Oberlandesgericht Hamm, 4 U 30/06

Datum:	09.01.2007
Gericht:	Oberlandesgericht Hamm
Spruchkörper:	4. Zivilsenat
Entscheidungsart:	Urteil
Aktenzeichen:	4 U 30/06
ECLI:	ECLI:DE:OLGHAM:2007:0109.4U30.06.00

Vorinstanz:	Landgericht Essen, 41 O 123/05

Tenor:

Die Berufungen der Parteien gegen das am 23. November 2005 verkündete Urteil der 1. Kammer für Handelssachen des Landgerichts Essen werden zurückgewiesen.

Von den Kosten der Berufung tragen der Kläger ¼ und die Beklagte ¾.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

Der Beklagten wird nachgelassen, die Zwangsvollstreckung des Klägers durch Sicherheitsleistung in Höhe von 80.000,- EUR abzuwenden, falls nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in dieser Höhe leistet.

Tatbestand: 1

Die Beklagte bewirbt und vertreibt Nahrungsergänzungsmittel, unter anderem das Produkt "H". Dieses Produkt bewarb sie am 30. Mai 2005 unter der von ihr unterhaltenen Internet-Domain *internetadresse* mit den streitgegenständlichen Werbeaussagen. Abgebildet war dort außerdem eine Dose des streitgegenständlichen Produktes. Wegen der Einzelheiten wird auf die überreichte Fotokopie (Anlage K 2, Bl. 14 u. 15 d.A.) verwiesen. 2

3

Der Kläger, zu dessen satzungsgemäßen Aufgaben die Wahrung der gewerblichen Interessen seiner Mitglieder gehört, beanstandet aus der Werbung die Aussagen:

1. Zimt gegen Zucker

2. H kann blutzuckersenkend wirken

3. 2 Kapseln (Tagesbedarf) enthalten ...

Der Kläger ist der Ansicht, die Werbeaussagen seien krankheitsbezogen und irreführend. Umgangssprachlich werde mit dem Begriff "Zucker" die Diabetes beschrieben. Jedenfalls liege eine versteckte krankheitsbezogene Werbung vor.

Es sei aber nicht hinreichend wissenschaftlich gesichert, dass Zimt tatsächlich eine blutzuckersenkende Wirkung habe. Dazu hat sich der Kläger auf eine Reihe von Stellungnahmen bezogen, wegen deren Inhalt im Einzelnen auf die Anlagen K 7 ff zur Klageschrift (Bl. 23 ff d.A.) verwiesen wird.

Irreführend sei die Aussage auch insofern, dass eine etwaige blutzuckersenkende Wirkung lediglich bei einem an Diabetes Typ 2 erkrankten Patienten in Frage komme. Der Hinweis auf den Tagesbedarf suggeriere zu Unrecht einen täglichen Bedarf an den in dem von der Beklagten beworbenen Produkt enthaltenen Inhaltsstoffen. Insofern sei in der dritten Aussage der Begriff "Tagesbedarf" zu monieren.

Der Kläger hat ferner beanstandet, dass das auf dem Deckelboden eingestanzte Mindesthaltbarkeitsdatum nicht ordnungsgemäß lesbar sei.

Das Landgericht hat durch Urteil vom 23. November 2005 entsprechend dem Antrag des Klägers der Beklagten unter Androhung von Ordnungsmitteln untersagt,

im geschäftlichen Verkehr zu Wettbewerbszwecken für das Mittel "H" zu werben:

1. "Zimt gegen Zucker"

2. "H kann blutzuckersenkend wirken".

3. "2 Kapseln (Tagesbedarf) enthalten ...."

Es hat die Beklagte ferner verurteilt, an den Kläger 162,40 € nebst Zinsen als Abmahnkostenerstattung zu zahlen.

Die Rüge des Klägers hinsichtlich der fehlenden Lesbarkeit des Mindesthaltbarkeitsdatums hat das Landgericht als unbegründet zurückgewiesen.

Ferner hat es das Feststellungsbegehren des Klägers zurückgewiesen, dass die Beklagte verpflichtet sei, auf die klägerseits verauslagten Gerichtskosten Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz für die Zeit von dem Eingang der eingezahlten Gerichtskosten bis zum Eingang eines Kostenfestsetzungsantrages nach Maßgabe der auszuurteilenden Kostenquote zu zahlen.

Ebenso hat das Landgericht die Widerklage der Beklagten zurückgewiesen, den Kläger zu verurteilen, an sie 367,90 € nebst Zinsen zu zahlen. Mit diesem Betrag hat die Beklagte Erstattung ihrer Gegenabmahnungskosten verlangt.

Wegen des Inhaltes des Urteiles im Einzelnen wird auf Blatt 128 ff der Akten verwiesen.

Gegen dieses Urteil haben beide Parteien form- und fristgerecht Berufung eingelegt, mit der sie ihre Anträge aus erster Instanz weiterverfolgen, soweit das Landgericht diese Anträge zurückgewiesen hat. 21

Unter Ergänzung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrages hat die Beklagte wie schon in erster Instanz die Klagebefugnis des Klägers mit näheren Darlegungen bestritten und dem Kläger ein rechtsmissbräuchliches Verhalten vorgeworfen. 22

Die Klage sei darüber hinaus aber auch unbegründet. Der Hinweis "H kann blutzuckersenkend wirken" sei lediglich als Warnhinweis zu verstehen. Diese Passage sei der Produktbeschreibung hinzugefügt worden, nachdem das LEFO-Institut dies nach der Untersuchung der Verkehrsfähigkeit des in den Niederlanden von der O hergestellten Produktes in Deutschland empfohlen habe. 23

Die Werbung sei auch nicht krankheitsbezogen. In der Werbung gehe es vielmehr nur allgemein um Blutzucker, indem darauf hingewiesen werde, dass H "zur Unterstützung eines gesunden Zuckerstoffwechsels" empfohlen werde. Die Erhöhung des Blutzuckers als solche stelle keine Krankheit dar. Der Werbehinweis "Zimt gegen Zucker" sei nichtssagend und weise nicht auf eine Krankheit oder die Bekämpfung einer Krankheit hin. Auch der Hinweis auf den "Tagesbedarf" sei nicht zu beanstanden. Dabei handele es sich nämlich nur um eine Empfehlung für den Konsumenten und nicht um einen für jedermann notwendigen Tagesbedarf. 24

Das Landgericht habe zu seiner gegenteiligen Meinung nur kommen können, weil es nicht den Zusammenhang gesehen habe, sondern eine unzulässige zergliedernde Betrachtungsweise vorgenommen und bereits den Begriff Zucker unzutreffend verstanden habe. Damit habe das Landgericht nicht erkannt, dass das beworbene Produkt den natürlichen Zuckerstoffwechsel positiv unterstützen solle. Es gehe mithin nicht bzw. nicht vordringlich um den Blutzucker, sondern um zuviel Zucker in der Nahrung und die Unterstützung des Körpers bei dessen Verarbeitung und Verdauung. Dieses Verständnis des Zuckers werde auch dadurch gestützt, dass H als Nahrungsergänzungsmittel für den gesunden Menschen gedacht sei. Deshalb gehe es bei der Aussage "Zimt gegen Zucker" ähnlich wie bei den Aussagen zum Cholesterinspiegel nicht um eine krankheitsverhütende oder krankheitslindernde Wirkung. Auch der Hinweis "H kann blutzuckersenkend wirken" sei nicht zu beanstanden. Es handele sich nur um einen Warnhinweis vor einer Unterzuckerung, den zu geben der Beklagten vom LEFO-Institut ausdrücklich empfohlen worden sei. Von der Senkung eines erhöhten Blutzuckers sei hingegen in der Werbung nicht die Rede, so dass der Argumentation des Landgerichts nicht zu folgen sei. 25

Die Werbeaussage zum Tagesbedarf sei vom Landgericht zu einseitig ausgelegt worden. Maßgeblich sei, dass zur positiven Unterstützung des gesunden Sauerstoffwechsels zwei Kapseln täglich verzehrt werden müssten, weil eine Kapsel nicht ausreiche. 26

Zu Unrecht wende sich der Kläger gegen die vorgenommene Angabe des Mindesthaltbarkeitsdatums. Dieses sei leicht zu erkennen und entspreche den Kennzeichnungsgepflogenheiten des Marktes. Dementsprechend habe auch das Landgericht in der mündlichen Verhandlung anhand einer Originalverpackung festgestellt, dass der Aufdruck gut leserlich sei (vgl. Protokoll der mündlichen Verhandlung vor dem Landgericht vom 23. November 2005 (Bl. 122 d.A.). 27

28

Die Abmahnkosten seien nach Grund und Höhe unbegründet.

Dagegen könne sie selbst vom Kläger die Kosten erstattet verlangen, die durch ihre Antwort auf die Abmahnung des Klägers verursacht worden seien. 29

Die Beklagte beantragt, 30

unter entsprechender teilweiser Aufhebung und Abänderung des Urteils des LG Essen vom 23.12.2005, Az. 41 O 123/05 31

die Klage gegen die Beklagte insgesamt abzuweisen, 32

sowie im Wege der Widerklage 33

den Kläger zu verurteilen, der Beklagten 367,90 € nebst Zinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz seit dem 17.08.2005 zu zahlen, 34

hilfsweise, 35

unter entsprechender teilweiser Aufhebung des Urteils des LG Essen vom 23.11.2005, Az. 41 O 123/05 die Sache an das Landgericht Essen zurückzuverweisen. 36

Der Kläger beantragt, 37

1. unter Abänderung des am 23. November 2005 verkündeten Urteils des Landgerichts Essen - 41 O 123/05 - die Beklagte unter Androhung der gesetzlichen Ordnungsmittel zu verurteilen, im geschäftlichen Verkehr das Mittel "H" zu vertreiben, ohne das Mindesthaltbarkeitsdatum deutlich lesbar anzugeben, insbesondere so anzugeben, wie aus der Anlage K 16 ersichtlich. 38
2. Festzustellen, dass die Beklagte verpflichtet ist, auf die vom Kläger verauslagten Gerichtskosten Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz für die Zeit vom Eingang der eingezahlten Gerichtskosten, bis zum Eingang eines die Kosten berücksichtigenden Kostenfestsetzungsantrages nach Maßgabe der auszuurteilenden Kostenquote zu zahlen hat.
3. Die Berufung der Beklagten zurückzuweisen.

Unter Ergänzung und Vertiefung seines erstinstanzlichen Vortrages hält der Kläger die Berufungsangriffe der Beklagten für unbegründet. Selbst wenn der Begriff Zucker mehrdeutig sein sollte, müsse sich die Beklagte die Verständnismöglichkeit, die auch das Landgericht aufgezeigt hätte, zurechnen lassen. Nach wie vor sei auch zu beachten, dass wissenschaftliche Erkenntnisse zur Wirkung von Zimt bei gesunden und an Diabetes Typ 1 leidenden Personen nicht bestünden, so dass schon von daher die entsprechenden Verbote vom Landgericht zu Recht ausgeurteilt worden seien. Auch die zweite Aussage sei nämlich zumindest mehrdeutig und auch krankheitsbezogen zu verstehen. Unabhängig davon sei der Unterlassungsanspruch gem. § 11 Abs. 1 LFGB gerechtfertigt. 39

Da es ausweislich des als Anlage B 13 vorgelegten Gutachtens von Prof. Dr. B (Schriftsatz vom 20. November 2006 Bl. 257 ff d.A.) an gesicherten wissenschaftlichen Erkenntnissen zur Wirkung von Zimt auf den Blutzuckerspiegel bei an Diabetes Typ 1 leidenden Personen und gesunden Personen mangele, sei auch die dritte Werbeaussage irreführend, weil von einem Bedarf an Zimt keine Rede sein könne. 40

41

Zu Unrecht habe das Landgericht dagegen die Lesbarkeit des Mindesthaltbarkeitsdatums nicht beanstandet.

Ebenso stünde dem Kläger eine Erstattung der Zinsen auf die verauslagten Gerichtskosten zu. 42

Die Widerklage sei dagegen unbegründet. Denn die Beklagte könne von vornherein keine Erstattung ihrer Gegenabmahnungskosten verlangen. Dafür fehle jede Rechtsgrundlage. 43

Wegen des Inhalts der Parteivorträge im Einzelnen wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen verwiesen. 44

Die Akten 4 U 8/06 OLG Hamm = 44 O 161/04 LG Essen waren beigezogen und Gegenstand der mündlichen Verhandlung. 45

Entscheidungsgründe: 46

Die Berufungen beider Parteien sind unbegründet. 47

Zu Recht hat das Landgericht die Klagebefugnis des Klägers nach § 8 Abs. 3 Ziff. 2 UWG bejaht. Insoweit streitet für den Kläger als alteingesessenem Wettbewerbsverband eine Vermutung, deren Widerlegung Sache des angegriffenen Verletzers ist (BGH WRP 1997, 439 - Geburtstagswerbung II m.w.N.). Diese Vermutung hat die Beklagte nach wie vor nicht in Zweifel ziehen können. Zur Vermeidung von Wiederholungen wird auf das Senatsurteil vom 24. Oktober 2006 (Az. 4 U 8/06) verwiesen. Dieses Urteil ist in einem Verfahren ergangen, an dem auch die Parteien des vorliegenden Prozesses beteiligt waren. Der Senat hat in diesem Urteil nach entsprechender Beweisaufnahme bejaht, dass dem Kläger auf dem auch hier in Rede stehenden Heilmittelsektor eine repräsentative Anzahl von Unternehmen angehört, dass der Kläger ferner über eine personelle, sachliche und finanzielle Ausstattung verfügt, die ihn in den Stand versetzt, seine satzungsgemäßen Aufgaben wahrzunehmen. Der Senat hat in diesem Verfahren ferner keine Anhaltspunkte dafür ausmachen können, dass der Kläger diesen Satzungszweck in Wahrheit lediglich vorgeschoben hat, um insbesondere seinen ständigen Prozessbevollmächtigten eine Einnahmequelle aus der Verfolgung von Wettbewerbsverstößen zu sichern. 48

Auch im vorliegenden Verfahren hat die Beklagte keine neuen Gesichtspunkte aufzeigen können, die die Vermutung zugunsten des Klägers hinsichtlich seiner Klagebefugnis erschüttern könnten. Soweit die Beklagte anführt, dass die Prozessbevollmächtigten des Klägers diesem verboten haben sollen, in Wettbewerbsverfahren andere Rechtsanwälte zu beauftragen, ohne vorher bei den Prozessbevollmächtigten des vorliegenden Verfahrens nachgefragt zu haben, kann damit die Klagebefugnis des Klägers nicht in Zweifel gezogen werden. Auch insoweit ist auf die Aussage der Zeugin M im Vorprozess zu verweisen. Sie hat dort glaubhaft bekundet, alles in eigener Verantwortung zu entscheiden. Das schließt es auch aus, sich dergestalt fest an die Prozessbevollmächtigten des vorliegenden Verfahrens zu binden, auch wenn die Zeugin danach nicht ausdrücklich gefragt worden ist. 49

Auch in der Sache hat das Landgericht zu Recht auf die ausgeurteilten Verbote erkannt. 50

Soweit das Landgericht der Beklagten die Aussage "Zimt gegen Zucker" verboten hat, folgt der entsprechende Unterlassungsanspruch des Klägers aus §§ 8 Abs. 1; 3; 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 12 Abs. 1 Nr. 1 LFGB. 51

52

Nach § 12 Abs. 1 Ziff. 1 LFGB ist es verboten, beim Verkehr mit Lebensmitteln oder in der Werbung für Lebensmittel allgemeine oder im Einzelfall Aussagen zu verwenden, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen.

Bei dieser Norm handelt es sich um eine Marktverhaltensregel i.S.d. § 4 Nr. 11 UWG. Denn die Norm dient dem Verbraucherschutz. 53

Die Beklagte hat auch gegen diese Vorschrift verstoßen. Denn die angegriffene Aussage bezieht sich auf die Beseitigung, Linderung und Verhütung von Krankheiten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei mehrdeutigen Werbeaussagen jede Deutungsmöglichkeit den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen muss (Piper/Ohly, UWG, 4. Aufl. § 5 Rz. 187 m.w.N.). Zu Recht hat das Landgericht die beanstandete Aussage dahingehend interpretiert und verstanden, dass Zimt gegen die Zuckerkrankheit helfen soll. Die recht komplizierten Überlegungen der Beklagten zum Begriff des Zuckers mögen sich sehr gesundheitsbewusste und mit den Stoffwechselfunktionen des Körpers vertraute Menschen machen. Wer über derartige detaillierte gesundheitliche Kenntnisse nicht verfügt, versteht die Aussage schlicht plakativ so, wie sie gemacht worden ist. Jedenfalls ist ein Verständnis des Satzes, demzufolge Zucker Zuckerkrankheit bedeutet, nicht auszuschließen, sondern naheliegend. Der Verbraucher mag aufgrund der Aussage zwar Zimt noch nicht als Allheilmittel gegen die Zuckerkrankheit ansehen. Er wird auch nicht unbedingt glauben, dass auch Jugendzucker durch Zimt geheilt werden kann. Dazu weiß der Verbraucher, dass es sich bei dieser Krankheit um eine tückische Krankheit handelt. Der Verbraucher glaubt aber, dass er mit der Einnahme des beworbenen Produktes dem Alterszucker vorbeugen und dieses Krankheitsbild auch lindern kann. Er wird gleichsam annehmen, dass er nach der Einnahme der beworbenen Kapseln ruhig ein Stück Kuchen mehr essen kann. Damit liegen die Voraussetzungen des § 12 Abs. 1 Nr. 1 LFBG vor. Für Lebensmittel darf eben überhaupt nicht mit krankheitsbezogenen Aussagen geworben werden. Das gilt unabhängig vom Wahrheitsgehalt der krankheitsbezogenen Aussagen. 54

Darüber hinaus verstößt die Aussage "Zimt gegen Zucker" auch gegen § 11 Abs. 1 Nr. 2 LFGB. Auch bei dieser Vorschrift handelt es sich als Verbraucherschutzvorschrift um eine marktregelnde Vorschrift i.S.d. § 4 Nr. 11 UWG. 55

Nach dieser Vorschrift liegt eine Irreführung dann vor, wenn einem Lebensmittel Wirkungen beigelegt werden, die ihm nach den Erkenntnissen der Wissenschaft nicht zukommen oder die wissenschaftlich nicht gesichert sind. Wie der Kläger schon in erster Instanz umfangreich dargetan hat, ist die Wirkung von Zimt auf den Blutzuckerspiegel zumindest bei an Diabetes Typ 1 leidenden Personen und gesunden Personen wissenschaftlich noch nicht abschließend untersucht worden. Deshalb durfte die Beklagte, wenn sie schon die Wirkung von Zimt gegenüber Zuckererkrankungen ansprechen wollte, dies nicht so plakativ tun, wie dies in der angegriffenen Werbung geschehen ist. 56

Zu Recht hat das Landgericht auch die beanstandete Werbeaussage isoliert verboten. Denn angesichts der bausteinartigen Aufmachung der Werbung besteht die Gefahr, dass die Beklagte die beanstandete Aussage auch in anderem werbemäßigen Umfeld macht. Zwar durfte das Landgericht angesichts dieses Abstraktionsgrades des ausgeurteilten Verbotes zur Begründung dieses Verbotes dann nicht auf die anderen hier zusätzlich noch gemachten Werbeaussagen abstellen. Das war aber auch nicht nötig. Denn die beanstandete Werbeaussage verstößt gerade in ihrer schlagwortartigen Verkürzung gegen die lebensmittelrechtlichen Werbevorschriften, so dass es der Stützung des Verbotes durch das werbemäßige Umfeld nicht bedurfte. 57

58

Der Unterlassungsanspruch hinsichtlich der Werbeaussage "H kann blutzuckersenkend wirken" folgt ebenfalls aus §§ 8 Abs. 1; 3; 4 Nr. 11 UWG i.V.m. § 12 Abs. 1 Nr. 1 LFGB, wie das Landgericht zu Recht angenommen hat. Die Beklagte verteidigt die Werbeaussage zwar damit, dass diese Werbeaussage als Warnhinweis geboten gewesen sei. Mit diesem Argument vermag die Beklagte aber nicht durchzudringen. Auch in der gewählten Formulierung bleibt der Hinweis eine Aussage, die sich auf die Linderung bzw. Verhütung der Zuckerkrankheit bezieht. Für den der gerade blutzuckersenkende Mittel sucht, stellt die von der Beklagten als Warnhinweis verstandene Aussage in Wahrheit eine Empfehlung dar. Es bleibt somit eine krankheitsbezogene Aussage, die im Zusammenhang mit der Werbung für Lebensmittel eben unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt schlechthin verboten ist (Senatsurteil vom 13. März 2003 - 4 U 175/02).

Darüber hinaus verstößt die verbotene Werbeaussage auch gegen § 11 Abs. 1 Nr. 2 LFGB, wonach einem Lebensmittel keine Wirkungen beigelegt werden dürfen die wissenschaftlich nicht hinreichend gesichert sind. Denn auch diese Werbeaussage macht nicht hinreichend deutlich, dass die Wirkung von Zimt auf den Blutzuckerspiegel zumindest bei an Diabetes Typ 1 leidenden Personen und gesunden Personen wissenschaftlich noch nicht abschließend untersucht worden ist. Dabei reicht das Wort "kann" nicht aus, um den ungesicherten wissenschaftlichen Erkenntnisstand auszudrücken. Für den angesprochenen Verbraucher, zu dem auch die Mitglieder des Senats als Teil der hier angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise gehören, wird durch die verbotene Werbeaussage der Eindruck erweckt, dass die beworbene Wirkung grundsätzlich eintreten kann, dass insoweit ein ausreichender wissenschaftlicher Kenntnisstand vorliegt, dass lediglich im Einzelfall diese Wirkung nicht notwendig eintreten muss. 59

Auch Warnhinweise dürfen aber nicht prophylaktisch ausgesprochen werden, wenn sie wie hier dem beworbenen Mittel eine bestimmte Wirkung beilegen, die wissenschaftlich nicht gesichert ist. 60

Zu Recht hat das Landgericht in der unter Ziffer 3. verbotenen Werbeaussage "2 Kapseln (Tagesbedarf) enthalten ..." eine irreführende Werbung i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 1 UWG gesehen und deshalb einen entsprechenden Unterlassungsanspruch bejaht. Auch für die hier in Rede stehende Werbung gilt der bereits oben angesprochene Mehrdeutigkeitsgrundsatz. Die gewählte Formulierung erweckt jedenfalls bei dem Verbraucher, der weiß, dass sein Körper eine ganze Anzahl von Zusatzstoffen benötigt, den Eindruck, dass sein Körper die aufgeführten Stoffe gerade in der genannten Menge also zwei Kapseln täglich benötigt. Damit wird ein Bedarf unterstellt, der nicht dargetan ist. Das gilt insbesondere für an Diabetes Typ 1 leidende Personen und gesunde Personen. 61

Zu Recht hat das Landgericht dem Kläger auch die beantragten Abmahnkosten zugestanden. Dieser Anspruch folgt aus § 12 Abs. 1 S. 2 UWG. Die Abmahnung vom 7. Juni 2005 war berechtigt. Sie bezog sich auf die drei Werbeaussagen, die der Beklagten zu Recht verboten worden sind. Soweit die Kennzeichnung mit dem Mindesthaltbarkeitsdatum gesondert abgemahnt worden ist, werden vom Kläger insoweit keine Abmahnkosten geltend gemacht. 62

Der Anspruch ist auch der Höhe nach begründet. Auch wenn man in der Kostenermittlung des Klägers (vgl. Anlage B 2 zum Schriftsatz des Klägers vom 19. Juli 2006 Bl. 215 ff d.A.) die Anwaltskosten unter der Position 10 herausrechnet, bleibt immer noch ein Betrag übrig, der die hier verlangte Höhe der Abmahnkosten ausfüllt. 63

Angesichts der überwiegenden Berechtigung der Abmahnung des Klägers kann die Beklagte die Kosten ihres anwaltlichen Schreibens vom 2. August 2005 schon deshalb nicht erstattet 64

verlangen, ohne dass es insoweit auf die Frage ankäme, ob solche Kosten aus "Gegenabmahnungen" überhaupt erstattungsfähig sind.

Insgesamt erweist sich damit die Berufung der Beklagten als unbegründet. 65

Zu Unrecht wehrt sich auch der Kläger gegen das Urteil des Landgerichts, soweit es sein Klagebegehren abgewiesen hat. Zu Recht hat das Landgericht die Angabe des Mindesthaltbarkeitsdatums für ausreichend erachtet. Das angegebene Datum ist gut zu lesen, wie die Mitglieder des Senates es selbst festgestellt haben. 66

Für das Feststellungsbegehren des Klägers hinsichtlich der Erstattungsfähigkeit der Zinsen auf die verauslagten Gerichtskosten fehlt es bereits, wie das Landgericht zutreffend ausgeführt hat, an einer tragfähigen Anspruchsgrundlage. Ein Anspruch auf eine strafbewehrte Unterlassungserklärung steht dem Kläger nicht zu. Das Gesetz gibt dem Kläger nach § 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr. 2 UWG nur einen schlichten Unterlassungsanspruch. Die Unterwerfungserklärung soll es dem Verletzer lediglich ermöglichen, von sich aus die Wiederholungsgefahr zu beseitigen. § 9 UWG gewährt den Wettbewerbsverbänden gerade keinen Schadensersatzanspruch wegen des verfolgten Wettbewerbsverstoßes. In seiner Entscheidung "Antwortpflicht des Abgemahnten" (GRUR 1990, 381) hat der Bundesgerichtshof dem abgemahnten Verletzer lediglich die Pflicht auferlegt, gegenüber dem Abmahnenden auf eine bereits abgegebene Drittunterwerfung hinzuweisen. 67

Die Kostenentscheidung folgt aus § 97 Abs. 1 ZPO. 68

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Ziff. 10, 711 ZPO. 69

Justiz NRW
Rechtsprechungsdatenbank ONLINE