



## Landgericht Hannover

Im Namen des Volkes

### Urteil

18 O 93/26

In dem Rechtsstreit

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-26-003215

gegen

Aidn Lazgeen Hussein, Lehrter Str. 29, 30559 Hannover

- Verfügungsbeklagter -

Prozessbevollmächtigte:  
SBS Legal Rechtsanwälte, Hans-Henny-Jahnn-Weg 49, 22085 Hamburg  
Geschäftszeichen: 1349/26JP

hat das Landgericht Hannover – 18. Zivilkammer – durch den Richter am Landgericht Hacker  
als Einzelrichter auf die mündliche Verhandlung vom 05.05.2026

**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, wenn geschehen wie folgt:





2. Die Kosten des Rechtsstreits trägt der Verfügungsbeklagte.

**und beschlossen:**

Der Streitwert wird auf 10.000,00 EUR festgesetzt.

### **Tatbestand**

Der Verfügungskläger nimmt den Verfügungsbeklagten im Wege einstweiligen Rechtsschutzes auf Unterlassung wegen unerlaubter Außenwerbung für Tabakerzeugnisse in Anspruch.

Der Verfügungskläger ist ein Interessenverband, der sich gemäß seines Vereinszweck für Verbraucherschutz einsetzt, sowie die öffentliche Gesundheitspflege dadurch fördert, dass die elementaren Lebensbereiche der Menschen frei von Passivrauchen sind. Des Weiteren 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 und zum Jugendschutz eingehalten werden (vgl. § 2 der Satzung, Anlage ASt 1).

Der Verfügungskläger ist in die vom Bundesamt für Justiz geführte Liste der qualifizierten Einrichtungen eingetragen und gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG, § 4 UKlaG gesetzlich zur Verfolgung von Verstößen gegen die Regeln des lautereren Wettbewerbs im geschäftlichen Verkehr legitimiert (Anlage ASt 2).

Der Verfügungsbeklagte betreibt einen Kiosk an der Podbielskistraße 98, 30177 Hannover, welcher neben Tabakerzeugnissen und verwandten Waren auch alle anderen für einen Kiosk typischen Waren wie z. B. Zeitschriften, Getränke und Lebensmittel anbietet.

Am 20. Februar 2026 waren dort in einem Bildschirm im Schaufenster Werbung für Tabakerzeugnisse der Marke Benson & Hedges, ein Plakat im Schaufenster mit Werbung für elektronische Zigaretten und ein Aschenbecher im Außenbereich mit Aufschrift und Symbol der Tabakwarenmarke „Winston“ vorhanden (vgl. Anlage ASt 5).

Mit außergerichtlichem Schreiben vom 09. März 2026 (Anlage ASt 7) mahnte der Verfügungskläger den Verfügungsbeklagten ab und forderte ihn unter Fristsetzung (binnen einer Woche ab Zugang) zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf.

Der Verfügungskläger ist der Ansicht, der Verfügungsbeklagte verstoße durch die Werbung gegen das gesetzlich normierte Werbeverbot des § 20a TabakerzG. Entgegen der Ansicht des Verfügungsbeklagten sei dessen Kiosk nicht als Fachhandel zu qualifizieren und somit nicht vom Werbeverbot des § 20a TabakerzG ausgenommen. Für die Einordnung als Fachhandel komme es nicht auf die Umsätze, sondern darauf an, ob eine Spezialisierung auf den Verkauf von Tabakwaren vorliege und ob diese ausschließlich angeboten werden. Insofern sei der Schwerpunkt des Produktangebots maßgeblich.

Der Verfügungskläger beantragt,

dem Verfügungsbeklagten 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.

Er ist der Ansicht, der Antrag sei unbestimmt und daher unzulässig. Insbesondere im Hinblick auf die Verwendung der Wörter „Fachhandel“ und „Nachfüllbehälter“, wobei Letztere auf den Lichtbildern der Anlage ASt. 5 unstreitig nicht abgebildet seien, stelle der Antrag lediglich eine Wiederholung des Gesetzeswortlautes dar.

Seiner Ansicht nach sei er als Fachhandel im Sinne des § 20a Satz 2 TabakerzG zur Außenwerbung befugt. Tabakwaren und verwandte Erzeugnisse würden deutlich über 50 % seines Umsatzes ausmachen. Ein Fachhandel, der ausschließlich mit Tabakerzeugnissen, elektronischen Zigaretten oder Nachfüllbehältern handele, würde de facto nicht existieren. Das Verbot der Außenwerbung schränke den Verfügungsbeklagten auch in seinem Grundrecht, Art. 12 GG unzulässig ein. Hinsichtlich des Aschenbechers und des Bildschirms fehle es im Übrigen bereits an einem dem Verfügungsbeklagten zurechenbaren Betreiben der Außenwerbung, da der Aschenbecher vom Hersteller kostenlos bereitgestellt worden sei und es sich außerdem um lediglich einen Gebrauchsgegenstand handele. Bezüglich des Bildschirms habe der Verfügungsbeklagte keinen Einfluss was gezeigt werde. Dies obliege allein dem Tabakhersteller.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstands wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

## **Entscheidungsgründe**

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

I.

Der Antrag ist zulässig.

1.

Die Zuständigkeit des Landgericht Hannover folgt aus § 14 Abs. 1, Abs. 2 UWG.

2.

Die Prozessführungsbefugnis des Verfügungsklägers folgt aus § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG in Verbindung mit § 4 UKlaG.

3.

Der Antrag ist auch hinreichend bestimmt.

Ein Antrag ist hinreichend bestimmt im Sinne des § 253 Abs. 2 Nr. 2 ZPO, wenn er den erhobenen Anspruch konkret bezeichnet, den Rahmen der gerichtlichen Entscheidungsbefugnis (§ 308 ZPO) erkennbar abgrenzt und den Inhalt und Umfang der materiellen Rechtskraft der begehrten Entscheidung (§ 322 ZPO) erkennen lässt (Zöller/Greger, ZPO, 35. Auflage, § 253, 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 (Zöller, a. a. O, 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“ und 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. Entgegen der Ansicht des Verfügungsbeklagten ändert hieran auch der Umstand, dass der Begriff „Fachhandel“ nicht legaldefiniert ist, nichts. Denn durch diesen Zusatz wird lediglich verdeutlicht, dass der Ausnahmefall des § 20a Satz 2 TabakerzG für den hiesigen Verfügungsbeklagten als Betreiber eines Kiosks nicht greift, wenn die Werbung in den Schaufenstern des Kiosks wie in der Anlage ASt 5 und im Tenor dargestellt, geschieht.

Darüber hinaus nimmt der Antrag hinsichtlich der Darstellung der Werbung Bezug auf die Anlage ASt 5. Die Anlage enthält zwei Lichtbilder, auf denen die streitgegenständlichen Verstöße erkennbar sind. Aus den Zeitstempeln sind auch Datum und Uhrzeit der Lichtbilderstellung – und damit der Zeitpunkt des Verstoßes – zu erkennen.

Der Antrag ist auch nicht „überschießend“, soweit er auch „Nachfüllbehälter“ erfasst, obwohl die beanstandeten konkreten Verletzungshandlungen sich nur auf Tabakerzeugnisse (Benson & Hedges, Winston) und elektronische Zigaretten beziehen. Denn eine Werbung mit Nachfüllbehältern für elektronische Zigaretten wäre auch immer gleichzeitig Werbung für elektronische Zigaretten, sodass ein solcher Verstoß als kerngleich zur konkret beanstandeten Werbung zu sehen ist.

II.

Der Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ist auch begründet.

Der Verfügungskläger hat das Vorliegen eines Verfügungsanspruchs und eines Verfügungsgrundes glaubhaft gemacht.

1.

Der Verfügungskläger hat einen Unterlassungsanspruch gegen den Verfügungsbeklagten aus §§ 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2, Abs. 3 Nr. 3, 3a UWG i. V. m. § 20a TabakerzG glaubhaft gemacht.

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

Nach § 3 Abs. 1 UWG sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig.

Nach § 3a UWG 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.

a.

Vorliegend ist ein Rechtsbruch nach § 3a UWG gegeben; § 20a TabakerzG fällt unter § 3a UWG.

aa.

Bei § 20a TabakerzG handelt es sich um eine Marktverhaltensregelung im Sinne des § 3a UWG.

Die Vorschrift, die Marktverhaltensregelung, muss (zumindest) auch dazu bestimmt sein, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln. Wie sich aus dem Wort „auch“ ergibt, muss dieser Zweck nicht der einzige und nicht einmal der primäre sein. Ob ein entsprechender Normzweck vorliegt, ist durch Auslegung der Norm zu ermitteln (Köhler/Feddersen/Köhler/Odörfer, 44. Aufl. 2026, UWG § 3a Rn. 1.61; BGH, Urt. v. 1.12.2016 – I ZR 143/15, GRUR 2017, 641; BeckOK UWG/Niebel/Bauer/Kerl, 31. Ed. 1.10.2025, UWG § 3a Rn. 20).

Bei Marktverhaltensregelungen handelt es sich um gesetzliche Regelungen, die nicht das „ob“, sondern das „wie“ des Wettbewerbs regeln. Der Begriff des Marktverhaltens erfasst dabei jede Tätigkeit auf einem Markt, die objektiv der Förderung oder des Bezugs dient und durch die ein Unternehmer auf Mitbewerber, Verbraucher oder andere Marktteilnehmer einwirkt. Erfasst werden damit das Angebot von und die Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen, das Anbahnen von Geschäften durch Werbung sowie der Abschluss und die Durchführung von Absatzverträgen. Ein Gesetz regelt ein solches Marktverhalten, wenn es dieses Handlungs- oder Unterlassungspflichten unterwirft. Beispielhaft zu nennen sind Werberegulungen, Informations- und Kennzeichnungspflichten oder Regelungen von Öffnungszeiten (BeckOK UWG/Niebel/Bauer/Kerl, 31. Ed. 1.10.2025, UWG § 3a Rn. 21).

Nach § 2 Abs. 1 Nr. 3 UWG sind „Marktteilnehmer“ nicht nur Mitbewerber, sondern auch Verbraucher und alle Personen, die als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen tätig sind.

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

*„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 lediglich der rauchenden Verbraucher, sondern auch derjenigen, die gegebenenfalls durch die Werbung erstmals zum Rauchen veranlasst werden oder als Nichtraucher passiv dem Rauch Dritter ausgesetzt sind.

Für eine solche Einordnung des § 20a TabakerzG als Marktverhaltensregelung spricht auch, dass Verbraucherschutzgesetze im Sinne des § 2 Abs. 1 Satz 1 UKlaG in der Regel zugleich Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 3a UWG sind (BGH, Urteil vom 6.2.2020 – I ZR 93/18, MMR 2020, 851; LG Saarbrücken, Urteil vom 8.7.2020 – 7 HK O 7/20, MMR 2021, 443) und die übrigen im TabakerzG geregelten Verbote in der Rechtsprechung schon als Marktverhaltensregelung eingestuft worden sind (vgl. Köhler/Feddersen/Köhler/Odörfer, 44. Aufl. 2026, UWG § 3a Rn. 1.240; BeckOK UWG/Niebel/Bauer/Kerl, 31. Ed. 1.10.2025, UWG § 3a Rn. 181-183).

bb.

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).

Bei der vorzunehmenden Wertung kann erneut auf den Gesetzesentwurf zu § 20a TabakerzG (siehe oben, a. a. O.) abgestellt werden.

Darin wird zum Jugendschutz ausgeführt, dass sich *„Jugendliche dieser allgemein präsenten Werbeform nicht entziehen können.“*

Weiter (a. a. O, dort Seite 11) heißt es dort:

*„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.“*

b.

Der Verfügungskläger hat auch einen Verstoß des Verfügungsbeklagten gegen § 20a TabakerzG glaubhaft gemacht.

Gemäß § 20a Satz 1 TabakerzG ist es verboten, Außenwerbung für Tabakerzeugnisse, elektronische Zigaretten oder Nachfüllbehälter zu betreiben. Gemäß Satz 2 gilt Satz 1 nicht für Werbung an Außenflächen einschließlich dazugehöriger Fensterflächen von Geschäftsräumen des Fachhandels.

aa.

Die Anzeige der Darstellung mittels des in dem Schaufenster befindlichen Bildschirms und das auf der Tür befindliche Plakat sowie die auf dem im Außenbereich aufgestelltem Aschenbecher befindlichen Ablichtungen des Markenlogos und des Herstellers wie in Anlage 5 stellen jeweils Außenwerbung dar.

Gemäß § 2 Nr. 5 TabakerzG ist Werbung jede Art kommerzieller Kommunikation mit dem Ziel oder mit der direkten oder indirekten Wirkung, den Verkauf eines Erzeugnisses zu fördern. Außenwerbung ist jede Werbung außerhalb geschlossener Räume einschließlich Schaufensterwerbung, § 2 Nr. 9 TabakerzG.

Die mittels eines im Schaufenster angebrachten und nach außen zeigendem Bildschirm angezeigten digitalen Inhalte der Produkte der Marke Benson & Hedges stellen Außenwerbung im vorbenannten Sinne dar (vgl. auch Nomos-BR/Boch TabakerzG/Boch, 3. Aufl. 2024, TabakerzG § 2 Rn. 11; Sosnitzer/Meisterernst/Horst, 194. EL Dezember 2025, TabakerzG § 2 Rn. 35). Gleiches gilt für das Plakat, das Werbung für elektronische Zigaretten zeigt.

Auch die auf dem streitgegenständlichen Aschenbecher befindlichen Kennzeichnungen der Tabakmarke Winston stellen Außenwerbung in diesem Sinne dar. Unabhängig davon, ob eine solche Absatzwirkung vom Verfügungsbeklagten beabsichtigt war oder nicht, hat sie jedenfalls offenkundig ebendiese Wirkung. Zu keinem anderen denkbaren Zweck ist das Markenlogo überhaupt auf dem Aschenbecher angebracht worden und zu keinem anderen Zweck wird dieser Aschenbecher von den Tabakherstellern kostenlos zur Verfügung gestellt, wie der Verfügungsbeklagte selbst vorträgt. Es handelt sich auch nicht um „irgendeinen“ Gebrauchsgegenstand, sondern gerade um einen Aschenbecher eines Tabakherstellers, der zum Rauchen einladen soll und damit genau den Tabakabsatz fördert. Es ist auch nicht etwa das Markenlogo nur ganz klein und kaum erkennbar angebracht, sondern an prominenter ins Auge springender Stelle des Aschenbechers und gleich mehrfach angebracht.

Diese Außenwerbung ist dem Verfügungsbeklagten auch jeweils zurechenbar. Unabhängig davon, wer den Aschenbecher aufgestellt oder dies veranlasst hat, gehört er unstreitig zum Kiosk des Verfügungsbeklagten und wird von diesem genutzt und geduldet. Gleiches gilt für die Bildschirmwerbung. Unabhängig davon, ob er die Schaufensterfläche insoweit vermietet hatte, handelt es sich um seinen Kiosk und seine Schaufensterfläche. Hier trifft den Verfügungsbeklagten als Betreiber des Kiosk entsprechend die Verantwortung für die Einhaltung der Ordnungsvorschriften zu sorgen.

bb.

Der Verfügungsbeklagte kann sich auch nicht auf die Ausnahme des Verbots nach § 20a Satz 2 TabakerzG berufen, da es sich bei dem von ihm betriebenen Kiosk nicht um einen Fachhandel handelt.

Nach § 20a Satz 2 TabakerzG gilt das in Satz 1 normierte Verbot des Betriebens 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). Damit fallen Händler, die (neben anderen Produkten) lediglich Zigaretten anbieten, 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) Nomos-BR/Boch TabakerzG/Boch, 3. Aufl. 2024, TabakerzG § 20a Rn. 5).

Auch in der Rechtsprechung werden zum Beispiel Tankstellen mit gemischtem Sortiment nicht als Fachhandel qualifiziert (vgl. OLG Stuttgart Urteil vom 1.8.2024 – 2 UKI 2/24 in NJW-RR 2025, 175, beck-online, Rn. 26, 27).

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 schmal / tief / spezialisiert und in sich geschlossen darstellt.

Letzteres ist hier jedoch nicht der Fall.

Hier spricht neben dem auf den Bildern erkennbaren äußeren Erscheinungsbild auch das unstreitig gemischte Sortiment für einen klassischen Kiosk-Betrieb, und nicht für einen auf Tabakerzeugnisse und verwandte Erzeugnisse spezialisierten Kiosk. Der Verfügungsbeklagte vertreibt nach eigenen Angaben neben Tabakerzeugnissen und verwandten Waren auch Getränke, Snacks und Zeitschriften. Dies lässt sich zudem auch den Lichtbildern (Anlage ASt 5) entnehmen.

Entgegen der Ansicht des Verfügungsbeklagten kommt es auch nicht darauf an, wie viel Umsatz der Kiosk mit Tabakwaren erzielt. Abgesehen davon, dass sich der Gesetzgeber gerade nicht dazu entschlossen hat, einen Fachhandel entsprechend zu definieren, lässt ein hoher Umsatz nicht zwingend zugleich auf ein tiefes Sortiment schließen. Vielmehr spiegelt der Umsatz lediglich die Nachfrage der Kunden wider, aber nicht (zwingend) eine Spezialisierung des anbietenden Geschäfts. So behauptet auch der Verfügungsbeklagte lediglich, dass er mit Tabakwaren über 50 % seines Umsatzes erziele, nicht aber, dass Tabakwaren auch mehr als 50 % seines Sortiments ausmachen. Im Übrigen erscheint es nicht sachgerecht, die Einordnung als Fachhandel von der sich (zumindest theoretisch möglich) stetig ändernden Nachfrage der Kunden abhängig zu machen, die der Inhaber eines Geschäfts nicht zu beeinflussen in der Lage ist. Vielmehr sachgerecht ist es, wie oben dargelegt, dies anhand des angebotenen Sortiments festzumachen, welches der Geschäftsbetreiber festlegt.

Anderes gebietet auch eine verfassungskonforme Auslegung nicht wie der Verfügungsbeklagte meint.

Die mit dem Verbot der Außenwerbung einhergehenden Eingriffe in die Freiheitsrechte der betroffenen Unternehmen der Tabakwirtschaft und der Werbewirtschaft, insbesondere in die Grundrechte der Meinungsäußerungsfreiheit und der Berufsfreiheit, sind aus Gründen des Gesundheitsschutzes der Bevölkerung als gerechtfertigt anzusehen (vgl. mit weiteren Nachweisen, Nomos-BR/Boch TabakerzG/Boch TabakerzG § 20a Rn. 4).

c.

Eine für den Unterlassungsanspruch nach § 8 Abs. 1 Satz 1 Alt. 2 UWG erforderliche Wiederholungsgefahr wird aufgrund des streitgegenständlichen Wettbewerbsverstoßes 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 Wiederholungsgefahr daher auch für gleichartige Außenwerbung mit Nachfüllbehältern im Sinne des TabakerzG.

2.

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.

An der Dringlichkeit fehlt es danach, wenn der Verfügungskläger – mag ursprünglich auch ein Regelungsbedürfnis bestanden haben – lange zugewartet hat, bevor er die einstweilige Verfügung beantragt (Zöller/Vollkommer, ZPO, 35. Aufl., § 940 Rn. 4, m. w. N.).

Der Gedanke der Selbstwiderlegung wurde in Ansehung der gesetzlichen Dringlichkeitsvermutung im Wettbewerbsrecht entwickelt, ist aber als allgemeiner Rechtsgrundsatz anzuerkennen (MüKoZPO/Drescher, 7. Aufl. 2025, ZPO § 935 Rn. 18, m. w. N.).

Vorliegend stammt der Antrag vom 20. März 2026, eingegangen bei Gericht am selben Tag, sodass keine Selbstwiderlegung der Dringlichkeit vorliegt, da die in der obergerichtlichen Rechtsprechung überwiegend angenommene Monatsfrist (zumindest im Wettbewerbs-, Urheber- und Persönlichkeitsrechts) nicht überschritten worden ist (MüKoZPO/Drescher, 7. Aufl. 2025, ZPO § 935 Rn. 19, m. N. a. d. Rechtsprechung; BeckOK ZPO/Elzer, 60. Ed. 1.3.2026, ZPO § 935 Rn. 95 ff.). Der Verfügungskläger hat glaubhaft gemacht, am 20. Februar 2026 Kenntnis von der streitgegenständlichen Werbung erlangt zu haben.

III.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO.

Der Streitwert ist gemäß § 51 Abs. 2, Abs. 4 GKG nach der sich aus dem Antrag des Verfügungsklägers für ihn ergebenden Bedeutung der Sache nach Ermessen zu bestimmen.

Soweit der Verfügungskläger den Streitwert hier – wie auch in vergleichbaren Fällen – mit 10.000,00 EUR bemessen hat, ist dies nicht zu beanstanden.

### **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.

Hacker  
Richter am Landgericht

Beglaubigt  
Hannover, 22.05.2026

Rüdiger, Justizangestellte  
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle