



# Landgericht Berlin

## Im Namen des Volkes

### Urteil

Geschäftsnummer: 27 O 37/10

verkündet am : 26.08.2010

Justizobersekretärin

In dem Rechtsstreit

des Herrn  
Berlin,

Klägers,

- Prozessbevollmächtigte:  
Rechtsanwälte  
Berlin -

gegen

1. die productions Gesellschaft für Film- und Fernsehproduktion mbH,  
vertreten d.d. Geschäftsführer  
Berlin,
2. die Fernsehen GmbH,  
vertreten d.d. Geschäftsführung,  
Unterföhring,

Beklagte,

- Prozessbevollmächtigte:  
Rechtsanwälte  
München -

hat die Zivilkammer 27 des Landgerichts Berlin in Berlin-Charlottenburg, Tegeler Weg 17-21, 10589 Berlin, auf die mündliche Verhandlung vom 26.08.2010 durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht [REDACTED], den Richter am Landgericht Dr. [REDACTED] und die Richterin am Landgericht [REDACTED]

**f ü r R e c h t e r k a n n t :**

1. Jede der Beklagten wird verurteilt, an den Kläger 5.001,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 10. Febr. 2010 zu zahlen.
2. Die Beklagten werden als Gesamtschuldner verurteilt, an den Kläger 10.000,00 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 10. Febr. 2010 zu zahlen.
3. Die Beklagten werden als Gesamtschuldner verurteilt, an den Kläger 1.379,80 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit dem 10. Febr. 2010 zu zahlen.
5. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.
6. Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
7. Das Urteil ist gegen Sicherheitsleistung in Höhe des jeweils beizutreibenden Betrages zzgl. 10 % vorläufig vollstreckbar.

**Tatbestand:**

Der Kläger betreibt unter der Firma [REDACTED] & [REDACTED] einen Möbelhandel. Über seine [REDACTED] shops [REDACTED] Gallery", „Das [REDACTED] und „[REDACTED] Design" vertreibt er Möbel, meist Sofagarnituren aus Fernost, angepriesen als „Designerware" aus „italienischem Leder". Er nimmt die Beklagten auf Unterlassung, Vertragsstrafe, Schadensersatz und Geldentschädigung in Anspruch wegen zweier im von der Beklagten zu 1. über ihren Sender [REDACTED] ausgestrahlten, von der Beklagten zu 2. produzierten Fernsehmagazin „Akte [REDACTED] am 17. und 24. Febr. 2009 ausgestrahlter Beiträge. Hinsichtlich des Inhalts der Sendungen wird auf die bei den Akten befindlichen Sendemitschnitte verwiesen.

Beide Beiträge befassen sich mit dem klagenden Internetmöbelhändler, der von „Akte [REDACTED] – so die Anmoderation zum Beitrag vom 17. Febr. 2009 – über Wochen gejagt worden ist. Im ersten Beitrag wird der Kläger auf der Flucht vor den Journalisten im Bild auf dem Beifahrersitz im Auto neben seiner Lebensgefährtin gezeigt. Im zweiten Beitrag ist bei der wiederholten Ausstrahlung der Aufnahmen aus dem Auto das Gesicht des Klägers gepixelt.

Die Wortlautprotokolle zu den Beiträgen lauten wie folgt:

Mitschnitt „Akte“ vom 17.02.2009**Moderator:**

Live aus Berlin – Die Akte – Guten Abend!

Frauen lieben das Thema, Männer hassen es eher – zu Hause umräumen und am Ende neue Möbel kaufen, das sorgt für reichlich Spannung. Vor allem weil schicke Möbel ganz schnell ganz schön teuer sind. Bei einem Internetmöbelhändler glauben viele DAS Schnäppchen gefunden zu haben, aber längst regen sie sich furchtbar auf. Wir haben die Hintermänner gejagt und das über Wochen. – [REDACTED] und [REDACTED]

**Off-Stimme**

Konfrontation mit einem Internethändler

**Off-Stimme**

[REDACTED] von der Akte [REDACTED] – wir haben Fragen

**Off-Stimme**

Ich habe einfach gedacht, dass kann nicht sein, dass ne Couch nach acht Monaten solche Mängel aufweist. Und da waren wir auch richtig sauer.

**Off-Stimme**

Ihre Kunden fühlen sich von Ihnen abgezockt.

**Off-Stimme**

Ja wir fühlen uns verarscht von dieser Firma...

**Off-Stimme**

Niemand darf. Gehen Sie bitte. Und hören Sie bitte auf zu filmen hier. Raus!

**Off-Stimme**

Aber wir stellen doch ganz normale Fragen.

**Off-Stimme**

Was sollen denn Ihre Kunden von Ihnen denken, wenn Sie immer flüchten?

**Off-Stimme**

Wir sind in Berlin bei [REDACTED]. Die 26-jährige Rechtsreferendarin kauft sich im vergangenen Jahr mit ihrem Freund eine hochwertige Designercouch über [REDACTED]. Sie wird angepriesen als „echtes Leder aus Italien“. Der Listenpreis beträgt angeblich 6.880,00 Euro. Bei Rund 800,00 Euro erhält [REDACTED] den Zuschlag. Ein vermeintliches Schnäppchen, das nun bei ihr im Wohnzimmer steht.

**Off-Stimme**

Also die Couch wurde im Internet angepriesen mit einem sehr hohen Neupreis von fast 7.000,00 Euro. Der sofort-Kauf-Preis lag auch sehr hoch. Es sollte italienisches Design sein mit hochwertigem Rindslederbezug, der auch komplett um die Couch herumgehen sollte und wir haben dann gedacht, dann kriegen wir ein super Schnäppchen für den Preis.

**Off-Stimme**

Doch schon auf dem ersten Blick entdeckt [REDACTED] gravierende Mängel an der Couch: Flecken auf dem Obermaterial, Risse an der Naht und im Leder sowie eine defekte Kopfstütze, die sich nicht feststellen lässt. Die Verarbeitungsqualität: mangelhaft!

**Off-Stimme**

Wir waren sehr enttäuscht. Wir haben die Couch gesehen und dachten ok die ist schön, aber man darf sie sich wirklich nicht von Näherem angucken, weil man dann merkt, dass es wirklich nicht der Qualität entspricht, die uns angepriesen wird.

**Off-Stimme**

Der Couchverkäufer benutzt einen auffälligen Account. Dahinter verbirgt sich ein gewisser [REDACTED] K. – ein Einzelfall?

Ortswechsel. [REDACTED] Hessen. Auch Familie [REDACTED] kauft sich eine Ledercouch bei [REDACTED]. Die Lieferzeit beträgt sagenhafte 23 Wochen. Die Freude an der neuen Couch hält nicht lange an.

**Off-Stimme**

Die [REDACTED]seite war sehr professionell gemacht. Uns hat diese Couch gefallen vom Design und auch diese Qualitätseigenschaften, die uns zugesichert wurden, wie echtes italienisches Rindsleder in bester Qualität, kein Billigimport oder Retourware.

**Off-Stimme**

Verdächtig: auch für dieses Möbelstück wird ein hoher Listenpreis angegeben.

**Off-Stimme**

Wir haben nach etwa zwei Wochen etwa, schon ein Riss hier an der Seite festgestellt, der eigentlich bei echtem Leder nicht sein dürfte.

**Off-Stimme**

[REDACTED] ist Qualitätsprüfer für Polstermöbel bei der Firma [REDACTED]. Er soll sich die Couch für uns genauer anschauen.

**Off-Stimme**

Um dieses Sofa geht es. Oh ja.

**Off-Stimme**

Zuerst untersucht der Experte die Oberbeschaffenheit der Couch mit seiner Speziallupe. So kann er die Qualität des Leders beurteilen und die scheint nicht besonders gut zu sein.

**Off-Stimme**

Also vom Eindruck her ist es, was das Leder betrifft, was hier verwendet wurde, handelt es sich nicht um ein Oberleder, sondern hierbei handelt es sich um ein so genanntes Spaltleder, was eigentlich in einem belastbaren Bereich so nicht verarbeitet werden sollte.

**Off-Stimme**

Ich habe hier ein Teil von der Rückseite. Ich hab das Teil ausgeschnitten. Da sieht man also auch eindeutig, dass es kein echtes Leder ist.

**Off-Stimme**

Das ist ein Kunstleder. Ganz klar.

**Off-Stimme**

Ich hab es auch mal eingerissen etwas und man sieht, es reißt fast wie Papier.

**Off-Stimme**

Bei der intensiveren Betrachtung fallen dem Möbelexperten weitere Mängel auf: schlechte Verarbeitung, Kunstleder statt echtem Leder und tiefe Risse in den Holzteilen der Couch.

**Off-Stimme**

Also wenn diese Couch, so wie hier geschildert, von über 8.000,00 Euro, sollte sie eigentlich einer mittleren Güte und Qualität entsprechen. Und das finden wir hier in diesem Fall nicht vor. Bei dieser Qualität kann man den Ärger schon durchaus verstehen.

**Off-Stimme**

Der Verkäufer dieser Couch benutzt abermals einen auffälligen [redacted] Account und dahinter verbirgt sich wieder [redacted] K.

**Off-Stimme**

Wir fühlen uns abgezockt und ich hab auch gesehen, die Firma ... ist noch weiter schwer im Geschäft.

**Off-Stimme**

Wer ist [redacted] K. wirklich? Wir machen uns auf Spurensuche und schauen uns sein Profil bei [redacted] genauer an. Der Verkäufer hat fast 100% positive Bewertungen – wie kann das sein? Eine E-Mail, die er an seine Kunden verschickt, macht den Trick deutlich

„Da es in vielen Fällen nicht möglich ist, eine Bewertung im Nachhinein abzugeben, ... würden wir es sehr begrüßen, von Ihnen vorab eine positive Bewertung zu erhalten, ...“

Das heißt die Kunden geben positive Bewertungen, obwohl sie die Ware noch gar nicht erhalten haben. Ein Riesenfehler. Außerdem betreibt der Powerseller noch weitere Shops im Internet. Der Blick ins Impressum zeigt, der Geschäftsführer ist jedes Mal [redacted] K. Auch unter dem Namen [redacted]-Style verkauft [redacted] K. Möbel. Der Mann ist offensichtlich sehr geschäftstüchtig. Alle Firmen und Shops haben dieselbe Adresse. Wir landen in einem Berliner Industriegebiet. Hier schauen wir uns um und werden schnell fündig. An einem der Briefkästen steht tatsächlich der Name der Firma. Ob einer der Verantwortlichen für uns zu sprechen ist?

**Off-Stimme**

Guten Tag. [redacted] ist mein Name von der Akte [redacted] Herrn K. hätten wir gerne gesprochen.

**Off-Stimme**

Der ist nicht im Büro.

**Off-Stimme**

Wer ist denn zu sprechen von den Geschäftsführern?

**Off-Stimme**

Also im Moment ist keiner hier.

**Off-Stimme**

Keiner hier? Es muss doch irgendetwas die Verantwortung haben.

**Off-Stimme**

Also im Moment ist der Chef nicht im Hause.

**Off-Stimme**

Es geht um Beschwerden von Kunden von ihm, die sich an uns gewandt haben und wir möchten ihm einfach mal die Möglichkeit geben, dazu Stellung zu nehmen, wie er die Sache sieht.

**Off-Stimme**

Ja da können wir Ihnen jetzt keine Auskunft drüber geben. Wir sind halt auch nur die Angestellten und da kann ich Ihnen nichts sagen.

**Off-Stimme**

Verlassen Sie bitte die Räume. Gehen Sie bitte raus.

**Off-Stimme**

Wer sind Sie denn? Mein Name ist [REDACTED] von [REDACTED] Wer sind Sie denn?

**Off-Stimme**

Tut nichts zur Sache. Ich möchte, dass Sie ... verlassen, sonst rufen wir sofort die Polizei.

**Off-Stimme**

Ist denn der Herr K. zu sprechen?

**Off-Stimme**

Niemand da. Gehen Sie bitte und hören Sie bitte auf zu filmen. Raus!

**Off-Stimme**

Doch wir lassen nicht locker und nehmen erneut die Recherche auf. Im Internet lesen wir uns die Testberichte der Kunden durch und stoßen auf zahlreiche Warnhinweise, die auch die anderen Firmen des Powersellers betreffen. Die User sind sauer. Ihre Erfahrungen eindeutig:

Gekauft, reklamiert, verarscht...! Ein Fiasko. Finger weg von diesen dubiosen Geschäftspartnern!!!!!!!!!!!!!!

Eine weitere Firmenadresse von Couchverkäufer K. weckt unser Interesse. Treffen wir hier den Geschäftsmann an? Am Klingelschild steht sogar der richtige Name.

**Off-Stimme**

Guten Tag. [REDACTED] ist mein Name von der Akte [REDACTED] Den Herrn [REDACTED] K. suchen wir.

**Off-Stimme**

Der ist im Moment nicht da.

**Off-Stimme**  
Ist das Ihr Sohn?

**Off Stimme**  
Ja.

**Off-Stimme**  
Wann können wir den denn mal erreichen?

**Off-Stimme**  
Er wohnt nicht mehr hier.

**Off-Stimme**  
Wo wohnt der denn? Haben Sie denn keinen Kontakt zu Ihrem Sohn?

**Off-Stimme**  
Doch aber ich möchte nicht seine Adresse verraten.

**Off-Stimme**  
Warum? Es geht um seine Geschäfte. Bei uns haben sich viele seiner Kunden beschwert. Sie fühlen sich von ihm abgezockt. Da möchten wir ihn natürlich mal dazu befragen, was er dazu sagt.

**Off-Stimme**  
Tut mir leid, ich kann dazu keine Auskunft geben.

**Off-Stimme**  
Den Verantwortlichen konnten wir bisher nicht finden. Aber wie steht es um die Herkunft seiner Ware? Im Internet wieder ein Hinweis. Die Sofas seien weder aus deutscher noch aus italienischer Produktion. Sollten die Ledergarnituren etwa aus Übersee kommen? Wir nehmen die Angebote bei [REDACTED] unter die Lupe und vergleichen die Möbelfotos mit denen anderer Hersteller. Zuerst das Modell „[REDACTED] Alabama“. Das Angebot der Firma „[REDACTED] Road Furniture“ fällt uns auf. Und tatsächlich, hier entdecken wir das gleiche Sofa. Sogar die Fotos sind identisch. Das Impressum der [REDACTED] Road Furniture zeigt, der Firmensitz ist [REDACTED] in [REDACTED]. Die Möbel kommen also tatsächlich nicht aus Deutschland oder Italien sondern sind Billigimporte. Unserer Aufmerksamkeit entgeht nicht die schwarz-weiße Couch von [REDACTED] Road. Genau die gleiche Couch finden wir nämlich auf der deutschen Seite von [REDACTED] angeblich eine hochklassige Designermarke. Jetzt reicht's. Wir rufen in China an und bitten um eine aktuelle Preisliste. Darauf erkennt man das Modell „[REDACTED] Alabama“ kostet beim Hersteller nur 843 Dollar, das sind umgerechnet gerade einmal 666,00 Euro. Doch [REDACTED] K. gibt bei [REDACTED] einen Herstellungspreis von über 8000,00 Euro an. Eine glatte Lüge. Die angebliche Designercouch von [REDACTED] kostet bei den Chinesen nur 968,00 Dollar oder umgerechnet 765,00 Euro. [REDACTED] allerdings gibt den Herstellungspreis mit über 8000,00 Euro an. Die nächste Lüge. Ein Blick in eine Wirtschaftsdatenbank zeigt, auch hinter der Firma [REDACTED] steckt [REDACTED] K. Aktuelle Geschäftsführerin ist allerdings eine gewisse [REDACTED] beide haben die gleiche Berliner Privatadresse. Vielleicht bekommen wir hier Antworten auf unsere Fragen. Am Klingelschild entdecken wir beide Namen untereinander.

**Off-Stimme**

Guten Tag. [REDACTED] ist mein Name von der Akt [REDACTED].

**Off-Stimme**

Können Sie bitte die Kamera ausmachen.

**Off-Stimme**

Frau F. Sie stehen in Verbindung mit einem Herrn K. Es geht darum, dass wir eigentlich den Herrn [REDACTED] K. suchen, das ist ja Ihr Freund nehme ich an.

**Off-Stimme**

Ich habe mit dem Herrn nichts zu tun. Ich kenne den Herrn und weiß, dass er eine Firma hat. Wenn Sie mit ihm sprechen wollen, dann müssen Sie zu ihm in die Firma gehen.

**Off-Stimme**

Aber der steht doch unten mit am Klingelschild. Der muss doch hier wohnen.

**Off-Stimme**

Nein der wohnt nicht hier.

**Off-Stimme**

Wieso steht er dann am Klingelschild?

**Off-Stimme**

Ich werde Sie sicherlich nicht über meine privaten Verhältnisse aufklären.

**Off-Stimme**

Er hat mehrere Adressen angegeben und er ist irgendwie nicht aufzufinden und das wirkt ja nicht gerade sehr seriös.

**Off-Stimme**

Er ist momentan gar nicht in Berlin. Er ist auf einer Messe. Und ja, was soll ich noch dazu sagen.

**Off-Stimme**

Ein neuer Hinweis, wo wir Herrn K. angeblich treffen können. In Köln läuft die internationale Einrichtungsmesse. Nachdem wir uns etwas umgeschaut haben, finden wir tatsächlich einen Stand von [REDACTED]. Auf dem ersten Blick sieht alles sehr nobel aus. Dass zumindest ein Teil der Möbel aus China kommt, scheint hier niemand zu wissen. Herr K. ist allerdings wieder einmal nicht zu sprechen.

**Off-Stimme**

Es geht darum, dass sich sehr viele Kunden bei uns beäugeln haben.

**Off-Stimme**

Aber damit hat doch der Geschäftsführer gar nichts zu tun.

**Off-Stimme**

Aber er ist doch bis Dezember Geschäftsführer gewesen von der [REDACTED] GmbH.

**Off-Stimme**

Aber der ist nicht der Geschäftsführer.

**Off-Stimme**

Nee jetzt ist es seine Lebensgefährtin die Frau F.

**Off-Stimme**

Ja und was möchten Sie jetzt von mir hören.

**Off-Stimme**

Ja es geht darum, dass er bei seinen Kunden als Abzocker gilt, der minderwertige Qualität verkauft.

**Off-Stimme**

Nein das ist nicht richtig. Wie kommen Sie denn darauf? Vielleicht können Sie mir sagen, wie Sie darauf kommen oder Sie können mir irgendwie was da lassen und dann kann ich das an die Firma weiterleiten.

**Off-Stimme**

Wieder eine Sackgasse? Die Angestellt sagt, Herr K. sei bereits wieder zurück nach Berlin. Also fahren wir erneut zu seiner Privatadresse und legen uns drei Tage lang auf die Lauer. Plötzlich stehen beide vor uns. [REDACTED] F. und [REDACTED] K.

**Off-Stimme**

Wir haben Fragen. Ihre Kunden fühlen sich von Ihnen abgezockt. Herr K. reden Sie doch endlich mal mit uns. Was sollen denn Ihre Kunden von Ihnen denken, wenn Sie immer flüchten?

**Off-Stimme**

Sie geben Gas, Fragen sind unerwünscht. Bis zur Ampel laufen wir hinterher, dann müssen wir uns geschlagen geben.

**Off-Stimme**

Die angeblich hochwertigen Designermöbel aus italienischem Leder entpuppen sich als Blender mit zahlreichen Mängeln. Hochwertig und einträglich ist nur das Geschäft für den Verkäufer. Die Kunden bleiben auf dem Schaden sitzen.

**Moderator:**

Da erweist sich mal wieder die alte Möbelkäufer-Weißheit: Möbel muss man im Laden kaufen. Man muss sie anfassen, um wirklich beurteilen zu können.

[REDACTED]@ [REDACTED] net ist Ihre Adresse, wenn Sie ähnliche Probleme haben beim Kauf im Internet und wenn Sie sich aufregen über dieses Bewertungssystem, was eher den Blick vernebelt als klare Sicht verschafft:

**Sendung Ende**

Mitschnitt „**[REDACTED]**  
vom 24.02.2009

**Moderator**

Unmittelbar nach der Sendung vergangene Woche war auf unserer Homepage der Teufel los. Tausende von Clicks. Hunderte von Eintragungen. Wir hatten berichtet über Möbelfirmen, die Kunden mit schlechter Ware vergrenzten. Nun haben wir noch mehr Informationen und noch mehr Unglaublichkeiten. Da mögen die Firmen ihre Anwälte vorschicken, uns körperlich bedrohen: der Ärger ihrer Kunden bleibt. **[REDACTED]**, **[REDACTED]** und **[REDACTED]**

**Off-Stimme**

Vergangenen Samstag, ein Möbelgeschäft in Berlin.

**Off-Stimme**

Guten Tag. **[REDACTED]** von der Akte **[REDACTED]** Wir hätten gerne die Frau F. gesprochen.

**Off-Stimme**

Die ist nicht im Hause. Raus! Raus, sonst ist die Kamera im Arsch. Dann trete ich Dir mal richtig gegen dieses Ding.

**Off-Stimme**

Bitte keine Gewalt.

**Off-Stimme**

Der Mann schlägt zu.

**Off-Stimme**

Bitte nicht den Kameramann angreifen.

**Off-Stimme**

Ich greif gleich die Kamera an, wenn Sie jetzt nicht hier raus gehen.

**Off-Stimme**

Dafür ist doch die Polizei jetzt da oder? Wir gehen ja.

**Off-Stimme**

Hier sind wir auf jeden Fall nicht willkommen. Ein Zuschauer ruft uns nach **[REDACTED]** bei Stuttgart. **[REDACTED]** C., 28, zweifacher Familienvater. Er will seine Wohnung neu einrichten und sucht nach preiswerten, aber schönen Möbeln.

**Off-Stimme**

Also ich wollte meine Eltern überraschen mit einer neuen Ledersofagarnitur und dabei habe ich mich bei **[REDACTED]** ein bisschen umgeschaut. Dabei bin ich auf dieses edle Stück gestoßen. So dass ich gesagt habe „das ist es“.

**Off-Stimme**

Anbieter und Verkäufer dieser Sofas ist die Firma **[REDACTED]** ... Als Geschäftsführer ist ein gewisser **[REDACTED]** K. aus Berlin eingetragen. **[REDACTED]** C. ersteigert das edle Teil für 1.360,00 Euro. Er ist stolz auf seinen Neuerwerb.

**Off-Stimme**

Also hier hat das gute Stück gestanden. Dreisitzer, Zweisitzer, Sessel. Als ich es dann bekommen habe, habe ich mich riesig gefreut. Und dann stelle ich fest, dass es im wahrsten Sinne Müll war.

**Off-Stimme**

An vielen Sitzstellen ist das eigentlich strapazierfähige Leder abgewetzt. Einige Nähte sind schlampig ausgeführt. Das Holz ist ausgerissen und deletantisch verklebt. [REDACTED] C. schreibt und telefoniert mit dem Händler. Erst keine Reaktion. Dann die berühmte Hinhaltetaktik. [REDACTED] ist wütend.

**Off-Stimme**

Die Firma war in keinster Hinsicht kooperativ. Somit habe ich keine andere Wahl gehabt, mir blieb nichts anderes übrig als dass ich beim Gericht eine Klage eingereicht habe.

**Off-Stimme**

[REDACTED] erhebt Klage vor dem Amtsgericht. Der Richter bestellt einen anerkannten Gutachter.

**Off-Stimme**

Der Gutachter, sein erster Eindruck war gleich „Oh mein Gott“. Und er hat dann einzelne Fragmente, Teile entnommen zur Analyse bzw. augenscheinliche Untersuchungen. Es hat sich dann herausgestellt billiges Imitat, also billiger geht's nicht.

**Off-Stimme**

Im elfseitigen Gutachten steht Klartext. Am angeblichen Designerstück lässt der Spezialist kein gutes Haar. Er spricht von Billigware und belegt, dass es sich keinesfalls und feinste Handarbeit handelt, nennt das ganze industriell gefertigte Massenware.

**Off-Stimme**

Das Gericht sieht als erwiesen an und gab mir in vollem Umfang Recht, so dass die Firma verurteilt wurde samt Zinsen meinen Betrag zurückzuerstatten.

**Off-Stimme**

Auch [REDACTED] ist auf das Angebot von [REDACTED] K. hereingefallen. Ihr Sofa weist ebenso gravierende Mängel auf. Leder, Nähte, sogar die Kopfstütze: Fehler über Fehler. Für 800,00 Euro hatte sie die Couch ersteigert.

**Off-Stimme**

Wir waren sehr enttäuscht. Wir haben die Couch gesehen und dachten ok, die ist schön, aber man darf sie sich wirklich nicht von Näherem angucken, weil man dann merkt dass sie wirklich nicht der Qualität entspricht wie es angepriesen wird.

**Off-Stimme**

Wir treffen [REDACTED] K. mit einer jungen Frau. Vor der Kamera nimmt er Reißaus.

**Off-Stimme**

Wir haben Fragen. Ihre Kunden fühlen sich von Ihnen abgezockt. Herr K. reden Sie doch endlich mal mit uns. Was sollen denn Ihre Kunden von Ihnen denken, wenn Sie immer flüchten?

**Off-Stimme**

Kein Wort. Nur schnell weg. Nach der Sendung des Beitrages glüht das Forum auf der Akte-Homepage. Über 22 Tausend Mal wurde die Seite aufgerufen, nur wegen dieses Films. Immer mehr betroffene Kunden melden sich. „Die haben ja Dreck am Stecken“ meint jemand. Ein anderer ergänzt „Die Couch ist ein Desaster. Ich bin total enttäuscht“. Solche Empörung kann [REDACTED] E. gut verstehen. Sie hat für die 27-jährige Freundin von [REDACTED] K. gearbeitet. Dieser [REDACTED] F. gehört ein Möbelgeschäft in Berlin, in dem auch Sofagarnituren verkauft werden.

**Jaqueline E.:**

Also es wahr sehr angenehm das Arbeitsklima an sich. Es war nur sehr komisch, dass immer wieder sehr viele Reklamationen kamen.

**Off-Stimme**

Wir stellen fest, dass [REDACTED] F. im Stilecht, so heißt ihr Markt, Couchgarnituren anbietet. Sie sind denen, die [REDACTED] K. im Internet vertreibt, verdächtig ähnlich. Etwa diese weiße Sitzzecke. Im Laden für 1.990,00 Euro, im Internet genannter Listenpreis knapp 8.400,00 Euro. Die Angebote sind identisch, die Preise bei weitem nicht. Auch hier dieses Sofa kostet im Laden 2.690,00 Euro. Der Listenpreis im Internet fast 8.400,00 Euro.

**Jaqueline E.:**

Ja der Zusammenhang vom Laden und Internet war gar nicht so weit entfernt. Also wir wurden angehalten, dass der Laden separat dient, der Kunde durfte auch definitiv nicht erfahren, dass wir mit dem Internet irgendwo zusammenarbeiten, was den Laden zwar nicht betrifft, aber dass es ein und dieselbe Firma ist, also ein und derselbe Geschäftsführer dahintersteht. Das durften wir den Kunden nie sagen. Das heißt also, wir mussten die immer anlügen.

**Off-Stimme**

Anlügen und rausreden. [REDACTED] schaut sich den Akte-Film aus der vergangenen Sendung noch einmal an und dazu diesen Brief. [REDACTED] K. hat ihn nach der Sendung an seine Kunden verschickt. Darin will er die negative Berichterstattung bei Akte widerlegen. Etwa mit diesem Argument: die Lieferzeiten seiner Firma würden wie bei jedem anderen Möbelhaus nicht länger als 8-12 Wochen dauern.

**[REDACTED] E.:**

Die Kunden haben sich hauptsächlich darüber beschwert, dass es sehr, sehr lange Lieferzeiten waren, also die haben ein halbes Jahr und länger auf ihre Ware warten müssen. Dann kamen sie defekt an, weil ein Riss drin war, weil irgendwelche Flecken drauf waren oder die Sofas nach kürzester Benutzungszeit am Reißen waren, durchgebrochen, irgendwelche Holzleisten. Das hat sich halt extrem gehäuft. Also täglich hatten wir Beschwerden von Kunden.

**Off-Stimme**

Möbelstücke preiswert und in solch schlechter Qualität. Wer stellt so etwas her? Wir erhalten einen Tipp. Die Sofas sollen zum großen Teil aus Fernost kommen.

**[REDACTED] E.:**

Mir wurde ja nur erzählt, dass es italienische Hersteller sind, in Italien halt produziert werden und auch geliefert werden und ich immer wieder gefragt habe, weil die sind ja doch sehr preiswert, wurde mir von meiner Kollegin her berichtet, dass die Ware aus ... kommt, nicht

aus ursprünglich Italien, weil zu dem Preis kann man sie nicht in Europa produzieren. Und da habe ich dann so gedacht ok, warum erzählen wir das dann nicht? Nein, das dürften wir nicht sagen. Es sind halt italienische Hersteller. Das heißt, wir haben insofern die Kunden immer angelogen.

**Off-Stimme**

Die Geschäfte von [REDACTED] K. und [REDACTED] F. Ihre Firmen sind verschachtelt, möglichst wenig darf bekannt werden. Verbindungen sollen geheim bleiben. Doch wir finden die Zusammenhänge in Papieren und bei Insidern.

**[REDACTED] E.:**

Frau F. und Herr K. waren Geschäftsführer bzw. auch privat ein Paar. Also im Laden, wenn wir die Geschäftsführer angerufen haben, dann haben wir sie im Laden eigentlich immer nur Frau F. genannt und auch Herr K. Wir durften keine Namen aussprechen. Wie gesagt, der Kunde durfte nicht erfahren, wer definitiv dahintersteht und somit haben wir also dem Kunden nie mitgeteilt, noch nicht einmal aus Versehen mitteilen können, weil wir uns grundsätzlich angewöhnen mussten, auch wenn wir so im Gespräch mit den Kollegen waren, dass wir immer nur Frau F. und Herr K. gesagt haben.

**Off-Stimme**

Geheimniskrämerei als Bestandteil des Geschäfts. Schlechter Stil. Echt. In ihrem Laden in Berlin wollen wir mit [REDACTED] F. sprechen. Denn Fragen im Auftrag der Zuschauer gibt es genug.

**Off-Stimme**

Guten Tag. [REDACTED] von der [REDACTED] Wir hätten gerne die Frau F. gesprochen.

**Off-Stimme**

Die ist nicht im Hause. Raus! So jetzt verlassen Sie den Laden, sonst schmeiße ich Sie eigenhändig raus.

**Off-Stimme**

Alles klar.

**Off-Stimme**

Raus, sonst ist die Kamera im Arsch. Dann trete ich da mal richtig gegen.

**Off-Stimme**

Bitte keine Gewalt, das haben Sie doch nicht nötig.

**Off-Stimme**

Raus! Raus!

**Off-Stimme**

Wir gehen ja, bitte keine Gewalt. Bitte nicht den Kameramann angreifen.

**Off-Stimme**

Ich greife jetzt hier die Kamera an, wenn Sie nicht gleich rausgehen.

**Off-Stimme**

Dafür ist doch die Polizei jetzt da oder? Wir gehen ja.

**Off-Stimme**

Wir warten eine halbe Stunde vor der Tür. Die Polizei kommt nicht.

**E.:**

Also wenn ich heute nachdenke, bin ich froh, dass ich den Vertrag nicht unterschrieben habe, denn in dem Skandal möchte ich nicht mit drinstecken. Das ist unmöglich, wie da mit dem Kunden umgegangen wird.

**Off-Stimme**

Genau das hat **C.** am eigenen Leib erfahren. Er sollte nach dem Urteil verklagt werden. Von **K.** wegen Rufschädigung. Aber darauf wartet er schon 1 ½ Jahre.

**Moderator**

Normal ist das nicht, wenn Angestellt zu ihren Chefs Herr K. und Frau F. sagen müssen. Und normal ist es auch nicht, wenn nach knapp zwei Jahren Geschäftstätigkeit an der Eingangstür immer noch das Schild „Neueröffnung“ prangt. Erlaubt ist das, aber ist das auch seriös? Wir sind gespannt, wie der Kampf weiter geht.

**Ende Der Sendung**

Vom Kläger mit Anwaltsschreiben vom 24. Febr. 2009 (Anlagen K 7 und 8) wegen der Sendung vom 17. Febr. 2009 auf Unterlassung in Anspruch genommen, verpflichteten sich die Beklagten mit strafbewehrten Unterlassungserklärungen vom selben Tag (K 14), es zu unterlassen, Bildaufnahmen zu verbreiten und/oder verbreiten zu lassen, auf welchen der Kläger identifizierbar abgebildet ist. Bezüglich der Äußerung „die vom Kläger vertriebenen Sofagarnituren stammen von einer in China ansässigen Firma [REDACTED]-ROAD [REDACTED] FACTORY“ erkannten die Beklagten die im Verfahren 27 O 192/09 ergangene Beschlussverfügung des angerufenen Gerichts vom 24. Febr. 2009 als endgültige Regelung an.

Bezüglich der Sendung vom 24. Febr. 2009 gab die dort interviewte Frau [REDACTED] am 7. Juli 2009 eine strafbewehrte Unterlassungserklärung in Bezug auf den Kläger (Gläubiger zu 2) und die von seiner Lebensgefährtin vertretene Fa. [REDACTED] bezüglich folgender Äußerungen ab:

- Die Angestellten des Möbelgeschäfts [REDACTED] seien angewiesen worden, Kunden gegenüber eine Zusammenarbeit zwischen den Gläubigern wahrheitswidrig zu verschweigen.
- Kunden des Möbelgeschäfts [REDACTED] hätten sich täglich über lange Lieferzeiten und Qualitätsmängel der angebotenen Möbel beschwert.
- Die Angestellten des Möbelgeschäfts [REDACTED] seien angewiesen worden, gegenüber den Kunden wahrheitswidrig zu behaupten, die angebotenen Möbel stammten von italienischen Herstellern.
- Die Angestellten des Möbelgeschäfts [REDACTED] seien angewiesen worden, die Namen der Geschäftsführerin der Gläubigerin zu 1) und des Gläubigers zu 2) nicht auszusprechen und zu verschweigen, wer hinter dem Möbelgeschäft [REDACTED] stehe.

Der Kläger sieht sich durch die beiden rechtswidrig, reißerisch und kampagnenartig aufbereiteten Sendungen schwerwiegend in seinem Persönlichkeitsrecht verletzt. Die mit dem Klageantrag zu 1. beanstandeten Tatsachenbehauptungen seien falsch. Die in den Beiträgen vorgeführten Qualitätsprobleme aus den Jahren 2006 und 2007 seien nicht mehr aktuell und zwischenzeitlich abgestellt, weil er die betroffenen Couchgarnituren, von deren Standard er enttäuscht gewesen sei, zwischenzeitlich aus seinem Sortiment genommen habe. Die nunmehrige Qualität der Sofas über-

zeuge seine Kunden und entspräche den angegebenen UVP-Preisen und den tatsächlichen Kaufpreiszahlungen. Er habe zu keinem Zeitpunkt damit geworben, dass auch das Rückenteil der an die Kundinnen [REDACTED] und [REDACTED] ausgelieferten Sofas mit Rindsleder überzogen sei. Bei der Firma [REDACTED] Furniture, die Plagiate herstelle, habe er seine Sofas nicht herstellen lassen. Die Mängelgewährleistungsrechte der Kunden würden, soweit berechtigt, sehr wohl beachtet. Es werde verschwiegen, dass der Kundin [REDACTED] ein Preisnachlass von über 30 % gewährt worden sei. Die Lieferzeit im Fall [REDACTED] habe keine 23 Wochen betragen, jedenfalls sei die Wartezeit nicht durch ihn veranlasst gewesen, sondern durch Nichterreichbarkeit der Kundin. Mit den Aussagen der Zeugin [REDACTED] im Beitrag vom 24. Febr. 2009 werde ein Zerrbild von ihm gezeichnet. Die dort geschilderten Anweisungen durch und Zustände bei der Firma [REDACTED] seien falsch. Die ihn identifizierende Bildberichterstattung sei unzulässig. Die Beklagten hätten ihrer Unterlassungsverpflichtungserklärung zuwider gehandelt, indem sie ihn im Folgebeitrag erneut unzureichend gepixelt im Bild gezeigt hätten; sie hätten hierdurch jeweils die geltend gemachte Vertragsstrafe von 5.001 € verwirkt. In den Beiträgen werde er zu Unrecht als durch und durch unseriös dargestellt. Durch 311 widerrufenen Bestellungen im Anschluss an die Berichterstattungen sei ihm ein Gewinn von 116.079,33 € entgangen. Neben den Stornierungen sei es infolge der Beiträge zu Umsatzrückgängen wegen ausbleibender Kunden gekommen. Die Gewinneinbußen in Folge von Bestellrückgängen sei mit 501.782,40 € zu beziffern. Erhöhte Standgebühren in Höhe von 87.120 € und Lagerkosten in Höhe von 17.850 € seien auch auf die Berichterstattung der Beklagten zurückzuführen. Angesichts der mit der unzulässigen Text- und Bildberichterstattung einhergehenden schweren Persönlichkeitsrechtsverletzung sei eine Geldentschädigung von mindestens 25.000 € angemessen. Die Beklagten schuldeten ferner Erstattung der vorgerichtlich angefallenen Abmahnkosten. Hinsichtlich der Berechnung der Schadenspositionen im Einzelnen wird auf die Ausführungen in der Klageschrift Bezug genommen.

Der Kläger beantragt:

1. Den Beklagten wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monate, zu vollziehen an den jeweiligen Geschäftsführern, untersagt, in Bezug auf den Kläger zu behaupten und / oder behaupten zu lassen;
  - Der Kläger habe an die Kundinnen [REDACTED] und [REDACTED] mangelhafte Couches verkauft, weil diese keinen kompletten Rindslederbezug aufweisen würden.
  - Die Lieferzeit für die von der Kundin [REDACTED] erworbene Couch habe 23 Wochen betragen, soweit hierdurch der Eindruck vermittelt wird, die Lieferzeit sei vom Kläger veranlasst.

hilfsweise,

den Eindruck zu erwecken, beim Kläger würden unverhältnismäßig lange Lieferzeiten vorherrschen, die der seriöse Möbelhandel nicht kennt.

- Die Kundinnen [REDACTED] und [REDACTED] würden unberechtigterweise auf ihrem Schaden sitzen bleiben.
2. Die Beklagten werden verurteilt, an den Kläger 738.425,45 € nebst Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.
  3. Die Beklagten werden verurteilt, an den Kläger eine angemessene Geldentschädigung, deren Höhe in das Ermessen des Gerichts gestellt wird, mindestens jedoch 25.000,00 €, nebst Zinsen in Höhe von 5 % über dem jeweiligen Basiszinssatz auf den zuerkannten Betrag seit Rechtshängigkeit zu zahlen.
  4. Den Beklagten wird es bei Meidung eines vom Gericht für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monate, zu vollziehen an den jeweiligen Geschäftsführern, untersagt,
    - mittels der in den Sendungen „Akte [REDACTED]“ vom 17.02. und 24.02.2009 gezeigten Sofa-Modellen der Kunden [REDACTED], [REDACTED] und [REDACTED] den Eindruck zu erwecken, es handele sich um Modelle aus dem im Jahr 2009 vertriebenen Sortiment des Klägers
    - mittels der in den Sendungen „Akte [REDACTED]“ vom 17.02. und 24.02.2009 gezeigten Sofa-Modelle den Eindruck zu erwecken, die Sofamodelle des Klägers aus seinem im Jahr 2009 vertriebenen Sortiment würden die in diesen Sendungen gezeigten Mängel aufweisen.

Die Beklagten beantragen,

die Klage abzuweisen.

Sie halten beide Beiträge für zulässig. Bei den beanstandeten Äußerungen handele es sich um wahre Tatsachenbehauptungen bzw. zulässige Meinungsäußerungen. Unabhängig vom für das Rückteil verwandten Kunstleder für die Sofas der Kundinnen [REDACTED] und [REDACTED] seien die gelieferten Couchgarnituren mangelhaft bzw. von schlechter Qualität, was der Kläger gar nicht mehr bestreite und sie im Rahmen zulässiger Wertung als Schaden habe aufzeigen dürfen. Die Lieferzeit bei der Kundin [REDACTED] sei zutreffend berechnet und nicht von der um vorzeitige Lieferung bemühten Kundin zu vertreten. Über die wettbewerbswidrige Anpreisung von Billigware aus Fernost von minderer Qualität durch den Kläger habe sie wie beanstandet berichten dürfen, und zwar wegen des erheblichen öffentlichen Interesses hieran wie geschehen in identifizierbarer Weise. Sie bestreitet den geltend gemachten Schaden dem Grunde und der Höhe nach sowie die

Kausalität ihrer Berichterstattung für selbigen. Ein Verstoß gegen die Unterlassungserklärung sei nicht gegeben, weil sie den Kläger nicht erneut identifizierbar abgebildet habe. Ein Entschädigungsanspruch stehe ihm ohnehin nicht zu.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Parteivorbringens wird auf den Inhalt ihrer Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen.

### **Entscheidungsgründe:**

Die Klage ist nur im erkannten Umfang begründet; im Übrigen ist sie unbegründet.

1.

Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch hinsichtlich der aus dem Anträgen zu 1. und 4. ersichtlichen Aussagen nicht aus §§ 823, analog 1004 Abs. 1 S. 2 BGB, Art. 1 Abs. 1, 2 Abs. 1 GG gegen die Beklagten zu.

Der Kläger kann es den Beklagten nicht von vornherein verwehren, sich unter namentlicher Nennung kritisch mit seinem Geschäftsgebaren sowie den von ihm im Internet angepriesenen Waren auseinander zu setzen.

Die Voraussetzungen des rechtswidrigen und schuldhaften Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb als allgemein anerkanntes sonstiges Recht des § 823 Abs. 1 BGB liegen hier nicht vor. Zwar können auch Äußerungen, die sich störend auf die freie gewerbliche Entfaltung eines Unternehmens auswirken, einen unmittelbaren Eingriff in dieses Recht darstellen (BGH NJW 1952, 660, 661 – Constanze I). Auch wenn die Veröffentlichung der Beklagten dieses Recht des Klägers beeinträchtigt, erfolgt dieser Eingriff hier nicht rechtswidrig, weil die erforderliche Güter- und Pflichtenabwägung bei diesem offenen Tatbestand (vgl. BGH NJW 1966, 1617, 1619 – Höllenfeuer) zu Lasten des Klägers ausgeht.

Ein Gewerbetreibender muss sich - gerade außerhalb von Wettbewerbsverhältnissen wie hier - in der Regel einer Kritik an seiner Leistung und seinem Geschäftsgebaren stellen (BGH NJW 1962, 32,33 - Waffenhändler; NJW 1966, 2010, 2011 – Teppichkehrmaschine 1). Dabei ist eine solche Kritik nicht schon deshalb rechtswidrig, weil sie ungünstig und für den Betroffenen nachteilig ist (BGH GRUR 1967, 113 - Leberwurst). Betrifft ein Beitrag zur Meinungsbildung eine die Öffentlichkeit wesentlich berührende Frage, dürfen bei der Auslegung der die Äußerungsfreiheit beschränkenden Gesetze an die Zulässigkeit öffentlicher Kritik keine überhöhten Anforderungen gestellt werden (BVerfG NJW 1982, 2655). Die Vermutung streift dann für die Zulässigkeit der

freien Rede und damit auch für die Zulässigkeit der Kritik an Waren und Leistungen (BGH NJW 1976, 620, 621 – Warentest). Um eine die Öffentlichkeit wesentlich berührende Frage handelt es sich jedenfalls dann, wenn sich der Äußernde wie hier mit Qualitätsproblemen der klägerseits angebotenen Waren und der vermeintlich wettbewerbswidrigen Anpreisung seiner Waren befasst. Ein großer Teil der Bevölkerung hat zwecks effektiven Verbraucherschutzes ein Interesse an der transparenten Darstellung des Warensortiments des Internethändlers. Die Grenze der Rechtswidrigkeit ist dann überschritten, wenn die Darstellung als so genannte Schmähekritik zu bezeichnen ist, der Äußernde also den Betroffenen ohne sachlichen Grund bewusst und willkürlich herabsetzen will (BGH NJW 1966, 1617, 619 – Höllenfeuer; NJW 1976, 620, 622 – Warentest). Die Schranken der wertenden Kritik an gewerblicher Leistung sind allerdings enger als im öffentlichen geistigen Meinungskampf gezogen, wo selbst ein Gebrauch der Meinungsfreiheit in Kauf genommen werden muss, der zur sachgemäßen Meinungsbildung nicht beitragen kann, um die Kraft und die Vielfalt der öffentlichen Diskussion zu erhalten (BVerfG NJW 1980, 2069, 2070 – Kunstkritik). Hinsichtlich der Vorbereitung seiner Kritik ist je nach dem angesprochenen und erreichten Empfängerkreis, der unter Umständen auf die Objektivität der Darstellung vertraut, derjenige, der sich auf das Recht der freien Meinungsäußerung aus Artikel 5 Abs. 1 GG beruft, zur sorgfältigen Prüfung gehalten, ob er mit seiner Äußerung den Boden sachlich gerechtfertigter Kritik nicht verlässt (BGH GRUR 1969, 624, 628 – Hormoncreme; NJW 1976, 620, 622 – Warentest). Ohne sachlichen Bezug darf auch zum Zwecke der Aufklärung der Öffentlichkeit ein Unternehmen nicht zur Zielscheibe einer Kritik gemacht werden, die es in der Öffentlichkeit diffamiert (BGH NJW 1984, 1956, 1957 – Mordoro). Werturteile, für die es keinen sachlichen Anlass gibt, laufen vielmehr dem Sinn solcher Aufklärungen zuwider (OLG Düsseldorf BB 1982, 62, 63 – Sicherheitsrisiko).

Dass der Kläger den Kunden [REDACTED] und [REDACTED] entgegen seiner vollmundigen Anpreisung der Couchgarnituren als „Designerware“ aus „italienischem Leder“ mit hohem Listenpreis die in den Beiträgen wegen ihrer Qualitätsmängel kritisierten Waren aus Fernost geliefert hat, stellt er gar nicht – mehr – in Abrede. Er räumt vielmehr in der Replik ein, vom Qualitätsstandard seiner zum damaligen Sortiment gehörenden Sofas selbst enttäuscht gewesen zu sein. Dass er die entsprechenden Garnituren noch vor den streitgegenständlichen Beiträgen aus dem Sortiment genommen haben will, ist unerheblich. Die Qualitätsmängel der verkauften Couchgarnituren sind im Beitrag vom 17. Febr. 2009 ausführlich bezeichnet. Abgesehen davon, dass sich im Beitrag die unter dem ersten Spiegelstrich im Klageantrag zu 1. beanstandete Äußerung gar nicht findet, dort keinerlei Hinweis auf eine Zusicherung des Klägers von Echtleider am Rückteil der jeweils verkauften Ware erfolgt ist, vermag die Kammer eine Persönlichkeitsrechtsverletzung durch die im Beitrag vorgenommene Warenbeschreibung nicht zu erkennen. Unwidersprochen sind die angepriesenen Designersofas nicht aus italienischem, vermeintlich hochwertigem Leder gefertigt, sondern aus minderwertigem Material. Aus welchem Material die jeweiligen Rückwände der Sofas

sein sollten und tatsächlich waren, ist im Hinblick auf die im Übrigen zur Sprache gebrachten und unwidersprochen gegebenen erheblichen Qualitätsprobleme der Ware unerheblich.

Dass die Lieferzeit der Couch für die Kundin [REDACTED] 23 Wochen betrug, stellt der Kläger nicht mehr ernsthaft in Abrede. Dass die späte Lieferung auf ein schuldhaftes Verhalten seiner Kundin zurückgehen soll, hat der darlegungs- und beweispflichtige Kläger nicht nachvollziehbar darzulegen vermocht. Dass die Couch wegen wochenlanger Unerreichbarkeit der Kundin im Lager verblieben sein soll, hat er nicht konkret zu belegen vermocht. Welche Bemühungen im Einzelnen er wegen der Auslieferung der bereits eingetroffenen Ware unternommen haben will, ist seinem Vorbringen nicht zu entnehmen.

Auch der Hilfsantrag des Klägers bleibt insoweit ohne Erfolg. Welche konkreten Aussagen den beanstandeten Eindruck erwecken sollen, hat der Kläger nicht anzugeben vermocht. Die Kritik an etwaig langen Lieferzeiten des Klägers ist den Beklagten als zulässige Meinungsäußerung ohnehin nicht zu verwehren. Die Beklagten haben im Beitrag offengelegt, welche Zeit sie für die Lieferung von Möbelstücken für angemessen halten. Diese wurde vom Kläger unwidersprochen überschritten. Dass und ob die Beklagten zur Beurteilung der Gepflogenheiten im Möbelhandel im Hinblick auf angemessene Lieferzeiten in der Lage sind, ist unerheblich, da den Beklagten auch ersichtlich haltlose und falsche Schlussfolgerungen nicht verwehrt werden können.

Dass der Kläger die Kaufverträge bezüglich der unstrittig minderwertigen Sofas der Kundinnen [REDACTED] und [REDACTED] rückabgewickelt hätte, ist weder dargetan noch sonst wie ersichtlich. Der Schluss, dass die beiden Kunden auf ihrem Schaden, sprich den mangelhaften Sofas, sitzen bleiben, war den Beklagten damit nicht zu verwehren. Auch wenn der Kundin [REDACTED] ein Preisnachlass gewährt worden sein sollte, verblieb die mangelhafte Sitzgarnitur zum Sitzen bei ihr. Dass und welche Gewährleistungsansprüche der Kläger der Kundin [REDACTED] zugebilligt haben soll, ist schon gar nicht ersichtlich. Unwidersprochen hat er auf Gewährleistungsansprüche des Kunden [REDACTED] wie im Folgebeitrag geschildert, erst auf dessen angestrengte Klage reagiert. Es stand den Beklagten frei, die Geschäftspraktiken des Klägers bezogen auf sein – wie er einräumt – mit Qualitätsproblemen behaftetes Warensortiment wie beanstandet zu kritisieren.

Auch der Antrag zu 4. bleibt ohne Erfolg. Die insoweit beanstandeten Eindrücke werden nicht erweckt.

Der Kläger stellt den Bezug von billiger minderwertiger Massenware aus Fernost zumindest zu Beginn seiner Geschäftstätigkeit nicht mehr in Abrede und vermag keine nachvollziehbare Erklärung für seine vollmundige Anpreisung seines zumindest damaligen Sortiments als hochwertige

Designerware zu liefern. Mangels Offenlegung seines nunmehr „funktionierenden Herstellernetzes“ kann auch nicht von einer wesentlichen Änderung seines Geschäftsgebarens seit dem Jahre 2008 ausgegangen werden. Eine Zäsur bei der Auswahl des Sortiments und den entsprechenden Auswahlkriterien ist nicht erkennbar. Mag der Kläger im Schriftsatz vom 25. August 2010 auch als seinen derzeitigen Hersteller die Firma [REDACTED] Technics Sofa [REDACTED] Co., LTD. in Hangzhou – also wiederum einen chinesischen Hersteller – benannt haben, besagt dies nichts über sein Warensortiment im Berichterstattungszeitraum. Dass und mit welchem Hersteller hochwertiger Möbel er etwa im Jahre 2008 in Vertragsbeziehung gestanden haben will, bleibt offen. Dem konkreten Vorbringen der Beklagten im Schriftsatz vom 19. Juli 2010, wonach es jedenfalls bis zum Jahr 2009 noch zur Auslieferung minderwertiger Ware bei diversen Kunden des Klägers gekommen sein soll, konnte der Kläger nicht insoweit entgegentreten, als dass er für die aufgeführten Fälle den Bezug von Möbeln namhafter Hersteller anzugeben vermocht hätte. Die zitierten, gänzlich pauschalen Angaben seiner nunmehr vermeintlich zufriedenen Kunden ersetzen nicht den insoweit erforderlichen substantiierten Sachvortrag des Klägers zu einer etwaig veränderten Geschäftspraxis. Der Aktualitätsbezug für die kritische Berichterstattung war demnach im Berichterstattungszeitpunkt gegeben.

2.

Der Kläger hat im erkannten Umfang Anspruch auf Zahlung einer Vertragsstrafe gegen die Beklagten aus § 339 BGB, weil die Beklagten mit dem streitgegenständlichen Beitrag vom 24. Febr. 2009 gegen die strafbewehrte Unterlassungsverpflichtungserklärung vom selben Tag verstoßen haben.

Zwar haben die Beklagten in der Folgesendung die von der Unterlassungserklärung umfassten Bildnisse gepixelt. Trotz der Unkenntlichmachung seiner Gesichtszüge ist der Kläger jedoch im Zusammenhang mit der Wortberichterstattung, der Nennung seiner Firmen sowie der seiner Lebensgefährtin, seines Vornamens und Anfangsbuchstabens des Nachnamens und seines Wohnorts, insbesondere auch im Hinblick auf die Vorberichterstattung vom 17. Febr. 2009, weiterhin erkennbar. Angesichts der erneuten identifizierbaren Bildnisveröffentlichung ist ein Verstoß gegen die abgegebene Unterlassungserklärung gegeben.

3.

Der weitergehend geltend gemachte Schadensersatzanspruch des Klägers ist nur bezüglich eines Teils der vorgerichtlich angefallenen Anwaltskosten gegeben.

Bezüglich der mit dem Klageantrag zu 1. und 4. beanstandeten Äußerungen fehlt es wie bereits oben erörtert an einer Persönlichkeitsrechtsverletzung. Auch die im Beitrag vom 17. Febr. 2009 im

Zusammenhang mit dem Kläger erfolgte Erwähnung des Herstellers Sun [REDACTED] Factory beinhaltet für den Kläger keine Persönlichkeitsrechtsverletzung. Zwar ist davon auszugehen, dass letzterer entgegen den im Bericht herausgearbeiteten nahe liegenden Anhaltspunkten nicht zu den Herstellern des Klägers zählt; dies ist jedoch für den Kläger unbeachtlich. Der Schwerpunkt der Aussage liegt insoweit darauf, dass der Hersteller der angepriesenen „Designerware“ des Klägers aus „italienischem Leder“, die kein „Billigimport“ sein soll, aus China kommt. Der Kläger, der sein scheinbar nunmehr funktionierendes Herstellernetz bis heute weitgehend im Verborgenen hält und offensichtlich bis heute seine Waren aus China bezieht, hat jedenfalls – so den eingereichten Rechnungen zu entnehmen – mit dem im selben Ort in China ansässigen Hersteller „[REDACTED]“ zusammengearbeitet und vorgerichtliche Anfragen der Beklagten nicht beantwortet. Da auch letzterer Hersteller wie die Fa. [REDACTED] auf der Internetseite „[REDACTED].com“ wirbt, über die laut Kläger hauptsächlich billige Plagiate vertrieben werden, ist die Falschbezeichnung des Herstellers des Klägers in Guangdong vorliegend unschädlich, da unwesentlich.

Die im Beitrag vom 17. Febr. 2009 erhobenen Vorwürfe bleiben – abgesehen von den mit dem Antrag zu 1. und 4. angegriffenen – vom Kläger unbeanstandet. Auch gegen die im Folgebeitrag aufgeführte Kritik an seinen Geschäftspraktiken vermag er weitestgehend keine konkreten Einwendungen zu benennen. Lediglich die Aussagen der ehemaligen Mitarbeiterin der von seiner Lebensgefährtin betriebenen Fa. [REDACTED], Frau [REDACTED], beanstandet er als unzutreffend. Ob seine Lebensgefährtin sich beim Möbelhandel ähnlich fragwürdiger Geschäftsmethoden bedient wie der Kläger ist jedoch vorliegend ohne Belang. Eine weitergehende Rufschädigung des Klägers als die durch die zulässige Hervorhebung seines zwielichtigen Internethandels bereits eingetretene ist nicht gegeben.

Zwar ist davon auszugehen, dass die gegen seinen Willen erfolgte Veröffentlichung ungepixelter Bildaufnahmen seiner Person rechtswidrig war. Die Bildnisveröffentlichung war nach §§ 22 f KUG unzulässig, weil dem öffentlichen Interesse an der Vorstellung des vermeintlich unseriösen Internetmöbelhändlers im Bild jedenfalls berechnete Interessen des Klägers nach § 23 Abs. 2 KUG entgegenstanden. Der Kläger muss es sich nicht gefallen lassen, dass Bilder von ihm gezeigt werden, die ihn auf der Flucht vor Journalisten zeigen, denen er – was sein gutes Recht ist – nicht Rede und Antwort stehen will, schon gar nicht vor laufender Kamera und auf offener Straße vorgeführt. Die aufgezeigten Missstände in seinem Möbelhandel wurden durch die ausgestrahlten Bildnisse von der Hetzjagd auf den Kläger ohnehin nicht anschaulicher.

Nichtsdestotrotz war grundsätzlich eine identifizierbare Berichterstattung über den Kläger wie bereits oben erörtert unter Namensnennung im Zusammenhang mit der zutreffenden Berichterstattung über die fragwürdigen Geschäftsmethoden des Klägers zulässig. Dass sein geltend ge-

machter Schaden auf das überschießende Moment unzulässiger Filmaufnahmen zurückzuführen sein soll, behauptet auch der Kläger nicht.

Der Kläger hat daher weder Anspruch auf Ersatz entgangenen Gewinns noch auf Erstattung von Standgebühren und Lagerkosten.

Die Beklagten schulden allerdings die bei der vorgerichtlichen Abmahnung der Bildveröffentlichung angefallenen Anwaltskosten im aus dem Tenor zu 3. ersichtlichen Umfang.

Die gebührenrechtlich getrennte Behandlung der verfolgten Ansprüche gegen die beiden Beklagten war allerdings nicht zulässig. Der Kläger kann die Unterlassungsbegehren gegen die beiden Störer, da es sich um dieselbe Angelegenheit handelt (vgl. BGH, Urteil vom 26.05.2009 -VI ZR 174/08-; KG, Beschluss vom 03.03.2009 -9 U 82/08-), nur unter Zugrundelegung eines zu bildenden Gesamtstreitwertes abrechnen. Bei einer 1,3-Geschäftsgebühr nach einem nach dem Streitwertgefüge der Kammer anzusetzenden Gesamtstreitwert von 50.000,00 € ergeben sich zuzüglich Auslagenpauschale daher Kosten in Höhe von insgesamt 1.379,80 €.

#### 4.

Dem Kläger steht auch eine Geldentschädigung wegen der beanstandeten Berichterstattungen aus §§ 823 BGB, 22 f. KUG, Art. 1 Abs. 1, 2 Abs. 1 GG im aus dem Tenor zu 2. ersichtlichen Umfang gegen die Beklagten zu.

Nach den von der Rechtsprechung entwickelten Grundsätzen kommt eine Geldentschädigung zum Ausgleich für erlittene Persönlichkeitsrechtsverletzungen dann in Betracht, wenn es sich um eine schwerwiegende Verletzung handelt und wenn sich die erlittene Beeinträchtigung nicht in anderer Weise befriedigend ausgleichen lässt. Die Gewährung des Anspruchs auf eine Geldentschädigung findet ihre Rechtfertigung in dem Gedanken, dass der Verletzte andernfalls wegen der erlittenen Beeinträchtigung seines Persönlichkeitsrechts ohne Rechtsschutz und damit der vom Grundgesetz vorgesehene Schutz der Persönlichkeit lückenhaft bliebe (BGH NJW 1995, 861, 864; BVerfG NJW 1973, 1221, 1224; Kammergericht AfP 1974, 720, 721). Dem Verletzten soll Genugtuung widerfahren, d.h. er soll besänftigt werden, indem er erfährt, dass die Rechtsverletzung sanktioniert und die erlittene Beeinträchtigung durch eine Geldentschädigung kompensiert wird. Außerdem soll die Geldentschädigung auch präventive Wirkung entfalten (BGH NJW 1995, 861, 865).

Die unzulässige Bildberichterstattung stellt eine schwerwiegende Persönlichkeitsrechtsverletzung dar. Mit der in beiden Beiträgen dargestellten Hetzjagd auf den Kläger vor laufender Kamera geht eine schwere Prangerwirkung einher. Der Kläger wird gegen seinen Willen auf der Flucht vor den

Journalisten dem Zuschauer im Bild vorgeführt. Die Beklagte mag über das Verhalten des Klägers kritisch berichten; sie kann jedoch daraus nicht das Recht herleiten, ihn mit laufender Kamera auf der Straße zu „überfallen“ und sein Abwehrverhalten sodann einem Millionenpublikum im Bild vorzuführen, noch dazu in zwei aufeinanderfolgenden Sendungen. Hier steht die Diffamierung der Person im Vordergrund. Die Beklagten haben sich in unzulässiger Weise rücksichtslos über den erklärten Willen des Klägers, der zu einer Stellungnahme vor laufender Kamera offensichtlich nicht bereit war, hinweggesetzt.

Die Höhe der Geldentschädigung ist abhängig von dem Maß der Genugtuung, das erforderlich ist, die Verletzung des Persönlichkeitsrechts auszugleichen. Außerdem soll die Zubilligung der Prävention dienen (BGH NJW 1995, 861, 865 m. w. Nachw.). In diesem Zusammenhang sind auch die sozialen und wirtschaftlichen Verhältnisse des Betroffenen und des Verletzers zu berücksichtigen (Kammergericht AfP 1968, 56) sowie die Folgen der Ehrverletzung und die Erheblichkeit des Eingriffs in die Sphäre des Betroffenen. Eine Begrenzung der Höhe nach erfährt der immaterielle Schadensausgleich durch die verfassungsrechtliche Gewährleistung der Pressefreiheit, die eine übermäßige Einschränkung nicht zulässt (BVerfG NJW 1973, 1224).

Eine Entschädigung in Höhe von 10.000,- € erscheint angemessen, aber ausreichend, um die erlittene Persönlichkeitsrechtsverletzung des Klägers auszugleichen. Dabei ist zu Lasten der Beklagten zu berücksichtigen, dass eine nur durch den eigenen wirtschaftlichen Vorteil motivierte Berichterstattung in Anbetracht der von den Beklagten verkörperten Wirtschaftsmacht offenbar nur durch eine erhebliche Geldentschädigung beeinflusst werden kann. Die Kammer ist deshalb angesichts der wiederholten Rechtsverletzung über regelmäßig zugesprochene Geldbeträge in ähnlichen Fällen hinausgegangen.

Die Nebenentscheidungen folgen aus §§ 286, 288 BGB, 92 Abs. 2, 709 S. 1, 2 ZPO.

  