Beglaubigte Abschrift

Landgericht München I

Az.: 4 HK O 11328/25

IM NAMEN DES VOLKES

In dem Rechtsstreit

Pro Rauchfrei e.V., vertreten durch d. Vorstand, Birkenstraße 7, 94539 Grafling

- Antragsteller -

Prozessbevollmächtigte:
Rechtsanwälte **Mueller.legal**, Müller Rechtsanwälte Partnerschaft, Mauerstraße 66, 10117 Berlin, Gz.: 58-6345.25

gegen

Aslan Ferhat, Schulmeierweg 2, 80689 München

- Antragsgegner -

Verfahrensbevollmächtigte:
Rechtsanwälte **Juravendis Rechtsanwaltskanzlei**, Thomas Bruggmann LL.M., Franz-Joseph-Str. 48, 80801 München, Gz.: 2147-25

wegen einstweiliger Verfügung

erlässt das Landgericht München I - 4. Kammer für Handelssachen - durch die Vorsitzende Richterin am Landgericht Rhein, den Handelsrichter Zink und den Handelsrichter Ultsch aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 20.10.2025 folgendes

Endurteil

I. Dem Antragsgegner wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu € 250.000,--, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten untersagt,

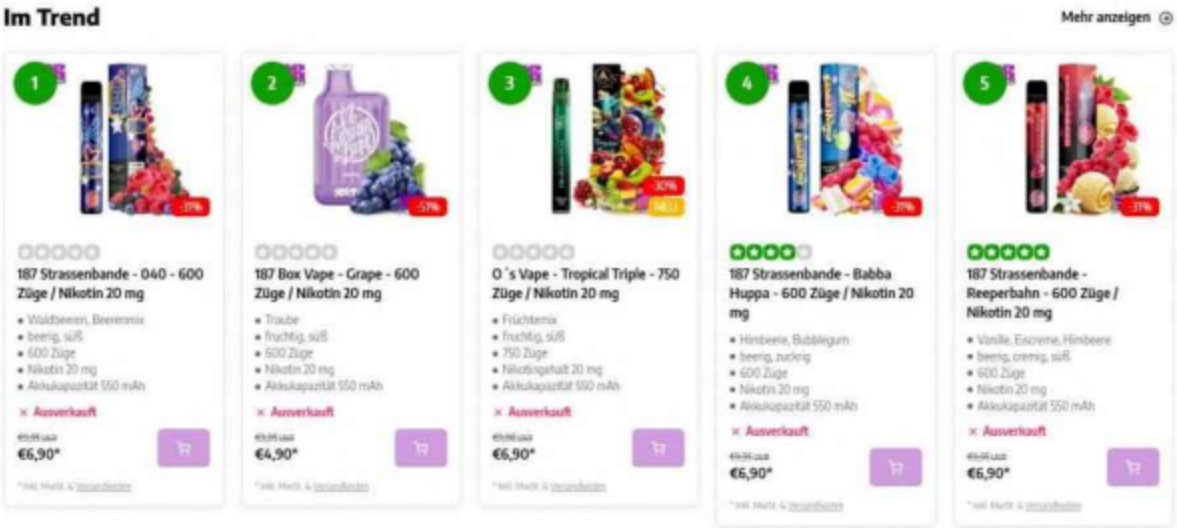
im geschäftlichen Verkehr in Diensten der Informationsgesellschaft Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und/oder Nachfüllbehälter

I.
durch Hinzufügen von Bildelementen und/oder Bildhintergründen in einer Art und Weise darzustellen, die über eine rein sachliche Produktinformation wie Produktname, Preis, Packungsgröße oder sonstige technische Daten hinausgeht,

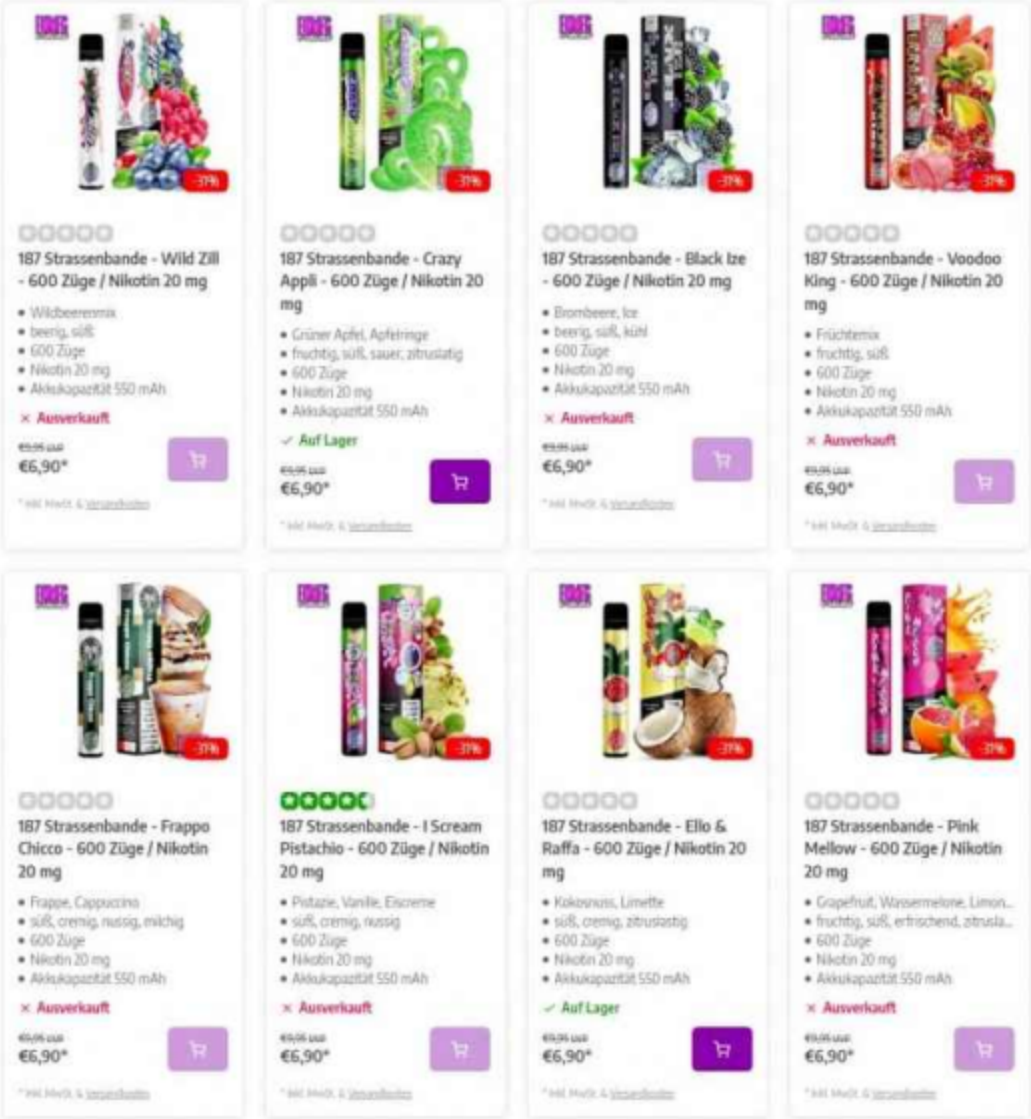
wenn dies geschieht wie folgt:

und/oder

und / oder



und/oder



und/oder

II.
mit Aussagen zu beschreiben,

1. „ideal für Einsteiger“

2. „angenehme und intensive Geschmacksentfaltung“

3. „coole Designs“

4. „günstiger als an Kiosken und Tankstellen plus Mengenrabatte“

solange nicht die Voraussetzungen einer Ausnahme nach § 19 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 TabakerzG vorliegen.

II. Der Antragsgegner trägt die Kosten des Rechtsstreits.

III. Der Streitwert des Verfahrens wird auf € 15.000,-- festgesetzt.

Tatbestand

Der Antragsteller macht gegenüber dem Antragsgegner Unterlassungsansprüche wegen Verstoßes gegen das Werbeverbot für elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter in Diensten der Informationsgesellschaft geltend.

Der Antragsteller ist ein Interessenverband, zu dessen Vereinszweck ausweislich der als Anlage ASt 1 vorgelegten Satzung die Förderung der öffentlichen Gesundheitspflege durch den Schutz von Menschen vor unerwünschten Passivrauchen gehört. Ausweislich der als Anlage ASt 10 vorgelegten Satzungsänderung vom 13.09.2025 wurde § 2 der Satzung wie folgt abgeändert:

> *§ 2 Zweck des Vereins*
> *1. Vereinszweck ist die Förderung des Verbraucherschutzes durch Verbraucherberatung und -aufklärung sowie die Förderung der öffentlichen Gesundheitspflege dadurch, dass die elementaren Lebensbereiche der Menschen wie Arbeit, Bildung, Sport, Wohnen, Mobilität, Freizeit und Gesundheitseinrichtungen frei von Passivrauchen sind. Darüber hinaus setzt sich der Verein dafür ein, dass Produkte zum Rauchen oder Dampfen auf dem Markt den tabak-, gesundheits -, steuer- und lebensmittelrechtlichen Anforderungen zum Inverkehrbringen genügen und etwaige Vorgaben zur Bewerbung eingehalten werden.*

Der Antragsgegner betreibt unter der Domain www.einweg-e-shisha.de einen Online-Shop, in welchem er insbesondere elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter zum Kauf anbietet.

