



**Landgericht  
Hannover**

**Im Namen des Volkes**

**Urteil**

13 O 124/26

In dem einstweiligen Verfügungsverfahren

Pro Rauchfrei e.V., vertreten durch den Vorstandsvorsitzenden Stephan  
Weinberger, Birkenstr. 7, 94539 Grafing

- Verfügungskläger -

Prozessbevollmächtigte:  
Mueller.legal Müller Rechtsanwälte Partnerschaft, Mauerstr. 66, 10117 Berlin  
Geschäftszeichen: VRS-26-003226

gegen

Behnam Khazai, Betreiber des City Kiosk am Kröpcke e.K., Georgstr. 26, 30159 Hannover

- Verfügungsbeklagter -

Prozessbevollmächtigte:  
KROHN Rechtsanwälte PartGmbH, Alsterufer 3, 20354 Hamburg  
Geschäftszeichen: 2101/2026 Ze/Dü

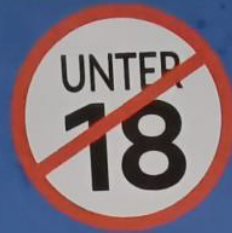
hat das Landgericht Hannover – 13. Zivilkammer – durch den Vorsitzenden Richter am  
Landgericht Fischer, die Richterin am Landgericht Scheffner und die Richterin am Landgericht  
Kienast auf die mündliche Verhandlung vom 04.05.2026 für Recht erkannt:

1. Dem Verfügungsbeklagten wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten untersagt, im geschäftlichen Verkehr Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und/ oder Nachfüllbehälter zu betreiben, ohne als Fachhandel dazu berechtigt zu sein, wie folgt geschehen:




# KEINE AUSNAHMEN.

WIR VERKAUFEN KEINE TABAKWAREN ODER  
NIKOTINHALTIGEN PRODUKTE BZW. PRODUKTE ZU  
DEREN NUTZUNG AN MINDERJÄHRIGE.




NEW | 7<sup>50</sup>€  
20 STK.



**Aromatisch anders.  
Fantastisch frisch.**

*Curious?*



Dieses Produkt ist nicht risikofrei und enthält Nikotin, das sehr stark abhängig macht. Nur für Erwachsene, die sonst weiter rauchen oder andere Nikotinprodukte verwenden würden.



2. Die Kosten des Rechtsstreits trägt der Verfügungsbeklagte.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.
4. Der Streitwert wird auf 10.000,00 € festgesetzt.

## Tatbestand

Der Verfügungskläger nimmt den Verfügungsbeklagten auf Unterlassung von Außenwerbung in Anspruch.

Der Verfügungskläger ist ein Interessenverband, zu dessen Vereinszweck gem. § 2 der Vereinssatzung 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, gehört. Darüber hinaus setzt sich der Verfügungskläger 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 und zum Jugendschutz eingehalten werden.

Der Verfügungsbeklagte betreibt unter der Firma „City Kiosk am Kröpcke e.K.“ einen Kiosk an der im Rubrum genannten Anschrift. Das Sortiment ist gemischt. Er verkauft neben entsprechenden Tabakerzeugnissen z.B. auch Getränke, Eis und Süßwaren.

In dem Schaufenster des Kiosks sind folgende Plakate zu sehen:

- ein Plakat mit Werbung für elektronische Zigaretten der Marke „vuse“

- ein Plakat mit Werbung für Zigaretten der Marke „Fairplay“
- ein Plakat mit Werbung für „IQOS Levia“

Bei dem Produkt „IQOS Levia“ handelt es sich um tabakfreie Nikotinsticks, die über einen Erhitzer der Marke „IQOS“ erhitzt werden und beim Inhalieren Nikotin an den Verbraucher abgeben.

Der Verfügungskläger übersandte dem Verfügungsbeklagten am 23.02.2026 eine Abmahnung und forderte zur Abgabe einer strafbewährten Unterlassungserklärung auf. Der Verfügungsbeklagte wies die geltend gemachten Ansprüche mit Anwaltsschreiben vom 06.03.2026 zurück.

Der Verfügungskläger meint, der Kiosk des Verfügungsbeklagten sei nicht als Fachhandel zu qualifizieren und somit nicht vom Werbeverbot des § 20a Tabakerzeugnisgesetz (TabakerzG) ausgeschlossen, da es für die Einordnung als Fachhandel nicht auf die Umsätze, sondern darauf ankomme, ob eine Spezialisierung auf den Verkauf von Tabakwaren vorliege und ob diese ausschließlich angeboten werden. Maßgeblich sei der Schwerpunkt des Produktangebots. Nach Ansicht des Verfügungsklägers handele es sich auch bei den beworbenen IQOS Levia-Produkten um vom Werbeverbot umfasste Erzeugnisse. Er beruft sich im Hinblick auf das Spürbarkeitserfordernis auf den vom TabakerzG bezweckten Schutz der Gesundheit der Verbraucher und den Jugendschutz. Er behauptet, seine Tätigkeit sei nicht auf ein unsachgemäßes Einnahmeerzielungsinteresse gerichtet, da keine eigenwirtschaftlichen Zwecke verfolgt würden. Von den Abmahnungen seien auch nicht nur inhabergeführte Kioske betroffen, sondern z.B. auch eine Supermarktkette und eine Drogeriekette.

Der Verfügungskläger beantragt,

dem Antragsgegner bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000 Euro, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten zu untersagen, im geschäftlichen Verkehr Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und / oder Nachfüllbehälter zu betreiben, ohne als Fachhandel dazu berechtigt zu sein, wie in Anlage ASt. 5 dargestellt, geschehen.

Der Verfügungsbeklagte beantragt,

den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung kostenpflichtig zurückzuweisen.

Der Verfügungsbeklagte rügt die Unbestimmtheit des Antrags, insbesondere im Hinblick auf die Verwendung des Wortes „Fachhandel“ und „Nachfüllbehälter“, welche auf den in der Anlage

ASt. 5 ersichtlichen Lichtbildern unstreitig nicht erkennbar sind. Hinsichtlich des dritten Lichtbildes sei seiner Ansicht nach die beanstandete Werbung und Verletzungsform nicht erkennbar. Er meint, das tabakfreie Produkt „Levia“ gehöre nicht zu den von § 20a S. 1 TabakerzG umfassten Produkten. Da die Sticks ohne den zugehörigen Erhitzer nicht konsumiert werden können, handele es sich seiner Ansicht nach nicht um ein Erzeugnis zum Konsum nikotinhaltigen Dampfes oder einen Nachfüllbehälter. Der Verfügungsbeklagte behauptet, bei dem streitgegenständlichen Kiosk handele es sich um einen auf Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse spezialisierten Kiosk. Seiner Ansicht nach sei er daher als Fachhandel im Sinne des § 20a S. 2 TabakerzG zur Außenwerbung berechtigt. Dabei dürfe es seiner Ansicht nach nicht darauf ankommen, ob ausschließlich mit Tabakwaren gehandelt werde. Es müsse schon genügen, wenn ein gewisser Schwerpunkt der Waren erkennbar sei. Dies sei bei seinem Kiosk der Fall, da Tabakwaren und verwandte Erzeugnisse fast 80 % seines Umsatzes ausmachen würden. Er verfüge auch über entsprechende Fachkenntnisse und besuche regelmäßige Schulungen und Fortbildungen, bei denen er nicht nur Kenntnisse über rechtliche Themen wie Jugendschutz, sondern auch über die Produkte erlange. Ein Fachhandel, der ausschließlich mit Tabakerzeugnissen, elektronischen Zigaretten oder Nachfüllbehältern handelt, würde de facto nicht existieren. Insoweit nimmt er insb. Bezug auf eine von ihm durchgeführte Google-Suche und auf eine Stellungnahme des Bundesverbands des Tabakwaren-Einzelhandels (BTWE), der zum Entwurf eines zweiten Gesetzes zur Änderung des Tabakerzeugnisgesetzes Stellung bezogen und einen Vorschlag zur Definition eines Fachhandels unterbreitet hat, der letztlich nicht in das Gesetz aufgenommen worden ist. Für die weiteren Einzelheiten zur Google-Suche und den Ausführungen des BTWE wird auf den Vortrag des Verfügungsbeklagten auf S. 9-10 des Schriftsatzes vom 13.04.2026 Bezug genommen (Bl. 114/115 d.A.). Der Verfügungsbeklagte ist weiter der Ansicht, ein Verstoß gegen § 20a TabakerzG sei nicht geeignet, die Interessen von Verbrauchern zu beeinträchtigen. Die Geltendmachung des Unterlassungsanspruchs sei zudem rechtsmissbräuchlich im Sinne des § 8c Abs. 2 Nr. 1 UWG. Hierzu behauptet er, dass vorwiegend gegen Kioskinhaber mit ausländisch klingendem Namen vorgegangen werde. Der Verfügungskläger nutze hier die Unbestimmtheit der Vorschrift des § 20a TabakerzG in Bezug auf den Fachhandel aus, um Abmahnkosten, Vertragsstrafen und Ersatz der Kosten der Rechtsverfolgung zu generieren und so den Verein zusätzlich zu den Mitgliedsbeiträgen zu finanzieren. Hierzu setze der Verfügungskläger auch überhöhte Streitwerte an.

Der Verfügungskläger hat eine Eidesstattliche Versicherung von Herrn Henri Kuntowitz vom 11.03.2026 vorgelegt. Insoweit wird auf die Anlage ASt. 4 (Bl. 18 d.A.) Bezug genommen.

## **Entscheidungsgründe**

Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist zulässig und begründet.

I. Der Antrag ist zulässig.

1. Die Zuständigkeit des Landgerichts Hannover folgt aus § 14 Abs. 1, Abs. 2 UWG.
2. Die von Amts wegen zu prüfende Prozessführungsbefugnis des Verfügungsklägers folgt aus § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG in Verbindung mit § 4 UKlaG.
3. Dem Verfügungskläger stand es auch frei, den Verfügungsbeklagten selbst statt des „City Kiosk am Kröpcke e.K.“ in Anspruch zu nehmen. Ein Kaufmann kann nach § 17 Abs. 2 HGB zwar unter seiner Firma verklagt werden. § 17 Abs. 2 HGB erleichtert jedoch nur die Parteibezeichnung, zwingt aber – auch bei unternehmensbezogenen Geschäften – nicht zu einem Handeln unter der Firma (BeckOK HGB/Bömeke HGB § 17 Rn. 45). Der Verfügungsbeklagte konnte daher auch unter seinem bürgerlichen Namen in Anspruch genommen werden.
4. Der Antrag ist auch hinreichend bestimmt.

Ein Antrag ist grundsätzlich hinreichend bestimmt, wenn er den erhobenen Anspruch konkret bezeichnet, den Rahmen der gerichtlichen Entscheidungsbefugnis (§ 308) erkennbar abgrenzt und den Inhalt und Umfang der materiellen Rechtskraft der begehrten Entscheidung (§ 322) erkennen lässt (Zöller, § 253 ZPO, Rn. 13). Ein Unterlassungsantrag muss möglichst konkret gefasst sein, damit für Rechtsverteidigung und Vollstreckung klar ist, worauf sich das Verbot erstreckt. Auch Bezugnahmen auf Lichtbilder sind möglich (vgl. Zöller, § 253 Rn. 13b m.w.N.).

Hier begehrt der Verfügungskläger, dass dem Verfügungsbeklagten untersagt wird, im geschäftlichen Verkehr Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten und / oder Nachfüllbehälter zu betreiben, ohne als Fachhandel dazu berechtigt zu sein, wie in Anlage ASt. 5 dargestellt.

Im Hinblick auf den Begriff „Außenwerbung“, die im Antrag benannten, nicht zu bewerbenden Gegenstände und den Begriff „Fachhandel“ wird der Wortlaut des § 20a TabakerzG wiedergegeben. Unklarheiten sind insoweit nicht ersichtlich, zumal insbesondere der Begriff der Außenwerbung in § 2 Nr. 9 TabakerzG legaldefiniert ist. Der Umstand, dass der Begriff „Fachhandel“ nicht legaldefiniert ist, führt nicht zu einer Unbestimmtheit des Antrags, da durch diesen Zusatz lediglich verdeutlicht wird, dass der Verfügungsbeklagte nicht als Fachhandel von dem Werbeverbot des § 20a TabakerzG ausgenommen ist, wenn die Werbung in den Schaufenstern des Kiosks geschieht wie in der Anlage ASt.5 und im Tenor dargestellt.

Die Bezugnahme auf die Anlage ASt.5 ist auch nicht zu beanstanden, da auf den Lichtbildern die streitgegenständlichen Werbemaßnahmen erkennbar sind. Soweit der Verfügungsbeklagte

dies im Hinblick auf das 3. Lichtbild beanstandet, greift dieser Einwand nicht durch. Auf dem Lichtbild ist in der oberen linken Ecke des Schaufensters die Werbung für Zigaretten der Marke „Fairplay“ zu erkennen. Die Fotos sind zudem mit Datum und Uhrzeit versehen und bezeichnen damit das zu unterlassende Verhalten hinreichend konkret.

II. Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist auch begründet.

1. Das Vorliegen eines Verfügungsgrundes wird nach § 12 Abs. 1 UWG vermutet. Es bestehen auch keine Bedenken im Hinblick auf die Dringlichkeit. Insbesondere ein dringlichkeitsschädliches Zuwarten ist nicht ersichtlich.

2. Der Verfügungskläger hat das Vorliegen eines Verfügungsanspruchs aus §§ 20a TabakerzG, 3, 3a, 8 Abs. 1 S. 1 Alt. 2, Abs. 2 UWG hinreichend glaubhaft gemacht.

Nach § 8 Abs. 1 Alt. 2 UWG kann derjenige auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, der eine nach § 3 oder § 7 unzulässige geschäftliche Handlung vorgenommen hat.

a) Nach § 3 Abs. 1 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig. Nach Abs. 2 sind geschäftliche Handlungen, die sich an Verbraucher richten oder diese erreichen, unlauter, wenn sie nicht der unternehmerischen Sorgfalt entsprechen und dazu geeignet sind, das wirtschaftliche Verhalten des Verbrauchers wesentlich zu beeinflussen.

Vorliegend ist das Regelbeispiel des § 3a UWG erfüllt. Danach handelt unlauter, wer einer gesetzlichen Vorschrift zuwiderhandelt, die auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln, und der Verstoß geeignet ist, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.

aa) Der dafür erforderliche Rechtsbruch liegt hier in Form eines Verstoßes gegen § 20a S. 1 TabakerzG vor, wonach es verboten ist, Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter zu betreiben.

(1) Die Plakate mit der Werbung für elektronische Zigaretten der Marke „vuse“ und Zigaretten der Marke „Fairplay“ stellen unzulässige Außenwerbung dar.

Bei beiden Plakaten handelt es sich um Werbung im Sinne des § 2 Nr. 5 TabakerzG, nämlich um kommerzielle Kommunikation mit dem Ziel oder mit der direkten oder indirekten Wirkung, den Verkauf eines Erzeugnisses zu fördern. Dabei handelt es sich auch um Außenwerbung im Sinne der Legaldefinition des § 2 Nr. 9 TabakerzG. Vom Wortlaut umfasst ist jede Werbung außerhalb geschlossener Räume einschließlich Schaufensterwerbung. Sinn und Zweck der Norm lassen erkennen, dass dabei nicht auf den Ort abzustellen ist, an dem die Verlautbarung abgegeben wird, sondern auf den Ort, an dem die Werbung bestimmungsgemäß oder doch

erwartbar wahrgenommen wird, da der Zweck des Tabakwerbeverbotes darin besteht, den Konsumenten außerhalb von Ladenlokalen vor den Anreizen zu schützen, die von Tabakwerbung ausgehen und ihn anreizen sollen, Tabakprodukte zu erwerben und zu konsumieren (OLG Stuttgart Urteil vom 1.8.2024 – 2 UKI 2/24 in NJW-RR 2025, 175, beck-online, Rn. 26, 27).

Die beworbenen Zigaretten und elektronischen Zigaretten unterfallen eindeutig dem Wortlaut des Werbeverbots nach § 20a S. 1 TabakerzG.

(2) Auch das Plakat mit der Werbung für „IQOS Levia“ fällt unter das Werbeverbot des § 20a S. 1 TabakerzG, da das beworbene Produkt als elektronische Zigarette zu qualifizieren ist, für die nach § 47 Abs. 8 TabakerzG seit dem 01.01.2024 nicht mehr geworben werden darf.

Nach § 1 Abs. 1 TabakerzG gelten die Begriffsbestimmungen des Art. 2 der RL 2014/40/EU. Eine elektronische Zigarette im Sinne des Art. 2 Nr. 16 S. 1 der RL 2014/40/EU ist ein Erzeugnis, das zum Konsum nikotinhalten Dampfes mittels eines Mundstücks verwendet werden kann, oder jeder Bestandteil dieses Produkts, einschließlich einer Kartusche, eines Tanks, und des Gerätes ohne Kartusche oder Tank.

Die beworbenen Nikotinsticks sind als Bestandteil einer solchen elektronischen Zigarette anzusehen. Der Umstand, dass die Nikotinsticks nicht ohne den IQOS-Erhitzer konsumiert werden können, unterstreicht ihre Eigenschaft als wesentlicher Bestandteil einer elektronischen Zigarette, die hier in der Gesamtheit aus Nikotinstick und Erhitzer zu sehen ist.

Dabei kommt es auch nicht darauf an, dass die Nikotinsticks nicht abgebrannt werden, da dies bei einer elektronischen Zigarette nach der vorgenannten Definition nicht erforderlich ist.

Auch ist unschädlich, dass es sich bei den Sticks nicht um einen Nachfüllbehälter handelt. Die Bestandteile einer elektronischen Zigarette werden in der Legaldefinition des Art. 2 Nr. 16 der RL 2014/40/EU nicht abschließend benannt. Zudem stellt Art. 2 Nr. 16 S. 2 der Richtlinie klar, dass elektronische Zigaretten nicht nur mit Nachfüllbehältern oder nachfüllbaren Tanks nachgeladen werden können, sondern auch mittels Einwegprodukten.

(3) Der Verfügungsbeklagte ist auch nicht nach § 20a S. 2 TabakerzG vom Werbeverbot ausgenommen, da es sich bei dem von ihm betriebenen Kiosk nicht um einen Fachhandel handelt.

Nach § 20a S. 2 TabakerzG gilt das in S. 1 normierte Verbot des Betreibens von Außenwerbung nicht für Außenflächen einschließlich dazugehöriger Fensterflächen von Geschäftsräumen des Fachhandels.

Für den Fachhandel charakteristisch ist ein eher schmales, häufig sehr tiefes, in sich geschlossenes Branchen-Sortiment mit Beratung durch speziell geschulte Verkaufskräfte (Gabler Wirtschaftslexikon, Fachgeschäft); Händler, die (neben anderen Produkten) lediglich Zigaretten anbieten, fallen nicht unter den Begriff des Fachhandels (Nomos-BR/Boch TabakerzG/Boch TabakerzG § 20a Rn. 5 unter Hinweis auf Horst recht. Die Zeitschrift für europäisches Lebensmittelrecht, 2020, 178, der als Bsp. für Unternehmen, die von der Privilegierung nicht profitieren können, den Lebensmitteleinzelhandel und Tankstellen nennt).

Dabei kann im Ergebnis offenbleiben, ob der Verfügungsbeklagte die von ihm beschriebenen Schulungen besucht hat und über entsprechende Fachkenntnisse verfügt, da geschulte Verkaufskräfte für sich allein genommen nicht ausreichen, sondern zudem auch ein entsprechendes Branchen-Sortiment vorliegen muss, woran es hier im Hinblick auf das gemischte Warensortiment des Kiosks fehlt.

Zwar kommt es aus Sicht der Kammer für die Qualifizierung als Fachhandel nicht zwingend darauf an, ob ausschließlich Tabakwaren und verwandte Produkte verkauft werden. Ausschlaggebend ist vielmehr, wie das Sortiment insgesamt aufgestellt ist und ob sich das Sortiment als tief/spezialisiert und in sich geschlossen darstellt. Dies ist hier jedoch nicht der Fall.

Das Sortiment des Kiosks ist gemischt; es werden für einen Kiosk typische Waren verkauft, ohne dass ein eindeutiger Schwerpunkt auf Tabakwaren und entsprechende Erzeugnisse ersichtlich ist.

An dieser Einordnung ändert auch der von Beklagtenseite vorgenommene Vergleich mit anderen Tabakhändlern nichts. Dabei kann dahinstehen, ob die vom Verfügungsbeklagten benannten Geschäfte überhaupt als Fachhandel im Sinne des § 20a S. 2 TabakerzG zu qualifizieren sind, da es an einer Vergleichbarkeit mit dem Kiosk des Verfügungsbeklagten fehlt. Die von ihm benannten Geschäfte unterscheiden sich schon auf den ersten Blick bereits durch die Namensgebung (z.B. Zigarren- und Pfeifenhaus König & Schubert, Wolsdorff Tobacco und Pfeifenstudio Mühlhausen) vom streitgegenständlichen Kiosk. Die Namensgebung der benannten Geschäfte deutet bereits darauf hin, dass entsprechende Erzeugnisse den Schwerpunkt des Warensortiments bilden. Beim streitgegenständlichen Kiosk deutet jedoch weder der Name noch das insbesondere auf dem dritten Lichtbild der Anlage ASt. 5 erkennbare Sortiment auf eine entsprechende Spezialisierung auf Tabakwaren hin. Diese sind – bis auf die streitgegenständlichen Werbeposter – von außen nicht erkennbar, während die auf dem Lichtbild erkennbaren Kühlschränke und Regale mit Getränken als auch die Werbung für Kaltgetränke und „Coffee to go“ eindeutig in den Vordergrund treten und augenscheinlich einen nicht unwesentlichen Teil des Sortiments ausmachen. Aufgrund dieses gemischten

Warensortiments ist der Kiosk nicht als Fachhandel zu qualifizieren (so auch in einem ähnlich gelagerten Sachverhalt, in welchem es um das gemischte Warensortiment von Tankstellen geht: OLG Stuttgart Urteil vom 1.8.2024 – 2 UKI 2/24 in NJW-RR 2025, 175 Rn. 38 ff. m.w.N.).

Für die Einordnung als Fachhandel ist auch der mit Tabakwaren erzielte Umsatz nicht von Belang. Dagegen spricht schon, dass sich der Gesetzgeber trotz des Vorschlags des BTWE nicht dazu entschlossen hat, einen Fachhandel entsprechend zu definieren. Auch spricht dagegen, dass ein hoher Umsatz nicht zwingend auf ein tiefes Sortiment schließen lässt, sondern vielmehr die Nachfrage der Kunden abbildet. Auch der Verfügungsbeklagte selbst behauptet lediglich, dass er mittels Tabakwaren fast 80 % seines Umsatzes erzielt, nicht aber, dass sie auch fast 80 % seines Sortiments ausmachen.

bb) Die Vorschrift des § 20a TabakerzG ist auch im Sinne des § 3a UWG dazu bestimmt, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.

So versteht man unter Marktverhaltensregelungen gesetzliche Vorschriften, die nicht das „ob“, sondern das „wie“ des Wettbewerbs regeln; Sie müssen einen Marktbezug aufweisen, der vorliegt, wenn die Regelungen das Marktgeschehen unmittelbar beeinflussen sollen; Gegenstand der Regelung müssen Tätigkeiten sein, die der Förderung des Absatzes oder des Bezugs von Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens einschließlich der Werbung und des Abschlusses und der Durchführung von Verträgen dienen (Fezer/Büscher/Obergfell/Götting/Hetmank UWG § 3a Rn. 62).

(1) Das Außenwerbeverbot des § 20a regelt das „wie“ des Wettbewerbs, indem am Markt teilnehmenden Unternehmen mit Ausnahme von Fachhandeln eine Werbetätigkeit untersagt wird.

(2) § 20a TabakerzG ist auch dazu bestimmt, „im Interesse der Marktteilnehmer“ das Marktverhalten zu regeln.

Marktteilnehmer sind gemäß der Legaldefinition in § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG nicht nur Mitbewerber, sondern auch Verbraucher und alle Personen, die als Anbieter oder Nachfrager von Waren- oder Dienstleistungen tätig sind.

Aus der Konkretisierung des „persönlichen“ Schutzbereichs der verletzten Norm folgt, dass diese sich nicht darauf beschränken darf, sich reflexartig begünstigend auf den Schutz beliebiger Dritter oder von Gemeinschaftsgütern auszuwirken; die verletzte Norm muss ihrem Zweck nach unmittelbar auf den Schutz der Interessen von Marktteilnehmern ausgerichtet sein; bei der erforderlichen Auslegung ist zu berücksichtigen, dass eine Marktverhaltensregelung zugleich eine Berufsausübungsregelung im Sinne des Art. 12 Abs. 1 S. 2 GG darstellt; sie ist

daher nur zulässig, wenn sie durch „ausreichende Gründe des Gemeinwohls“ gerechtfertigt ist und der Eingriff nicht weiter geht, als es die rechtfertigenden Gemeinwohlbelange erfordern (Fezer/Büscher/Obergfell/Götting/Hetmank UWG § 3a Rn. 63).

Aus dem Gesetzentwurf zu § 20a TabakerzG (BT-Drs. 19/19495) folgt, dass durch das Verbot der Außenwerbung bezweckt wird, die Raucherquote abzusenken und so den Gesundheits- und Jugendschutz zu fördern. So heißt es darin (auf Seite 10):

*„Die mit diesen Maßnahmen einhergehenden Eingriffe in die Freiheitsrechte der betroffenen Unternehmen der Tabakwirtschaft und der Werbewirtschaft, insbesondere in die Grundrechte der Meinungsäußerungsfreiheit und der Berufsfreiheit, werden aus Gründen des Gesundheitsschutzes der Bevölkerung als gerechtfertigt angesehen. [...]“*

*Im Hinblick auf das Verbot der Außenwerbung ist ferner der Jugendschutz als weiterer Rechtfertigungsgrund anzuführen“*

Gesundheits- und Jugendschutz betreffen unmittelbar die Interessen von Verbrauchern, und zwar nicht nur der rauchenden Verbraucher, sondern auch derjenigen, die ggf. von Werbung erstmals zum Rauchen veranlasst werden oder als Nichtraucher passiv dem Rauch Dritter ausgesetzt sind.

cc) Der Verstoß gegen § 20a TabakerzG ist auch dazu geeignet, die Interessen von Verbrauchern, sonstigen Marktteilnehmern oder Mitbewerbern spürbar zu beeinträchtigen.

Die Feststellung, ob eine geschäftliche Handlung geeignet ist, die Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern spürbar zu beeinträchtigen, setzt eine nach objektiven und subjektiven Momenten unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu treffende Wertung voraus; in diese Wertung sind neben der Art und Schwere des Verstoßes die zu erwartenden Auswirkungen auf den Wettbewerb sowie der Schutzzweck des Wettbewerbsrechts einzubeziehen; eine nicht unerhebliche Beeinträchtigung kann demnach auch bei Verstößen mit nur geringen Auswirkungen für den Marktteilnehmer im Einzelfall vorliegen, wenn durch das Verhalten eine Vielzahl von Marktteilnehmern betroffen ist oder eine nicht unerhebliche Nachahmungsgefahr besteht (Fezer/Büscher/Obergfell/Götting/Hetmank UWG § 3a Rn. 165b).

Auch insoweit kann auf die Erwägungen des Gesetzesentwurfs zu § 20a TabakerzG (a.a.O.) abgestellt werden. Darin wird zum Jugendschutz ausgeführt, dass sich *„Jugendliche dieser allgemein präsenten Werbeform nicht entziehen können.“*

Weiter heißt es dort (auf Seite 11):

*„Die Ausweitung der Werbeverbote ist auch mit dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit vereinbar. Angesichts einer nur leicht rückläufigen Raucherquote sind Warnhinweise und sonstige bisher getroffene Maßnahmen zur Eindämmung des Tabakkonsums trotz der hohen Schutzgüter der Presse-, Meinungs- und Berufsausübungsfreiheit gegenüber der überragenden Bedeutung des Gesundheits- und Jugendschutzes keine geeignete Handlungsalternative. Weiterhin zulässig bleibt im Übrigen die Werbung und Präsentation am Ort des Verkaufs. Dadurch werden die Werbemaßnahmen aus den besonders hochrangigen Gründen des Gesundheits- und Jugendschutzes so kanalisiert, dass von ihnen primär Personen erreicht werden, die sich ohnehin schon in einem einschlägigen Verkaufsumfeld mit Warenpräsentation und ggf. werbenden Verkaufsgesprächen befinden.*

*Damit soll der Tatsache Rechnung getragen werden, dass sich Tabakprodukte von anderen legal beworbenen Produkten grundlegend unterscheiden. Wohl kein anderes dieser Produkte ist bereits bei bestimmungsgemäßem Gebrauch gleichermaßen gesundheitsschädlich wie Tabakprodukte.“*

Eine weitere Glaubhaftmachung ist entgegen der Ansicht des Verfügungsbeklagten nicht erforderlich.

b) Eine für den Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 S. 1 Alt. 2 UWG erforderliche Wiederholungsfahr wird aufgrund des streitgegenständlichen Wettbewerbsverstößes vermutet (vgl. BeckOK UWG/Fritzsche/Zellhuber UWG § 8 Rn. 54).

Dabei gilt diese Vermutung nicht nur für eine identische Wiederholung des Verstoßes, sondern auch für Handlungen, die mit der konkreten Verletzungsform im Kernwesen gleich sind, in denen also das Charakteristische der Verletzungshandlung zum Ausdruck kommt (BeckOK a.a.O., Rn. 55 m.w.N., u.a. mit Verweis auf die Kerntheorie, vgl. BGH GRUR 2010, 749 Rn. 42). Nach diesem Maßstab besteht die Wiederholungsfahr daher auch für gleichartige Außenwerbung, z.B. mit Nachfüllbehältern im Sinne des TabakerzG.

c) Der Einwand rechtsmissbräuchlichen Verhaltens greift nicht durch.

aa) Es ist insbesondere nicht ersichtlich, dass die Geltendmachung des Anspruchs vorwiegend dazu dient, gegen den Zuwiderhandelnden einen Anspruch auf Ersatz von Aufwendungen oder von Kosten der Rechtsverfolgung oder die Zahlung einer Vertragsstrafe entstehen zu lassen (§ 8c Abs. 2 Nr. 1 UWG). Dagegen spricht schon, dass außergerichtlich ein Betrag von nur 50 € verlangt wurde, bei dem bereits zweifelhaft ist, ob dieser für die Abmahnbemühungen überhaupt kostendeckend ist.

bb) Auch die Anzahl der im Jahr 2026 angestregten Verfahren lässt einen Rückschluss auf rechtsmissbräuchliches Handeln des Verfügungsklägers nicht zu. Gerade weil der Verfügungskläger das Ziel des Verbraucherschutzes verfolgt, ist es nicht zu beanstanden, dass er zu diesem Zweck verbraucherschutzwidriges Verhalten abmahnt und entsprechende Ansprüche auch gerichtlich durchsetzt. Vor dem Hintergrund des Verbraucherschutzes als maßgebliches Interesse des Verfügungsklägers erscheint es auch nicht rechtsmissbräuchlich, im gerichtlichen Verfahren den das wirtschaftliche Interesse an der Unterlassung und somit den Streitwert mit 10.000 € zu bemessen, zumal der Verfügungsbeklagte selbst ausführt, einen deutlich höheren monatlichen Umsatz mit Tabakwaren zu erzielen.

cc) Soweit die Beklagtenseite den Einwand des Rechtsmissbrauchs damit begründet, dass vorwiegend gegen Kioskinhaber mit ausländisch klingendem Namen vorgegangen werde, ist dies zum einen nicht glaubhaft gemacht worden und zum anderen sind keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass der Verfügungskläger sich bei der Geltendmachung der Ansprüche von diskriminierenden Motiven leiten lässt. Es ist bereits nicht ersichtlich, ob zum Zeitpunkt der Feststellung der jeweiligen Außenwerbung überhaupt bekannt ist, wer für die beanstandete Außenwerbung verantwortlich ist.

III. Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO. Die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus der Natur des einstweiligen Verfügungsverfahrens.

IV. Die Streitwertfestsetzung beruht auf § 51 Abs. 2, 4 GKG, wonach der Streitwert nach der sich aus dem Antrag des Klägers für ihn ergebenden Bedeutung der Sache nach Ermessen zu bestimmen ist. Die Kammer legt insoweit die Bezifferung des Verfügungsklägers mit 10.000 € zugrunde. Nach den Ausführungen unter Ziff. II. 2. c) bb) bestand auch keine Veranlassung auf den Auffangstreitwert des § 51 Abs. 3 S. 2 GKG zurückzugreifen.

## **Rechtsbehelfsbelehrung**

Diese Entscheidung kann hinsichtlich der Wertfestsetzung mit der Beschwerde angefochten werden. Sie ist nur zulässig, wenn sie innerhalb von sechs Monaten, nachdem die Entscheidung in der Hauptsache rechtskräftig geworden ist oder das Verfahren sich anderweitig erledigt hat, bei dem Landgericht Hannover, Volgersweg 65, 30175 Hannover, eingeht. Wird der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf dieser Frist festgesetzt, kann die Beschwerde innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung der Festsetzung bei dem Gericht eingelegt werden.

Die Beschwerde ist nur zulässig, wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 300,00 € übersteigt oder das Gericht die Beschwerde in diesem Beschluss zugelassen hat. Beschwerdeberechtigt ist, wer durch diese Entscheidung in seinen Rechten beeinträchtigt ist.

Die Beschwerde wird durch Einreichung einer Beschwerdeschrift oder zur Niederschrift der Geschäftsstelle des genannten Gerichts eingelegt. Sie kann auch zur Niederschrift der Geschäftsstelle eines jeden Amtsgerichts erklärt werden, wobei es für die Einhaltung der Frist auf den Eingang bei dem genannten Gericht ankommt. Sie ist zu unterzeichnen. Die Einlegung kann auch mittels elektronischen Dokuments erfolgen. Informationen zu den weiteren Voraussetzungen zur Signatur und Übermittlung sind auf dem Justizportal des Bundes und der Länder ([www.justiz.de](http://www.justiz.de)) im Themenbereich zur elektronischen Kommunikation zu finden. Eine Einlegung per einfacher E Mail ist unzulässig. Rechtsanwältinnen, Rechtsanwälte, Behörden und juristische Personen des öffentlichen Rechts

einschließlich der zur Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben gebildeten Zusammenschlüsse sind zur Einlegung mittels elektronischen Dokuments verpflichtet.

Die Beschwerde muss die Bezeichnung des angefochtenen Beschlusses sowie die Erklärung enthalten, dass Beschwerde gegen diesen Beschluss eingelegt wird. Soll die Entscheidung nur zum Teil angefochten werden, so ist der Umfang der Anfechtung zu bezeichnen.

Fischer  
Vorsitzender Richter am  
Landgericht

Scheffner  
Richterin am Landgericht

Kienast  
Richterin am Landgericht

Beglaubigt  
Hannover, 18.05.2026

Rüdiger, Justizangestellte  
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle