
Datum: 14.03.2012
Gericht: Oberlandesgericht Köln
Spruchkörper: 6. Zivilsenat
Entscheidungsart: Beschluss
Aktenzeichen: 6 W 42/12
ECLI: ECLI:DE:OLGK:2012:0314.6W42.12.00

Vorinstanz: Landgericht Köln, 33 O 19/12
Normen: UWG § 5

Tenor:

I. Der Antragsgegnerin wird untersagt, beim Vertrieb des in ihrem Produktprogramm 2012 angebotenen Staubsaugers GALILEO zu behaupten,

1. „ohne Saugkraftverlust“ und/oder

2. „konstante Saugkraft“

wenn dies wie nachstehend in schwarz/weiß wiedergegeben geschieht:

(*)

II. Der Antragsgegnerin wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen dieses gerichtliche Verbot ein Ordnungsgeld bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, im Falle mehrfacher Zuwiderhandlung bis zu insgesamt 2 Jahren, die Ordnungshaft jeweils zu vollziehen an ihrem Geschäftsführer angedroht.

III. Die Kosten des Verfahrens trägt die Antragsgegnerin.

Bilder aus dem Tenor:

1

(*)

2

3



Neuheit

GALILEO

Unser erster Beutelsauger ohne Saugkraftverlust*.

Beutelsaugen ist eine der hygienischsten Arten der Bodenpflege. Die meisten Beutelsauger verlieren bis zu 50% ihrer Saugleistung an der Düse mit zunehmender Befüllung des Staubfilterbeutels.

Nicht so der Galileo. Das Herzstück seiner intelligenten Technologie ist ein Mikrocontroller. Dieser reguliert die Motorleistung, je mehr sich der Staubfilterbeutel füllt, sodass kein Saugkraftverlust* entsteht.

Das bedeutet:

Bei vollen 300 Watt Saugleistung an der Düse wird das Staubfilterbeutelvolumen effizienter genutzt und der Staubfilterbeutel muss seltener gewechselt werden, um mit gleicher Kraft weiterzusaugen.

Der neue Galileo:

Kein Saugkraftverlust*.

Effiziente Nutzung des Beutelvolumens.

Hohe Reinigungsleistung.

* Getestet nach DIN EN 60312



Der Galileo funktioniert
genial einfach. Einfach genial.



* Getestet nach DIN EN 60312

Sie kennen das: Je mehr man ein Auto belädt, umso mehr Gas muss man geben, um die gleiche Strecke in der gleichen Zeit zurückzulegen.

Die Chip-Technologie des Galileo funktioniert im Grunde genommen genau nach diesem Prinzip. Anstelle eines „Fahrers“ sorgt hier die intelligente Elektronik für den nötigen Ausgleich. Völlig eigenständig und automatisch.







Nicht das Problem ist wichtig. Nur die Lösung zählt.

Die Saugkraft des Galileo kann je nach Reinigungssituation auch manuell reguliert werden. Selbst bei voller Saugleistung ist der Galileo ausgesprochen leise und bringt auch sonst modernsten Bedienungskomfort mit sich. Wie zum Beispiel seinen qualitativ hochwertigen und langlebigen Gewebeschlauch und sein Rasterteleskoprohr mit Doppelklickverschluss.

Trotz modernster Technologie ist auch der Beutel des Galileo irgendwann mal voll. Elektronische Anzeigeinstrumente informieren über einen Beutelwechsel oder eine notwendige Filterreinigung.

13

Galileo

EIN SAUGER - FÜNF VORTEILE

- ✓ KONSTANTE SAUGKRAFT*
- ✓ HIGH SUCTION POWER - SAUGSTARK
- ✓ LEISE
- ✓ ENERGIESPAREND
- ✓ KOMFORTABEL

Mehr Informationen



*getestet nach EN60312:2006

HOME AUSSTATTUNG TECHNOLOGIE SERVICE & KONTAKT

DE

Galileo

EIN SAUGER - FÜNF VORTEILE

- ✓ KONSTANTE SAUGKRAFT*
- ✓ HIGH SUCTION POWER - SAUGSTARK
- ✓ LEISE
- ✓ ENERGIESPAREND
- ✓ KOMFORTABEL



Ausstattung

Hochwertige Ausstattung für mehr Komfort



Technologie

Beutelstaubsaugen neu erfunden

*getestet nach EN60312:2006

© 2011 Miele Appliances International GmbH

Home | Service & Kontakt | Impressum

HIGH SUCTION POWER - SAUGSTARK

Ein hocheffizienter Motor, die perfekte Abdichtung seines Gehäuses und der hochwertige Gewebeschlauch erzeugen im Galileo einen optimalen Luftstrom. Das heißt: volle 300 Watt Saugleistung an der Düse.



ENERGIESPAREND

Hohe Effizienz und hohe Saugleistung bei niedrigem Energieverbrauch. Der Galileo schöpft seine Kraft aus nur 1000 Watt maximaler Leistungsaufnahme.



ENERGY SAVING technology

LEISE

Viel Kraft – wenig Lärm. Durch die hochwertige Verklebung des Gehäuses arbeitet der Galileo selbst unter voller Leistung mit max. 74 dB (A) angenehm leise.



TECHNISCHE DATEN

Leistungsdaten: Spannung: 220-240 V/50Hz Motorleistung: max. 1000W Motorleistung: max. 1000W	Bedienungskomfort: ✓ Schalter Ein/Aus ✓ Elektronische Saugkraftregulierung ✓ Elektronische Saugkraftregulierung	Filtersystem: ✓ Staubbeutel ✓ Hygiene-Ausblasfilter ✓ Hygiene-Ausblasfilter
--	---	---

Gründe:

I. Die Parteien sind Hersteller von Staubsaugern. Die Antragsgegnerin bewirbt ihr neues Modell GALILEO wie aus dem Tenor ersichtlich insbesondere mit dem Slogan „ohne Saugkraftverlust“ und „konstante Saugkraft“. Die Antragstellerin hält dies für irreführend, weil die dies bewirkende technische Innovation, ein Microcontroller, nur bei Verwendung der höchsten Leistungsstufe aktiv sei; zudem sei auch bei dieser Leistungsstufe durch von ihr durchgeführte Tests ein Saugkraftverlust festgestellt worden. Sie nimmt die Antragsgegnerin im Wege des vorläufigen Rechtsschutzes auf Unterlassung der Werbung – wie aus dem Tenor ersichtlich – in Anspruch. Das Landgericht hat den Antrag zurückgewiesen. Mit der Beschwerde verfolgt die Antragstellerin ihren Antrag weiter. Die Antragsgegnerin verteidigt den angefochtenen Beschluss. Sie macht geltend, der Verkehr beziehe die Werbeaussage nur auf einen Einsatz des Staubsaugers bei höchster Leistungsstufe, auch bei Verwendung einer niedrigeren Leistungsstufe trete kein Saugkraftverlust ein und die von der Antragstellerin durchgeführten Tests entsprächen nicht den technischen Vorgaben der einschlägigen DIN 60312.

II. Die zulässige Beschwerde hat Erfolg und führt zum Erlass der einstweiligen Verfügung.

1. Der Antrag ist zulässig, insbesondere fehlt es nicht am Verfügungsgrund.

Die Antragstellerin kann sich auf die Dringlichkeitsvermutung des § 12 Abs. 2 UWG stützen. Diese Vermutung ist nicht widerlegt. Zwar war der Antragstellerin die angegriffene Werbung bereits seit September 2011 bekannt und der für die Überprüfung der Werbeangaben erforderliche Testkauf ist ihr bereits am 22.12.2012 gelungen und damit bereits mehr als einen Monat, bevor sie am 25.1.2012 den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung

gestellt hat. Der Senat geht jedoch in ständiger Rechtsprechung nicht davon aus, dass das Überschreiten einer Monatsfrist stets die Vermutung des § 12 Abs. 2 UWG widerlegt. Soweit in der Literatur dem Senat vorgeworfen wird (Doepner, WRP 2011, 1384 Fn. 28), von dieser Praxis in jüngerer Zeit abgewichen zu sein, trifft dies nicht zu. Der Senat hat in dem zum Beleg dieser Einschätzung angeführten Beschluss (GRUR-RR 2010, 493 = MD 2010, 993) vielmehr seine ständige Rechtsprechung ausdrücklich bestätigt und ausgeführt:

„Auch wenn in diesem Bereich bestimmte Fristen nach ständiger Rechtsprechung des Senats nur als Anhaltspunkt dienen können, ist die Dringlichkeitsvermutung – wie im angefochtenen Beschluss erwähnt – in der Regel widerlegt, wenn der Unterlassungsgläubiger ohne zwingende Gründe einen Zeitraum von mehr als einem Monat bis zur Antragstellung verstreichen lässt. Acht Wochen bis zur Anbringung des Eilantrags sind nach diesen Maßstäben selbst unter Berücksichtigung des Jahreswechsels keineswegs mehr als angemessener Zeitraum anzusehen, zumal die Kündigung des „Hotelvertrags“ bereits vom 2. 1. 2009 datiert und ein stichhaltiger Grund für die Überschreitung der mit der Abmahnung auf den 19. 12. 2008 gesetzten Frist um volle vier Wochen nicht ersichtlich ist.“ 11

Nach diesen Maßstäben hat die Antragstellerin die Dringlichkeit gewahrt; sie ist nicht 4 Wochen untätig geblieben, sondern hat den fraglichen Zeitraum genutzt, um die für die Darlegung des Verfügungsanspruchs erforderlichen Untersuchungen durchzuführen. Anhaltspunkte für vermeidbare Verzögerungen liegen danach nicht vor. 12

2. Der Antrag ist auch begründet. Der Antragstellerin steht ein Verfügungsanspruch auf Unterlassung der angegriffenen Werbung aus § 8 Abs. 1, 3 Nr. 1, § 3, § 5 Abs. 1 Satz 1, 2 Nr. 1 UWG zu. 13

a) Der angesprochene Verkehr wird die Werbung dahin verstehen, dass die Saugkraft des beworbenen Staubsaugers bei einer dem Üblichen entsprechenden Verwendung nicht abnimmt. Anlass für ein in irgendeiner Hinsicht einschränkendes Verständnis der in mehrfacher Weise besonders herausgestellten Werbeaussagen „ohne Saugkraftverlust“ und „konstante Saugkraft“ besteht nicht. Der Verkehr wird insbesondere nicht annehmen, dass dieses Ergebnis nur dann erreicht wird, wenn der Staubsauger mit maximaler Leistung betrieben wird. Der Senat teilt nicht die Einschätzung der Kammer, der Verkehr habe keinen Anlass, die Werbung auch auf niedrigere Leistungsstufen zu beziehen, weil im Regelfall mit der maximalen Leistungsstufe gearbeitet werde. Der Verkehr ist daran gewöhnt, dass die Saugleistung von Staubsaugern eingestellt werden kann. Ihm ist auch bewusst, dass diese Möglichkeit nicht darauf abzielt, zu schlechteren Ergebnissen beim Staubsaugen zu führen, sondern praktischen Anforderungen beim Staubsaugen, insbesondere bei unterschiedlichem Untergrund, geschuldet ist (so auch der angegriffene Werbeprospekt auf Seite 13: „Die Saugkraft des Galileo kann je nach Reinigungssituation auch manuell reguliert werden“). Es ist nicht unüblich, die verschiedenen Saugleistungsstufen mit bildlichen Darstellungen des zu saugenden Materials zu versehen. Der Verkehr wird also nicht – wie dies bei der Prüfung der Staubaufnahme von Teppichen in Ziff. 2.3.1 der DIN EN 60312 vorgesehen ist – Teppiche mit „Niederhalten“ fixieren, sondern leichtere Materialien (auch um Energie zu sparen) mit geringerer Saugleistung bearbeiten. Es kann daher für die Feststellung des Verkehrsverständnisses nicht zugrunde gelegt werden, der Verkehr gehe davon aus, Staubsauger seien stets mit der höchsten Leistungsstufe zu betreiben. Etwas anderes gilt auch nicht in Bezug auf das Modell GALILEO der Antragsgegnerin. Denn zum einen ergibt sich entgegen der Darstellung der Antragsgegnerin die Möglichkeit einer manuellen Einstellung der Saugleistung aus der angegriffenen Werbung (nämlich aus den Produktabbildungen und ausdrücklich auf Seite 13 des angegriffenen Prospekts); zum 14

anderen geht der Verkehr ohnehin davon aus, dass bei Staubsaugern – zumal bei solchen, die als hochwertig vermarktet werden – eine manuelle Regulierung der Saugleistung vorgesehen ist. Danach ist davon auszugehen, dass der Verkehr ein Saugen mit reduzierter Saugleistung als übliche Verwendungsmöglichkeit eines Staubsaugers seinem Verständnis der Werbung zugrunde legt und das Versprechen „Kein Saugkraftverlust“ daher auch auf diese Verwendung beziehen wird. Unerheblich ist es – entgegen der Auffassung der Kammer –, dass in diesem Bereich ein Nachlassen der Saugkraft manuell ausgeglichen werden kann. Denn die Antragsgegnerin wirbt damit, dass ein Saugkraftverlust verhindert wird, nicht damit, dass dieser von Hand ausgeglichen werden kann.

Die weiteren in der Werbung enthaltenen Erklärungen veranlassen kein abweichendes Verständnis. Dass die Werbeanzeige sich nur auf die höchste Leistungsstufe bezieht, ergibt sich insbesondere nicht daraus, dass bei der Erläuterung im Fließtext (sowohl in der Print- wie auch in der Internetwerbung) der Begriff „volle 300 Watt Saugleistung an der Düse“ verwendet wird. Denn zunächst ist diese Angabe zu versteckt, um die vielfach herausgestellte Werbeaussage einzuschränken. Zudem ist für den Verkehr nicht erkennbar, dass „300 Watt Saugleistung an der Düse“ gleichbedeutend mit der Einstellung der höchsten Leistungsstufe sein soll. Es ist bei der Bewerbung von Staubsaugern eher unüblich, die Leistung an der Düse anzugeben; üblich ist vielmehr die Angabe der (höheren) Motorleistung, die in der Regel 300 Watt deutlich übersteigt. Soweit der Verkehr zwischen Motor- und Saugleistung an der Düse nicht unterscheidet, was nicht selten vorkommen dürfte, wird die Angabe „300 Watt“ daher sogar eher den Eindruck verstärken, die Werbung beziehe sich nicht nur auf die höchste Leistungsstufe. In diesem Zusammenhang wird der Verkehr zu einem erheblichen Anteil das Adjektiv „voll“ ebenfalls nicht als Hinweis auf die höchste Leistungsstufe, sondern als Bekräftigung der unveränderlichen „Fülle“ der Saugkraft verstehen. Vor allem aber wird der Verkehr dieser Aussage nicht entnehmen, dass ausschließlich bei voller Saugleistung die Saugkraft konstant bleibt. 15

Auch der (nach dem Vorgesagten ohnehin nicht hinreichend deutliche) Sternchenhinweis auf die DIN 60312 führt zu keinem anderen Verständnis. Soweit die Antragsgegnerin meint, der Verkehr nehme aufgrund dieses Hinweises lediglich an, die Beständigkeit der Saugkraft sei entsprechend den Bedingungen dieser DIN festgestellt worden, verfängt dies nicht, weil die DIN keinen Test zur Feststellung der Beständigkeit der Saugkraft beinhaltet. Der von der Beklagten angeführte Test unter Ziff. 2.9 der DIN betrifft allgemein die „Gebrauchseigenschaften bei gefülltem Staubbehälter“. Im Rahmen dieses Tests wird zwar die Saugkraft gemessen, Ziel des Tests ist es aber nach Ziff. 2.9.4, „das Reinigungsvermögen bei gefülltem Staubbehälter zu bestimmen“ bzw. „Luftwerte“ zu messen. Maßstäbe für eine Beurteilung der Saugkraft als „konstant“ enthält der Test nicht. Eine Durchführung der Tests nach Maßgabe dieser Regelung kann daher die abstrakte Beurteilung „kein Saugkraftverlust“ nicht rechtfertigen. 16

Zudem kann ein auf die höchste Leistungsstufe beschränkter Test nicht Grundlage für eine – wie dargelegt – auf alle Leistungsstufen bezogene Werbeaussage rechtfertigen. Denn der Verkehr wird davon ausgehen, dass ein so in Bezug genommener Test die üblichen Verwendungsweisen eines Staubsaugers abdeckt. Jedenfalls insofern kann nicht davon ausgegangen werden, dass das Verkehrsverständnis durch die DIN bestimmt wird. 17

b) Diese Werbeaussage ist irreführend. Die Antragstellerin hat glaubhaft gemacht, dass beim Staubsauger der Antragsgegnerin ein Saugkraftverlust jedenfalls dann eintritt, wenn dieser nicht auf der höchsten Leistungsstufe betrieben wird. Unstreitig ist der in der Werbung von der Antragsgegnerin als „Herzstück seiner intelligenten Technologie“ bezeichnete 18

Microcontroller nicht aktiv, wenn der Staubsauger nicht mit höchster Leistungsstufe betrieben wird. Dieser Microcontroller reguliert – soweit er aktiv ist – die Motorleistung, je mehr sich der Staubsaugerbeutel füllt. Diese Regulierung besteht – wie sich aus den weiteren Angaben in der Werbung ergibt – darin, dass die Motorleistung angehoben wird („mehr Gas“ – Seite 11 der Werbung) und dadurch für den „nötigen Ausgleich“ gesorgt wird. Dies versteht der Senat mit der Antragstellerin dahin, dass ein Ausgleich deshalb nötig ist, weil die zunehmende Füllung des Staubfilterbeutels anderenfalls zu einer Reduzierung der Saugleistung führen würde. Es hätte unter diesen Umständen der Antragsgegnerin obliegen darzulegen, dass entweder der beworbene Staubsauger auf andere Weise funktioniert oder warum durch zunehmende Befüllung des Beutels eine verursachte Saugkraftverminderung nur bei Verwendung der höchsten Leistungsstufe mit hohem technischem Aufwand auszugleichen ist, bei geringer Leistung aber nicht. Dies ist der Antragsgegnerin nicht gelungen. Nachdem die Antragstellerin ihren Vortrag aufgrund der mit der Bitte um einen gerichtlichen Hinweis verbundenen Rüge der Antragsgegnerin nochmals klargestellt hat, hat die Antragsgegnerin ihren Vortrag lediglich wiederholt und zusätzlich auf die Form des Korbes, in den der Staubbeutel eingesetzt wird, hingewiesen. Dies erklärt aber die Unterschiede zwischen den verschiedenen Saugleistungen nicht.

c) Da die Antragstellerin ein Verbot der Werbung in der konkreten Verletzungsform begehrt, bedarf es keiner Entscheidung, ob eine derartige technische Lösung (automatische Erhöhung der Motorleistung zum Ausgleich an sich vorhandener Saugkraftverluste) die angegriffene Bewerbung überhaupt rechtfertigen kann und ob sich eine Irreführung auch daraus ergibt, dass die Saugkraft des angegriffenen Modells nicht solange unverändert bleibt, bis der Staubsauger anzeigt, dass der Staubbeutel zu wechseln ist. 19

3. Die Kostenentscheidung beruht auf § 91 ZPO. 20

4. Gegenstandswert: 250.000 €. 21