 13 Abs. 3 UWG, da beide Abmahnungen begründet gewesen seien. Die Abmahnpauschale entspreche dem durchschnittlichen Personalkostenaufwand, der der Klägerin bei eigens verfassten Abmahnungen in der Höhe entstehen würde. Die Pauschale i.H.v. € 243,51 brutto liege deutlich unterhalb dessen, was in der obergerichtlichen Rechtsprechung gebilligt werde.

Die klägerischen Ansprüche seien nicht verjährt, da bei Dauerhandlungen die Verjährung nicht beginne, solange die Verletzungshandlung noch fortduere.

Die Klägerin beantragt zuletzt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, Verbrauchern gegenüber im Internet mit der Angabe zu werben und/oder werben zu lassen, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“, wie geschehen gemäß Screenshots nach Anlagen K 4 und K 5.
2. Die Beklagte wird weiter verurteilt, es zu unterlassen, Verbrauchern im Internet alkoholhaltige Getränke („(Schaum-)Wein“) zum Kauf anzubieten und in diesem Zusammenhang damit zu werben, die angebotenen Produkte enthielten „0% Alkohol“, wie geschehen gemäß Screenshots nach Anlage K 10 (rote Umrahmungen zur Verdeutlichung durch uns).
3. Der Beklagten wird für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen eine der in Ziffer I. und/oder II. genannten Unterlassungspflichten ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, angedroht.
4. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 3.500,00 zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit 01.08.2024 zu bezahlen.
5. Die Beklagte wird verurteilt, an die Klägerin € 487,02 (2 x 243,51 €) zzgl. Zinsen i.H.v. 5 Prozentpunkten über Basiszinssatz hieraus seit Rechtshängigkeit zu bezahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte behauptet:

Die Klage sei hinsichtlich der Antragsziffern 1., 2., 3. und 5. bereits deshalb abzuweisen, weil die dort geltend gemachte Ansprüche gem. § 11 UWG verjährt seien. Auch wenn die Ansprüche dem Grunde nach bereits gar nicht entstanden seien, wären sie in keiner Weise durchsetzbar. Die Unterlassungs- und Kostenerstattungsansprüche der Klägerin seien gem. §11 UWG bereits im Jahr 2023, nämlich im November 2023, entstanden und zumindest – und hier werde großzügiger Maßstab angelegt – mit Ablauf von sechs Monaten zum 31.05.2024 verjährt. Die bereits im November 2023 anwaltlich vertretene Klägerin habe mindestens grob fahrlässig keine Kenntnis von den nach ihrer Ansicht anspruchsbegründenden Umständen Kenntnis erlangt. Sowohl die als irreführend bezeichnete Werbeaussage „0% Alkohol“ sowie die im Google-Index vorgefundene Werbeaussage „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“ seien für die Klägerin bereits im November 2023 auffindbar gewesen. Der Werbeauftritt der Beklagten sei bereits zu diesem Zeitpunkt entsprechend ausgestaltet gewesen.

Der Unterlassungsanspruch hinsichtlich der Aussage „der ideale Begleiter für diejenigen, die „gesund“ und „bewusst“ genießen,“ stelle keine Behauptung einer gesundheitsfördernden Wirkung dar. Den Produkten der Klägerin werde hierdurch weder explizit noch implizit eine gesundheitsfördernde Wirkung zugesprochen. Der situationsadäquat aufmerksame, durchschnittlich verständige Verbraucher erkenne darin vielmehr eine Lebensstil-Aussage dahingehend, dass alkoholfreier Wein mit einem gesunden und bewussten Lebensstil vereinbar bzw. geeignet sei, was nicht impliziert, dass die Produkte selber gesundheitsfördernd wären, sondern als Genussmittel mit dem Lebensstil derjenigen kompatibel seien, welche sich bewusst für einen gewissen Lebens- bzw. Ernährungsstil entscheiden würden. Der Verbraucher versteht die Aussage deshalb viel mehr dahingehend, dass alkoholfreier Wein für diejenigen eine Alternative sei, die auf klassische alkoholhaltige Weine mit einem Alkoholgehalt von über 0,5 % verzichten wollten. Es liege aus der Sicht der einschlägigen Verbraucherkreise daher auch keine gesundheitsbezogene Angabe vor, da den Weinen weder direkt noch indirekt eine konkrete gesundheitliche Wirkung zugeschrieben werde, wie etwa die Förderung des Immunsystems oder eine Förderung der Herzgesundheit, welche konkret nachweisbar wäre. Es werde lediglich die Eignung für einen Lebensstil suggeriert, den Weinen werde aber keine gesundheitsfördernde Wirkung zugesprochen.

Eine kerngleiche Äußerung – die ohnehin nicht vorliege – könne den Unterlassungsvertrag nicht verwirken. Ein objektiver Empfänger aus der Sicht der Klägerin musste die Modifizierung der durch die Klägerin vorgeschlagenen Unterlassungserklärung dahingehend verstehen, dass sich der von der Beklagten gewünschte Unterlassungsvertrag explizit nicht auf kerngleiche Verletzungshandlungen erstrecke, sondern lediglich identische Verletzungshandlungen eine Vertragsstrafe verwirken könnten.

Die geltend gemachte Vertragsstrafe sei damit gar nicht erst verwirkt.

Es bestehe auch kein Unterlassungsanspruch hinsichtlich der Aussage „0% Alkohol“. Es handele sich um eine kerngleiche Aussage, die vom Verbotsumfang des Tenors aus dem vorangegangenen Urteil des Landgerichts Schweinfurt umfasst sei, weshalb für die hier abgemahnte Äußerung die Wiederholungsgefahr entfallen sei.

Die Abmahnung vom 13.09.2024 sei unberechtigt und rechtsmissbräuchlich im Sinne von § 8c Abs. 2 Nr. 6 UWG. Dies ergebe sich daraus, dass die Klägerin mit der genannten Abmahnung Zuwiderhandlungen rüge, die bereits im Rahmen der Abmahnungen vom 20.11.2023 und 20.12.2023 hätten beanstandet werden können und müssen. Es sei unverständlich, weshalb die Klägerin diese Werbeverstöße nicht bereits in ihren früheren Abmahnungen benannt habe, obwohl die betreffenden Äußerungen bereits zu diesem Zeitpunkt auf der Webseite der Beklagten veröffentlicht gewesen seien. Für die Mehrfachabmahnung bestehe kein sachlicher Grund.

Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten gem. § 13 Abs. 3 UWG teile das Schicksal der Ansprüche gem. § 8 UWG. Sie seien nicht entstanden, da die Abmahnungen unberechtigt erfolgt seien.

Wegen der übrigen Einzelheiten, insbesondere der geäußerten Rechtsansichten, wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Das Gericht hat nach entsprechender Zustimmung der Parteien mit Beschluss vom 15.01.2025 angeordnet, dass im schriftlichen Verfahren entschieden wird und bis zum 12.02.2025 Schriftsätze bei Gericht eingereicht werden können.

## Entscheidungsgründe

Die Klage ist hinsichtlich des Klageantrags Ziff. 2. unzulässig. Hinsichtlich des Klageantrages Ziff. 1. ist die Klage zulässig und begründet, hinsichtlich des Klageantrages Ziff. 2. zulässig, aber nicht begründet und hinsichtlich der Klageanträge Ziff. 3. und 5. zulässig, aber nur zum Teil begründet.

- I. Die Klägerin hat einen Anspruch gegen die Beklagte, es zu unterlassen, Verbrauchern gegenüber im Internet mit der Angabe zu werben und/oder werben zu lassen, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“, wie geschehen gemäß Screenshots nach Anlagen K 4 und K 5.

Die Aussage, der von der Beklagten als alkoholfrei vertriebene Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund genießen“, stellt eine unlautere geschäftliche Handlung gemäß §§ 3 Abs. 1, 3a UWG dar, da es sich um eine gesundheitsbezogene Angabe gemäß Art. 2 Abs. 2 VO (EG) 1924/2006 [Health-Claim-VO] handelt, die nach Art. 10 Abs. 1 VO (EG) 1924/2006 verboten ist, so dass ein Unterlassungsanspruch nach § 8 UWG besteht.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH, Urteil vom 17.05.2018 – I ZR 252/16) liegt eine „gesundheitsbezogene Angabe“ auch dann vor, wenn damit zum Ausdruck gebracht wird, dass für die Gesundheit negative oder schädliche Auswirkungen, die in anderen Fällen mit einem Verzehr des Lebensmittels einhergehen oder sich ihm anschließen, fehlen oder geringer ausfallen. Diese Voraussetzungen sind hier erfüllt. Die Aussage, der von der Beklagten als alkoholfrei vertriebene Wein sei der ideale Begleiter für alle, die gesund genießen, ist nur sinnvoll zu verstehen, wenn beim Konsum des von der Beklagten als alkoholfrei vertriebenen Weins für die Gesundheit negative oder schädliche Auswirkungen, die in anderen Fällen mit einem Verzehr von Wein einhergehen oder sich ihm anschließen, zumindest geringer ausfallen. Mit dem Begriff „idealer Begleiter“ wird zum Ausdruck gebracht, dass sich dieser Wein gut mit einem gesunden Genuss von Lebensmitteln kombinieren lässt. Diese Aussage wäre logisch nicht nachzuvollziehen, wenn der Konsum dieses Weins die gleichen Auswirkungen auf die Gesundheit hätte wie der Konsum klassischen Weins mit dem entsprechenden Alkoholgehalt.

Der Unterlassungsanspruch ist gemäß § 11 UWG nicht verjährt, da die Verjährung von Unterlassungsansprüchen auf Grund einer Dauerhandlung nicht beginnen kann, solange der Eingriff noch fort dauert (Köhler/Feddersen/Köhler, 43. Aufl. 2025, UWG § 11 Rn. 1.21), und

sich die Werbeaussage noch am 10.07.2024 auf der Internetseite der Beklagten befand.

- II. Der Klageantrag Ziff. 2, die Beklagte habe es zu unterlassen, Verbrauchern im Internet alkoholhaltige Getränke („(Schaum-)Wein“) zum Kauf anzubieten und in diesem Zusammenhang damit zu werben, die angebotenen Produkte enthielten „0% Alkohol“, wie geschehen gemäß Screenshots nach Anlage K 10 (rote Umrahmungen zur Verdeutlichung durch uns), ist unzulässig, da die Abmahnung 20.09.2024 eine gemäß § 8c Abs. 1, Abs. 2 Nr. 6 UWG missbräuchliche Geltendmachung darstellt.

Die Klägerin hätte die aus ihrer Sicht anzunehmende Zuwiderhandlung jedenfalls bereits mit der Abmahnung vom 20.12.2023 (Anlage K 11 im Verfahren 5 HK O 23/23) abmahnen können, § 8c Abs. 1, Abs. 2 Nr. 6 UWG.

Ist es dem Anspruchsberechtigten möglich und zumutbar, mehrere (z.B. in einer Werbeaktion enthaltene) kerngleiche Wettbewerbsverstöße mit einem Klageantrag (oder einem Verfügungsantrag oder einer Abmahnung) geltend zu machen, so kann es einen Missbrauch darstellen, wenn er ohne sachlichen Grund eine Aufspaltung vornimmt und mehrere Abmahnungen ausspricht oder Klagen neben- oder nacheinander erhebt. Ein sachlicher Grund liegt (aber) vor, wenn das mehrfache Vorgehen unter den gegebenen Umständen der prozessual sicherste Weg ist, um das Rechtsschutzbegehren durchzusetzen, das ist anzunehmen, wenn eine inhaltlich übereinstimmende Werbung in unterschiedlichen Medien oder mittels unterschiedlicher Maßnahmen erfolgt und der Kläger jeweils die konkrete Verletzungsform angreift (und somit unterschiedliche Streitgegenstände vorliegen), sofern die rechtliche Beurteilung oder die Beweisbarkeit des jeweiligen Wettbewerbsverstößes unterschiedlich sein kann (Köhler/Feddersen/Feddersen, 43. Aufl. 2025, UWG § 8c Rn. 28-29).

Nach diesen Maßstäben hat die Klägerin die gesetzliche Vermutung gemäß § 8c Abs. 1, Abs. 2 Nr. 6 UWG nicht entkräftet, wonach die Geltendmachung ihrer Ansprüche hier rechtsmissbräuchlich ist.

1. Die von der Klägerin angeführten Wettbewerbsverstöße „komplett alkoholfrei“ (Abmahnung vom 20.12.2023 bzw. Klageverfahren 5 HK O 23/23) und „0% Alkohol“ sind kerngleich.

Im Endurteil vom 28.08.2024, Az. 5 HK O 23/23 wurde ausgeführt, dass ein durchschnittlicher Verbraucher den Zusatz „komplett“ nicht lediglich als wiederholende

und damit letztendlich inhaltsleere Floskel verstehen wird, sondern als Behauptung, dass der von der Beklagten vertriebene Wein tatsächlich vollständig alkoholfrei ist und nicht nur wie ansonsten als alkoholfrei beworbenen Getränke weitestgehend alkoholfrei. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass der Zusatz „komplett“ hier in Zusammenhang mit einer quantifizierbaren Größe, dem Alkoholgehalt eines Getränkes, verwendet wird. Ein durchschnittlicher Verbraucher wird jedenfalls im Zusammenhang mit einer solchen quantifizierbaren Größe den Zusatz „komplett“ so verstehen, dass hierdurch eine quantifizierbare Aussage getroffen werden soll, und zwar bei „komplett alkoholfrei“, dass das Getränk tatsächlich überhaupt keinen und nicht nur sehr wenig Alkohol enthält.

Gleiches gilt für die Aussage „0 % Alkohol“. Ein durchschnittlicher Verbraucher wird die Formulierung „0 % Alkohol“ nicht dahingehend verstehen, dass der Wein weniger als 0,5 % Alkohol enthält, sondern vielmehr dahingehend, dass überhaupt kein Alkohol enthalten ist. Dies ergibt sich daraus, dass ein durchschnittlicher Verbraucher keine mathematischen Überlegungen zu Rundungsregeln in der Form anstellen wird, dass bei fehlender Angaben von Nachkommastellen die Angabe einer Zahl mathematisch bedeuten kann, dass die Nachkommastellen auf diese Zahl abgerundet wurden. Dies gilt insbesondere bei der Frage des Alkoholgehalts, da es z.B. für Schwangere oder abstinenten Alkoholiker von zentraler Bedeutung ist, ob ein Getränk tatsächlich 0 % und nicht nur gerundet 0 % Alkohol enthält.

2. Ein sachlicher Grund für das getrennte Vorgehen gegen die kerngleichen Wettbewerbsverstöße nach den aufgezeigten Maßstäben besteht nicht.

Insbesondere ist nicht ersichtlich, warum das mehrfache Vorgehen unter den gegebenen Umständen der prozessual sicherste Weg gewesen sein soll, um das Rechtsschutzbegehren durchzusetzen, was anzunehmen wäre, wenn eine inhaltlich übereinstimmende Werbung in unterschiedlichen Medien oder mittels unterschiedlicher Maßnahmen erfolgt und der Kläger jeweils die konkrete Verletzungsform angreift (und somit unterschiedliche Streitgegenstände vorliegen), sofern die rechtliche Beurteilung oder die Beweisbarkeit des jeweiligen Wettbewerbsverstößes unterschiedlich sein kann (Köhler/Feddersen/Feddersen a.a.o.).

Beide Werbeaussagen befanden sich einheitlich auf der Internetseite der Beklagten, die Aussage „0 % Alkohol“ unmittelbar vor den Detailangaben zu den einzelnen, von

der Beklagten angebotenen Weinen, bei denen sich die Aussage „komplett alkoholfrei“ in den Detailangaben zu einzelnen Weinen befand. Dies ergibt sich unmittelbar aus den von der Klägerin als Anlage K 4 vorgelegten Screenshots der Internetseite der Beklagten. Es liegt also keine inhaltlich übereinstimmende Werbung in unterschiedlichen Medien oder mittels unterschiedlicher Maßnahmen vor.

Eine unterschiedliche Beweisbarkeit der jeweiligen Wettbewerbsverstöße ist nicht ersichtlich. Die Klägerin legt auch nicht dar, warum die rechtliche Beurteilung der jeweiligen Wettbewerbsverstöße unterschiedlich sein sollte, zumal hier zu berücksichtigen ist, dass bei Annahme einer Wettbewerbswidrigkeit der Werbeaussage „komplett alkoholfrei“ erst recht eine Wettbewerbswidrigkeit der konkreteren und bezifferten Werbeaussage „0 % Alkohol“ anzunehmen ist. Alleine der Umstand, dass die Aussage „0 % Alkohol“ nicht bei den Detailangaben der einzelnen Weine, sondern für alle Weine angeboten wird, reicht hier für die Annahme einer zu erwartenden unterschiedlichen rechtlichen Beurteilung nicht aus, da sich die Werbeaussage „0 % Alkohol“ optisch hervorgehoben unmittelbar über den einzelnen Weinen befindet und daher wahrgenommen wird, bevor auf einen der einzelnen Weine „geklickt“ wird, um Detailangaben aufzurufen.

- III. Der Beklagten ist für jeden Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung gegen eine Unterlassungspflicht gemäß Ziff. 1. ein Ordnungsgeld bis zu € 250.000,00 (ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Wochen) oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, zu vollstrecken am Geschäftsführer der Beklagten, anzudrohen (Klageantrag Ziff. 3.).
- IV. Die Klägerin hat keinen Anspruch auf Zahlung einer Vertragsstrafe wegen der Werbeaussage, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“.
  1. Die Beklagte hat sich in ihrer Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung vom 13.12.2023 zur Zahlung einer Vertragsstrafe für den Fall eines Verstoßes gegen die Unterlassungsverpflichtung, mit der Angabe zu werben, ein von ihr angebotener Wein sei gesund, verpflichtet. Eine solche Werbeaussage hat die Beklagte aber nicht getroffen.

Die Aussage, alkoholfreier Wein sei „der ideale Begleiter für alle, die gesund und bewusst genießen“, ist zwar eine gesundheitsbezogene Aussage (s.o. Ziff. I.). Mit ihr wird aber auch nicht mittelbar zum Ausdruck gebracht, der als alkoholfrei vertriebe-

ne Wein sei „gesund“. Nach dem allgemeinen Begriffsverständnis ist ein Lebensmittel nur dann „gesund“, wenn es eine gesundheitsfördernde Wirkung hat, während es für eine „gesundheitsbezogene Angabe“ ausreicht, dass für die Gesundheit negative oder schädliche Auswirkungen, die in anderen Fällen mit einem Verzehr des Lebensmittels einhergehen oder sich ihm anschließen, fehlen oder geringer ausfallen. Ein Lebensmittel kann auch dann ein idealer Begleiter eines gesunden Genusses darstellen, d.h. gut mit einem gesunden Genuss kombiniert werden, wenn nur die negativen oder schädlichen Auswirkungen, die in anderen Fällen mit einem Verzehr des Lebensmittels einhergehen oder sich ihm anschließen, fehlen oder geringer ausfallen. Für eine gute Kombinierbarkeit mit einem gesunden Genuss ist es hingegen nicht erforderlich, dass dem Lebensmittel tatsächlich eine gesundheitsfördernde Wirkung zukommt, wie mit dem Begriff „gesund“ zum Ausdruck gebracht wird. Dies wäre nur dann zu diskutieren, wenn z.B. behauptet werden würde, der von der Beklagten als alkoholfrei vertriebene Wein sei ein „idealer Bestandteil“ o.ä. einer gesunden Ernährung. Eine solche Aussage ginge möglicherweise über eine bloße Kombinierbarkeit, die mit dem Begriff „Begleiter“ zum Ausdruck gebracht wird, hinaus.

2. Die Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung der Beklagten vom 13.12.2023 lässt sich auch vom Empfängerhorizont der Klägerin aus nicht dahingehend auslegen, dass die Beklagte sich auch zur Unterlassung und Zahlung einer Vertragsstrafe unter Einbeziehung kerngleicher Verletzungsfälle verpflichten wollte.

Die Klägerin hatte in ihrem Entwurf vom 20.11.2023 die Einbeziehung kerngleicher Verletzungsfälle ausdrücklich mit aufgenommen. In der Fassung der Beklagten vom 13.12.2023 fehlt diese ausdrückliche Einbeziehung. Es ist nicht ersichtlich, wie diese Streichung vom Empfängerhorizont der Klägerin aus anders zu verstehen gewesen sein sollte, als dass die Beklagte sich gerade nicht zur Unterlassung und Zahlung einer Vertragsstrafe auch für kerngleiche Verletzungsfälle verpflichten wollte. Ansonsten wäre nicht nachvollziehbar, warum genau diese Passus gestrichen worden sein sollte.

- V. Die Klägerin hat einen Anspruch gemäß § 13 Abs. 3 UWG auf Ersatz der Kosten der Abmahnung vom 17.07.2024 in Höhe von 243,51 €, aber keinen Anspruch auf Ersatz der Kosten der missbräuchlichen Abmahnung vom 20.09.2024.

**B.**

Die Nebenentscheidungen folgen aus §§ 286 Abs. 1, 288 Abs. 1 BGB, 92 Abs. 1, 709 ZPO, 48 GKG, wobei das Gericht für die Klageanträge Ziff. 1. und 2. jeweils einen Teilstreitwert von 22.000 € angesetzt hat.

**Rechtsbehelfsbelehrung:**

Gegen die Entscheidung, mit der der Streitwert festgesetzt worden ist, kann Beschwerde eingelegt werden, wenn der Wert des Beschwerdegegenstands 200 Euro übersteigt oder das Gericht die Beschwerde zugelassen hat.

Die Beschwerde ist binnen **sechs Monaten** bei dem

Landgericht Schweinfurt  
Rüfferstr. 1  
97421 Schweinfurt

einzulegen.

Die Frist beginnt mit Eintreten der Rechtskraft der Entscheidung in der Hauptsache oder der anderweitigen Erledigung des Verfahrens. Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf der sechsmonatigen Frist festgesetzt worden, kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden. Im Fall der formlosen Mitteilung gilt der Beschluss mit dem vierten Tage nach Aufgabe zur Post als bekannt gemacht.

Die Beschwerde ist schriftlich einzulegen oder durch Erklärung zu Protokoll der Geschäftsstelle des genannten Gerichts. Sie kann auch vor der Geschäftsstelle jedes Amtsgerichts zu Protokoll erklärt werden; die Frist ist jedoch nur gewahrt, wenn das Protokoll rechtzeitig bei dem oben genannten Gericht eingeht. Eine anwaltliche Mitwirkung ist nicht vorgeschrieben.

Rechtsbehelfe können auch als **elektronisches Dokument** eingereicht werden. Eine einfache E-Mail genügt den gesetzlichen Anforderungen nicht.

Rechtsbehelfe, die durch eine Rechtsanwältin, einen Rechtsanwalt, durch eine Behörde oder durch eine juristische Person des öffentlichen Rechts einschließlich der von ihr zur Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben gebildeten Zusammenschlüsse eingereicht werden, sind **als elektronisches Dokument** einzureichen, es sei denn, dass dies aus technischen Gründen vorübergehend nicht möglich ist. In diesem Fall bleibt die Übermittlung nach den allgemeinen Vorschriften zulässig, wobei die vorübergehende Unmöglichkeit bei der Erstatzeinreichung oder unverzüglich danach glaubhaft zu machen ist. Auf Anforderung ist das elektronische Dokument nachzureichen.

Elektronische Dokumente müssen

- mit einer qualifizierten elektronischen Signatur der verantwortenden Person versehen sein oder
- von der verantwortenden Person signiert und auf einem sicheren Übermittlungsweg eingereicht werden.

Ein elektronisches Dokument, das mit einer qualifizierten elektronischen Signatur der verantwortenden Person versehen ist, darf wie folgt übermittelt werden:

- auf einem sicheren Übermittlungsweg oder
- an das für den Empfang elektronischer Dokumente eingerichtete Elektronische Gerichts- und Verwaltungspostfach (EGVP) des Gerichts.

Wegen der sicheren Übermittlungswege wird auf § 130a Absatz 4 der Zivilprozessordnung verwiesen. Hinsichtlich der weiteren Voraussetzungen zur elektronischen Kommunikation mit den Gerichten wird auf die

Verordnung über die technischen Rahmenbedingungen des elektronischen Rechtsverkehrs und über das besondere elektronische Behördenpostfach (Elektronischer-Rechtsverkehr-Verordnung - ERVV) in der jeweils geltenden Fassung sowie auf die Internetseite [www.justiz.de](http://www.justiz.de) verwiesen.

gez.

■■■■■

Vorsitzender Richter am Landgericht

Verkündet am 19.03.2025

gez.

■■■■■, JAng

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle



Für die Richtigkeit der Abschrift  
Schweinfurt, 20.03.2025

■■■■■ JAng

Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle