

---

**Datum:** 11.06.2024  
**Gericht:** Landgericht Bochum  
**Spruchkörper:** 18. Zivilkammer  
**Entscheidungsart:** Urteil  
**Aktenzeichen:** 18 O 21/23  
**ECLI:** ECLI:DE:LGBO:2024:0611.18O21.23.00

---

**Nachinstanz:** Oberlandesgericht Hamm, 4 O 62/24  
**Rechtskraft:** nicht rechtskräftig

---

**Tenor:**

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur Höhe von 250.000,00 €, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zur Dauer von 6 Monaten zu unterlassen,

1. wie in der Anlage K1 und der Anlage K2 wiedergegeben, für eine ärztlich begleitete Gewichtsabnahme mit dem Hinweis auf eine kostenlose und/oder kostenfreie Beratung zu werben,
2. wie in der Anlage K3 wiedergegeben, mit der kostenlosen Nutzung der Q. App zu werben
3. und wie in der Anlage K1 wiedergegeben mit dem Siegel „B.“ zu werben.

Die Beklagte wird weiter verurteilt, an die Klägerin 374,50 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 13.01.2024 zu zahlen.

Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

Die Kosten des Rechtsstreits haben die Beklagte zu 75% und der Kläger zu 25% zu tragen.

Das Urteil ist für den Kläger hinsichtlich des Unterlassungstenors gegen Leistung einer Sicherheit in Höhe von 19.000,00 EUR vorläufig vollstreckbar. Hinsichtlich der Kosten ist das Urteil für den Kläger gegen Leistung einer Sicherheit in Höhe von 120% des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar, für die Beklagte ist das Urteil ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar. Dem Kläger bleibt nachgelassen die Vollstreckung durch Leistung einer Sicherheit in Höhe von 120% des aufgrund des Urteils zu vollstreckenden Betrages abzuwenden, soweit nicht die Beklagte zuvor Sicherheit in Höhe von 120% des jeweils zu vollstrecken Betrages leistet.

Der Streitwert wird auf bis zu 25.000,00 EUR festgesetzt.

---

## Tatbestand:

- |   |   |
|---|---|
|   | 1 |
| Die Parteien streiten um Unterlassungsansprüche des Klägers gegen die Beklagte betreffend deren Werbung für ihre Dienstleistungen im medizinischen Bereich.   | 2 |
| Die Beklagte unterhält eine Gruppe von Privatkliniken und Zentren für minimal-invasive Behandlungen bei Adipositas und Übergewicht und ist eine mit der privaten D. Fachklinik für Plastische und Ästhetische Chirurgie GmbH verbundene Gesellschaft.   | 3 |
| Der Kläger ist ein Verband im Sinne des § 8 Abs. 3 Ziffer 2 UWG. Mitglieder des Klägers sind viele der Industrie- und Handelskammern Deutschlands, zahlreiche Handwerks-, Ärzte- und Apothekerkammern, hierunter auch die Ärztekammer S..   | 4 |
| Der von der Beklagten angebotene Leistungsumfang umfasst neben der Ernährungsberatung die medikamenten-induzierte Therapie, die endoskopische Magenverkleinerung, bis hin zur bariatrischen Chirurgie, z.B. mittels Magenbypass. Teil der Behandlung ist auch die Nachsorge in Form einer Begleitung bei der Gewichtsabnahme, etwa auch durch eine Änderung der Ernährungsgewohnheiten. Viele Kunden der Beklagten wohnen nicht in unmittelbarer Nähe der Praxen der Beklagten und werden aus der Ferne beraten und betreut. Teil dieser Betreuung und Behandlung ist der Einsatz der eigenen „Q. App“ in Kombination mit einer smarten Waage und einem am Handgelenk zu tragenden Fitnesstracker..   | 5 |
| Die Beklagte bewirbt Ihre Dienstleistungen auf der Internetpräsenz <a href="http://www.E..de">www.E..de</a> . Dort wird mehrfach auf eine „Kostenfreie Beratung“ angeboten. Klickt man auf den Button mit der Aufschrift „Kostenfreie Beratung“ gelangt man zu der in der Anlage K 2 dargestellte Unterseite. Dort heisst es: <i>„In unserem Beratungstermin sprechen wir über Ihr Ziel, über Ihre persönliche Geschichte, Ihre bisherigen Erfolge und Hindernisse und zeigen Ihnen auf, welche Chancen und Möglichkeiten mit den Q. bestehen. Außerdem bekommen Sie Informationen, welche Grenzen und Risiken mit einer medizinischen Behandlung einhergehen.“</i> Zudem wird dort auf der Internetpräsenz ein Siegel abgebildet, das mit „Focus Top Mediziner“ beschriftet ist, ohne, dass hierzu weitere Erläuterungen erfolgen. Weiter verweist die Beklagte auf die Finanzdienstleistungen der C. GmbH, die Kunden Ratenzahlungen bezüglich der Entgeltbegleichung gegenüber der Beklagten anbietet. Im Übrigen wird hinsichtlich der Gestaltung der Internetpräsenz auf die Anlagen zu K 1 bis K 4 zu der Klageschrift vom 19.12.2023 Bezug genommen. | 6 |

Der Kläger mahnte mit Schreiben vom 22.09.2023 die Beklagte ab und forderte diese auf, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung in Hinblick auf die vorgenannten Darstellungen auf der Internetpräsenz abzugeben. Sie macht die mit dem Antrag zu 4. Geltend gemachten Abmahnkosten geltend, wobei Sie zur Begründung die eigenen jährlichen Kosten für Abmahnungen aufzeigte und welche Kosten demnach auf eine Abmahnung entfallen. Hinsichtlich des Inhaltes des Schreibens wird auf die Anlage K 9 zur Klageschrift Bezug genommen. Hinsichtlich der weiteren zwischen den Parteien erfolgten außergerichtlichen Korrespondenz wird auf die Anlagen K 10, 11, 13 und 14 zur Klageschrift Bezug genommen.

Die Klage ist der Beklagten am 12.01.2024 zugestellt worden. 8

Der Kläger ist der Ansicht, dass die Bewerbung ihrer Dienstleistungen durch die Beklagte unter mehreren Gesichtspunkten unlauter sei. So werde eine kostenlose Erstberatung angeboten, die eine verbotene kostenlose Werbegabe im Sinne des § 7 Abs. 1 Satz 1 HWG darstelle. Gleiches gelte für die Bewerbung der kostenlosen Nutzung einer „Q. App“ für ein Jahr. Zudem sei die Nutzung des Siegels „I.“ auf der Internetpräsenz gemäß § 5a Abs. 1 UWG unlauter, da ein Testergebnis beworben werde ohne die Testkriterien anzugeben. Der Kläger ist weiter der Ansicht, dass die Verweisungen auf die C. GmbH und deren Finanzdienstleistungen unlauteres Verhalten darstelle, da hierdurch Werbung für Dritte unternommen werde und die Beklagte auch Ärzte beschäftige, deren Berufsordnung solche Werbemaßnahmen untersage. Dies müsse durchgreifend auch für die Beklagte selbst gelten. Jedenfalls würden die beschäftigten Ärzte hierdurch gegen die Berufsordnung verstoßen und die Beklagte insofern Beihilfe leisten. 9

Der Kläger beantragt, 10

I. die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur Höhe von 250.000,00 €, ersatzweise von Ordnungshaft, oder von Ordnungshaft bis zur Dauer von 6 Monaten zu unterlassen, 11

4. wie in der Anlage K1 und/oder der Anlage K2 wiedergegeben, für eine ärztlich begleitete Gewichtsabnahme mit dem Hinweis auf eine kostenlose und/oder kostenfreie Beratung zu werben und/oder 12

5. wie in der Anlage K3 wiedergegeben, mit der kostenlosen Nutzung der Q. App zu werben und/oder 13  
und/oder 14

6. wie in der Anlage K1 wiedergegeben mit dem Siegel „B.“ zu werben und/oder 15  
und/oder 16

7. wie in der Anlage K 4 wiedergegeben, für ein Finanzierungsmodell zur Finanzierung ärztlicher Leistungen zu werben und dabei auf ein Drittunternehmen hinzuweisen. 17

II. die Beklagte zu verurteilen, an die Klägerin 374,50 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen. 18

III. 19

Die Beklagte beantragt, 20

21

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Ansicht, dass ein unlauteres Verhalten ihrerseits nicht vorliege. Sie ist unter anderem der Ansicht, dass wegen der nicht-ärztlichen Erstberatung von einem entsprechenden Angebot keine Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung potentieller Kunden bestehe. Es werde keine konkrete diagnostische Beratung beworben. Die Erstberatung werde derart beworben, dass für Kunden erkennbar sei, dass hierdurch lediglich eine Orientierung über das offenstehende Leistungsspektrum der Beklagten und allgemeine Abläufe geboten werde. Es handele sich allein um Auskünfte und Ratschläge im Sinne des Ausnahmetatbestandes des § 7 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 HWG. Hinsichtlich der der beworbenen Nutzung der eigenen App ist sie der Ansicht, dass eine verbotene Werbegabe nicht vorliege, da die Nutzung der App Bestandteil der Gesamtbehandlung sei, für die ein Entgelt bezahlt werde. Weiterhin behauptet Sie, dass vergleichbare Apps für weit unter 5,00 EUR angeboten würden, weswegen auch von einer Geringwertigkeit der angebotenen Appnutzung im Sinne des § 7 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 HWG und damit von einer Ausnahme von dem Verbot des § 7 Abs. 1 Satz 1 HWG auszugehen sei. Die rechtlichen Ansichten des Klägers zu dem verwendeten Siegel „B.“ teilt die Beklagte nicht. Hinsichtlich der Verweise auf die Dienstleistungen der C. GmbH ist die Beklagte der Ansicht, dass es nicht um Werbung handele, sondern lediglich um einen Verweis auf anderweitige Zahlungsmöglichkeiten. Die Vorgaben der Berufsordnung für Ärzte würden für sie nicht gelten. Zudem habe sie aufgrund des Klinikprivilegs größere Freiheiten hinsichtlich der vorgenommenen Bewerbung der Angebote Dritter.

**Entscheidungsgründe:** 23

I. Die zulässige Klage ist hinsichtlich der geltend gemachten Unterlassungsansprüche in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang begründet, nämlich hinsichtlich der Anträge zu 1., 2. und 3., nicht hingegen hinsichtlich des Antrages zu 4. 24

1. Der Kläger hat einen Unterlassungsanspruch gemäß §§ 8 Abs. 1, 3 UWG in Hinblick auf Werbung der Beklagten, soweit diese in der aus der Anlage K 1 ersichtlichen Art und Weise ein kostenloses Erstgespräch anbietet. Es liegt ein Rechtsbruch im Sinne des § 3a UWG vor, da das Angebot der Beklagten insoweit eine unzulässige Werbegabe im Sinne des § 7 Abs. 1 HWG darstellt. 25

Unstreitig bietet die Beklagte ärztliche Leistungen im Sinne von § 1 Nr. 2 HWG an, sodass der Anwendungsbereich des HWG eröffnet ist. Weiter handelt es sich bei der angebotenen Erstberatung um eine kostenlose Werbegabe im Sinne des § 7 Abs. 1 HWG. Dabei ist der Begriff der Werbegabe weit auszulegen (MüKoUWG, Besondere Fallgruppen und Rechtsgebiete E. Heilmittelwerberecht Rn. 33, beck-online). Eine Werbeabgabe ist danach jede aus der Sicht des Empfängers nicht berechnete geldwerte Vergünstigung, die im Zusammenhang mit der Werbung für ein bestimmtes oder mehrere konkrete Heilmittel gewährt wird (BGH GRUR 2015, 504 Rn. 14, beck-online). Die angebotene Erstberatung stellt eine Leistung dar, die ohne Entgelt angeboten wird und unterfällt daher dem Begriff der Werbegabe. Vorliegend wirbt die Beklagte auf Ihrer Internetpräsenz im Zusammenhang mit ihren Dienstleistungen hinsichtlich dieses Erstberatungsgespräch unter anderem damit, dass dort individuell über Ziele der potentiellen Kunden, über deren persönliche Geschichte, bisherigen Erfolge und Hindernisse gesprochen wird und welche Chancen und Möglichkeiten bei einer Behandlung durch die Beklagte bestehen. Außerdem sollen den Kunden dabei Informationen über Grenzen und Risiken mit der medizinischen Behandlung gegeben sowie „eine ganz persönliche Empfehlung“ zu der für den Kunden am besten geeigneten Lösung seitens der Beklagten abgegeben werden, ebenso wie ein Behandlungsangebot. 26

Eine solche individuelle Beratung, die als umfangreich beworben wird und mehrere unterschiedliche persönliche Aspekte des jeweiligen Kunden umfassen soll, ist regelmäßig nur gegen Entgelt zu erwarten. Dies würde insbesondere gelten, würde eine solche Beratung durch einen Arzt durchgeführt (vgl. OLG München, Urt. v. 9.11.2017 – 29 U 4850/16 = GRUR-RR 2018, 305, beck-online; OLG Hamburg, Beschl. v. 9.11.2017 – 3 U 183/15 = GRUR-RR 2018, 217, beck-online; LG Braunschweig Urt. v. 25.3.2021 – 22 O 582/20, GRUR-RS 2021, 11791, beck-online). Welchen Umfang das Angebot hat, ist dabei aus Sicht der adressierten potentiellen Kunden zu beurteilen. Es ist entscheidend, wie der angesprochene Verkehr die streitgegenständliche Anzeige versteht. (OLG Hamburg, a.a.O. Rn. 10). Die Beurteilung der Verkehrsauffassung obliegt dabei im Wesentlichen dem Trichter (BGH GRUR 2015, 504 Rn. 16, beck-online). Deswegen kann es auch dahinstehen, ob die Beklagte die Erstberatung von Ärzten durchführen oder, wie sie vorträgt, die Kunden tatsächlich erst nach der Erstberatung jeweils einer/m Fachärztin/-arzt vorgestellt werden. Hier stellt sich die Werbung der Beklagten in Hinblick auf die Bewerbung der Erstberatung insgesamt derart dar, dass jedenfalls erhebliche Teile des angesprochenen Verkehrs diese dahingehend verstanden würden, dass die Beratung durch Ärzte erfolgt (vgl. OLG München, a.a.O., Rn. 34). Von der Beklagten werden medizinischen Behandlungen angeboten, die im Wesentlichen auf eine teils operative, teils anderweitige Verkleinerung des Magens der Abnehmwilligen oder andere komplexe Behandlungen gerichtet ist. Die angesprochene Zielgruppe, die sich im Übrigen aus der Breite der Gesellschaft zusammensetzen dürfte und daher keine überhöhten Anforderungen gestellt oder Vorkenntnisse unterstellt werden können, dürfte aufgrund dieser auch mit erheblichen körperlichen Folgen verbundenen Behandlungsmaßnahmen davon ausgehen, dass eine entsprechende Beratung durch einen Arzt erfolgt. Dies gilt zumal am Ende der Beratung eine persönliche und damit konkrete Empfehlung stehen soll, verbunden mit einem Behandlungsangebot. Dies wird regelmäßig dahingehend zu verstehen sein, dass am Ende des Erstberatungsangebotes ein annahmefähiges Angebot seitens der Beklagten unterbreitet wird. Dass ein solches Angebot ohne medizinische Kenntnis unterbreitet werden würde, ist aus Sicht des Normalverbrauchers – die bei einer derart heterogenen Zielgruppe zugrunde zu legen ist - wiederum fernliegend, zumal in der Erstberatung auch die medizinischen Risiken aufgezeigt werden sollen.

Ohnehin dürfte die angebotene, umfassende Erstberatung selbst dann eine kostenlose Werbegabe im Sinne des § 7 Abs. 1 HWG darstellen, wenn nicht von einer ärztlichen Beratung auszugehen wäre. Denn die angebotene umfassende Beratung, die laut der Werbung eine Anamnese der persönlichen Geschichte des jeweiligen Kunden und eine Auswertung dieser umfasst, würde auch dann eine kostenlose Leistung aus Sicht des Kunden darstellen, wenn sie nicht von Medizinern, sondern etwa beispielsweise von Ernährungsberatern durchgeführt würde. Zwar kann die Durchführung bestimmter Tests oder Beratungen durch Nichtmediziner unter Umständen als handelsüblich und damit als Selbstverständlichkeit durch den Kunden angesehen werden, weswegen es sich dann um handelsübliche Nebenleistungen im Sinne des § 7 Abs. 1 Nr. 3 HWG handelt (OLG München, a.a.O., Rn. 32 für Augentests durch Nichtärzte). Dass eine solche Handelsüblichkeit in Hinblick auf eine umfassende Beratung hier vorliegt, ist jedoch nicht erkennbar und auch nicht vorgetragen worden.

Auch findet hinsichtlich der angebotenen kostenlosen Beratung der Ausnahmetatbestand des § 7 Abs. 1 Nr. 4 HWG keine Anwendung. Die Beklagte bietet wie dargestellt eine umfassende individuelle Beratung kostenlos an. Unter der Annahme, dass der Verkehr von einer Leistung durch Ärzte ausgeht, wäre der Tatbestand schon nicht erfüllt, da eine solche Beratung Teil der ärztlichen Hauptleistung ist, der regelmäßig nicht entgeltlich erfolgt (MüKoUWG,

Besondere Fallgruppen und Rechtsgebiete E. Heilmittelwerberecht Rn. 41, beck-online, m.w.N.). Es ist nicht ersichtlich warum etwas Anderes gelten sollte, würde man von einer Leistungserbringung durch Nichtärzte ausgehen. Die Leistung und die Bedeutung dieser für die Kunde bleibt umfangreich und wäre damit im Wesentlichen gleich.

Die Werbung ist auch wie in den Anlagen K 1 und K 2 insgesamt nach dem Vorgesagten unlauter. Wie dargestellt führen die Buttons, die lediglich die kostenfreie Beratung hervorheben, auf die Unterseite, die den Umfang der Beratung darstellt. Da insbesondere die individuelle und umfangreiche Beratung dem Verbot des § 7 Abs. 1 HWG unterfällt und die entsprechende Darstellung auf der Internetseite der Beklagten untrennbar mit den anderen Hinweisen auf die kostenlose Beratung verknüpft ist, ist die Werbung insgesamt als unlauter zu betrachten und ein entsprechender Unterlassungsanspruch wie tenoriert zu bejahen. 30

Soweit die Beklagte die Ansicht vertritt, dass allein das Vorliegen einer gemäß § 7 Abs. 1 HWG unzulässigen Werbegabe sei nicht ausreichend für die Annahme einer unsachlichen Beeinflussung von Kunden und Kundinnen, kann dem nicht gefolgt werden. Der BGH legt den Begriff der Werbegabe in § 7 Abs. 1 Satz 1 HWG im Hinblick auf den Zweck der dortigen Regelung, mit der einer weitgehenden Eindämmung von Werbegeschenken im Heilmittelbereich und damit einer hiervon ausgehenden abstrakten Gefahr einer unsachlichen Beeinflussung begegnet werden soll, weit aus (BGH GRUR 2015, 504 Rn. 14, beck-online). Dem würde es entgegenstehen, trotz der Annahme der Voraussetzungen einer unzulässigen Werbegabe aufgrund des Fehlens einer konkreten Gefahr eine Zulässigkeit einer solchen Werbung anzunehmen. 31

2. Ebenfalls besteht ein Anspruch des Klägers auf Unterlassen der Werbung hinsichtlich der Q. App wie mit dem Antrag zu 2. geltend gemacht gemäß §§ 8 Abs. 1, 3, 3 Abs. 1, 3a, UWG i.V.m. § 7 Abs. 1 HWG. 32

Zwar kann die Nutzung der App selbst als Gegenstand der Behandlung und damit der Hauptleistung der Beklagten selbst angesehen werden. Dies wird deutlich durch die Aufstellung der verschiedenen Behandlungsprogramme auf der Internetpräsenz der Beklagten, dargestellt mit der Anlage K 3 zur Klageschrift. Dort wird bei verschiedenen Behandlungsprogrammen die App als Bestandteil des jeweiligen Programms angegeben und für das jeweilige Programm insgesamt eine mögliche monatliche Rate benannt, die als Entgelt zu entrichten ist. Daher ist davon auszugehen, dass die Nutzung der App vom Verkehr als mit dem Gesamtpreis abgegolten bzw. von diesem mitumfasst angesehen wird. Der unselbständige Bestandteil der entgeltlichen Hauptleistung ist jedoch schon begrifflich keine Zugabe und damit keine Werbegabe. Maßgeblich ist dabei, ob die angesprochenen Verkehrskreise die zusätzliche Leistung noch als eine sachlich zur Hauptleistung gehörende Verbesserung oder als eine besondere Nebenleistung ansehen (BGH GRUR 1998, 500, beck-online zur ZugabeVO). Hinsichtlich der App dürfte ersteres der Fall sein. Ob sich etwas Anderes vor dem Hintergrund ergibt, dass die Beklagte den 12monatigen kostenlosen Zugang zu der App in herausgestellter Weise als etwas Besonderes bewirbt, so dass sich dieser aus der maßgeblichen Sicht der angesprochenen Verbraucher und potenziellen Kunden nicht als handelsüblich darstellt (vgl. OLG Köln, GRUR-RR 2016, 465 Rn. 17, beck-online), kann hier dahinstehen. Ebenso kann dahinstehen, ob der entsprechende Zugang zur App weniger als 5,00 EUR wert ist und damit eine geringwertige Kleinigkeit im Sinne des Ausnahmetatbestandes des § 7 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 HWG darstellt. Denn jedenfalls ist die Werbung insoweit als unlauter anzusehen, da die App stets im Zusammenhang mit einer Zurverfügungstellung einer smarten Waage und einem Fitnesstracker beworben wird. Diese Zurverfügungstellung erfolgt nicht nur kostenlos, sondern es ist auch nicht ersichtlich – wie 33

auch der Geschäftsführer der Beklagten in der mündlichen Verhandlung bestätigte – dass eine Rückgabe der Geräte vorgesehen ist. Daher wird der Verkehr zu Recht davon ausgehen, dass es sich hierbei um kostenlose Zu- und damit Werbegaben handelt, die ohne Weiteres einen Wert von über 5,00 EUR erreichen. Auch diese Geräte werden – wie die App selbst – als kostenlose Zugabe beworben („Jetzt gratis“). Soweit man die Nutzung der App selbst noch als Teil der Behandlung ansehen könnte, so verhält es sich bei einer kostenlos überlassenen Hardware anders. Soweit solche Geräte nicht handelsüblich gratis ausgegeben werden, ist daher von einer unzulässigen Werbegabe auszugehen (vgl. OLG Dresden, Beschl. v. 08. 01. 2018 – 14 U 1047/17 = PharmR 2018, 142, beck-online zu Blutzuckermessgeräten).

3. Weiter hat der Kläger einen Anspruch auf Unterlassung der Werbung mit dem Siegel §I.“ 34  
gemäß § 8 Abs. 1 Satz 1, 3, 5 a Abs. 1, 2 UWG.

Dadurch, dass die Beklagte das Siegel verwendet hat, ohne anzugeben, welche Kriterien der 35  
Vergabe dieses Siegels zugrunde lagen, hat Sie wesentliche Informationen im Sinne der § 5a  
Abs. 1, 2 UWG vorenthalten hat.

Der Verbraucher entnimmt Prüfzeichen oder Siegeln wie dem vorliegenden, dass der 36  
Aussteller des Siegels, eine Prüfung der Qualität – hier von Medizinern - nach objektiven  
Vorgaben vorgenommen hat. Bei der Bewerbung eines Produkts mit einem solchen Siegel  
bzw. Qualitätsurteil besteht regelmäßig ein erhebliches Interesse des Verbrauchers zu  
erfahren, wie sich die Bewertung ergeben hat und ob diese mit anderen vergleichbar ist. Die  
Fähigkeit des Verbrauchers zu einer informierten geschäftlichen Entscheidung wird spürbar  
beeinträchtigt, wenn er eine Werbung mangels Kenntnis des Prüfverfahrens nicht einordnen  
kann (vgl. BGH, GRUR 2016, 1076 Rn. 17, beck-online). Eine damit vergleichbare Situation  
liegt hier vor, da dem Verbraucher sich aus dem Siegel „I.“ zwar erschließt, dass die Qualität  
der Dienstleistungen der Beklagten geprüft worden sind, nicht aber, anhand welcher Kriterien  
diese Prüfung bzw. die Erteilung des Siegels erfolgt ist (vgl. GRUR 2016, 1076 Rn. 40, beck-  
online – LGA tested). Dabei ist es hier nicht von Relevanz, ob der Vergabe des verwendeten  
Siegels tatsächlich objektive Kriterien zugrunde liegen. Denn jedenfalls wird dieser Eindruck  
erweckt, weswegen die Verwendung des Siegels auch unter dem Aspekt der Irreführung  
gemäß § 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG unlauter wäre, sollten solche Kriterien nicht angewendet  
werden (vgl. LG München I Endurteil v. 13.2.2023 – 4 HKO 14545/21, GRUR-RS 2023, 1623  
Rn. 22, beck-online).

4. Kein Anspruch des Klägers gegen die Beklagte besteht hingegen hinsichtlich der 37  
Verweisung auf die Finanzdienstleistungen der C. GmbH, wie mit dem Antrag zu 4. verfolgt.

Der Ansicht, dass sich die entsprechenden Verweise als unlauter im Sinne der §§ 3, 3a UWG 38  
darstellen, da Ärzten ein Werbeverbot entsprechend der jeweils geltenden  
Berufsärzteordnung ergibt, kann nicht gefolgt werden. Wie der Kläger selbst vorträgt, soll  
durch ein solches Werbeverbot verhindert werden, dass Ärzte ihre Autorität zur Werbung von  
Drittprodukten nutzen. Für die Beklagte als Betreiberin einer Gruppe von Privatkliniken gilt  
jedoch das Klinikprivileg. Kliniken und vergleichbare Unternehmen ist es im Gegensatz zu  
Ärzten gestattet, in sachangemessener Weise für ihre eigenen Leistungen und ihren Betrieb  
zu werben, obwohl diese Leistungen durch angestellte Ärzte oder Vertragsärzte erbracht  
werden. Grund ist, dass es sich bei Kliniken und entsprechende Betriebe um  
Gewerbebetriebe handelt, die auf Grund des höheren personellen und sachlichen Aufwands  
und der laufenden Betriebskosten durch Werbebeschränkungen typischerweise stärker  
belastet sind als die Gruppe niedergelassener Ärzte. Zur Sicherung ihrer Existenz sind sie  
darauf angewiesen, auf ihr Leistungsangebot aufmerksam zu machen (zum Ganzen

Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler/Odörfer, 42. Aufl. 2024, UWG § 3a Rn. 1.189 f.). Dies muss auch zu einer größeren Freiheit in Hinblick auf eine erfolgte Werbung für Dritte führen. Darüber hinaus genießen Kliniken nur mittelbar eine ärztliche Autorität. Für den Verkehr ist es zugleich offensichtlich, dass es sich bei Kliniken um Betriebe handelt, die geschäftliche Entscheidung im Sinne einer Gewinnorientierung treffen und dementsprechend Werbung betreiben. Verweist eine Betreiberin wie die Beklagte auf einen externen Finanzdienstleister wie die C. GmbH, kommt dem naturgemäß ein anderes Gewicht zu, als wenn ein niedergelassener Arzt persönlich für Finanzdienstleister wirbt. Deswegen ist auch keine Umgehung der Berufsordnung zu befürchten. Anders als bei einer freiberuflichen Praxis tritt die Beklagte als Gesellschaft nach außen auf und eben nicht ein Arzt mit der entsprechenden Autorität. Aus diesem Grunde liegt auch kein Verstoß der für die Beklagte arbeitenden Ärzte vor, zu dem die Beklagte Beihilfe leisten würde. Die Ärzte selbst werben nicht, sondern lediglich die Beklagte als Gesellschaft und Arbeit- bzw. Auftraggeberin.

II. Der Anspruch auf Zahlung der geltend gemachten Abmahnkosten ergibt sich aus § 13 Abs. 3 UWG. Die Voraussetzungen des § 13 Abs. 2 UWG sind gegeben. Die auf die Abmahnung entfallenden Kosten hat der Kläger mit Schreiben vom 22.09.2023 dargelegt, das er zum Teil seines Vortrages gemacht hat. Die Beklagte ist dem nicht entgegengetreten. Da die Abmahnkosten aus den jährlichen Gesamtkosten des Klägers berechnet werden, ist es für den Erfolg der Klage insoweit nicht relevant, dass die Klage hinsichtlich der Unterlassungsansprüche teilweise abgewiesen wurde. 39

Der Anspruch auf Zinsen ergibt sich aus § 291 ZPO. 40

III. Die Entscheidung über die Kosten und die vorläufige Vollstreckbarkeit ergeben sich aus § 92 ZPO sowie §§ 708 Nr. 11, 709, 711 ZPO. Die Höhe der Sicherheitsleistung hinsichtlich des Unterlassungstenors orientiert sich am Streitwert. 41

**Rechtsbehelfsbelehrung:** 42

Gegen die Streitwertfestsetzung ist die Beschwerde an das Landgericht Bochum statthaft, wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 200,00 EUR übersteigt oder das Landgericht die Beschwerde zugelassen hat. Die Beschwerde ist spätestens innerhalb von sechs Monaten, nachdem die Entscheidung in der Hauptsache Rechtskraft erlangt oder das Verfahren sich anderweitig erledigt hat, bei dem Landgericht Bochum, Josef-Neuberger-Straße 1, 44787 Bochum, schriftlich in deutscher Sprache oder zur Niederschrift des Urkundsbeamten der Geschäftsstelle einzulegen. Die Beschwerde kann auch zur Niederschrift der Geschäftsstelle eines jeden Amtsgerichtes abgegeben werden. Ist der Streitwert später als einen Monat vor Ablauf dieser Frist festgesetzt worden, so kann die Beschwerde noch innerhalb eines Monats nach Zustellung oder formloser Mitteilung des Festsetzungsbeschlusses eingelegt werden. 43