

Pflichtangaben in Print-Werbung eines Hotels umfassen vollständige Identität des Werbenden

Landgericht Ulm

Urteil vom 22.11.2013

Az.: 10 O 105/13

Tenor:

1. Dem Verfügungsbeklagten wird es bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der künftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten,

untersagt,

im geschäftlichen Verkehr gegenüber dem Letztverbraucher zu werben, ohne gleichzeitig die Identität (vollständige Firmierung inklusive Rechtsformzusatz) des Unternehmens anzugeben, wenn dies geschieht wie in Anlage A 3 wiedergegeben.

2. Der Verfügungsbeklagte trägt die Kosten des Verfahrens.

Streitwert: 10.000,00 EUR

Tatbestand:

Der Verfügungskläger ist ein eingetragener Verein, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder, insbesondere die Achtung darauf gehört, dass die Regeln des lautereren Wettbewerbs eingehalten werden. Seine Mitglieder ergeben sich aus der Anlage A 1 (Bl.

15-38 d.A.), deren Richtigkeit die Geschäftsführerin des Verfügungsklägers an Eides statt versichert hat (vgl. Anlage A 2, eidesstattliche Versicherung vom 01. Oktober 2013, Bl. 39 d.A.).

Der Beklagte ist Inhaber des Hotels „S.“. Der Umsatz liegt bei ca. 500.000,00 EUR. Der Verfügungsbeklagte warb in der Zeitung „N.“, Heft Nr. 10/Oktober 2013 auf Seite 13 für einen Aufenthalt im „Landhotel S.“, verbunden mit einer Darm-Vitalisierungs-Therapie nach W. Geiger unter Angabe von Preisen (vgl. Anlage A 3, Bl. 40-41 d.A.).

Der Verfügungskläger ist der Ansicht, die Werbung stelle einen Verstoß gegen § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG dar, weil die vollständige Identität des Unternehmens, für den gehandelt werde, nicht angegeben werde.

Die Abmahnung des Verfügungsklägers vom 10. Oktober 2013 verbunden mit der Aufforderung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung bis zum 17. Oktober 2013 blieb erfolglos (vgl. A 4, Bl. 43-46 d.A.).

Der Verfügungskläger trägt vor:

1. Er sei prozessführungsbefugt und auch aktivlegitimiert. Ihm gehörte eine Vielzahl von Mitgliedern an, die sachlich und räumlich mit dem Verfügungsbeklagten in Wettbewerb stünden. Ihm gehörten eine Vielzahl von Mitgliedern an, die Reisen und/oder Heilbehandlungen anböten. Er sei nach seiner personellen, sachlichen und finanziellen Ausstattung auch in der Lage, seine satzungsgemäßen Aufgaben tatsächlich wahrzunehmen.

2. Die beanstandete Werbung des Verfügungsbeklagten sei unlauter.

a) Nach § 5 Abs. 3 Nr. 2 UWG sei derjenige, der Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren Merkmale und Preise in einer dem verwendeten Kommunikationsmittel angemessenen

Weise so anbieten, dass ein durchschnittlicher Verbraucher das Geschäft abschließen könne, verpflichtet, seine Identität und Anschrift anzugeben. Wer diese Informationen vorenthalte, handle unlauter.

b) Der Verfügungsbeklagte stelle in der angegriffenen Anzeige unter Angabe der Preise, der Reisedauer, des Reiseziels usw. die angebotenen Leistungen so hinreichend deutlich vor, dass der Verbraucher in die Lage versetzt werde, sich zum Kauf der konkreten Reise zu entschließen.

c) Der Verfügungsbeklagte habe es unterlassen, seine vollständige Firma mitsamt ihrer Rechtsform anzugeben. Stattdessen werde in der Werbung nur auf „Landhotel S.“ hingewiesen. Das sei nicht ausreichend, weil diese Angabe nicht verhindere, dass der Verbraucher im Falle einer Auseinandersetzung die exakte Identität seines Vertragspartners erst ermitteln müsse. Die Bezeichnung „Hotel S.“ stelle die Bezeichnung des betriebenen Hotels und nicht eine Firmierung dar.

Im Impressum sei der Verfügungsbeklagte als Inhaber und Geschäftsführer angegeben (vgl. AG 9, Bl. 79/80 d.A.).

Im Übrigen bestimme § 19 HGB, dass der Firmenbezeichnung zwingend ein Kaufmanns- bzw. Rechtsformzusatz hinzuzufügen sei. Wenn der Verfügungsbeklagte für sich eine Kaufmannseigenschaft in Anspruch nehme, müsse er dies gerade auch mit seiner Firmierung in Abgrenzung zu Kleingewerbetreibenden, denen als Nichtkaufleuten keine Firma im rechtstechnischen Sinne zustehe, kenntlich machen.

d) Der Verfügungsbeklagte könne sich nicht darauf berufen, dass er in der Anzeige seine Internetseite angegeben habe und der Verbraucher hierüber alle Informationen erhalte. Denn dies setze eine Ermittlung der exakten Identität durch den Verbraucher voraus, zu der dieser nicht verpflichtet sei.

Zudem müsse der Inhaber des Internetauftritts nicht

notwendigerweise identisch mit dem Anbieter (dem Werbenden) sein.

3. Der Verstoß sei auch geeignet, die Interessen von Wettbewerbern, Verbrauchern und sonstigen Marktteilnehmern spürbar und relevant zu beeinträchtigen. Die in § 5a Abs. 3 UWG aufgeführten Informationspflichten seien wesentlich im Sinne des Absatzes 2. Mit der Bejahung der Wesentlichkeit seien auch unwiderleglich die Erfordernisse des § 3 Abs. 2 UWG erfüllt, weil die Frage, ob eine wesentliche Informationspflicht verletzt sei, von der Frage nach der geschäftlichen Relevanz nicht getrennt werden könne. Mit der Verletzung der Informationspflicht nach § 5a Abs. 3 UWG stehe damit fest, dass die Verletzung der Informationspflicht zu einer relevanten Fehlvorstellung führe.

4. Der Streitwert richte sich nach den in der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen zur Streitwertbemessung für wettbewerbsrechtliche Verbandsklagen. Das Interesse des Verbandes sei im Regelfall ebenso zu bewerten wie das eines gewichtigen Mitbewerbers. Gemessen hieran sei der vorgeschlagene Streitwert von 10.000,00 EUR zurückhaltend bemessen.

Der Verfügungskläger beantragt,

dem Antragsgegner bei Vermeidung eines vom Gericht für jeden Fall der künftigen Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft,

oder

einer Ordnungshaft bis zu 6 Monaten,

zu untersagen,

im geschäftlichen Verkehr gegenüber dem Letztverbraucher zu werben, ohne gleichzeitig die Identität (vollständige Firmierung inklusive Rechtsformzusatz) des Unternehmens

anzugeben,

wenn dies geschieht wie in Anlage A 3 wiedergegeben.

Der Verfügungsbeklagte beantragt,

den Antrag zurückzuweisen.

Er trägt vor:

1. Der Verfügungskläger sei nicht aktivlegitimiert.

Für die Zugehörigkeit zum sachlich relevanten Markt sei erforderlich, dass die betreffenden Mitglieder des Verfügungsklägers in derselben Branche tätig seien wie er. Das sei nicht der Fall.

Der Verfügungskläger habe nicht aufgezeigt, dass ihm eine erhebliche Anzahl an Gewerbetreibenden angehörten, die – wie er – Leistungen zur Beherbergung und Verpflegung von Gästen anbieten. Bis auf das Hotel „W.“, Mitgliedsnummer 0030, seien sämtliche anderen aufgeführten Mitglieder lediglich Vermittler von Reisen und damit in Zusammenhang stehender Leistungen. Das Mitglieds-Hotel des Verfügungsklägers liege in Wenningstedt auf Sylt und damit fast 950 Autokilometer von seinem Hotel entfernt.

Sein Angebot beschränke sich nicht auf Beherbergung- und Verpflegungsleistungen, sondern umfasse auch eine sog. “ Darm-Vitalisierungs-Therapie“. Er betreibe ein Hotel, welches sich auf Gesundheitstherapien und Wellness-Angebote spezialisiert habe (vgl. AG 1, Bl. 76 d.A.).

2. Die beanstandete Werbung sei nicht unlauter.

Entgegen der Auffassung des Verfügungsklägers sei die Bezeichnung „Landhotel S.“ ausreichend, um den Anforderungen des § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG an die Identität des Anbieters zu entsprechen. Bei der Bezeichnung „Landhotel S.“ handle es sich um die vollständige Firma, die er betreibe. Er sei

Einzelkaufmann im Sinne der §§ 1 ff HGB, auch wenn er nicht im Handelsregister eingetragen sei. Gemäß § 17 HGB sei die Firma des Kaufmanns der Name, unter dem er seine Geschäfte betreibe und die Unterschrift abgebe. Er betreibe seine Geschäfte unter der Firmenbezeichnung, dem Handelsnamen „Landhotel S.“. Nach dieser Vorschrift sei der Einzelkaufmann sowohl außergerichtlich als auch gerichtlich berechtigt, in geschäftlichen Angelegenheiten unter seiner Firma oder dem bürgerlichen Namen aufzutreten.

Mangels Eintragung der Firma im Handelsregister sei die Nennung eines Rechtsformzusatzes weder zulässig noch erforderlich, es gebe schlichtweg keinen Rechtsformzusatz.

Die jeweiligen Verbraucher müssten im Falle von der Inanspruchnahme des „Werbenden“ oder von Streitigkeiten keineswegs erst dessen Identität ermitteln, da ihnen alle hierfür erforderlichen Informationen mit der Anzeige zur Verfügung gestellt worden seien. Die vom Verfügungskläger beanstandete Anzeige enthalte damit alle gemäß § 5a UWG erforderlichen Informationen, insbesondere über seine Identität. So könne der Kaufmann in seine Geschäfte betreffenden Angelegenheiten unter seiner Firma klagen und verklagt werden. Im Zivilprozess sei es zulässig und ausreichend, den Kaufmann nur mit der vom bürgerlichen Namen abweichenden Firma zu bezeichnen, ohne sich darum zu kümmern, um welche Person es sich tatsächlich handle.

Dass ein Wettbewerbsverstoß nicht vorliege, ergebe sich im Übrigen auch aus § 37a HGB. Danach müssten auf allen Geschäftsbriefen des Kaufmanns, gleich welcher Form, die an einen bestimmten Empfänger gerichtet werden, die Firma, die Bezeichnung nach § 19 Abs. 1 Nr. 1, der Ort der Handelsniederlassung, das Registergericht und die Nummer, unter der die Firma in das Handelsregister eingetragen sei, angegeben werden. Eine Verpflichtung, neben der Firma auch den bürgerlichen Namen des Kaufmanns aufzuführen, sehe § 37a HGB gerade nicht vor.

Gleiches gelte für die Informationspflichten gemäß § 312c Abs. 1 BGB i.V.m. Art. 246 § 1 Abs. 1 Nr. 1 EGBGB, wonach der Unternehmer Informationen über seine Identität u.a. zur Verfügung stellen müsse. „Identität angeben“ bedeute, den Namen des Unternehmens nennen. Sei der Unternehmer eine natürliche Person, so sei der Vor- und der Nachname anzugeben, bei einem Kaufmann seine Firma. Er sei Kaufmann, so dass auch hier die bloße Nennung der Firma erforderlich, aber auch ausreichend sei.

3. Der vom Verfügungskläger angegebene Streitwert sei zu hoch. Angemessen sei ein Streitwert von maximal 7.500,00 EUR.

Wegen des weiteren Vorbringens der Parteien wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen sowie auf das Sitzungsprotokoll vom 13.11.2013 (Bl. 84-86 d.A.) verwiesen.

Die Parteien haben sich mit einer Entscheidung durch den Vorsitzenden gemäß § 349 Abs. 3 ZPO einverstanden erklärt.

Entscheidungsgründe

Der Antrag ist begründet.

Der Verfügungskläger hat hinreichend glaubhaft gemacht (§§ 936, 920 Abs. 2, 294 Abs. 1 ZPO), dass ihm der geltend gemachte Verfügungsanspruch auf Unterlassung der beanstandeten Werbung zusteht. Auch der Verfügungsgrund ist gegeben.

I.

1. Der Antrag ist zulässig.

Der Verfügungskläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG antragsbefugt. Die Antrags-(Klage-)befugnis ist von Amts wegen zu prüfen (BGH GRUR 2007, 610, Rn. 14 – Sammelmitgliedschaft V). Damit hat die gesetzliche Regelung in § 8 Abs. 3 UWG eine Doppelnatur, denn sie betrifft nicht nur die Prozessführungsbefugnis (Klage-/Antragsbefugnis), sondern auch die materielle Sachlegitimation.

Der Verfügungskläger hat glaubhaft gemacht, dass die Anforderungen des § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG von ihm erfüllt werden. Glaubhaftmachung genügt, nachdem die §§ 936, 920 Abs. 2, 294 ZPO auch für Prozessvoraussetzungen gelten (Zöller/Vollkommer, ZPO, 30. Aufl., § 920 Rn. 9).

Der Verfügungskläger hat entgegen der Auffassung des Verfügungsbeklagten glaubhaft gemacht, dass ihm eine „erhebliche Zahl von Unternehmern angehört, die Waren gleicher oder verwandter Art auf demselben Markt vertreiben“. Der Begriff der Waren gleicher oder verwandter Art im Sinne des § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG ist weit auszulegen. Die beiderseitigen Waren bzw. Dienstleistungen müssen sich nach ihrer Art nach so gleichen oder nahestehen, dass der Absatz des einen durch irgendein wettbewerbswidriges Handeln des anderen beeinträchtigt werden kann. Es reicht aus, dass eine nicht gänzlich unbedeutende potenzielle Beeinträchtigung mit einer gewissen, wenn auch nur geringen Wahrscheinlichkeit in Betracht gezogen werden kann. Ein entsprechendes Wettbewerbsverhältnis wird wesentlich durch die gemeinsame Zugehörigkeit zur selben Branche oder zu zumindest angrenzenden Branchen begründet (BGH GRUR 2006, 778 Rn. 19 – Sammelmitgliedschaft IV; GRUR 2007, 610 – Sammelmitgliedschaft V). Dabei ist jedoch, wenn die Werbung für ein Produkt bzw. eine Dienstleistung beanstandet wird, nicht das Gesamtsortiment maßgeblich, sondern grundsätzlich auf den Branchenbereich abzustellen, dem die beanstandete Wettbewerbsmaßnahme zuzurechnen ist (vgl. BGH a.a.O.). Das ist vorliegend die Werbung für einen Hotelaufenthalt (Beherbergung) mit einer Darm-Vitalisierungs-Therapie (Gesundheitstherapie). Danach ist hier maßgeblich, ob der Kläger eine genügende Zahl von Mitgliedern hat, die Wettbewerber des Verfügungsbeklagten in der Branche Beherbergung mit Gesundheitsangeboten sind oder einer angrenzenden Branche angehören.

Nicht maßgeblich ist, ob die Mitglieder des Verfügungsklägers

gerade bei den Waren oder Dienstleistungen, die mit der beanstandeten Wettbewerbsmaßnahme beworben worden sind, mit dem Verfügungsbeklagten in Wettbewerb stehen (BGH GRUR 2007, 809, Rn. 14 – Krankenhauswerbung).

Als Unternehmer, die Dienstleistung gleicher Art vertreiben, sind danach sämtliche Unternehmer anzusehen, die im Gesundheitsbereich tätig sind. Nach der vom Verfügungskläger vorgelegten Mitgliederliste gehören ihm eine Vielzahl von Unternehmen an, die Gesundheitsleistungen anbieten, u.a. eine Kurklinik, Kliniken und sonstige Anbieter von Gesundheitsleistungen. Mit diesen Mitgliedern konkurriert der Verfügungsbeklagte sowohl im sachlichen wie im räumlichen Markt. Auch diejenigen Mitgliedsunternehmen, die Gesundheitsleistungen anbieten, wenn auch ohne Beherbergungsmöglichkeit, sind insoweit sachliche Mitbewerber, da es ausreichend ist, dass Mitgliedsunternehmen eine zumindest nicht gänzlich unbedeutende Beeinträchtigung durch die Wettbewerbsmaßnahme mit einer gewissen, wenn auch geringen Wahrscheinlichkeit, zu befürchten haben.

Dem Verfügungskläger gehört eine Vielzahl von Mitgliedern an, die im Gesundheitsbereich tätig sind. Damit ist das Erfordernis der repräsentativen Vertretung erfüllt. Ein missbräuchliches Vorgehen des Verbandes ist damit auszuschließen.

II.

Die Werbung verstößt gegen § 3 UWG i.V.m. § 5a Abs. 2 UWG und § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG. Nach § 5a Abs. 2 UWG handelt unlauter, wer die Entscheidungsfähigkeit von Verbrauchern im Sinne des § 3 Abs. 2 UWG dadurch beeinflusst, dass er eine Information vorenthält, die im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände, einschließlich der Beschränkungen des Kommunikationsmittels, wesentlich ist.

Werden Waren oder Dienstleistungen unter Hinweis auf deren

Merkmale und Preise so angeboten, dass ein durchschnittlicher, nämlich ein angemessen gut unterrichteter, angemessen aufmerksamer und kritischer Verbraucher das Geschäft abschließen kann, gelten nach § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG die Angabe der Identität und Anschrift des Unternehmers als wesentliche Informationen, sofern sie sich nicht unmittelbar aus den Umständen ergeben.

Aufgrund der Angaben in der beanstandeten Anzeige über die beworbene Beherbergung, verbunden mit einer Darm-Vitalisierungs-Therapie, konnte ein durchschnittlich informierter Verbraucher eine EntschlieÙung für oder gegen eine Buchung treffen. Ein abschlussfähiges Angebot im Sinne von § 5a Abs. 3 UWG setzt weder voraus, dass es sich um ein bindendes Angebot im Sinne von § 145 BGB handelt, noch dass es sich um eine Aufforderung zur Abgabe eines solchen Angebots handelt. Es ist auch nicht erforderlich, dass alle vertragswesentlichen Regelungen bekannt sind. Der Anwendungsbereich dieser Vorschrift ist vielmehr schon dann erfüllt, wenn die für den Kaufentschluss wichtigsten Vertragsbestandteile, mithin die beworbene Dienstleistung und der Preis hinreichend konkret benannt werden und den Verbraucher in die Lage versetzen, eine geschäftliche Entscheidung zu treffen (vgl. EuGH GRUR 2011, 930).

In der hier beanstandeten Anzeige sind die für einen Vertragsschluss maßgeblichen Leistungsinhalte wie Gegenstand der Leistung und Preis in einer Weise beschrieben, dass ein durchschnittlicher Verbraucher eine entsprechende geschäftliche Entscheidung treffen kann.

Mit Vorliegen eines abschlussfähigen Angebots im Sinne von § 5a Abs. 3 UWG trifft den Verfügungsbeklagten die Informationspflicht aus § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG, wonach er die Identität und Anschrift seines Unternehmens in der Werbeanzeige zu benennen hat. Dieser Verpflichtung ist der Verfügungsbeklagte nicht nachgekommen. Die Identität und die Anschrift des Verfügungsbeklagten werden dem Verbraucher nicht

bereits dadurch in hinreichender Weise zugänglich gemacht, dass der Verfügungsbeklagte in der Werbung eine Internetadresse und eine Telefonnummer nennt. Sinn und Zweck der Informationspflicht ist es, dass der Verbraucher aufgrund der Angaben ohne Schwierigkeiten mit den anbietenden Unternehmen Kontakt aufnehmen kann. Er soll wissen, mit wem er es zu tun hat, mit wem er in geschäftlichen Kontakt tritt und wie er seinen potenziellen Geschäftspartner erreichen kann. Die Regelung verfolgt weiter den Zweck, den Verbraucher davor zu bewahren, im Falle einer Auseinandersetzung die exakte Identität und eine Anschrift seines Vertragspartners erst ermitteln zu müssen, an die ggf. eine Zustellung von Schriftverkehr erfolgen kann.

Entgegen der Ansicht des Verfügungsbeklagten fordert die Pflicht zur Information über die Identität des Unternehmers im Sinne von § 5a Abs. 3 Nr. 2 UWG auch die Angabe der Rechtsform des werbenden Unternehmens (BGH, GRUR 2013, 1169-1170 – brandneu von der IFA; s. hierzu Omsels, juris, PR-WettbR 10/2013, Anm. 2).

Der Verfügungsbeklagte hat vorgebracht, er führe die Firma „Hotel S.“. Nicht jede Bezeichnung, unter der ein Kaufmann auftritt, ist eine Firma. Von der Firmenbezeichnung abzugrenzen, sind sog. Geschäfts- bzw. Etablissementbezeichnungen. Diese bezeichnen im Gegensatz zur Firma nicht den Unternehmensträger, sondern das Handelsgeschäft/Geschäftslokal. Nach der Rechtslage vor dem Handelsrechtsreformgesetz vom 22.06.1998 (BGBL I, 1474) durften derartige Geschäfts- bzw. Etablissementbezeichnungen nicht so gebildet werden, dass eine Verwechslung mit einer Firma drohe. Das Firmenrecht hat durch das Handelsrechtsreformgesetz Änderungen erfahren, die eine formal-orientierte Abgrenzung von Firmen zu Geschäfts- bzw. Etablissementbezeichnungen bedingen. Gemäß § 19 HGB sind nun alle Kaufleute, sowohl Handelsgesellschaften als auch Einzelkaufleute, verpflichtet, einen Rechtsformzusatz zu

führen (bei Einzelkaufleuten z.B. „e.K.“). Dies erschien dem Gesetzgeber als notwendige Folge der Lockerung des Firmenrechts für Einzelkaufleute, wonach diese nun auch reine Sach- und Fantasiefirmen führen können. In der Begründung des Regierungsentwurfs (abgedruckt in ZIP 1997, 977) wird demgemäß ausgeführt:

„Mit dem obligatorischen Hinweis in der Firma auf die Kaufmannseigenschaft soll auch auf eine klare praktische Grenzziehung zwischen den Firmen von Einzelkaufleuten und den Geschäfts- oder Etablissementbezeichnungen von Kleingewerbetreibenden hingewirkt werden, die als Nicht-Kaufleute keine Firma führen dürfen. für das geltende Recht ist in diesem Bereich nämlich eine Grauzone festzustellen, die gerade auch für die (bisherigen) Minderkaufleute und sonstigen Kleingewerbetreibenden unbefriedigend ist. Ohne die Einführung des vorgeschlagenen Zusatzes würden sich die Abgrenzungsschwierigkeiten weiter verschärfen, da auch Einzelkaufleuten künftig die Führung von reinen Sach- oder Fantasiefirmen gestattet sein soll; diese durften Nicht- und Minderkaufleute bislang grundsätzlich benutzen. Das für Nicht-Kaufleute geltende Verbot, eine Firma oder eine Bezeichnung, die den Eindruck einer Firma hervorruft, zu führen, wird künftig entschärft, da sie wohl alle Bezeichnungen als Geschäftsbezeichnungen verwenden können, solange dies nur keinen Rechtsformzusatz oder Zusatz über die Kaufmannseigenschaft enthalten.“

Während sich somit vor der Handelsrechtsreform der Hinweis auf die Eigenschaft als Einzelkaufmann daraus ergab, dass dieser eine Namensfirma ohne das Vorhandensein einer Gesellschaft andeutenden Zusatz führte und man zugleich den Rückgriff auf reine Sach- oder Fantasiebezeichnungen ausschloss, die somit allein für die Geschäfts- bzw. Etablissementbezeichnungen zur Verfügung standen, hat der Gesetzgeber sich jetzt für eine klare Abgrenzung entschieden, wonach eine Firma nur dann vorliegt, wenn der Bezeichnung ein Rechtsformzusatz beigelegt

ist (vgl. Heidinger, in MüKo, HGB-Kommentar, 3. Aufl., § 19 Rn. 6 und 10).

Ob Kaufleute, die nicht im Handelsregister eingetragen sind, den Rechtsformzusatz „e.K.“ verwenden dürfen, ist streitig (vgl. Hopt, in Baumbach/Hopt, HGB-Kommentar, 35. Aufl., § 9 Rn. 4; Heidinger, a.a.O., § 19 Rn. 11; Burgard, in Staub, HGB-Kommentar, 5. Aufl., § 19 Rn. 8; Zimmer in Ebenroth, HGB-Kommentar, 3. Aufl., § 19 Rn. 9). In jedem Fall ist aber zur Kenntlichmachung des Kaufmannsstatus erforderlich, dass im Kontext der Firmenführung Hinweise gegeben werden wie „Einzelkaufmann“ oder „Kaufmann“ (vgl. Zimmer, a.a.O., Hopt, a.a.O.).

Daran fehlt es.

Der Verfügungsbeklagte betreibt eine Personenfirma, er ist daher auch verpflichtet, den Inhaber anzugeben. Auch daran fehlt es.

III.

Den Streitwert hat die Kammer nach dem Interesse des Verfügungsklägers an der Untersagung der beanstandeten Werbung auf insgesamt 10.000,00 EUR bemessen (vgl. OLG Stuttgart, Beschluss vom 20.12.2012, 2 W 32/12).

Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO.

Urteile, durch die eine einstweilige Verfügung erlassen wird, sind ohne besonderen Ausspruch vorläufig vollstreckbar (Vollkommer, in Zöllner, ZPO-Kommentar, 30. Aufl., § 922 Rn. 16).