

U 1304-65(L)+66(L)

2 O 84/14

Abschrift (Telekopie gemäß § 169 Abs. 3 ZPO)

Verkündet am 06.03.2015



Justizbeschäftigte  
als Urkundsbeamtin der  
Geschäftsstelle

EINGEGANGEN  
11. März 2015

verbraucherzentral  
Bundesverband  
13. März 2015  
EINGEGANGEN

Landgericht Duisburg  
IM NAMEN DES VOLKES  
Urteil

In dem Rechtsstreit

des Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände -  
Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., ges.vertr.d.d.Vorstand Herrn Andreas  
Eichhorst, Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin,

Klägers,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

gegen

die ALDI Einkauf GmbH & Co. oHG, vertreten durch die ALDI Einkauf GmbH, diese  
vertreten durch den Geschäftsführer Markus Balter, Burgstraße 37, 45476 Mülheim  
an der Ruhr,

Beklagte,

Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte

hat die 2. Zivilkammer des Landgerichts Duisburg  
aufgrund mündlicher Verhandlung vom 13.02.2015  
durch die Richterin L als Einzelrichterin

für Recht erkannt:

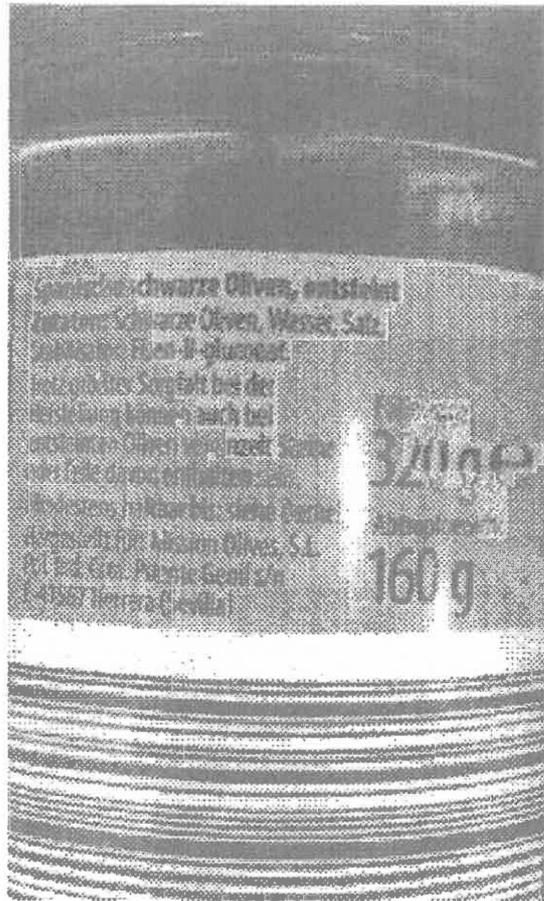
- 2 -

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

a) im Rahmen geschäftlicher Handlungen für das Produkt „HOJIBLANCA Spanische schwarze Oliven“ wie nachfolgend abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen

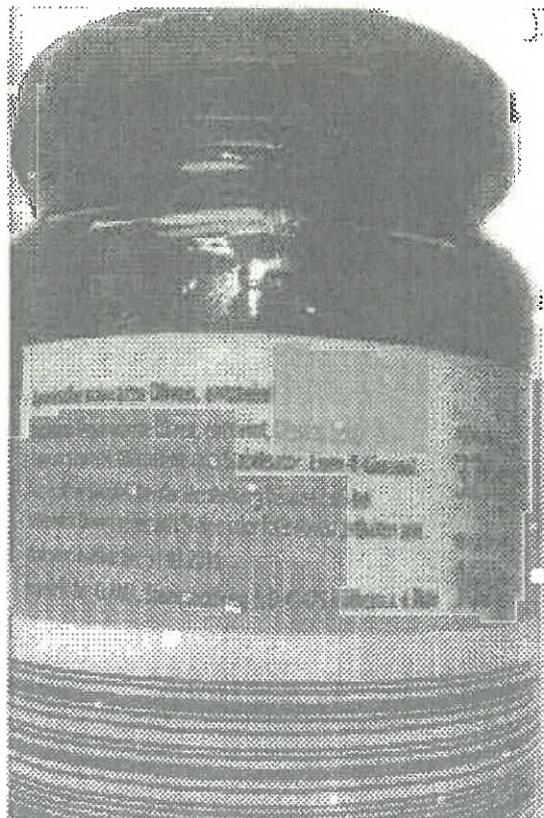
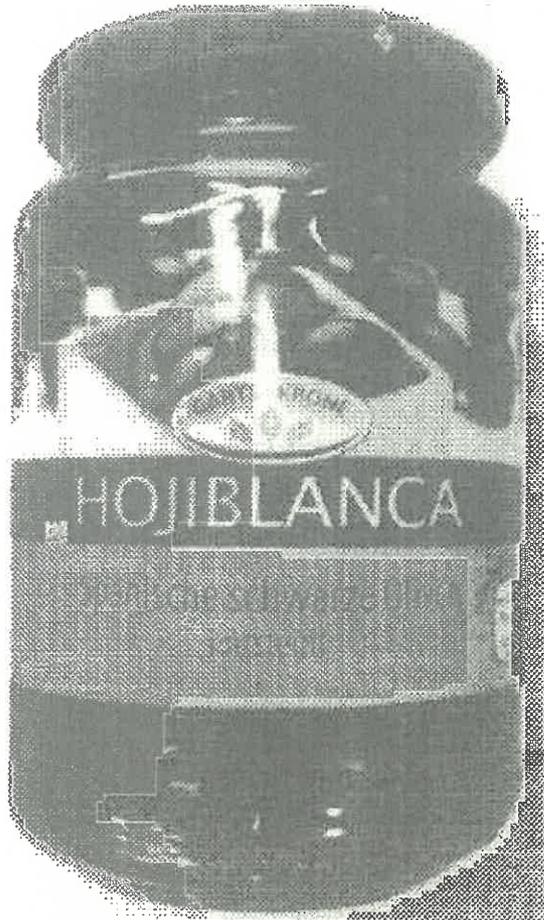


- 3 -



b) im Rahmen geschäftlicher Handlungen für das Produkt „HOJIBLANCA Spanische schwarze Oliven“ wie nachfolgend abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen

- 4 -



- 5 -

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 214,00 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 13.04.2014 zu zahlen.

#### **Tatbestand:**

Der Kläger ist der Dachverband aller 16 Verbraucherzentralen und weiterer 26 verbraucher- und sozialorientierten Organisationen in Deutschland. Gem. § 2 seiner Satzung bezweckt der Kläger, Verbraucherinteressen wahrzunehmen und den Verbraucherschutz zu fördern, indem er unter anderem Verstöße gegen das UWG und das UKlaG in Verbindung mit anderen Verbraucherschutzgesetzen durch geeignete Maßnahmen unterbindet. Die Beklagte vertreibt unter anderem in ihren Filialen in Frankfurt am Main, Große Friedberger Straße 23-27, und in Darmstadt, Ludwigsplaz 6, das Produkt „Hojiblanca Spanische schwarze Oliven entsteint“.

Auf der Schauseite und der Rückseite des Produktes heißt es dabei jeweils „Spanische schwarze Oliven entsteint“. Diese Produktbezeichnung ist drucktechnisch größer gestaltet und durch Fettdruck besonders hervorgehoben. Für die Rückseite des Produktes bestehen zwei unterschiedliche Gestaltungen. In der einen Variante ist in der Zutatenliste angegeben: „Zutaten: Schwarze Oliven, Wasser, Salz, Stabilisator: Eisen-II-Gluconat [...]“. Daneben existiert eine weitere Variante, in der die Zutatenliste wie folgt angegeben ist: „Zutaten: Geschwärzte Oliven entsteint, Wasser, Salz, ..., Stabilisator: Eisen-II-Gluconat [...]“. Im Handel werden sowohl Oliven angeboten, die von Natur aus schwarz sind als auch grüne Oliven, die lediglich mit Hilfe von Eisen-II-Gluconat schwarz eingefärbt wurden.

Mit zwei Abmahnschreiben wurde die Beklagte aufgefordert, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung anzugeben. Dies lehnte die Beklagte ab.

Der Kläger ist der Ansicht, dass die Etikettierung des Produkts, bei dem im Zutatenverzeichnis lediglich die Angabe „schwarze Oliven“ zu finden ist, gegen § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB i.V.m. § 4 Nr. 11 UWG verstößt. Es werde gegen das Irreführungsverbot verstoßen, weil der Verbraucher aufgrund der Auslobung auf der

- 6 -

Schauseite des Etiketts erwarte, dass er schwarze Oliven bekomme und nicht lediglich schwarz eingefärbte grüne Oliven. An dieser Erwartung ändere auch die Angabe der Zutat „Eisen-II-Gluconat“ im Zutatenverzeichnis nichts, weil der Verbraucher diese Angabe nicht als Hinweis auf eine Schwarzfärbung der Oliven verstehen werde. Die Etikettierung des Produkts, bei dem im Zutatenverzeichnis als Zutat „Geschwärzte Oliven“ angegeben sei, verstoße ebenfalls gegen § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB i.V.m. § 4 Nr. 11 UWG. Auch dort sei der lediglich auf der Rückseite des Produkts angebrachte Hinweis nicht geeignet, die auf der Schauseite des Produkts ausgelobte Verkehrserwartung richtig zu stellen.

Der Kläger beantragt,

die Beklagte zu verurteilen, es bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monate, diese zu vollstrecken am Geschäftsführer, zu unterlassen,

1. die im Rahmen geschäftlicher Handlungen für das Produkt „HOJIBLANCA Spanische schwarze Oliven“ wie im Tenor abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen;
2. die im Rahmen geschäftlicher Handlungen für das Produkt „HOJIBLANCA Spanische schwarze Oliven“ wie im Tenor abgebildet zu werben bzw. werben zu lassen;

Die Beklagte zu verurteilen, an den Kläger 214,00 EUR nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit Klageerhebung zu zahlen.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

- 7 -

Sie ist der Ansicht, die auf den Etiketten genannten Produktausstattungen stellen schon keine Werbung dar. Es handele sich um die schlichte bildliche Wiedergabe einer Fertigpackung, nicht aber um ein von der Beklagten gestaltetes oder vertriebenes Werbemittel. Es gebe auch keine Verbrauchererwartung, nach der der Verbraucher bei der Auslobung von „schwarzen Oliven“ natürlich gereifte schwarze Oliven erwarte. Die streitgegenständliche Verpackung sei daher nicht irreführend, sondern es bestehe durchaus Veranlassung für den Verbraucher, sich zur Beschaffenheit des Produkts durch eine Inaugenscheinnahme des Zutatenverzeichnisses näher kundig zu machen, da das Etikett nicht die Angabe „spanische natürliche schwarze Oliven“ enthalte. Die Angabe „spanische schwarze Oliven“ enthalte demgegenüber keinen Hinweis darauf, ob die Schwarzfärbung der Oliven durch eine Färbung oder einen natürlichen Reifeprozess entstanden sei, so dass die Angabe offen und somit einer Klärung durch das Zutatenverzeichnis zugänglich sei. Im Zutatenverzeichnis sei deutlich der Hinweis auf die Schwarzfärbung enthalten, wobei der Hinweis auf den Zusatzstoff „Eisen-II-Gluconat“ insoweit ausreichend sei. Zudem seien geschwärzte Oliven auf dem Markt auch weit verbreitet und vom Verbraucher akzeptiert. Zur Unterstützung ihrer Ansicht hat sich die Beklagte auf einen Artikel aus der Zeitschrift "Test" der Stiftung Warentest berufen. Auf den Artikel als Anlage B 1 zum Schriftsatz vom 08.07.2014 (Bl. 82 ff. d.A.) wird Bezug genommen. Eine Kennzeichnungspflicht „geschwärzt“ einzuführen, würde nach Auffassung der Beklagten schließlich mit § 9 ZusatzstoffzulassungsVO (im Folgenden "ZZuV") kollidieren. Denn § 9 Abs. 8 Nr. 2 ZZuV sehe ausdrücklich vor, dass die nach § 9 Abs. 1 Nr. 6 ZZuV erforderliche Angabe „geschwärzt“ bei Lebensmitteln in Fertigpackungen entfallen könne, wenn auf der Umhüllung oder der Fertigpackung ein Verzeichnis der Zutaten im Sinne der Lebensmittelkennzeichnungsverordnung angegeben sei, was bei den streitgegenständlichen Oliven der Fall sei.

Die Klage wurde der Beklagten unter dem 12.04.2014 zugestellt.

#### **Entscheidungsgründe:**

Die zulässige Klage ist begründet.

- 8 -

I.

Die Unterlassungsanträge haben in der Sache Erfolg, weil die aus dem Tenor ersichtlichen Etikettierungen gegen das Irreführungsverbot gem. § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB i.V.m. Art. 7 Abs. 1 lit. d) VO (EU) 1169/2011 (im Folgenden „Lebensmittelinformations-VO“) i.V.m. § 4 Nr. 11 UWG verstoßen.

Der Kläger ist auch aktivlegitimiert gem. §§ 3 Abs. 1 Nr. 1, 4 UKlaG, da sie sich namentlich bezeichnet in Nr. 64 der Liste der qualifizierten Einrichtungen wiederfindet.

Die Voraussetzungen des Unterlassungsanspruchs gem. §§ 8 Abs. 1, 3 Abs. 1, 4 Nr. 11 UWG sind vorliegend erfüllt. Durch die Etikettierungen werden die von der Beklagten vertriebenen Produkte nämlich „beworben“. Denn auch die Angaben auf dem Etikett machen das Produkt interessanter und bewerben es daher gegenüber dem Verbraucher. § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB stellt anerkanntermaßen eine gesetzliche Vorschrift dar, die dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln (vgl. Köhler/Bornkamp, UWG, Bearb.: Köhler, § 4 Rn. 11.136; LG Düsseldorf v. 16.03.2012, 38 O 74/11 Rn. 12 – zitiert nach juris).

Gegen § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB i.V.m. Art. 7 Abs. 1 lit. d) Lebensmittelinformations-VO wurde von der Beklagten verstoßen. Hiernach dürfen Lebensmittel nicht irreführend sein, insbesondere indem durch das Aussehen, die Bezeichnung oder bildliche Darstellungen das Vorhandensein eines bestimmten Lebensmittels oder einer Zutat suggeriert wird, obwohl tatsächlich in dem Lebensmittel ein von Natur aus vorhandener Bestandteil oder eine normalerweise in diesem Lebensmittel verwendete Zutat durch einen anderen Bestandteil oder eine andere Zutat ersetzt wurde.

Eine solche Irreführung liegt sowohl hinsichtlich beider im Tenor genannten Etikettierungen vor. Dabei soll im Folgenden zwischen den beiden verwendeten Etikettierungen differenziert werden.

1.

Zunächst liegt hinsichtlich der Etikettierung, deren Unterlassung unter der Ziffer 1 angeordnet wird (im Zutatenverzeichnis Angabe „schwarze Oliven“), eine Irreführung

- 9 -

vor. Denn bei der Bewerbung des Produkts auf der Schauseite des Etiketts mit der Bezeichnung „Spanische schwarze Oliven“ handelt es sich eine irreführende Bezeichnung, da es sich tatsächlich nicht um natürlich schwarze Oliven handelt, was durch die Bezeichnung suggeriert wird, sondern lediglich um grüne, schwarz eingefärbte Oliven. Überdies ist nicht einmal in der Zutatenliste angegeben, dass es sich bei dem Inhalt lediglich um schwarz eingefärbte Oliven handelt.

Dies gilt auch bei Zugrundelegung der Sichtweise eines verständigen Verbrauchers, das heißt eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers (vgl. Boch, LFGB, 3. Aufl. 2013, § 11 Rn. 3; OVG Münster v. 30.03.2008, 13 B 1910/08, Rn. 18 – zitiert nach juris). Auch von einem solchen Verbraucher, der zunächst das Zutatenverzeichnis eines Produktes liest, kann nicht erwartet werden, dass er weiß, dass der als „Stabilisator“ angeführte Zusatzstoff „Eisen-II-Gluconat“ zum Einfärben der zunächst einmal grün gewesenen Oliven verwendet wird. Insoweit wird auch nicht der noch ungeklärten Vorlagefrage des BGH vorweg gegriffen. Dieser hatte in seiner Entscheidung vom 26.02.2014 („Himbeer-Vanille-Abenteuer“) dem EuGH die Frage vorgelegt, ob die Etikettierung und Aufmachung eines Lebensmittels sowie die Werbung hierfür durch das Aussehen, die Bezeichnung oder die bildliche Darstellung den Eindruck des Vorhandenseins einer bestimmten Zutat erwecken dürfen, obwohl diese Zutat tatsächlich nicht vorhanden ist und sich dies allein aus dem Verzeichnis der Zutaten gem. Art. 3 Abs. 1 Nr. 2 der Richtlinie 2000/13/EG ergibt. Selbst wenn der EuGH diese Vorlagefrage dahingehend beantworten würde, dass der informierte Durchschnittsverbraucher sich aufgrund der Zutatenliste informiert (auch wenn dies aufgrund der Aufmachung und Etikettierung des Produkts nicht zu erwarten wäre), läge im vorliegenden Fall eine Täuschung vor, da auch in der Zutatenliste „schwarze Oliven“ aufgeführt sind. Bei einer solchen tatsächlich falschen Bezeichnung in der Zutatenliste liegt unabhängig von der Vorlagefrage eine Täuschung des Verbrauchers vor.

Dies gilt im vorliegenden Fall umso mehr, als die Bezeichnung als „schwarze Oliven“ aus Sicht des Verbrauchers keine bloße Farbangabe darstellt, sondern die Art des Produktes beschreibt und aus Sicht des Verbrauchers auf den Reifegrad, den Geschmack und die Konsistenz der Olive schließen lässt.

Durch die Angabe des Zusatzstoffes „Eisen-II-Gluconat“ in der Zutatenliste kann der interessierte Durchschnittsverbraucher schließlich auch nicht darauf zurückschließen, dass die Oliven eingefärbt wurden. Es kann nicht erwartet werden, dass sich der Verbraucher der chemischen Wirkung des Zusatzstoffes bewusst ist. Auch kann der

- 10 -

Verbraucher aufgrund der regelmäßigen Vielzahl der zugesetzten Stoffe nicht darauf zurückschließen, dass gerade dieser Stoff zum Einfärben verwendet wird.

Aus diesem Grund ändert an der obigen Einschätzung auch die Tatsache nichts, dass nach § 9 Abs. 8 Nr. 2 ZZuIV die Angabe „geschwärzt“ bei Oliven nach § 9 Abs. 1 Nr. 6 ZZuIV unterbleiben kann, wenn das Produkt zumindest ein Verzeichnis der Zutaten im Sinne der LebensmittelkennzeichnungsVO enthält. Nach § 1 Abs. 2 ZZuIV bleiben nämlich Rechtsvorschriften, die für bestimmte Lebensmittel eine Kennzeichnung abweichen von der ZusatzstoffzulassungsVO regeln, unberührt. Dies muss auch für den vorliegenden Fall gelten. Zwar erfordert § 11 Abs. 1 Nr. 1 LFGB i.V.m. Art. 7 Abs. 1 lit. d) Lebensmittelinfo-VO keine ausdrückliche Kennzeichnungspflicht für eingeschwärzte Oliven. Eine solche Kennzeichnung ist aber logische Folge, wenn man davon ausgeht, dass das ungekennzeichnete Lebensmittel irreführend ist. Es ist daher davon auszugehen, dass die Normen des § 9 ZZuIV und des § 11 LFGB nebeneinander stehen und sich in ihrem Anwendungsbereich nicht ausschließen.

## 2.

Es liegt auch bei der Etikettierung, deren Unterlassung unter der Ziffer 2 angeordnet wird (im Zutatenverzeichnis Angabe „geschwärzte Oliven“), eine Irreführung vor. Insofern liegt nach Auffassung des Gerichts trotz der Klarstellung im Zutatenverzeichnis eine Irreführung vor. Insoweit bezweifelt das Gericht, dass sich der Durchschnittsverbraucher gezwungen sieht, überhaupt die Zutatenliste zu betrachten, da zumindest auf der Schauseite des Etiketts ausdrücklich und unmissverständlich das beinhaltete Produkt als „Spanische schwarze Oliven“ bezeichnet wird. Auch auf der Rückseite des Etiketts ist die Angabe „Spanische schwarze Oliven, entsteint“ drucktechnisch durch Fettdruck hervorgehoben. Zudem sind auf der Schauseite des Etiketts schwarze Oliven bildlich abgebildet und durch die Glasverpackung für den Verbraucher auch erkennbar. Insoweit besteht für den Verbraucher aufgrund der Bezeichnung des Produkts sowie der Aufmachung der Verpackung gar kein Anlass, das Zutatenverzeichnis einzusehen. Er nimmt vielmehr den Inhalt des Produktes wahr, der mit der Bezeichnung und der Verpackungsdekoration übereinstimmt und hegt daher keinen Zweifel an dem Inhalt des Produktes.

Insoweit liegt der Fall auch anders als in der Vorlageentscheidung des BGH „Himbeer-Vanille-Abenteuer“. Bei letzterer wurde ein Tee beworben, der aufgrund seiner bildlichen Aufmachung auf seinen Himbeer-Vanille-Geschmack schließen

- 11 -

lässt. Der BGH musste sich mit der Frage beschäftigen, ob der Verbraucher der Verpackung entnehmen durfte, dass der Tee tatsächlich Vanille- und Himbeerbestandteile enthält. Allerdings enthielt der in der Vorlageentscheidung streitgegenständliche Tee bereits auf der Vorderseite der Verpackung den Aufdruck „Früchtetee mit natürlichen Aromen“, das heißt der Verbraucher wurde schon durch die Produktaufmachung ausdrücklich darauf hingewiesen, dass es sich um ein aromatisiertes Produkt handelt. Hierdurch wäre zumindest der aufmerksame und interessierte Verbraucher insoweit sensibilisiert worden, dass er sich über die Zutatenliste informiert hätte, soweit er weitere Aufklärung hinsichtlich der Art der natürlichen Aromen hätte haben wollen. Beim vorliegend streitgegenständlichen Produkt sieht der Verbraucher demgegenüber nur die augenscheinlich schwarzen Oliven sowie die Produktbezeichnung als „Spanische schwarze Oliven“. Der Verbraucher hat daher aufgrund der Produktbezeichnung bzw. Aufmachung keine Gründe, sich durch einen Blick auf die Zutatenliste weiter über das Produkt zu informieren. Insofern liegt der Fall anders als in der Vorlageentscheidung des BGH, in der der Verbraucher durch den Hinweis auf der Vorderseite des Etiketts auf die Problematik aufmerksam gemacht worden ist.

Etwas anderes ergibt sich auch nicht aus dem von der Beklagten vorgelegten Beitrag aus der Zeitschrift „Test“ der Stiftung Warentest. In dem Artikel geht es um schwarze Oliven und die Tatsache, dass eine Vielzahl der auf dem Markt erhältlichen Produkte eingefärbt sind. Hierdurch ändert sich nach Einschätzung des Gerichts aber nichts an der zugrunde gelegten Verbrauchererwartung, nach der der Durchschnittsverbraucher davon ausgeht, dass es sich bei schwarzen Oliven um natürlich schwarze Oliven handelt. Denn diese Zeitschrift wird nur von einem interessierten Fachpublikum gelesen. Hieraus auch auf eine Kenntnis beim Durchschnittsverbraucher zu schließen, würde diesem und seinen berechtigten Erwartungen nicht gerecht. Zudem wird auch in dem vorgelegten Artikel eine Studie zitiert, nach der viele Verbraucher nicht wüssten, dass schwarze Oliven häufig eingefärbt würden. Aus diesem Grund wird die fehlende Kennzeichnung in dem Artikel auch als intransparent bezeichnet.

Das Irreführungspotential des Produktes wird nach Auffassung des Gerichts zudem dadurch gesteigert, dass sich das Produkt zumindest in der Vergangenheit mit zwei verschiedenen Etikettierungen im Handel befand. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass ein interessierter Verbraucher, der das Produkt bereits einmal erworben hat und sich durch ein Blick in das Zutatenverzeichnis informiert hat, zu einer Verpackung gegriffen hat, auf der im Zutatenverzeichnis lediglich „schwarze

- 12 -

Oliven“ angegeben war. Ein solcher Verbraucher wird bei späteren Einkäufen nicht noch einmal das Zutatenverzeichnis lesen, da er davon ausgeht, dass alle Verpackungen bzw. der Inhalt gleich sind. Hiervon kann er aufgrund der im Übrigen identischen Aufmachung auch ausgehen. Insofern verstärken die unterschiedlichen Etikettierungen das Täuschungspotential des Produkts.

Zuletzt musste auch kein Sachverständigengutachten über die Frage eingeholt werden, ob es eine Verbrauchererwartung dahingehend gibt, dass der Verbraucher bei einer Auslobung von „schwarzen Oliven“ natürlich gereifte schwarze Oliven erwartet und nicht eingefärbte grüne Oliven. Denn das Gericht verfügt insofern über eigene Sachkunde. Der BGH hat insoweit klargestellt, dass es dann keines durch eine Meinungsumfrage untermauerten Sachverständigenbeweises bedarf um das Verständnis des Verkehrs zu ermitteln, wenn die entscheidenden Richter selbst zu den angesprochenen Verkehrskreisen zählen (vgl. BGH v. 02.10.2003, I ZR 150/01, Rn. 20 – zitiert nach juris). Dies gilt unabhängig davon, ob das Gericht im konkreten Fall die Irreführung aus eigener Sachkunde bejahen oder verneinen möchte. Das Gericht zählt vorliegend als durchschnittlicher Verbraucher zu den angesprochenen Verkehrskreisen.

## II.

Der Zahlungsantrag ist schließlich begründet aus § 12 Abs. 1 S. 2 UKlaG. Danach können die erforderlichen Aufwendungen für die Abmahnung vom Abgemahnten verlangt werden, soweit die Abmahnung berechtigt ist. Dies ist vorliegend der Fall. Der Höhe nach sind die Aufwendungen des Klägers von der Beklagten auch nicht bestritten worden.

Der Zinsanspruch folgt hinsichtlich des Zahlungsanspruchs aus §§ 288, 291 BGB. Er besteht analog § 187 Abs. 1 BGB seit dem 13.04.2014.

## III.

Die Entscheidung über die Kosten folgt aus § 91 Abs. 1 ZPO. Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit ergibt sich aus § 709 S. 1, 2 ZPO.

Der Streitwert wird auf 30.000,00 EUR festgesetzt.

### **Rechtsbehelfsbelehrung:**

Gegen dieses Urteil ist das Rechtsmittel der Berufung für jeden zulässig, der durch

- 13 -

dieses Urteil in seinen Rechten benachteiligt ist,

- a) wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 600,00 EUR übersteigt oder
- b) wenn die Berufung in dem Urteil durch das Landgericht zugelassen worden ist.

Die Berufung muss **innerhalb einer Notfrist von einem Monat nach Zustellung** dieses Urteils schriftlich bei dem Oberlandesgericht Düsseldorf, Cecilienallee 3, 40474 Düsseldorf, eingegangen sein. Die Berufungsschrift muss die Bezeichnung des Urteils (Datum des Urteils, Geschäftsnummer und Parteien) gegen das die Berufung gerichtet wird, sowie die Erklärung, dass gegen dieses Urteil Berufung eingelegt werde, enthalten.

Die Berufung ist, sofern nicht bereits in der Berufungsschrift erfolgt, binnen zwei Monaten nach Zustellung dieses Urteils schriftlich gegenüber dem Oberlandesgericht Düsseldorf zu begründen.

Die Parteien müssen sich vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf durch einen Rechtsanwalt vertreten lassen, insbesondere müssen die Berufungs- und die Berufungsbegründungsschrift von einem solchen unterzeichnet sein.

Mit der Berufungsschrift soll eine Ausfertigung oder beglaubigte Abschrift des angefochtenen Urteils vorgelegt werden.

als Einzelrichterin