

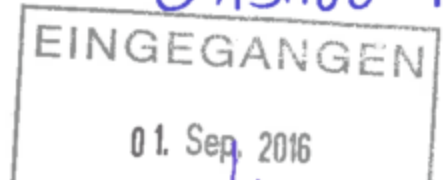
Abschrift

U 15166-1 (4)

Aktenzeichen:

**9 U 516/16**

15 O 253/15 LG Koblenz



## Oberlandesgericht Koblenz

IM NAMEN DES VOLKES

**Verbraucherzentrale**

*Bundesverband*

### Urteil

**06. Sep. 2016**

**EINGEGANGEN**

In dem Rechtsstreit

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände - Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., vertreten durch den Vorstand Herrn Klaus Müller, Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin

**- Kläger und Berufungskläger -**

Prozessbevollmächtigte:

gegen

Griesson-de Beukelaer GmbH & Co. KG, vertreten durch die Griesson-de Beukelaer Verwaltungs-GmbH, diese vertreten durch den Geschäftsführer Andreas Land, August-Horch-Straße 23, 56751 Polch

**- Beklagte und Berufungsbeklagte -**

Prozessbevollmächtigte:

wegen Wettbewerbsstreitigkeit

hat der 9. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Koblenz durch den Vorsitzenden Richter am Oberlandesgericht , die Richterin am Oberlandesgericht und den Richter am Oberlandesgericht auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 03.08.2016 für Recht erkannt:

Auf die Berufung des Klägers wird das Urteil der 15. Zivilkammer des Landgerichts Koblenz vom 13. April 2016 abgeändert und wie folgt neu gefasst:

1.

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, diese zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen für das Produkt „Leicht & Cross mein Knusperbrot“ mit der Aussage „Eine Packung enthält 5 Portionen. 1 Portion (4 Scheiben)“ zu werben bzw. werben zu lassen, wenn nicht 20 Scheiben in der Packung enthalten sind.

2.

Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 214,00 € nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 26. August 2015 zu zahlen.

3.

Die Kosten des Rechtsstreits beider Instanzen trägt die Beklagte.

4.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

5.

Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird auf 15.000,00 € festgesetzt.

## Gründe

Die gem. §§ 511 ff. ZPO zulässige Berufung des Klägers ist begründet.

### I.

Die Beklagte vertreibt u.a. das Produkt „Leicht & Cross mein Knusperbrot“. Auf der linken Seite der Verpackung des Produkts ist unter dem Verzeichnis der Zutaten und einer Tabelle der durchschnittlichen Nährwertangaben folgender Hinweis abgedruckt :

„Eine Packung enthält 5 Portionen.

1 Portion (4 Scheiben): ca. 26 g.

e 125 g.“

Die Beklagte hat die Portionsauslobung zwischenzeitlich wie folgt verändert :

„Eine Packung enthält ca. 4 Portionen.

1 Portion (4 Scheiben): ca. 30 g

e 125 g“.

Auf der Oberseite der Verpackung befindet sich der Hinweis „BITTE NICHT TOASTEN“. Daneben ist in kleiner Schrift aufgeführt:

„Nach dem Öffnen LEICHT & CROSS Knusperbrot trocken aufbewahren und innerhalb weniger Tage verzehren. Produktionsbedingt kann die Scheibendicke und somit die Anzahl der enthaltenen Scheiben schwanken!“

Am 26. Mai 2015 wurde in Berlin ein solches Produkt erworben, in dem sich lediglich 18 Scheiben befanden.

Das Landgericht hat den nach Ansicht des Klägers wegen einer Irreführung des Verbrauchers begründeten Unterlassungsanspruch abgewiesen und dazu ausgeführt, für den verständigen durchschnittlichen Verbraucher sei die Menge, insbesondere das Gewicht des erworbenen Lebensmittels entscheidend. Die Angabe 5 Portionen zu je 4 Scheiben mit je ca. 26 g beinhalte die Angabe von Durchschnittswerten, nicht aber eine Werbung mit einer konkreten Stückzahl. Ungeachtet dessen werde auf der Oberseite der Verpackung darauf hingewiesen, dass produktionsbedingt die Schreibendicke und damit die Anzahl der enthaltenen Scheiben schwanken könne.

Mit der Berufung verfolgt der Kläger den erstinstanzlich geltend gemachten Unterlassungsanspruch wegen Irreführung des Verbrauchers nebst Erstattung der Abmahnkosten weiter.

Der Kläger ist der Ansicht, die Angaben „5 Portionen. 1 Portion (4 Scheiben)“ sei eindeutig. Sind weniger Scheiben in einer Packung, so sei dies irreführend. Die Angabe „ca. 26 g“ beziehe sich nicht auf die Anzahl der in 1 Portion enthaltenen Scheiben.

Die Beklagte ist der Ansicht, für die Verkaufsentscheidung des Verbrauchers sei das Gewicht des Produkts entscheidend. Im Übrigen fehle es an einer spürbaren Verletzungshandlung.

## II.

Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gem. §§ 8 Abs. 1; 3; 5 Abs. 1 Nr. 1 UWG zu, denn der beanstandete Hinweis auf der Verpackung des von der Beklagten vertriebenen Produkts „Leicht & Cross“ ist irreführend.

Nach § 8 UWG kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden, wer eine nach § 3 UWG unzulässige, d.h. unlautere geschäftliche Handlung, vornimmt. Unlauter ist nach § 5 UWG eine irreführende Handlung. Eine geschäftliche Handlung ist irreführend, wenn sie unwahre Angaben oder sonst zur Täuschung geeignete Angaben zum Umfang des Angebots enthält. Eine Irreführung über den Angebotsumfang liegt auch dann vor, wenn die für den Verbraucher ersichtliche Angebotsmenge unzutreffend ist.

Vorliegend entspricht die auf der Verpackung abgedruckte Füllmenge „Eine Packung enthält 5 Portionen. 1 Portion (4 Scheiben) das sind 20 Scheiben“ nicht den Tatsachen. Am 26. Mai 2015 hat ein Verbraucher eine Packung erworben, die lediglich 18 Scheiben enthielt. Der Hinweis der Beklagten ist insoweit irreführend, als die Angaben den - tatsächlich unzutreffenden - Eindruck erwecken, die Packung enthalte 20 Scheiben.

Das unterhalb der beanstandeten Angaben aufgedruckte Füllgewicht von ca. 125 g mag zutreffend sein. Es mag auch den einschlägigen lebensmittelrechtlichen Vorschriften entsprechen, einen Mittelwert anzugeben, um produktionstechnischen Schwankungen Rechnung tragen zu können. Die Irreführung liegt hier aber in der Angabe der Anzahl der in einer Packung enthaltenen Scheiben. Der Hinweis auf den Mittel- bzw. Durchschnittswert „ca. 26 g bzw. 30 g“ betrifft das Gewicht, nicht die Anzahl der Scheiben. Diesen Hinweis versteht der verständige Verbraucher - entgegen der Ansicht der Beklagten - nicht dahin, dass infolge produktionsbedingter Volumenschwankungen die Scheibendicke und damit die Anzahl der in einer Portion enthaltenen Scheiben schwanken kann, weshalb in einer Packung weniger als 20 Scheiben enthalten sein können. Die Scheibendicke mag produktionsbedingt unterschiedlich sein. Dies bedeutet aber nicht notwendigerweise, dass die Anzahl der in einer Portion enthaltenen Scheiben für den Verbraucher erkennbar variiert. Es mag sich bei der Anzahl der Scheiben um freiwillige Angaben der Beklagten handeln. Wenn aber ein entsprechender Hinweis auf der Verpackung abgedruckt wird, misst ihm der Verbraucher auch ein entsprechendes Gewicht bei, weshalb die Information nicht unwahr sein darf.

Die Mitglieder des Senats gehören dem von der streitgegenständlichen Werbung angesprochenen Verkehrskreis an und können den der Werbung der Beklagten nach der Verkehrsauffassung beizumessenden Aussageinhalt selbst beurteilen.

Die Irreführung durch den streitgegenständlich Hinweis wird nicht durch den auf der Oberseite der Verpackung neben den Worten „BITTE NICHT TOASTEN“ in kleiner Schrift u.a. aufgedruckten Hinweis „Produktionsbedingt kann die Scheibendicke und somit die Anzahl der enthaltenen Scheiben schwanken!“ beseitigt.

Eine irrtumsausschließende Aufklärung kann nur durch einen klaren und unmissverständlichen Hinweis erfolgen, wenn dieser am Blickfang teilnimmt und dadurch die Zuordnung zu



der beanstandeten Angabe gewahrt bleibt (BGH GRUR 2003, 249).

Diese Voraussetzungen liegen nicht vor.

Der Hinweis auf die schwankende Anzahl der Scheiben auf der Oberseite der Packung nimmt nicht ausreichend am Blickfang der beanstandeten auf der linken Seite der Packung abgedruckten Werbung teil. Der aufklärende Hinweis kann vom Verbraucher erst zur Kenntnis genommen werden, wenn er die Packung dreht. Der Hinweis befindet sich an einer Stelle, an der vor dem Toasten gewarnt wird. Dort wird der Hinweis auf die schwankende Anzahl der Scheiben vom Verbraucher nicht erwartet. Die notwendige Teilnahme der irrtumsausschließenden Aufklärung am Blickfang der beanstandeten Werbung wird auch nicht durch einen Sternchenhinweis oder einen sonst nicht zu übersehenden Hinweis relativiert.

Die beanstandete geschäftliche Handlung der Beklagten ist in dem Umfang, in dem sie von der Wahrheit abweicht auch geeignet, das wirtschaftliche Verhalten eines durchschnittlich informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers zu beeinflussen. Die Anzahl der in einer Portion enthaltenen Scheiben ist kein für sein wirtschaftliches Verhalten nebensächlicher Gesichtspunkt. Eine geschäftliche Handlung, die über wichtige Wettbewerbsparameter wie Qualität, Eigenschaft, Herkunft des Produkts irreführt, ist regelmäßig relevant. Angaben zum Umfang des Angebotes sind für den Verbraucher insoweit von besonderer Relevanz, als er diese regelmäßig in Beziehung zu dem geforderten Preis setzen wird, um auf diese Weise die Preiswürdigkeit des Produkts zu beurteilen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass aus dem Hervorrufen einer Fehlvorstellung über Umstände, die die maßgebliche Durchschnittsperson ihrer Entscheidung zugrunde legt, regelmäßig auf die wettbewerbsrechtliche Relevanz der Irreführung zu schließen ist (BGH GRUR 2007, 247).

Bei Vorliegen einer geschäftlichen relevanten Irreführung i.S.d. § 5 UWG ist die Spürbarkeitsschwelle des § 3 UWG regelmäßig überschritten (Köhler UWG § 5 Anm. 2.20). Eine spürbare Beeinträchtigung von Verbraucherinteressen folgt daraus, dass ein Durchschnittsverbraucher durch die hier beanstandeten Angaben der Beklagten zu einer geschäftlichen Handlung veranlasst werden kann, die er sonst nicht getroffen hätte.

Der Unterlassungsanspruch des Klägers ist danach begründet.

Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten folgt aus § 12 Abs. 1 UWG. Die vom Kläger geltend gemachte Abmahnkostenpauschale in Höhe von 200,00 € zuzüglich Mehrwertsteuer ist nicht zu beanstanden.

Vorsitzender Richter  
am Oberlandesgericht

Richterin  
am Oberlandesgericht

Richter  
am Oberlandesgericht

Verkündet am 31.08.2016