Ausweislich der als Anlage ASt 4 bis ASt 6 vorgelegten Screenshots, auf welche Bezug genommen wird, bewarb der Antragsgegner seine Produkte dabei wie im Tenor wiedergegeben.

Der Antragsteller, der hierin einen Verstoß gegen das gesetzlich normierte Werbeverbot aus § 19 Abs. 3 i. V. m. Abs. 2 TabakerzG sieht, beantragt,

den Antragsgegner zu verurteilen wie geschehen.

Der Antragsgegner beantragt,

den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückzuweisen.

Er trägt vor, die Gestaltung des Online-Shops des Antragsgegners sei völlig branchenüblich. Wenn ein völlig branchenübliches Verhalten, welches jeder Händler der betreffenden Branche seit vielen Jahren an den Tag lege, beanstandet werde, könne dies dem Antragsteller nicht verborgen geblieben sein. Es fehle daher bereits an jeglicher Dringlichkeit.

Darüber hinaus sei der Antragsteller nicht aktiv legitimiert. Jedenfalls bis zur Änderung der Satzung sei der vorliegende Antrag im konkreten Fall nicht vom Satzungszweck gedeckt gewesen.

Der Antragsgegner vertreibe keine Tabakerzeugnisse, sondern elektronische Zigaretten und Nachfüllbehälter.

Darüber hinaus bestehe auch kein Verfügungsanspruch. § 19 TabakerzG erfasse nicht die Tabakwerbung, die im Rahmen des Internetauftritts eines Onlineshops für Tabakwaren erfolge.

Die angegriffenen Darstellungen dienten ausschließlich der sachlichen Information über die Produkte. Ziel sämtlicher Beschreibungen sei es, interessierte Kundinnen und Kunden objektive und nachvollziehbare Produktinformationen bestmöglich zur Verfügung zu stellen. Eine werbliche Absicht liege nicht vor.

Zur Ergänzung des Tatbestands wird auf die von den Parteien eingereichten Schriftsätze nebst Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 20.10.2025 verwiesen.

Entscheidungsgründe

Dem Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung war in der im Termin vom 20.10.2025 gestellten Fassung stattzugeben, da sowohl ein Verfügungsanspruch als auch ein Verfügungsgrund gegeben ist.

Im Einzelnen gilt Folgendes:

1. Dadurch, dass bei der Antragstellung im Termin vom 20.10.2025 das „insbesondere“ aus Klageantrag I. herausgenommen und in Klageantrag II. die Werbebehauptungen lediglich so aufgenommen wurden, wie sie in den vorgelegten Anlagen tatsächlich enthalten sind, ist der Antrag hinreichend bestimmt im Sinne des § 253 II Nr. 2 ZPO.

2. Der Antragsteller ist aktiv legitimiert im Sinne von § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG. Auch in der zum Zeitpunkt der Abmahnung und Beantragung der einstweiligen Verfügung geltenden Fassung der Satzung des Antragstellers beschränkte sich der Satzungszweck nicht ausschließlich auf Tabakerzeugnisse. Vielmehr wurde durch die Formulierung „Ziel ist dabei insbesondere auch...“ klargestellt, dass der angestrebte Gesundheits- und Verbraucherschutz sich auch auf Waren bezieht, die mit dem Konsum von Tabakerzeugnissen in Verbindung stehen oder diesen artverwandt sind. Unabhängig etwaiger Produktunterschiede zwischen Tabakerzeugnissen und E-Zigaretten sind diese Produkte im werberechtlichen Kontext identisch zu behandeln. Dies ergibt sich bereits daraus, dass der Gesetzgeber in § 19 TabakerzG nicht zwischen den jeweiligen Kategorien unterscheidet, sondern Werbung sowohl für Tabakerzeugnisse, E-Zigaretten und Nachfüllbehälter pauschal verbietet.

3. Durch die in den Anlagen ASt 4 bis ASt 6 dargelegten, im Tenor enthaltenen Werbeaussagen verstößt der Antragsgegner gegen das gesetzlich normierte Werbeverbot aus § 19 Abs. 3 i. V. m. Abs. 2 TabakerzG.

   Gemäß § 2 Nr. 5 TabakerzG ist Werbung jede Art kommerzieller Kommunikation mit dem Ziel oder mit der direkten oder indirekten Wirkung, den Verkauf eines Erzeugnis zu fördern.

   Dabei ist eine indirekte Wirkung bereits dann anzunehmen, wenn eine kommerzielle Kommunikation objektiv geeignet ist, den Absatz von Tabakerzeugnissen oder verwandten Produkten zu fördern, ohne dass es einer ausdrücklichen Produktanpreisung oder konkreten Kaufaufforderung bedarf. Es genügt, dass die Kommunikation mittelbar, etwa über Imagebildung oder positive Assoziationen die Kaufneigung anregt oder fördert. Deshalb liegt in jedweder Zuschreibung positiver Eigenschaften bereits eine indirekte Wirkung zur Verkaufsförderung (vgl. OLG Saarbrücken, Urteil vom 08.09.2021 - 1 U 68/20, GRUR 2022,507). Dabei kann eine solche positive Zuschreibung nicht nur durch sprachliche Kommunikation erfolgen. Es bedarf also keiner klassischen Werbeaussagen zum jeweili-

gen Produkt. Eine werbliche Kommunikation kann auch in Form von bildlichen und grafischen Darstellungen erfolgen (vgl. BGH Urteil vom 05.10.2017 - I ZR 117/16 - Tabakwerbung im Internet).

Eine positive Zuschreibung von Eigenschaften kann daher wie im vorliegenden Fall auch dadurch erreicht werden, dass ein Produkt in grafisch auffälliger Aufmachung, mit bunten Hintergründen oder bunten anderen Bildelementen dargestellt wird. Derartige Darstellungen lassen das eigentlich gesundheitsschädliche Produkt in einem attraktiveren, moderneren und kaufenswerteren Licht erscheinen.

Unter Zugrundelegung dieser Kriterien handelt es sich bei den angegriffenen Produktdarstellungen des Antragsgegners, die sich nicht auf die Wiedergabe bloßer Produktinformationen wie Packungsgröße, Preis und Name beschränken, eindeutig um Werbung.

Dem Antragsgegner kann auch nicht darin gefolgt werden, dass § 19 Abs. 3, Abs. 2 TabakerzG dahingehend auszulegen sei, dass das Verbot der Werbung in Diensten der Informationsgesellschaft in spezialisierten Online-Shops des Tabakfachhandels keine Anwendung finde.

Eine solche teleologische Reduktion des § 19 Abs. 3, Abs. 2 TabakerzG findet sich weder in den Gesetzgebungsmaterialien, in denen dargelegt ist, dass die Vorschrift für alle Medien gelten soll, die sich an die breite Öffentlichkeit richten noch entspricht sie der Systematik der Norm.

Nach dieser soll was in der Presse und in gedruckten Veröffentlichungen verboten ist, auch im Internet verboten sein, weshalb in dem Medium Internet Werbung für Tabakerzeugnisse ebenso verboten ist wie die Werbung für solche Erzeugnisse in Zeitschriften, Zeitungen und Magazinen, es sei denn eine der gesetzlich geregelten Ausnahmetatbestände ist gegeben (vgl. OLG Hamburg, Urteil vom 26.09.2007 - 5 U 36/07, GRUR-RR 2008, 318).

4. Das bezweckte Werbeverbot ist für den Antragsgegner auch nicht unverhältnismäßig. Der Antragsgegner ist für das Betreiben seines Online-Shops nicht auf dem im Antrag wiedergegebenen Darstellungen und Werbeaussagen angewiesen. Die gezeigten Werbebanner ermöglichen den Verkauf der abgebildeten Produkte nicht erst, sondern fördern diesen.

   Die von dem Antragsgegner angeführte Ungleichbehandlung von stationären Geschäften und Online-Handel ist vom Gesetzgeber gewollt und findet seine Rechtfertigung bereits darin, dass Online-Shops von Personen gleich welchen Alters besucht werden können und die Existenz von Online-Shops allgemein dafür sorgt, dass die Eintrittsschwelle zum Erwerb von Produkten sinkt.

Da es sich bei dem Werbeverbot für Tabakerzeugnisse im Internet um eine Marktverhaltensregelung i.S.v. § 3a UWG handelt (vgl. BGH, aaO) , stehen dem Antragssteller die geltend gemachten Unterlassungsansprüche aus § 8 Abs. 1 UWG zu.

5. Der Verfügungsgrund wird gemäß § 12 Abs. 1 UWG vermutet. Darüber hinaus hat der Antragsteller vorgetragen und durch Vorlage der als Anlage ASt 9 zur Akte gereichten eidesstattlichen Versicherung glaubhaft gemacht, dass der Antragsteller im Rahmen einer Internet-Recherche erstmals am 05.08.2025 von der Website des Antragsgegners Kenntnis erlangt hat.

Dem Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung war daher mit der Kostenfolge des § 91 Abs. 1 ZPO stattzugeben. Er ist ohne besonderen Ausspruch vorläufig vollstreckbar.

gez.

Rhein	Zink	Ultsch
Vorsitzende Richterin am Landgericht	Handelsrichter	Handelsrichter

Verkündet am 17.11.2025

gez.
Karl, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle

Für die Richtigkeit der Abschrift
München, 17.11.2025

Karl, JAng
Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle