
Datum: 01.03.2000
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Urteil
Aktenzeichen: 6 U 121/99
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2000:0301.6U121.99.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 31 O 21/99

Tenor:

1.) Die Berufung des Beklagten gegen das am 17.6.1999 verkündete Urteil des Landgerichts Köln - 31 O 21/99 - wird zurückgewiesen. 2.) Die Kosten des Berufungsverfahrens hat der Beklagte zu tragen. 3.) Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. 4.) Die Beschwer des Beklagten wird auf 30.250,56 DM festgesetzt.

Entscheidungsgründe

Die Berufung ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg.

Zu Recht hat das Landgericht den Beklagten antragsgemäß zur Unterlassung verurteilt, weil die angegriffene Werbeaussage auf dem Etikett irreführend ist (§§ 3, 13 Abs.2 Ziff.2 UWG). Entgegen der Auffassung der Kammer handelt es sich allerdings nicht um eine objektiv richtige, aber gleichwohl irreführende Aussage. Vielmehr ist die angegriffene Werbung sogar bereits objektiv unrichtig, weswegen die Irreführung auf der Hand liegt.

Die Aussage "mit allergenfreiem Natur-Latex" besagt, dass die beworbene Matratze zumindest zum überwiegenden Teil aus Natur-Latex besteht. Sie ist deswegen unrichtig, weil die so beworbenen Matratzen tatsächlich nur einen weit geringeren Anteil an Natur-Latex aufweisen. Dabei kann dahinstehen, ob die Behauptung des Klägers zutrifft, wonach der Anteil an Natur-Latex weniger als 5 % ausmacht. Denn auch der Anteil von "10-30 %", den die Matratzen nach der Darstellung des Beklagten aufweisen, erfüllt bei weitem nicht die durch die Werbeaussage geweckten Verbrauchervorstellungen.

Ein erheblicher Anteil der Verbraucher kennt Latex als das Material, aus dem ein Großteil - gerade qualitativ hochwertiger - Matratzen besteht. Andererseits wissen aber bei weitem nicht

1

2

3

4

5

alle Verbraucher, die Latex und diese Verwendung des Materials kennen, dass Latex nicht nur als Naturprodukt vorkommt, sondern bei der Fertigung von Matratzen auch synthetisch hergestelltes Latex eingesetzt wird. Aus diesem Grunde wird ein nicht unerheblicher Teil der das Etikett wahrnehmenden Verbraucher annehmen, die Matratze bestehe bis auf die Umhüllung, für die Latex als Material offensichtlich ausscheidet, entweder in vollem Umfange, oder doch zu einem erheblichen, nämlich dem deutlich überwiegenden Anteil aus Natur-Latex.

Ein nicht unerheblicher Teil der interessierten Kunden wird das unauffällige und scheinbar unbedeutende Wort "mit" nur unterbewußt wahrnehmen und die Aussage als "aus allergenfreiem Natur-Latex" verstehen. Denn bei dem Erfassen des kurzen Textes werden nicht wenige Kunden ihre Aufmerksamkeit allein auf die Begriffe "Latex" und "allergenfrei" richten. Der Kunde geht nämlich in großer Zahl davon aus, dass eine Matratze von der Umhüllung abgesehen entweder aus Latex oder nicht aus Latex, sondern aus einem anderen Material hergestellt ist. Er wird daher bei dem Stichwort "Natur-Latex" davon ausgehen, dass die Matratze eben insgesamt aus Natur-Latex besteht. 6

Diejenigen Kunden, die demgegenüber das Wort "mit" mit seinem Sinngehalt aufnehmen, werden wiederum zumindest in ihrer großen Mehrheit annehmen, dass die Matratze ganz überwiegend aus Natur-Latex bestehe. Das ergibt sich ohne weiteres aus dem Umstand, dass Latex als Material bekannt ist, aus dem alleine, also ohne Verwendung weiterer Materialien, Matratzen bestehen können. Der Kunde wird aus diesem Grunde dem "mit" nicht die Bedeutung beimessen, dass das angepriesene Latex nur einen kleinen Bestandteil der Matratze darstellt, sondern das Natur-Latex für den wesentlichen, also zumindest deutlich über 50 % ausmachenden Bestandteil der Materialien halten, aus denen die Matratze hergestellt ist. Etwas anderes kommt nur für die wenigen Kunden in Betracht, die zutreffend zwischen synthetischem und Natur-Latex unterscheiden, weil diese sich vorstellen können, dass eine Matratze zwar insgesamt aus Latex, aber nur zu einem kleinen Teil aus Natur-Latex besteht. 7

Diese Feststellungen vermag der Senat aus eigener Sachkunde zu treffen. Zunächst gehören seine Mitglieder entgegen den von dem Beklagten bezüglich der an der erstinstanzlichen Entscheidung beteiligten Richter geäußerten Zweifel zu den angesprochenen Verkehrskreisen. Denn sie benötigen auch Matratzen. Auf besondere Kenntnisse oder Empfindungen als Allergiker kommt es in diesem Zusammenhang ersichtlich nicht an, weil allein in Rede steht, in welchem Umfang der Kunde die Verwendung des angepriesenen Natur-Latex erwartet. Davon abgesehen spricht die ausgelobte Allergenfreiheit auch jeden Verbraucher und nicht nur Allergiker an, weil niemand ausschließen kann, zukünftig und möglicherweise gerade auch bei der Verwendung einer neuen Matratze aus einem bisher nicht gewählten Material eine Allergie zu bekommen. 8

Der wie dargestellt große Anteil von Kunden, die eine ausschließliche oder doch deutlich überwiegende Verwendung von Natur-Latex erwartet, wird durch die Werbung irregeführt, weil die Matratze diesen Vorstellungen nicht entspricht. Das gilt - wie bereits dargelegt worden ist - auch dann, wenn die Angaben des Beklagten zutreffend sind, wonach die Matratzen einen Anteil von Natur-Latex zwischen 10 und 30% aufweisen, weil auch dies den durch die Werbung hervorgerufenen Vorstellungen der Verbraucher nicht gerecht wird. 9

Entgegen der Auffassung des Beklagten steht der Umstand, dass er die Matratze in einem Fachgeschäft anbietet und die Kunden daher die Möglichkeit einer fachlichen Beratung haben, der Irreführung nicht entgegen. Dabei mag unterstellt werden, dass die Kunden die Fachberatung in aller Regel auch wahrnehmen werden. 10

Zum einen können aber schon diejenigen Kunden nicht außer Acht gelassen werden, die auf die angebotene Beratung verzichten, weil sie glauben, auf Grund der verschiedenen Etiketten auf der Matratze und deren Preisauszeichnung alle für ihre Kaufentscheidung relevanten Kriterien zu kennen. Auch diese - wenigen - Kunden sind nämlich vor Irreführung zu schützen. Das gilt auch bei Zugrundelegung des von dem Europäischen Gerichtshof für allein schützenswert angesehenen umsichtigen, kritisch prüfenden und verständigen Verbrauchers. Denn es ist nicht von vornherein unverständlich und unkritisch, auf eine Fachberatung zu verzichten, wenn die vorgefundenen Werbeaussagen ein vollständiges (und zutreffendes) Bild über das Produkt zu vermitteln scheinen. 11

Zum anderen kann aber vor allem auch nicht unterstellt werden, dass in der Fachberatung, die in aller Regel stattfinden wird, der entstandene Irrtum wirklich aufgeklärt werden wird. Der Beklagte selbst behauptet nicht, dass der Fachberater von sich aus auf den tatsächlichen Gehalt an Natur-Latex hinweise. Er wird hierzu mangels konkreter Rückfrage auch keinen Anlaß sehen. Überdies liegt es sogar nahe, dass auch bei einem Gespräch über das verwendete Material die Fehlvorstellung nicht korrigiert wird. Denn wenn der Kunde - was zur Abgrenzung von Matratzen aus anderen Materialien, wie z.B. von einer Federkernmatratze, nicht fernliegt - bezüglich der streitbefangenen Matratze mit Blick auf das Etikett etwa von einer "Latexmatratze" spricht, besteht für den Fachberater kein Anlaß, auf den nur geringen Anteil gerade an Natur-Latex hinzuweisen, weil die Matratze tatsächlich insgesamt aus, wenn auch weit überwiegend synthetischem, Latex besteht. 12

Im übrigen könnte - worauf bereits das Landgericht zutreffend hingewiesen hat - eine nachträgliche Beseitigung der zunächst erweckten Fehlvorstellung an deren sogleich zu erörternder wettbewerblicher Relevanz nichts ändern. Denn in diesen Fällen hat sich der Kunde wegen des Etiketts gerade mit der verfahrensgegenständlichen Matratze näher befaßt, weswegen das Etikett unabhängig vom Verlauf und Inhalt des späteren Verkaufsgesprächs seine spätere Kaufentscheidung mit beeinflusst. 13

Die wettbewerbliche Relevanz der zumindest aus den vorstehenden Gründen irreführenden Werbeaussage als solcher ist schließlich ohne weiteres festzustellen. Ohne Erfolg wendet der Beklagte hierzu ein, dass die angesprochenen Verbraucher natürlichen Materialien, und zwar gerade mit Blick auf mögliche allergene Substanzen, nicht mehr eine besondere Wertschätzung beimessen. Dabei kann wiederum unterstellt werden, dass die Verbraucher teilweise, soweit sie mit der Problematik vertraut sind oder doch zumindest von ihr gehört haben, der Verwendung von Natur-Latex zurückhaltend gegenüberstehen mögen. Gleichwohl werden nicht wenige Kunden, nämlich zumindest diejenigen, denen nicht bewußt ist, dass Natur-Latex auch Allergien auslösen kann, dem Naturprodukt den Vorzug geben, weil natürliche Materialien sich ganz allgemein bei einem erheblichen Teil der Bevölkerung größerer Beliebtheit als künstliche Substanzen erfreuen. 14

Zu sämtlichen vorstehenden Fragen ist auch unter Berücksichtigung des Berufungsvorbringens des Beklagten die Einholung eines Gutachtens in Form einer demoskopischen Meinungsumfrage nicht geboten, weil der Beklagte nicht konkret darlegt, dass und aus welchen Gründen die vorstehenden Feststellungen den Erwartungen widersprechen, die angesprochenen potenziellen Kunden des Beklagten - von unerheblichen Teilen abgesehen - auf Grund des Etiketts hegen. 15

Vor diesem Hintergrund kann auch der Senat die Frage offenlassen, ob nicht auch aus einem oder mehreren der weiteren von dem Kläger angeführten Gründe die Gefahr der Irreführung besteht. 16

Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs.1 ZPO.

Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr.10, 713 ZPO. 18

Die gemäß § 546 Abs.2 ZPO festgesetzte Beschwer des Beklagten entspricht dem Wert seines Unterliegens im Rechtsstreit. 19

Streitwert für das Berufungsverfahren: 30.250,56 DM. 20