

Landgericht Berlin

Az.: 52 O 242/22



Verbraucherzentrale

Bundesverband

28. März 2023

EINGEGANGEN

Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e. V., vertreten durch das Vorstandsmitglied , Rudi-Dutschke-Straße 17, 10969 Berlin

- Kläger -

Prozessbevollmächtigte:

gegen

Tesla Germany GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer , Ludwig-Prandtl-Straße 27-29, 12526 Berlin

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

hat das Landgericht Berlin - Zivilkammer 52 - durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht , die Richterin am Landgericht und die Richterin am Landgericht aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 31.01.2023 sowie der übereinstimmenden Teilerledigungserklärungen der Parteien vom 21.02.2023 für Recht erkannt:

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Die Kosten des Rechtsstreits haben der Kläger zu 2/3 und die Beklagte zu 1/3 zu tragen.
3. Soweit die Kostenentscheidung auf der Abweisung der Klage beruht, ist das Urteil vorläufig vollstreckbar. Der Kläger darf insoweit die Vollstreckung durch Sicherheitsleistung in Höhe des jeweils vollstreckbaren Betrages zuzüglich 10 % abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe des jeweils zu vollstreckenden Betrages zuzüglich 10 % leistet.

Tatbestand

Der Kläger ist der bundesweit tätige Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen der deutschen Bundesländer und weiterer 26 Verbraucher- und sozialorientierter Organisationen in Deutschland, zu dessen satzungsmäßigen Aufgaben die Wahrnehmung der Interessen von Verbrauchern gehört und der in die bei dem Bundesamt für Justiz geführte Liste qualifizierter Einrichtungen im Sinne von § 4 Abs. 1 UKlaG eingetragen ist.

Die Beklagte verkauft unter anderem Elektrofahrzeuge, die auf ihrer Website https://www.tesla.com/de_de angeboten werden. Nach Anklicken des Buttons „Konfiguration“ auf der Website wurden die Verbraucher zu einem nicht näher bekannten Zeitpunkt Ende des Jahres 2021 auf eine Unterseite der Website weitergeleitet, die eine individuelle Konfiguration des jeweils gewählten Fahrzeugmodells ermöglicht. Zu den Fahrzeugdaten hieß es bei dem Model 3:

„Offizieller Energieverbrauch: 14kWh/100km. CO²-Emissionen im kombinierten Testzyklus: 0 g/km.
CO₂-Effizienzklasse: A+

Mehr Informationen“

Wegen der Einzelheiten wird auf den im Antrag zu 1. wiedergegebenen ersten Teil der Anlage K 1 sowie die Seite 7 der Klageschrift verwiesen, wo die Aussage rot umrandet zu sehen ist, verwiesen. Durch Anklicken des enthaltenen Links „Mehr Informationen“ wurde ein Pop-Up Fenster geöffnet, das die CO²-Emissionen ebenfalls mit 0 g/km ausweist.

Auf der über https://www.tesla.com/de_de/about erreichbaren Internetseite hieß es unter der Überschrift „Über Tesla“:

„Tesla steht für eine Mission. Die Beschleunigung des Übergangs zu nachhaltiger Energie.“

„Das Tesla-Credo: Je schneller wir unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen überwinden und eine emissionsfreie Zukunft verwirklichen, desto besser.“

Wegen der Einzelheiten wird auf den im Antrag zu 1. zweiten Teil der Anlage K 1 und die Anlage B 2, die dieselbe Seite zu einem nicht näher bekannten Zeitpunkt im Jahr 2022 zeigt, verwiesen. Über einen nicht näher bezeichneten Link auf der Seite werden Verbraucher zu dem Umweltverträglichkeitsbericht 2020 von Tesla auf der englischsprachigen Website <https://www.tesla.com/impact-report/2020> weitergeleitet, auf der folgende Aussage enthalten ist:

„In 2020, Tesla customers helped accelerate the world's transition to sustainable energy by avoiding 5.0 million metric tons of CO2 emissions.“

Über den Button „View Impact Report“ kann der vollständige Umweltverträglichkeitsbericht 2020 abgerufen werden, auf dessen Seite 30 Angaben zum Verkauf von sog. „Emissions Credits“ nach Art. 6 der Verordnung (EU) 2019/631 (sog. EU-ETS) gemacht werden, der Tesla im Jahr 2020 Einnahmen in Höhe von 1,6 Milliarden Dollar einbrachte.

Mit Schreiben vom 02.12.2021 (Anlage K 2) mahnte der Kläger die Beklagte unter anderem wegen der aus der Anlage K 1 ersichtlichen Aussagen und der Werbung mit einem so genannten Wächter-Modus ab. Die Beklagte gab mit Schreiben vom 10.01.2022 (Anlage K 3) die vom Kläger geforderte Unterlassungserklärung teilweise ab und zahlte den vom Kläger geforderten Aufwendungsersatz.

Der Kläger ist der Auffassung, die mit dem Klageantrag zu 1. beanstandeten Aussagen seien unter dem Gesichtspunkt des Greenwashing unlauter, weil mit ihnen der unzutreffende Eindruck erweckt werde, durch den Kauf eines Fahrzeugs der Beklagten verringere sich der CO²-Ausstoß insgesamt und der Erwerber leiste damit unmittelbar einen Beitrag zur Minderung des gesamten CO²-Ausstoßes, obwohl die von ihr eingesparten CO²-Emissionen im Rahmen von Emissionsgemeinschaften nach Art. 6 der Verordnung (EU) 2019/631 an Hersteller von Fahrzeugen veräußert werden, deren Fahrzeuge einen höheren als den durch die Verordnung erlaubten CO²-Ausstoß aufweisen und ihnen so die Überschreitung der Zielvorgaben ermöglicht. Ferner finde der CO²-Ausstoß im Vorfeld bei der Stromerzeugung statt, die Beklagte differenziere nicht, ob der Strom aus erneuerbaren oder fossilen Quellen stamme.

Unter Rücknahme des zunächst angekündigten Antrages zu 3. hat der Kläger im Termin zur mündlichen Verhandlung am 31.01.2023 die hinsichtlich des den so genannten Wächter-Modus betreffende konkrete Verletzungshandlung zum Gegenstand des später in der Hauptsache übereinstimmend für erledigt erklärten Antrages zu 2. gemacht. Mit dem Antrag zu 1. beantragt er,

die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, zu unterlassen, geschäftlich handelnd auf der Webseite https://www.tesla.com/de_DE/ gegenüber Verbrauchern mit den Aussagen

„CO²-Emissionen mit 0 g/km“

und/oder

„Tesla steht für eine Mission: Die Beschleunigung des Übergangs zu nachhaltiger Energie.“

und/oder

„Das Tesla-Credo: Je schneller wir unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen überwinden und eine emissionsfreie Zukunft verwirklichen, desto besser.“

zu werben oder werben zu lassen, wenn dies wie folgt geschieht:

Anlage K 1

Seitenside: [Kommunikation](#)

TESLA



i Alle Varianten des Model 3 konfigurieren sich für den Preisabzug von 9.000 € (Mehrere Informationsseiten)

Model 3

Voraussichtliche Auslieferung: Februar

2-Motoren, 230 km Reichweite, 11 kWh/100km
CO₂-Emissionen im Konkreten sind Null (Null)
2 Jahre CO₂-Steuerbefreiung A
Mehrwertsteuerfrei

491km 225km/h **6,1sek**
Reichweite (WLTP) Höchstgeschwindigkeit

Interessieren Sie sich für dieses Modell?

Model 3 12.990 €

Alfredenfrank mit Drehmoment


Model 3 Maximalleistung 49.930 €

Model 3 Performance 54.250 €

PRODUKTDETAILS



A 400 € mit Dynamikpaket


<https://www.tesla.com/de/DE/About>

[Über uns](#)
[Karriere](#)
[Kontakt](#)
[Rechtliches](#)
[Investoren](#)
[Lieferanten](#)

[Model 5](#)
[Model 3](#)
[Model X](#)
[Model Y](#)
[Powerwall](#)
[Aufladen](#)
[Support](#)
[Shop](#)
[Konto](#)
[Menü](#)

Über Tesla

Tesla steht für eine Mission: Die Beschleunigung des Übergangs zu nachhaltiger Energie.

Tesla wurde 2003 von einer Gruppe von Ingenieuren gegründet, die beweisen wollten, dass Elektrofahrzeuge keinen Kompromiss bedeuten, sondern mehr Leistung, Beschleunigung und Fahrspaß als Benzin bieten können. Heute baut Tesla neben reinen Elektrofahrzeugen auch unbegrenzt skalierbare Stromerzeugungs- und Stromspeicherprodukte. Das Tesla-Credo: Je schneller wir unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen überwinden und eine emissionsfreie Zukunft verwirklichen, desto besser.

2008 enthielt Tesla mit dem Roadster wegweisende Akku- und Elektroantriebstechnologien. Damit war die Grundlage für die weltweit erste Premium-Limousine mit reinem Elektroantrieb gelegt – das Model S, das in jeder

Presse
 Nordamerika
Press@tesla.com

Europa
EUPress@tesla.com

Australien und Asien
APACPress@tesla.com

China
China-Press@tesla.com

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Die Beklagte ist der Auffassung, die Angabe „CO²-Emissionen: 0g/km“ stelle keine Werbung, sondern eine Pflichtangabe gemäß § 1 Abs. 1 PKW-Energieverbrauchskennzeichenverordnung (PKW-EnVKV) dar.

Nachdem das Gericht im Termin am 31.01.2022 mit den Parteien erörtert, dass nach Inaugenscheinnahme des aktuellen Internetauftritts der Beklagten nicht ersichtlich sein, dass die angesprochenen Verkehrskreise zu der aus dem zweiten Teil der Anlage K 1 und der Anlage B 2 ersichtlichen Internetseite anders als über den aus der Anlage B 2 ersichtlichen Link „Tesla © 202[2]“ gelangen konnten. Der Kläger hat insoweit die Gewährung einer Erklärungsfrist begehrt.

Mit Schriftsätzen jeweils vom 21.02.2023 haben die Parteien den Rechtsstreit hinsichtlich des Antrages zu 2. in der Hauptsache übereinstimmend für erledigt erklärt. Die Beklagte hat erklärt, insoweit die Kosten des Rechtsstreits zu übernehmen.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstands wird auf die zwischen den Parteien gewechselten Schriftsätze samt Anlagen sowie auf das Sitzungsprotokoll vom 31.01.2023 verwiesen.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist unbegründet.

I. Die Klage ist zulässig, insbesondere ist das Landgericht Berlin gemäß § 14 Abs. 1 UWG sachlich und gemäß § 14 Abs. 2 S. 1 UWG örtlich zuständig.

II. Die Klage ist - soweit sie noch nach den teilweisen Hauptsachenerledigungserklärungen der Parteien noch rechtshängig ist - unbegründet.

Dem nach § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG zur Prozessführung befugte und zur Geltendmachung des Anspruchs berechnete Kläger steht der geltend gemachte Anspruch auf Unterlassung der Werbung mit den streitgegenständlichen Aussagen nicht zu. Der Unterlassungsanspruch ergibt sich nicht aus §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1 UWG i.V.m. § 5a Abs. 1 UWG in seiner seit dem 28.05.2022 geltenden

Fassung, der identisch ist mit § 5a Abs. 2 S. 1 UWG a.F, der im Zeitpunkt der Verletzungshandlungen galt.

Nach § 8 Abs. 1 S. 1 UWG kann, wer eine nach § 3 UWG unzulässige geschäftliche Handlung vornimmt, bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Unlauter gemäß § 5a Abs. 1 UWG und damit unzulässig im Sinne des § 3 Abs. 1 UWG handelt, wer einen Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer irreführt, indem er ihm eine wesentliche Information vorenthält, die der Verbraucher oder der sonstige Marktteilnehmer nach den jeweiligen Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen, und deren Vorenthalten dazu geeignet ist, den Verbraucher oder den sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Wesentlich ist eine Information nicht schon dann, wenn sie für die geschäftliche Entscheidung des Verbrauchers von Bedeutung sein kann, sondern nur dann, wenn ihre Angabe unter Berücksichtigung der beiderseitigen Interessen vom Unternehmer erwartet werden kann und ihr für die vom Verbraucher zu treffende geschäftliche Entscheidung erhebliches Gewicht zukommt. Letztendlich bestimmt sich die Wesentlichkeit einer Information also aus einer Interessenabwägung unter Berücksichtigung der Umstände des Falls heraus (BGH GRUR 2016, 1076 Ls. 2 u. Rn. 31 – LGA tested; OLG Schleswig GRUR 2022, 1451 Rn. 38 m.w.N. – Klimaneutrale Müllbeutel II). Ist eine Information nach diesem Maßstab wesentlich, muss sie gegeben werden, auch wenn sie keinen der in § 5b Abs. 1 UWG (bis 27.05.2022: § 5a Abs. 3 UWG) aufgeführten Umstände betrifft. Die darin geregelte Informationsanforderung ist nicht abschließend. Im Einzelfall kann es geboten sein, weitere Umstände mitzuteilen, die für eine Beurteilung der Ware oder Dienstleistung von Bedeutung erscheinen (Begr. RegE BT-Drs. 16/10145, 26; BGH GRUR 2016, 1076 Rn. 48 – LGA tested).

Umweltbezogene Werbeaussagen, die im Interesse der Information der Verbraucher und der Förderung des Umweltschutzes grundsätzlich zulässig sind, unterliegen strengen Anforderungen und weitgehenden Aufklärungspflichten wegen der starken emotionalen Werbekraft und wegen des im Hinblick auf die Komplexität von Fragen des Umweltschutzes meist nur geringen sachlichen Wissensstandes des Publikums über die naturwissenschaftlichen Zusammenhänge und Wechselwirkungen in diesem Bereich (LG Oldenburg Urteil v. 16.12.2021 – 15 O 1469/21, GRUR-RS 2021, 46159 Rn. 11, LG Konstanz Urteil v. 19.11.2021 – 7 O 6/21, GRUR-RS 2021, 47877 Rn. 38 m.w.N.). Zugleich sind die verwendeten Begriffe – wie etwa „umweltfreundlich“, „umweltverträglich“, „umweltschonend“ oder „bio“ – vielfach unklar. Deshalb besteht ein gesteigertes Aufklärungsbedürfnis des angesprochenen Verbraucherkreises über Bedeutung und Inhalt

der verwendeten Begriffe. An die zur Vermeidung einer Irreführung erforderlichen aufklärenden Hinweise sind grundsätzlich strenge Anforderungen zu stellen, die sich im Einzelfall nach der Art des Produkts und dem Grad und Ausmaß seiner angeblichen Umweltfreundlichkeit bestimmen. Fehlen die gebotenen aufklärenden Hinweise in der Werbung oder sind sie nicht deutlich sichtbar herausgestellt, besteht im besonders hohen Maß die Gefahr einer kaufentscheidenden Täuschung der Verbraucher. Bei einer blickfangmäßigen Werbung mit der Umweltfreundlichkeit eines Erzeugnisses muss wegen der unterschiedlichen damit verbundenen Vorstellungen und Erwartungen darüber aufgeklärt werden, woraus sich die Umweltfreundlichkeit ergeben soll. Jede einzelne zur Umweltfreundlichkeit getroffene Aussage muss erkennen lassen, welcher Umweltvorteil herausgestellt werden soll, um die Gefahr einer Irreführung durch die Verwendung des unscharfen Begriffs der Umweltfreundlichkeit auszuschließen. Mehr allerdings, auch dies ist zu beachten, verlangt § 5a UWG nicht. § 5a enthält - wie auch § 5 UWG ein Irreführungsverbot, begründen aber kein Informationsgebot (vgl. OLG Schleswig, Urteil v. 30.6.2022 – 6 U 46/21 = GRUR 2022, 1451 Rn. 23 m.w.N.).

1. Unter Berücksichtigung der vorgenannten Grundsätze liegt keine Irreführung durch Unterlassen durch die Aussage „CO²-Emissionen mit 0 g/km“ im Sinne des § 5a Abs. 1 UWG vor.

Es kann dahinstehen, ob es sich bei der streitgegenständlichen Aussage „CO²-Emissionen mit 0 g/km“ überhaupt um Werbung handelt, da die Beklagte mit der Angabe ihre gesetzliche Informationspflicht nach § 1 Abs. 1 der Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO²-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen (PKW-EnVKV) erfüllt. Denn selbst wenn man die Angabe als Werbung bewerten würde, stellt die Angabe zu dem Emissionszertifikatehandel, der ausweislich des Umweltverträglichkeitsberichts 2020 nicht von der Beklagten durchgeführt wird, auch unter Berücksichtigung der strengen Anforderungen an umweltbezogene Werbung keine wesentliche Information dar, weil der an einem Tesla-Fahrzeug interessierte Verbraucher diese nicht benötigt, um eine informierte Entscheidung über den Kauf eines von der Beklagten angebotenen Fahrzeuges zu treffen (vgl. § 5a Abs. 1 Nr. 1 UWG).

Welche Informationen im Rahmen eines Kaufs eines Kraftfahrzeuges wesentlich sind, hat der Gesetzgeber in § 1 Abs. 1 PKW-EnVKV geregelt. Diese Informationen werden unstreitig vollständig und wahrheitsgemäß erteilt. Für den durchschnittlichen Verbraucher, der sich für den Kauf eines Tesla-Fahrzeugs interessiert, ist es in diesem Zusammenhang nicht wesentlich zu wissen, dass die Beklagte (oder vielmehr die Tesla Inc. oder die niederländische Tochtergesellschaft) durch Zertifikatehandel zusätzliche Einnahmen generiert. Er möchte sich nicht an dem Unternehmen der Beklagten (oder Tesla Inc. oder deren niederländischen Tochtergesellschaft) beteiligen,

sondern ein Fahrzeug erwerben, das möglichst wenig CO² ausstößt.

Im Übrigen ist in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen, dass - anders als bei unbestimmten Begriffen mit Umweltbezug wie „umweltfreundlich“, „umweltverträglich“, „umweltschonend“, deren Inhalt der Verbraucher ohne weitere Informationen nicht einschätzen kann - zum Verständnis der Werbeaussage „CO²-Emissionen mit 0 g/km“ keine weitergehenden Informationen erforderlich sind. Vielmehr versteht der angesprochene Verbraucher die Aussage dahingehend, dass bei dem Betrieb eines Elektro-Fahrzeugs der Beklagten keine CO²-Emissionen ausgestoßen werden, was unstreitig wahr ist. Die Aussage, dass die Beklagte insgesamt kein CO² ausstoße oder dass bei der Herstellung der Elektrofahrzeuge kein CO² ausgestoßen werde, ist mit der streitgegenständlichen Werbeaussage – auch aus der Perspektive eines Verbrauchers, der erhöhte Anforderungen an die umweltschonende Wirkungsweise eines Produkts stellt – nicht verknüpft.

2. Nach dem gebotenen strengen Maßstab ist weder die Werbeaussage „Tesla steht für eine Mission. Die Beschleunigung des Übergangs zu nachhaltiger Energie.“, noch die Werbeaussage „Das Tesla-Credo: Je schneller wir unsere Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen überwinden und eine emissionsfreie Zukunft verwirklichen, desto besser.“ zu beanstanden. Auch insoweit werden dem Verbraucher keine wesentlichen Informationen im Sinne des § 5a Abs. 1 Nr. 1 UWG vorenthalten, die er benötigt, um eine geschäftliche Entscheidung zu treffen.

a) Es ist - wie unter 1. ausgeführt - nicht ersichtlich, dass der Verbraucher die Information zum Zertifikatehandel „nach den Umständen“ für die Entscheidung benötigt, ob er das Fahrzeug kauft oder nicht. Hierfür ist es wichtig, zu wissen, wie umweltfreundlich das Fahrzeug ist, nicht wie umweltfreundlich die Beklagte ist. Dem Käufer geht es um den eigenen ökologischen Fußabdruck, nicht um den der Beklagten.

Soweit der Kläger unter Hinweis auf die Rechtsprechung des Landgerichts Oldenburg (Urteil v. 16.12.2021 – 15 O 1469/21, GRUR-RS 2021, 46159) der Auffassung ist, der Handel mit CO²-Zertifikaten sei stets offenzulegen, stützt die zitierte Rechtsprechung diese Auffassung nicht. Vielmehr wird eine Aufklärungspflicht lediglich dann angenommen, wenn ein Unternehmen seine Klimabilanz „schön rechnet“, indem mit einer klimaneutralen Produktion geworben wird, ohne kenntlich zu machen, dass die Produktion an sich nicht klimaneutral ist, sondern die Belastung durch Ausgleichsmaßnahmen kompensiert wird. Diese Sachlage ist mit der vorliegenden nicht zu vergleichen: Die Beklagte erwirbt keine zusätzlichen Zertifikate, um ihren CO²-Ausstoß zu kompensieren, sondern verkauft die Zertifikate, die sie mangels CO²-Ausstoß nicht benötigt. Sie rechnet

das Fahren mit den von ihr angebotenen Elektrofahrzeugen also nicht schön, sondern diese stoßen bei der Fahrt kein CO² aus.

b) Unabhängig davon ist nach dem Vorbringen des Klägers nicht ersichtlich, dass der Verbraucher, der sich für den Erwerb eines Fahrzeugs der Beklagten interessiert, die Werbeaussagen im Rahmen des Bestellprozesses überhaupt wahrnimmt, weil sich diese - anders als bei der Angabe zum CO²-Ausstoß - nicht auf der Startseite befinden oder im Rahmen des Bestellprozesses getätigt werden, sondern lediglich auf der Unterseite https://www.tesla.com/de_de/about, die - worauf das Gericht im Termin am 31.01.2023 hingewiesen hat - lediglich über einen am unteren Rand der Startseite zu findenden Link zu erreichen ist. Soweit der Kläger mit dem nicht nachgelassenem Schriftsatz vom 21.03.2023 geltend macht, die Unterseite „About Us“ mit den streitgegenständlichen Werbeaussagen sei auch über den Link „Support“ erreichbar, der auf eine Unterseite führe, die wiederum einen Link „Über Uns“ enthalte, ändert dies nichts an der Bewertung, da gleichwohl nicht ersichtlich ist, dass der kaufinteressierte Verbraucher die nur über zwei Verlinkungen erreichbare Unterseite während des Bestellprozesses wahrnimmt. Mangels Entscheidungserheblichkeit war dem Kläger hierzu weder eine Erklärungsfrist nach § 139 Abs. 5 ZPO einzuräumen, noch war die mündliche Verhandlung nach § 156 Abs. 1 ZPO auf den nicht nachgelassenen Schriftsatz wieder zu eröffnen.

III. Die zu Lasten des Klägers lautende Kostenentscheidung beruht auf §§ 91 Abs. 1 S. 1, 269 Abs. 3 S. 2 ZPO, die zu Lasten der Beklagten lautende auf § 91a Abs. 1 S. 1 ZPO. Soweit die Kostenentscheidung auf § 91a Abs. 1 S. 1 ZPO beruht, folgt sie der Kostenübernahmeerklärung der Beklagten.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 11, 711, 709 S. 2 ZPO. Soweit die Kostenentscheidung auf § 269 Abs. 3 S. 2 ZPO und § 91a Abs. 1 S. 1 ZPO beruht, bedarf einer Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit nicht. Die Entscheidung ist insoweit mit dem Rechtsmittel der (sofortigen) Beschwerde anfechtbar, so dass aus ihr gemäß § 794 Abs. 1 Nr. 3 ZPO die Zwangsvollstreckung ohne Weiteres stattfindet.

Richterin
am Landgericht
(Vorsitzender Richter am
Landgericht ist we-
gen Krankheit an der Unter-
schrift gehindert)

Richterin
am Landgericht

Richterin
am Landgericht

Verkündet am 21.03.2023

JSekr'in
als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle